

أطر معالجة مواقع الفضائيات التليفزيونية الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الشأن العام الأردني

د. زياد تيسير إبراهيم نصيرات

محاضر غير متفرغ - كلية الإعلام - جامعة اليرموك.

د. محمد فاروق القاضي

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة الكشف عن كيفية معالجة وسائل التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الأردنية لقضايا الشأن العام الأردنية على اختلاف مجالاتها، وأطر تناولها إخبارياً، والاستمالات المستخدمة في إبراز هذه القضايا، واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في كل من قنوات (التلفزيون الأردني، المملكة، رؤيا)، وتم اعتماد العينة العشوائية المنتظمة المكونة من 48 يوماً بالسنة، وبواقع أربعة أيام من كل شهر، بحيث تكون ممثلة لأشهر السنة كاملة وبالتساوي لجميع قنوات الدراسة، وتمثل الإطار الزمني للدراسة، بالفترة الممتدة ما بين 1 كانون الثاني/ يناير 2021، وحتى 31 كانون أول/ ديسمبر 2021، ولمدة عام كامل، وتوصلت الدراسة إلى أن الموضوعات الاقتصادية جاءت كأبرز الموضوعات الرئيسية التي ركزت عليها قنوات الدراسة، ويعتمد كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة في سياستها التحريرية بالتركيز على الشؤون الاقتصادية والسياسية للأحداث التي يُعنى بها الأردنيون والتي تلامس اهتماماتهم الحياتية والمعيشية، وشكّل مصدر التغطية الإخبارية "مندوبون ومراسلون" من حيث الاعتماد عليه كمصدر من المصادر الهامة على قنوات الدراسة ما نسبته (28.8%) على التلفزيون الأردني وما نسبته (32.9%) على قناة المملكة وما نسبته (30.5%) على قناة رؤيا، وجاء الإطار "النتائج الاقتصادية" على قنوات الدراسة في المرتبة الأولى، بنسبة (33.1%) على التلفزيون الأردني وبنسبة (33.3%) على قناة المملكة وبنسبة (33.5%) على قناة رؤيا.

مقدمة:

مكن تطور الإنترنت وإمكانياته اللامحدودة مواقع التواصل الاجتماعي من أن تصبح واحدة من أهم مصادر المعلومات على مستوى إنتاجها ونشرها ووصولها للجمهور في مختلف القضايا المجتمعية، حيث ساهمت مواقع التواصل في فتح مجالات متنوعة للنقاش المجتمعي عبرها وتمكين المؤسسات الإعلامية على اختلافها أو المؤسسات غير الإعلامية من طرح الأفكار والمعلومات، حيث ساهمت هذه المنابر الرقمية في تغيير العادات الاتصالية من مجرد التلقي إلى المشاركة في التعبير بالرأي عن المحتوى الفوري والآني وكذلك المشاركة في إعداد محتوى خاص بهم، وخلق حالة من الحوار المجتمعي عليها بما تثيره من قضايا مجتمعية وتناول أبعادها وجوانبها ومظاهرها المختلفة.

تُعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها الطرق والأدوات الرقمية التي يمكن عن طريقها يتم تبادل المعلومات والمعارف وإيجاد علاقة إنسانية إيجابية تفاعلية، حيث يمكن القول إنها منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم عبرها إنشاء موقع خاص بها، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات (جرار، 2012)⁽¹⁾، وتتضمن مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الثمرات والفوائد التي تعود على الفرد والمجتمع في كل جانب من جوانب الحياة، بشرط أن تستخدم هذه الوسائل استخداماً إيجابياً، فالاستخدامات السلبية لهذه المواقع يترتب عليها تأثيرات سلبية على المجتمع، فبالرغم من فساحة هذا العالم وتلك التقنية، يشعر المستخدم بالقلق والاضطراب من آثار الاستخدام السيء لها (الشهري، 2012)⁽²⁾.

وعلى المستوى العربي؛ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر مواقع الإنترنت استخداماً بين فئة الشباب، إذ أن هذه المواقع أصبحت مصدر هام للمعلومات المتنوعة التي تنشر عليها مما ترتب عليه أنها أصبحت موقعاً إعلامياً أكثر منه اجتماعياً، ويرجع ذلك لاستفادة هذه

المواقع من المزج بين الأخبار والوسائط المختلفة مثل الصور والفيديوهات والروابط وغيره، وعلى الرغم من أن هذه المواقع تتضمن الكثير من الأخبار والمعلومات الزائفة إلا أنها أصبحت رائدة بين مواقع الإنترنت، وعلى رأسها موقعي فيس بوك (Facebook) وتويتير (Twitter) اللذين يُعتبران من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً ليس فقط على المستوى العربي وإنما على المستوى العالمي، وهذا ما جعل رقعة تأثير هذه المواقع تتسع بشكل كبير وعلى جميع المستويات الفردية والمجتمعية والمؤسسية، وقد وصلت نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الدول العربية إلى 39% من عدد السكان، بينما بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة الشرق الأوسط 63 مليون أي ما نسبته 26%، وأن 90% من مستخدمي الإنترنت في الأردن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يومي (بدر، 2016)⁽³⁾، كما أن 88% من إجمالي مستخدمي الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط لديهم حساب واحد على الأقل في أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير الإحصائيات إلى أن 65% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم من الذكور، بينما تحتل الإناث نسبة 35% من إجمالي عدد المستخدمين، كما أن أغلب مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي هم ضمن الفئة العمرية 15 - 20 سنة، وتأتي الفئة العمرية ما دون 24 سنة لتشكّل ما نسبته 45%، ويأتي بعدها من هم فوق 24-34 سنة، ويشكّلون ما نسبته 32%، و 11% للفئة العمرية من 35-44 عاماً. و 12% للفئة العمرية لما هم فوق 44 سنة (عمران، 2013)⁽⁴⁾.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من تقديم الأحداث التي تجري حول العالم بشكل مختلف عما تقدمه الوسائل الإعلامية الأخرى سواء التقليدية (كالصحف والمجلات) أو الالكترونية (كمواقع الأخبار والفضائيات)، حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي تُمثل وسيلة اتصالية أخذت حيزاً مهماً وبارزاً في حياة الأفراد والمجتمعات كونها تُعنى بمختلف القضايا

الاجتماعية والثقافية والسياسية محليًا وعالميًا، وفي الأردن برز الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، ويلاحظ أن المواقع المرتبطة ببعض الفضائيات كان لها الدور الأكثر إيجابية ومصداقية لا سيما تلك المرتبطة بالفضائيات الإخبارية لذلك جاءت الدراسة لتحديد مشكلتها فيما يلي:

التعرف على كيفية معالجة وسائل التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الأردنية لقضايا الشأن العام الأردنية على اختلاف مجالاتها من حيث طبيعة القضايا التي تركز عليها وأطر تناولها إخبارياً، والاستمالات المستخدمة في إبراز هذه القضايا وكذلك الشخصيات الخورية التي يتم الإبراز عليها عند تناول هذه القضايا.

ثانياً: أهمية الدراسة: تتمثل في النقاط التالية:

- تعد الدراسة امتداداً لاتجاه بحثي واسع يسعى إلى دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو قضايا الشأن العام، حيث تبحث الدراسة الحالية موقعي فيس بوك وتويتير بوصفهما من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي رواجاً وانتشاراً بين جميع فئات الشعب الأردني بالإضافة لكونهما أكثر المواقع تفاعلية وقابلية لطرح الموضوعات المختلفة عليها وذلك لما تحتوي من مساحات كافية للحوار والمناقشة حول القضايا والمعلومات المطروحة على منصاتها، وذلك في ضوء قلة الدراسات الأردنية - في حدود إطلاع الباحثان - التي تناولت موضوع معالجة وسائل التواصل الاجتماعي لقضايا الشأن العام وتأثير ذلك في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحوها.

- تُعد الدراسة إضافة للاتجاه البحثي الهادف إلى الكشف عن خصائص الإعلام الجديد في معالجة القضايا المجتمعية من حيث أطر التناول والأسانيد مما يعين في الوقوف على سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية تأثر المواطنين

بالأخبار والمعلومات التي يتم نشرها على هذه المواقع، حيث أن الوقوف على المعالجات المتنوعة لمواقع التواصل الاجتماعي لما يخص قضايا المجتمع الأردني يعدّ موضوعاً حديثاً وحيوياً؛ لما له من دور كبير وبارز في نشر المعلومات بشتى أشكالها وصورها والتي تؤثر بالتبعية في تشكيل الرأي العام.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

1. تحديد كثافة قضايا الشأن العام التي تم نشرها على مواقع القنوات الفضائية الأردنية على التواصل الاجتماعي والمتمثلة في (فيس بوك) و(تويتر) لدى الجمهور الأردني.
2. معرفة أبرز الموضوعات التفصيلية والمرتبطة بالقضايا الرئيسية للشأن العام الأردني على مستوى موقعي الفيس بوك وتويتر للقنوات الفضائية الأردنية.
3. التعرف على أطر تناول الموضوعات المختلفة لقضايا الشأن العام الأردني بمواقع القنوات الفضائية الأردنية على التواصل الاجتماعي.
4. تحديد القوى الفاعلة التي برزت عند تناول الموضوعات المتنوعة لقضايا الشأن العام الأردني بمواقع القنوات الفضائية الأردنية على التواصل الاجتماعي.
5. الكشف عن أساليب معالجة الموضوعات المتنوعة المرتبط بقضايا الشأن العام الأردني كما قدمتها مواقع القنوات الفضائية الأردنية على التواصل الاجتماعي.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات السابقة العربية والأجنبية الهادفة للوقوف على معالجات وسائل الإعلام الرقمية للقضايا المختلفة للمجتمعات وكذلك تأثيراتها في تشكيل قيم ومعارف وسلوكيات الجمهور المستخدم لها، وفيما يلي سيتم استعراض دور مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المجتمعية المختلفة ما بين السياسية والاقتصادية والأمنية والصحية والبيئة والاجتماعية وغيره وذلك على النحو التالي:

أشارت عدد من الدراسات للدور الحيوي لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية وما يرتبط بها من قيم سياسية بناءة، حيث هدفت دراسة (محمد، 2023)⁵ تحليل تفاعل المغردين في الشبكات الاجتماعية نحو عودة العلاقات السعودية الإيرانية (دراسة تحليلية على شبكة تويتر باستخدام التحليل الشبكي ونمذجة هيكل الخطاب)، عبر الحصر الشامل لتغريدات هاشتاغ الاتفاق_السعودي_الإيراني والتي بلغت (٢٧٢٥) تغريدة بالفترة من (10 2023-03 حتى 10-04-2023)، وكشفت الدراسة بروز خمس قضايا أساسية تتعلق بموضوع الاتفاق السعودي الإيراني، وانعكاس الاتفاق على الوضع في لبنان واليمن وإسرائيل، كما برز دور الصين كوسيط دولي فعال في نجاح الاتفاقية، وكشفت النتائج عن إمكانية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة، مثل: تحليل المشاعر، ونمذجة الموضوع، لاكتساب رؤى قيمة عن الجمهور والرأي العام من خلال تحليل بيانات تويتر، وفي ذات الإطار، رصد دراسة (علي، 2021)⁶ أساليب الإقناع المستخدمة في معالجة قضية التطبيع مع إسرائيل عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عبر إجراء دراسة تحليلية على عينة قوامها (1454) من منشورات صفحتي قناة "فرانس 24"، و"سكاي نيوز العربية" على الفيس بوك، في الفترة الزمنية من 2020/9/1 إلى 2021/2/15م، بالاعتماد على منهج المسح وأداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة لتنوع الاستراتيجيات الإقناعية التي اعتمدت عليها الصفحات عينة الدراسة في تناول قضايا التطبيع، فقد عمدت تلك الصفحات لتقديم الحجج والبراهين لإقناع الجمهور بأهمية التطبيع ومظاهره، ووجود صفحة "سكاي نيوز" في المرتبة الأولى في معالجتها لقضايا التطبيع بنسبة 58.2%، وهو ما يتوافق وسياستها، حيث إنها تابعة لقناة فضائية إخبارية ناطقة باللغة العربية من العالم العربي وإليه تبث بشكل رئيسي للجمهور في منطقة الوطن العربي، والقناة استثمار مشترك بين شركة أبوظبي للاستثمار الإعلامي ومؤسسة سكاي البريطانية، إضافة إلى أن الاتجاه الغالب نحو قضية التطبيع كان

الاتجاه المؤيد في كلتا الصفحتين بنسبة 56.3%، وهو الاتجاه الذي اتخذته جميع وسائل الإعلام بهدف تحقيق الاستقرار في الشرق الأوسط، وفي المرتبة الثانية كان الاتجاه محايداً بنسبة 25.2%.

وفي ذات السياق، ناقشت دراسة (أمين، بن نوار، 2020)⁷ الكيفية والآليات التي تعالج بها شبكات الإعلام العربي القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل مضمون قضية الحراك الجزائري في صفحة الجزيرة الإخبارية على الفيس بوك، وتوصلت الدراسة إلى أن صفحة الجزيرة التزمت بنفس قواعد التحرير الصحفي المتعارف عليه، كما اعتمدت بالدرجة الأولى على أساليب التحرير الحديثة، كما اعتمدت الصفحة على نظم روابط البث المباشر وهي نظم من شأنها أن تزيد في نسب الزيارة في موقعها الإلكتروني، والترويج لقناتها عبر الساتل من جهة أخرى، وعملت أيضاً على جعل الجانب السياسي هو الجانب المحوري في القضية، كما هدفت دراسة (فوزية، 2018)⁸ الكشف عن الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، وتم تطبيق الدراسة على (30) موظفة في ولاية مستغانم الجزائرية، وتبين أن أغلب الموظفين يستخدمون موقع فيس بوك، كما أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أكثر من نصف العينة يقرآن المعلومات السياسية، بالإضافة إلى أن (56%) من العينة يتابعن الصفحات التي تهتم بالشأن السياسي من أجل مناقشة القضايا السياسية الراهنة، تليها (33%) من أجل التعبير عن آراءهم، و(11%) من أجل متابعة تصريحات الشخصيات السياسية التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، وفي ذات السياق هدفت دراسة (قطبي، 2018)⁹ الكشف عن علاقة استخدام طلاب الجامعات في المغرب لمواقع التواصل الاجتماعي بالمشاركة السياسية في الحراك السياسي والجماهيري، واتبعت المنهج الوصفي وتم سحب عينة حجمها (400) طالباً وطالبة، وتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت نسبياً في تحفيز الطلبة المغاربة على المشاركة في الحراك

السياسي الذي انخرط فيه المغرب بعد عام 2011، كما أضافت دراسة (طارق، مَهلة، مروة، 2017)⁽¹⁰⁾ فيما يتعلق بالكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقع فيسبوك في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وتمثلت العينة في (50) طالبًا وطالبة، وتبين أن أغلبية الباحثين يعتمدون على الفيس بوك ويقضون أكثر من أربع ساعات في التصفح، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الثقافة السياسية للطلبة وتعززها ويفضلها يصبح الطالب قادر على التحليل السياسي والمشاركة السياسية، بالإضافة إلى أن الطلبة يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقع فيسبوك على الإعلام التقليدي في الاطلاع على المعلومات السياسية وجمعها، وفي ذات السياق، أوضحت دراسة (عبدالرزاق، 2013)⁽¹¹⁾ بخصوص فحصها لأثر شبكات التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, YouTube) على مستوى الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي في العراق؛ وتوزيع استبيان على أفراد عينة الدراسة الذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية من ثلاثة جامعات حكومية (الموصل، وتكريت، والأنبار) وتضمنت (430) طالبًا وطالبة، وأظهرت الدراسة أن المواقع الاجتماعية الثلاثة تُسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تُسهم في طرح قضايا معاصرة تمه الشباب الجامعي، وفي التأثير على سلوكياتهم وفكرهم السياسي مما ينعكس على الشارع السياسي العراقي، بالإضافة إلى أن معظم الطلبة مقتنعين بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر محرصًا رئيسيًا على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية.

أبرزت عدد من الدراسات الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في مقاومة القيم السلبية وتعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية بما يحقق ترابط نسيج المجتمع وتماسكه، حيث سعت دراسة (الربيعي، 2019)⁽¹²⁾ للكشف عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ببناء خطاب الكراهية، وتم سحب عينة حجمها (130) من طلبة جامعة صلاح الدين في

مدينة أربيل في العراق، وتوصلت إلى أن المبحوثين كثيرون يتعلّق بمواقع التواصل الاجتماعي إذ يقضون أغلب وقتهم في التصفح والردشة وتداول المنشورات، وعدم اهتمام المبحوثين بالصفحات أو المجموعات التي تنطرق إلى الاختلاف الديني والجنسي والعقائدي، كما أن أشكال خطاب الكراهية المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت ضمن مستويات ثلاثة قوي، ومتوسط، وخفيف، وهذا يعني أن لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك دوراً كبيراً في بناء خطاب الكراهية، وجاءت دراسة (حسن، 2022)¹³ تهدف للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماءات لدى الشباب المصري 2022 حيث تم رصد وتحليل تأثير موقعي الفيسبوك واليوتيوب على التفاعل الاجتماعي للأفراد، وتمثلت عينة الدراسة في الشباب المصري من الذكور والإناث من سن 18 إلى 35 سنة، وتوصلت إلى أن الفيسبوك واليوتيوب موقعين لهم دور في تدعيم انتماء الفرد للجماعات المرجعية المختلفة كالزملاء والأصدقاء، وهو ما يؤكد على ضرورة الاستفادة من الدور الذي تلعبه الشبكات في تطوير أحوال التفاعل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين وأقرانهم وطبيعة الحوارات والنقاشات التي تتم في هذا المجتمع الافتراضي، كما بحثت دراسة **Kwon (2021)**¹⁴ في كيفية تأثير الاستخدام المحلي لوسائل التواصل الاجتماعي على الحياة المدنية في المجتمعات المحلية، وتشير نتائج دراسة استقصائية وطنية للبالغين في الولايات المتحدة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية يزيد من الثقة الشخصية، وأن الثقة في المنظمات المجتمعية والثقة في السياسة المحلية تلعب دور الوسيط الأكثر أهمية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية والمشاركة المدنية، والجدير بالذكر أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية ذات الدوافع الاجتماعية له تأثير أقوى على الثقة والمشاركة المدنية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية ذات الدوافع الإعلامية.

وقد أبرز عدد من الدراسات الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في الوعي المجتمعي بشتى مجالاته وقضاياه وتعزيز التنمية المجتمعية، حيث كشفت دراسة (خنة، سيفون، 2023)¹⁵ عن معالجة شبكات التواصل الاجتماعي الجزائرية للأخبار المحلية لولاية المسيلة عبر الفيس بوك وتوصلت إلى أن الأنواع الإخبارية المعالجة هي الاجتماعية والسياسية والأمنية والدينية والثقافية وغيرها، وأبرز المواضيع كانت الفوز بالمسابقة الوطنية لتاج القرآن، مناصرة المنتخب الوطني بالكامبيون، بالنسبة للمصادر المعتمدة نجد الفيسبوك والويب والفضائيات والمصادر المحلية، أما عن نوع الصور المرفقة كانت عامة وشخصية والأهداف المرجوة هي الإخبارية والدعائية والتعليمية، والميزات المقدمة نجد الوسائط التقنية والروابط الرقمية، وتعود أهمية الدراسة إلى تقديم إضافة أكاديمية للبحث العلمي وسوسيو اقتصادية لممارسي الإعلام في الجزائر، كما أشارت دراسة (خليفة، فزروني، 2023)¹⁶ للأثر المرتفع لمعالجة المنشورات الساخرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري المعاش بوصفها أسلوبًا جديدًا للتعبير عن مختلف الموضوعات من قبل الجمهور لإبراز أهم القضايا والموضوعات المتناولة وأساليب وطرق عرض أشكال السخرية المستخدمة في معالجتها لهذه القضايا. وقد تبين ارتفاع حجم التفاعل من خلال مؤشرات المشاهدة والإعجابات والتعليقات والمشاركات لكل منشور الساخرة والناقدة، التي تعالج بشكل محدد القضايا والمشكلات التي يعاني منها المواطن الجزائري بهدف إحداث تغيير في الواقع المعاش في المجتمع الجزائري وإيجاد الحلول المناسبة.

كما برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في معالجة القضايا الأمنية وخلق الوعي المجتمعي بها، حيث أكدت كل من دراسة (إبراهيم، 2023)¹⁷ ودراسة (بن سباغ، 2023)¹⁸ على أن الأمن القومي يُعد أساس وجود الدولة وهدف من أهداف سياستها العليا، وقد برز دور الإعلام الرقمي الأمني عبر المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية في مناقشة القضايا الأمنية وطرحها على الساحة المحلية والدولية كما يكمن دور الإعلام الأمني الفاعل في ربط المواطنين

في الداخل والخارج بمحوم وقضايا بلدهم، وكذلك تعظيم دورهم في التصدي للهجمات الإرهابية وإزالة المعوقات أمامه في تحقيق ذلك، كما ارتفع دور مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا الاقتصادية، حيث هدفت دراسة (بيحي، 2020)¹⁹ التعرف على مدى تعرض الجمهور للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لديهم، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من أربع محافظات مصرية: (القاهرة، والسويس، والإسكندرية، والمنيا)، وكانت أهم النتائج بأن جاءت أبرز الخدمات الاقتصادية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر الجمهور بالمقدمة تلك الخدمات أنها "تنشر إعلانات المناقصات"، ثم "تقدم ملفات ومعلومات اقتصادية متخصصة"، يليها "تنشر أخبار قطاع البنوك"، ثم "تنشر أخبار قطاع شركات التحويل العقاري"، يليها "تقدم تغطية مستمرة للسلع والخدمات الرئيسية"، ثم "تقوم بتغطية المؤتمرات الاقتصادية"، يليها "بنشر أخبار البورصة"، وجاءت أهم مؤشرات الأداء الاقتصادي التي تعرّف عليها الجمهور عينة الدراسة من خلال وسائل الإعلام الرقمي ما يلي: جاء "تحرر سعر الصرف"، يليها "انخفاض الواردات"، ثم "انخفاض معدل البطالة"، يليها "ارتفاع الصادرات"، ثم "زيادة الاحتياطات الدولية من النقد الأجنبي"، يليها "تراجع معدل التضخم السنوي"، ثم "ارتفاع تدفقات النقد الأجنبي"، وأخيراً جاء "انخفاض أسعار الفائدة".

وأشارت دراسة (كروم الدين، 2021)²⁰ إلى اهتمام المعالجة الإعلامية عبر الإعلام الجديد بموضوع ختان الإناث بنسبة (43,6%)، ثم الزواج المبكر بنسبة (27,2%)، كما غلب الاتجاه الإيجابي بالمعالجة الإعلامية لقضايا العنف ضد المرأة بنسبة (49,9%)، ثم الاتجاه السلبي بنسبة (38,8%)، كما أكدت دراسة (Henri, 2017)²¹ على تحقيق التغيير الاجتماعي من أثار العنف عبر توظيف أدوات الإعلام الجديد بطرح مواد تعمل على تقديم خدمات التدخل المجتمعية في مواجهة أثار العنف، وأكدت دراسة (راشد، 2019)²² في

إطار تقصي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة البلقاء التطبيقية. تم اختيار أفراد عينة الدراسة من خلال العينة العشوائية العنقودية من طلبة جامعة البلقاء التطبيقية وكان عددهم (155) طالبا وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني وفي معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية جاءت متوسطة، وأوصت بتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي بصورة إيجابية أكثر يلمس أثرها المواطن.

كما ناقشت عدد من الدراسات السابقة لدور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي والصحي، حيث أوضحت دراسة (قويدر، مبدع، 2017)⁽²³⁾ فيما يتعلق بتقييم دور هذه المواقع في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، وبالأخص طلبة جامعة الجليلي بونعامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، وتكونت عينة الدراسة من (60) طالب وطالبة جامعية، وتبين أن موقع الفايسبوك يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لدى الباحثين، كما أن موقع الفايسبوك يساهم بنسبة مرتفعة في نشر الوعي البيئي المستدام من خلال الدور الذي يلعبه الفايسبوك، حيث بات الفايسبوك وسيلة مهمة للاطلاع على الاخبار والمعلومات في شتى المجالات، وباعتباره واحدا من تطبيقات الاعلام الجديد بصفة خاصة، كما هدفت دراسة (Akashraj and Pushpa, 2014)⁽²⁴⁾ التعرف على دور الإعلام الاجتماعي في التنمية، وتحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التنمية، وتم جمع البيانات من (98) شخصا من قطاعي الشركات والتعليم في الهند، وتوصلت إلى أن الأشخاص الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية يركزون بشكل كبير على الوظيفة المهنية، كما أن هناك تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي على التنمية، كما تؤكد دراسة (السيد، 2022)⁽²⁵⁾ على دور الجامعات في تنمية المواطنة الرقمية لدى

طلابها حيث استعان بالتغطية التحليلية من خلال المسح الاجتماعي بالعينة على طلاب جامعة المنصورة، وتوصلت إلى نتائج متنوعة حول دور الجامعة في تنمية المواطنة الرقمية لدى طلابها وحث أعضاء هيئة التدريس على الالتزام بقيم التسامح واحترام الخصوصية وتضمنين المناهج التعليمية لمفاهيم المواطنة الرقمية وأساليب ممارستها، كما هدفت دراسة (Ghandour, Mohanad, kamal eldin, atef Hanan)

(2023)²⁶ تحليل أساليب واتصالات وزارة الصحة المرئية أثناء جائحة فيروس كورونا وقياس مدى فعالية الالتزام بالجمهور، من خلال إجراء تحليل نوعي ومقاربات لاستراتيجيات وزارة الصحة والسكان والمجالس التابعة لها في مجال وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال المرئي خلال جائحة كوفيد-19، وتوصلت الدراسة إلى أنه تم استخدام خدمات الرسوم البيانية لوصف المعلومات المهمة والمعقدة بطبيعتها لتناسب احتياجات مؤسساتها، والرسم البياني كان حلاً لعرض البيانات بخلاف النص الذي يمكن تطبيقه على وسائل التواصل الاجتماعي والتي تتمتع بالقدرة على الوصول إلى مجتمع المستخدمين على الفور، سواء على المستوى الفردي أو في المجتمع. ومع هذا الانتشار الواسع للغاية، وبالتالي تُعد وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لإيصال الرسائل المتعلقة بالسلوك التوعوي في الحفاظ على الصحة والسلامة أثناء الوباء، وفي ذات السياق، ناقشت دراسة (Adi, Danendro,)

(2023, Setiautami, Dria)²⁷ كيفية استخدام الرسوم البيانية لتوصيل المعلومات على Instagram، ووسائل التواصل الاجتماعي الشهيرة، من أجل توجيه الجمهور في الاستعداد لتفشي المرض والوقاية منه، وتوصلت الدراسة أنه خلال الجائحة، أصبحت الرسوم البيانية بمثابة أداة لتوصيل الأخبار وكذلك خلق فهم حول تفشي فيروس كوفيد-19، وأن المعلومات المقدمة بما في ذلك المعلومات العامة مثل عدد الحالات، بالإضافة إلى التوجيه والتحضير أثناء الوباء مثل العزل والحجر الصحي والتي يمكن تطبيقها بشكل مستقل، أصبحت

معلومات مهمة يمكن فهمها وتنفيذها بسهولة، وفقاً للسياسة واللوائح الحكومية، وهذا يثبت أن الرسوم البيانية على وسائل التواصل الاجتماعي ليست فعالة في نقل المعلومات وتسهيل فهمها وتذكرها بل تساهم في استعادة ثقة الجمهور المستهدف وتساعد الحكومة في إدخال حياة اجتماعية جديدة من أجل تشكيل مجتمع متكامل أو مجتمع أكثر صحة.

وفي حين اتجهت بعض الدراسات السابقة للكشف عن مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد والمؤسسات لكي تتفاعل مع جمهورها المستهدف، حيث أكدت دراسة (بريكي، ياسين، 2023)²⁸ على تعاطف استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت جزءاً من حياتهم اليومية، وإحدى الطرق الأساسية لتبادل الرسائل والمعلومات والصور، حيث يدلي فيها المستخدمين -بمختلف الأجناس والأعمار- بمعطياتهم ومعلوماتهم الشخصية وصورهم وأرقام هواتفهم وبريدهم الإلكتروني، وأشارت دراسة (أميرة عبد الكريم مختار، 2022)²⁹ أن صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في رفع مستوى الوعي بقضايا حقوق المرأة ومناهضة كافة أشكال العنف تجاهها، بل يتم تفضيل صحافة المواطن كمصدر للمعلومات حول القضايا المجتمعية، وأوصت الدراسة بجمالية مراعاة الأخلاق والمهنية للقائمين بالنشر في قضايا العنف ضد المرأة ومراعاة الحالة النفسية للمعنفات والابتعاد عن كل من شأنه التأثير السلبي عليهن وعدم التشهير بهن، كما هدفت دراسة (Horn Nord، Palisziewicz، Madra-Sawicka، 2020)³⁰ التعرف على أهم أغراض استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عبر الكشف عن اتجاهات النساء وفقاً للعمر والمرحلة الاقتصادية لتطور بلدهن، وتم إجراء البحث من خلال استطلاع عبر الإنترنت في 2017-2018، تظهر النتائج يرتبط استخدام Facebook في الأعمال التجارية في الغالب بتجربة إيجابية، وتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق أوسع، ومن منظور عمري، وأن التسويق هو فائدة رئيسية تم التأكيد عليها بين المشاركين الأكبر سناً، كما

سعت دراسة (Ravinder وآخرون، 2017)³¹ إلى رصد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق ارتباط مع المواطنين عبر تحليل المواقع الخاصة بخمسة قطاعات حكومية في الهند على المنصات الاجتماعية، وكشفت النتائج عن أن موقع الفيسبوك يُعد الأكثر استخدامًا من قبل المؤسسات الحكومية، والأعلى تداخلاً وتكاملاً مع المواقع الرسمية للقطاعات الحكومية على الإنترنت إلا أن وصول هذه الصفحات والمواقع محدود أي أنه يصل لجمهور محدد، وليس إلى الجمهور العام في الهند، وسعت دراسة (Aras, Çolaklar, 2015)⁽³²⁾ للتحقق من أنواع استخدامات أدوات مواقع التواصل الاجتماعي في المكتبات الأكاديمية لتحديد تأثيرها التنموي في تركيا، تضم 66 جامعة في منطقة مرمرة إجمالاً - 24 عامة و42 خاصة، و60 منها فقط لديها مكتبات، أوضحت النتائج أن (64%) من المكتبات في الجامعات الخاصة و(36%) من المكتبات في الجامعات الحكومية تستخدم أدوات التواصل الاجتماعي في منطقة مرمرة. في حين أن (95%) من مكتبات الجامعات العامة تستخدم أدوات التواصل الاجتماعي، فإن (5%) منها لا تستخدمها، بينما (90%) من مكتبات الجامعات الخاصة تستخدم هذه الأدوات، و(10%) منها لا تستخدمها. بالإضافة إلى ذلك، وجد أن معدل أدوات وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مجموعتنا المكتبات مختلفة: (33%) يستخدمون شخصيات قصص الابطال الخارقين، (26%) يستخدمون فيسبوك، و(15%) يستخدمون تويتر، وأضافت دراسة³³ (المطيري، 2013) فيما يتعلق بالكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر ومضامينها المتعددة وأغراضها المتنوعة لدى الشباب الكويتي، وزعت على عينة عشوائية مكونة من (404) فردًا تم اختيارهم من جميع أطياف الشباب الكويتي، وأظهرت الدراسة أن الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل الذي أقوم به حلت بالمرتبة الأولى، وفي محور الاستخدامات السياسية لموقع تويتر حلت عملية الاستخدام من أجل المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها على الملأ في

المرتبة الأولى، في حين أن استخدام موقع تويتر كوسيلة لتبادل بعض الصور مع الأصدقاء والمعارف جاء بالمرتبة الأولى فيما يتعلق بالاستخدامات الاعلامية للموقع، كما بينت نتائج الدراسة ضعف فرضية استخدام موقع تويتر كبديل لوسائل الاعلام التقليدية بشتى أشكالها وأنواعها.

التعليق على نتائج الدراسات السابقة والاستفادة منها:

1. ركزت الدراسات السابقة على دراسة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في معالجة القضايا المجتمعية المختلفة وتوصيلها للجمهور بشكل سهل ومبسط، وتبين قلة الدراسات الأردنية التي تعمقت في تقديم رؤية واضحة لأسلوب معالجة القضايا المجتمعية أيا كانت طبيعتها على شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما يجعل الدراسة الحالية مجال اهتمام.
2. ركزت عدد من الدراسات على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام والنخب والمحلي، حيث يبرز دور هذه المواقع في سرعة نشر معلومات متعلقة بقضايا محلية معينة وكذلك يبرز دورها في أوقات الأزمات إلى جانب الأوقات العادية، وهو ما برز من خلال توظيف مميزات النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الرسوم البيانية في أوقات جائحة كورونا.
3. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة ومتغيراتها، والإجراءات المنهجية الملائمة لموضوع الدراسة، وكذلك تساؤلاتها وفروضها في ضوء توظيف نظرية الأطر.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الأطر الإعلامية:

تعد نظرية الأطر الإعلامية الإطار التفسيري الأكثر استخداما في تفسير الدور الإخباري لوسائل الإعلام في إضفاء المغزى والدلالة على القضايا والأحداث التي تنتج عن التفاعلات الدولية في الأنظمة السياسية أو الاقتصادية أو العسكرية أو الاجتماعية وغيره (عبد

الحמיד، 2004) (34)، كما أنها تقدم للباحثين أدوات منهجية معيارية لتفسير عمليات الإقناع وتغيير الاتجاهات، وتنظيم وتفسير المعلومات في منظور محدد وواضح (Schatz. Levine، 2010، p856). (35)

وتُعد النظرية من الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال وحظيت باهتمام متزايد من قبل الباحثين في دراسات الرأي العام والاتصال السياسي والدراسات الخاصة بالمضمون الإخباري بوسائل الإعلام، ويرجع ذلك إلى (علي، 2020) (36):

- تمثل النظرية إضافة للتراكم العلمي لبحوث الاتصال، لأنها تتيح للباحث قياس المحتوى غير الصحيح في التغطية الإعلامية بوسائل الإعلام للقضايا المثارة خلال فترة زمنية معينة.

- تقدم تفسير نظري لدور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا المثارة "How to think about the issue?" وذلك من خلال دراسته وتحليل أطر التغطية الإخبارية للأحداث والقضايا المثارة في وسائل الإعلام وعلاقة ذلك باستجابة الجمهور المعرفية والوجدانية نحو القضايا.

ويتفق الباحثون المهتمون ببحوث تحليل المضامين الإخبارية بوسائل الإعلام على أنّ الإطار الخبري The News Frame، هو الفكرة المحورية الواردة في المضمون الخبري وتحدد سياق المضمون، وأهدافه ومسار القضية المعنية محل التغطية الإخبارية؛ وذلك من خلال استخدام استراتيجيات الانتقاء والبروز وتوظيف معلومات بعينها دون الأخرى (مزروع، 2013)، (37) أي يمكن القول أن الأطر الإخبارية تمثل "عملية انتقاء لبعض الجوانب من الواقع الفعلي والعمل على زيادة إبرازها بحيث تساعد في توصيف للمشكلة بشكل معين وإعطاء تفسير سببي وتقييم "أخلاقي لها وتحديد طرق للتعامل معها (Semetko، Valkenburg، 2000، p 94) (38) وتعد الأطر الإعلامية وثيقة الصلة بالأحداث

الجارية والقضايا السياسية والسياسيين، فالإطار يشكل الحوارات العامة والمناظرات السياسية بين الأفراد المهتمين بالموضوعات السياسية ويساعد على اكتساب المعلومات عن الحياة السياسية (لطفي، 2017، ص 281-311)⁽³⁹⁾.

وتتسم الأطر الخبرية بالثبات النسبي والقدرة على تفسير الواقع الاجتماعي، والإطار الخبري الذي تتبناه الوسيلة الإعلامية المعينة إنما يهدف بشكل أساسي الى توجيه اهتمام الرأي العام وإقناعه بجانب واحد دون غيره من جوانب القضية المهمة؛ وإن الإطار يعني طريقة يتم بها كتابة القصة الإخبارية لتبنى أفكار معينة، وأنها تساعد الجمهور على فهم تلك الأفكار، كما يرتبط بالأطر السمات البارزة لأطرافها والشخصيات الفاعلة المرتبطة بها عبر الزمن ويفترض بورش Burch أن وضع الإطار يمكن أن يحدث تحيز ضمني كأن ينعكس في أسلوب القصة، واستخدامها للمصادر والموضوعات (Thompson، 2002).⁽⁴⁰⁾

وبناء الإطار هو اختيار بعض جوانب الحقيقة المدركة وجعلها أكثر بروزاً في نص الاتصال وبطريقة تدعم تعريف المشكلة، والتفسير السببي، والتقييم الأخلاقي أو المعالجة الأخلاقية وإرساء التوصيات بالنسبة لبند المشكلة التي تم وصفها⁽⁴¹⁾، وعرف دي فيرسي Pühringer(2005) De Veerse (، 2008، ص 1-23)⁽⁴²⁾ الأطر باعتبارها عملية تواصل تشمل الإنتاج، والمحتوى ومنظور استخدام وسائل الإعلام، في حين أشار جاميسو نوموديليانى Jamiso numodiliani (1989) إلى "أدوات بناء الأطر" التي تكثف المعلومات وتعرض "حزمة وسائل الإعلام" الخاصة بالقضية وهي: الاستعارات، النماذج، تكوين العبارات، التصور، والصور المرئية باعتبارها أدوات لبناء الأطر (Balaban، 2014، ص ص 77-76)⁽⁴³⁾.

كما أن مفهوم البروز "Salience"، يُعد جوهرياً في بناء أطر الرسائل الإعلامية، حيث يمكن جعل المعلومات أكثر بروزاً في النص الإخباري عن طريق تكرارها وربطها بالمخزون

الثقافي لأفراد الجمهور، لتكون أكثر تأثيرًا وفاعلية في آرائه ومعتقداته واتجاهاته، كما أن الكلمات والصور التي يتكون منها الإطار يمكن تمييزها من بين بقية الخبر بقدرتها على إثارة مساندة وتأييد أو معارضة الجمهور لأحد جانبي الصراع السياسي (Shah, 2002, ص 339-370)⁽⁴⁴⁾، وبذلك يتضح أن الأطر الإعلامية لقضية ما تؤدي مجموعة من الوظائف وفقاً لنموذج روبرت Entman⁽⁴⁵⁾: (Kensicki, 2008, ص 85-110)

- التعريف بالمشكلة أو القضية بدقة وإلقاء الضوء عليها باستخدام عناصر الإبراز

Define Problem. المختلفة.

- تشخيص الأسباب التي أدت إلى نشأة القضية أو المشكلة Diagnose Causes

- تقييم للمشكلة أو القضية أي وضع أحكام أخلاقية لها Moral Judgments
اقترح مجموعة من الحلول لتوضيح سبب لمعالجة تلك القضية أو المشكلة Suggest Remedie

ومما سبق يتضح أن تغطية الأحداث عامة تعتمد على اختيار بعض العناصر وإغفال البعض الآخر، وما يتم اختياره يتم إبرازه في إطار مناسب له (Matthes, 2009, ص 349-367)⁽⁴⁶⁾ ووفق هذه الطريقة في المعالجة تصبح القضية ذات مغزى لدى الجمهور ومرتبطة بتوظيف مجموعة من الأدوات الرمزية والمجردة، والتي تُضفي دلالة علي النص الإعلامي وتشكيل طريقة صياغة الموضوع وتفسيره⁴⁷، فمثلاً قامت دراسة Kuehn⁴⁸ (2018) بفحص أطر التغطية لقضية مراقبة السلطات للاتصالات والمحادثات الهاتفية، وتبين غلبة الإطار القانوني وإطار الصراع، وإطار القيم الديمقراطية، في قائمة الأطر الخيرية في التغطية الإعلامية، كما كشفت دراسة Du 49 (2017) بخصوص أطر تغطية الإعلامية لاثنتين

من الهجمات الكبرى في الصين والولايات المتحدة، بأن أطر التغطية من جانب وسائل الإعلام الصينية كانت أكثر دعماً ومساندةً للدولة الوطنية والسلطات العامة عنها في وسائل الإعلام الأمريكية، مما أبرز دور الحكومة الصينية في الوثام الاجتماعي وحفظ النظام العام عبر ترسيخ الأيديولوجيات الفكرية في المجتمع الصيني.

أهداف النظرية (الحمايدة وآخرون، 2017):⁽⁵⁰⁾

1. التعرف على آليات استخدام وسائل الإعلام للغة الإخبارية في التواصل مع الرأي العام وإقناعه بأطروحات بعينها بشأن المشكلات والقضايا المهمة.
2. استقراء استخدامات اللغة الإخبارية في بنية النص الإخباري والقصص الخبرية.
3. الربط النظري والفلسفي بين استخدامات اللغة الإخبارية، وبلورة المتلقي لمفردات تلك اللغة ذهنياً في أنساقه المعرفية والوجدانية.

فروض نظرية الأطر الإعلامية (على، 2020، ص 7-26)⁽⁵¹⁾:

1. أن الأحداث تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.
2. الإطار الإخباري هو الذي يحدد جوانب القضية ويعطي لها مغزى معين، فالإطار الخبري يضفي المعنى أو المغزى على الخبر بحيث يكون له دلالة واهمية لدى الجمهور، كما يحدد لهم المدخل أو الزاوية التي يمكن رؤية الخبر من خلالها، فوسائل الاعلام تمارس تأثيراً ذا دلالة في تشكيل معارف الراي العام واتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة.

أنواع الأطر الإعلامية (لطفى، 2017، ص ص 281-311)⁽⁵²⁾:

1. إطار الصراع "conflict Frame": وينتشر استخدام هذا الاطار في التغطيات الاخبارية ويعكس عنصر الصراع بين طرفين متضادين، سواء كان افراد ام جماعات ام غيرها.

2. إطار الاهتمامات الانسانية "Human Interest Frame": ويختص بالأبعاد الانسانية للقضية المطروحة حيث يعكس البعد العاطفي والجانب الشخصي لموضوع التغطية

3. إطار النتائج الاقتصادية "Economic Consequences Frame": ويركز هذا الإطار على الجانب الاقتصادي وتأثيراته المختلفة سواء المتعلقة بالفرد او المجتمع ككل.

4. إطار المسؤولية "Responsibility Frame": ويربط هذا الإطارين الأفراد أو الجماعات أو الحكومات وبين المسؤولية عن حل القضية المطروحة والحل المتوقع لها.

دوافع اختيار النظرية:

1. تحليل البناء التركيبي أو الشكلي للأخبار.
2. تساعد في تقديم تفسير نظري منتظم لدور وسائل الإعلام في وضع الأطر المرجعية التي يستند إليها الجمهور في تقييمهم للأحداث.
3. يمكن أن تحدد الأطر المرجعية التي يستند إليها القائمون بالاتصال في تناولهم للأحداث والقضايا.

سادساً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- 1- ما اهتمام قنوات الدراسة الفضائية بمعالجة قضايا الشأن العام الأردني على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي؟

- 2- كيف عاجلت القنوات الفضائية الأردنية للموضوعات الرئيسية لقضايا الشأن العام الأردني على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 3- ماذا استخدمت القنوات الفضائية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي من عناصر الإبراز في معالجة قضايا الشأن العام الأردني؟
- 4- ما قيم التغطية الإعلامية التي تم إثارتها في القنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 5- ماذا استخدمت القنوات الفضائية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي من المصادر الإعلامية المعتمدة في معالجة قضايا الشأن العام الأردني؟
- 6- لماذا أبرزت القنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي الاتجاهات في معالجة قضايا الشأن الأردني العام؟
- 7- كيف قدمت القنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي للأطر الرئيسية المستخدمة في تغطية قضايا الشأن العام الأردني؟
- 8- ما موضوعية المعالجة الإعلامية للقنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي؟
- 9- كيف وظفت القنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي استمالات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني؟
- 10- كيف قدمت القنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي الشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني؟

سابعاً: الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة: تُعد الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف الوصول إلى المعرفة الدقيقة للظواهر والأحداث؛ عبر البحث في مكوناتها ومتغيراتها وخصائصها، وتوفير

المعلومات الكافية لتفسيرها، والوقوف على آثارها ودلالاتها، بهدف وضع الإجراءات الملائمة لمعالجتها أو تصحيحها أو تطويرها أو تغييرها أو استكمالها أو التنبؤ بمستقبلها، وهنا تهدف الدراسة معرفة معالجة القنوات الفضائية على صفحاتها بمواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الشأن العام الأردني والأطر الإخبارية لتناولها وتحديداً على موقعي الفيس بوك وتويتر.

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح، حيث استخدم الباحثان هذا المنهج من خلال أسلوب تحليل المضمون، بهدف تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها. ويعتبر أسلوب تحليل المحتوى من الأساليب التي يستند إليها المنهج الوصفي.

أداة جمع البيانات: قام الباحثان ببناء أداة تحليل المضمون تضمنت مجموعة من قضايا الشأن العام الأردني المهمة وذات التأثير الكبير خلال فترة الدراسة الحالية، وكانت القضايا منصبة على القضايا السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية والفنية، والرياضية، وغيرها من القضايا التي أثارها الرأي العام الأردني.

مجتمع الدراسة: تم اختيار القنوات الفضائية الإخبارية الأردنية والتي توظف شبكات التواصل الاجتماعي في نشر قضايا الشأن العام الأردني، لأنها تعتبر أكثر مشاهدة وانتشاراً بناءً على نتائج دراسة APESOS, 2021 وكذلك اعتماداً على بيانات هيئة الإعلام الأردني (2021)، وهم: (التلفزيون الأردني، قناة المملكة، قناة رؤيا). ويعود سبب اختيار هذه القنوات كونها تمثل القنوات الرسمية الأردنية (التلفزيون الأردني، وقناة المملكة، وقناة رؤيا) حيث تمثل قناة رؤيا الفضائيات الخاصة الأكثر انتشاراً وفقاً لنتائج دراسة (APESOS, 2021) وبيانات هيئة الإعلام الأردنية وتُعد قناة رؤيا فضائية ليبرالية لها جماهيرها الخاصة.

عينة الدراسة: تم اعتماد العينة العشوائية المنتظمة المكونة من 48 يومًا في السنة، وبواقع أربعة أيام من كل شهر، بحيث تكون ممثلة لأشهر السنة كاملة وبالتساوي لجميع قنوات الدراسة، وذلك على النحو الآتي: (48) التلفزيون الأردني (48) قناة المملكة (48) قناة رؤيا؛ ويشير Stemple (1952) إلى أنّ اختيار العينة على هذا النحو يعدُّ مقبولاً، ويؤدي في النهاية إلى نتائج متشابهة كما لو كان التحليل يشمل أيام السنة كاملة؛ وتم اختيار العينة على مرحلتين؛ الأولى عشوائية بسيطة حيث تم اختيار اليوم الأول من بين أيام الأسبوع من الشهر الأول، أما الثانية فاستندت إلى العشوائية المنتظمة حيث تم اختيار اليوم التالي بناء على مساحة زمنية بين الأول والثاني تقدر بأسبوع كامل. **العينة الزمنية لدراسة تحليل المضمون:** يتمثل الإطار الزمني للدراسة، بالفترة الممتدة ما بين 1 كانون الثاني/ يناير 2021، وحتى 31 كانون أول/ ديسمبر 2021، ولمدة عام كامل.

اختبار الصدق والثبات:

1. **إجراء الصدق:** تم استخدام الصدق الظاهري Face Validity لفحص أداة الدراسة التحليلية "استمارة تحليل المضمون"، للتأكد من أنّها تقيس ما هو مراد قياسه، وذلك للوصول إلى مستوى الثقة بالنتائج، بحيث تتسم بالدقة ودرجة عالية من الصدق، وذلك من خلال:

- تصميم أداة الدراسة بما يتناسب مع أهدافها وتساؤلاتها.
- توضيح وتعريف فئات التحليل بشكل دقيق.
- عرض الأداة على عدد من الخبراء والمحكمين للتأكد من صلاحيتها لقياس فئات التحليل.

2. **اختبار الثبات:** للتأكد من وجود درجة عالية من الاتساق في فئات التحليل تم إجراء عملية اختبار الثبات، وذلك بإعادة تطبيق نفس الأداة على عينة من قنوات

الدراسة بواقع (10%)، وقد قام ثلاثة محللون باختبار عملية الثبات بتطبيق معادلة هولستي للوصول إلى متوسط معامل الثبات، والتي تنص على أن:

$$R = \frac{3M}{(N1+N2+N3) \div 3}$$

حيث إن:

R: ثبات أداة التحليل.

M: عدد المعايير التي اتفق عليها المحللون الثلاثة.

N1: عدد المعايير في التحليل الأول.

N2: عدد المعايير في التحليل الثاني.

N3: عدد المعايير في التحليل الثالث.

وبتطبيق معادلة هولستي Holsti أظهرت النتائج أن متوسط معامل الثبات بلغ (87.91%) وهي نسبة ذات قيمة مرتفعة تدلّ على أن أداة تحليل المضمون ثابتة وصالحة للتطبيق.

ثامناً: المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة: قام الباحث باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences – SPSS من حيث التكرارات والنسب المئوية: لوصف خصائص عينة الدراسة وقياس التوزيعات التكرارية النسبية لهم، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري. تاسعاً: تحليل نتائج الدراسة التحليلية:

الجزء الأول: نتائج تحليل الخصائص الشكلية لقضايا الشأن العام الأردني التي قدمتها القنوات الفضائية على الشبكات الاجتماعية:

- اهتمام قنوات الدراسة بمعالجة قضايا الشأن العام الأردني على القنوات الفضائية بشبكات التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (1)

مجموع موضوعات قضايا الشأن العام الأردني في عينة الدراسة

تظهر بيانات الشكل السابق أنّ عينة الدراسة تولي اهتماماً كبيراً بقضايا الشأن العام الأردني على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغ مجموع تكرار الموضوعات الرئيسية (6845) على كل من شبكة فيسبوك وشبكة تويتر، ويلاحظ من نتائج الجدول السابق تقارب النسب في توزيع الموضوعات المتعلقة بقضايا الشأن العام الأردني على شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت على فيسبوك (%50.4) بواقع (3397) في حين كانت على تويتر (%49.6) بواقع (3448).

المصادر الإعلامية المعتمدة في معالجة القنوات الفضائية لقضايا الشأن العام الأردني:

جدول رقم (1)

مصادر التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		مصادر التغطية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%9.8	119	%9.2	120	%9.6	109	شهود عيان

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		مصادر التغطية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
8.4%	101	8.4%	110	11.4%	129	وسائل إعلام أجنبية
9.7%	117	9.3%	121	10.6%	121	وسائل إعلام عربية
15.7%	190	15.3%	201	11.7%	133	وكالات أنباء
9.2%	111	9.8%	129	13.1%	149	محللون وكتاب
16.7%	202	15.2%	199	14.9%	169	الإنترنت
30.5%	369	32.9%	431	28.8%	328	مندوبون ومراسلون
100%	1209	100%	1311	100%	1138	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (1) مصادر التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، حيث جاء في المرتبة الأولى مصدر التغطية "مندوبون ومراسلون" لكل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، وهو الأمر الذي يدل على امتلاك هذه القنوات شبكة مراسلين ضخمة، تمكنهم من التغطية الحية والمباشرة والكبيرة للأحداث المجتمعية المختلفة، وتعاضم الاعتماد على المصادر المحلية في الوصول للمعلومات، بينما جاء في المرتبة الثانية مصدر التغطية "الإنترنت" لكل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا بنسبة (14.9%) وبنسبة (16.7%) على الترتيب، في حين كان مصدر "الإنترنت" على قناة المملكة بنسبة (15.2%) في المرتبة الثالثة، فقد كشفت دراسة (خنة، سيفون، 2023)⁵³ عن مصادر معالجة شبكات التواصل الاجتماعي الجزائرية للأخبار المحلية لولاية المسيلة عبر الفيس ممتثلة في الفيسبوك والويب والفضائيات والمصادر المحلية.

ويرى الباحث من النتائج السابقة أنّ القنوات الفضائية لديها تنوع في مصادر التغطية الإعلامية، وتبين أنّ هناك نسب استخدام للمصادر متفاوتة في كل قناة فضائية؛ ويعود هذا لتطور وسائل الاتصالات وشبكة الإنترنت والقنوات الفضائية، حيث زادت المنافسة بين القنوات ممّا دفعها الى استخدام ايدولوجيات متعددة موجهة الى المجتمعات بجميع

شرائحه، فقد اتجهت القنوات الفضائية نحو الاستفادة من خصائص الإعلام الرقمي الذي يعد الوسيلة الأقوى والأعم في التأثير على المجتمعات الإنسانية لما تملكه من الإثارة الصوتية والصور النقية وبت الأفلام الواقعية وشبه الواقعية والبرامج التي تحاكي حياة المجتمعات بكافة طبقاته وشرائحه، وفي ضوء النتائج السابقة جاء الانترنت المصدر الثاني للأخبار، ويُشير ذلك إلى أهمية الوسائل الرقمية في نقل الأخبار والتفاعل مع الجمهور. قد يكون هذا بسبب الزيادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية عبر الإنترنت، حيث أكدت دراسة (بريكي، ياسين، 2023)⁵⁴ على تعاظم استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، وإحدى الطرق الأساسية لتبادل الرسائل والمعلومات والصور، وأشارت دراسة (مختار، 2022)⁵⁵ أن صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في رفع مستوى الوعي بقضايا حقوق المرأة، وأكدت دراسة (Joanna - Madra - Jeretta Horn Nord 2020)⁵⁶ على إيجابية تفاعل المرأة مع مواقع التواصل الاجتماعي في الأعمال التجارية وتحديدًا التسويق، كما كشفت دراسة Verma وآخرون (2017)⁵⁷ أن موقع الفيسبوك يُعد الأكثر استخدامًا من قبل المؤسسات الحكومية.

الفنون الإعلامية المستخدمة في معالجة القنوات الفضائية لقضايا الشأن العام الأردني

جدول رقم (2)

الفنون الإعلامية المستخدمة في معالجة قضايا الشأن العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		أنماط التغطية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
206	33.2%	220	32.2%	199	32.3%	أخبار
128	20.6%	131	19.2%	113	18.3%	تقارير

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		أنماط التغطية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
14.2%	88	14.8%	101	16.0%	99	تحقيقات
11.0%	68	11.7%	80	11.5%	71	مقابلات
14.7%	91	14.9%	102	16.2%	100	مقالات
3.7%	23	3.8%	26	3.4%	21	دراسات وترجمات
1.9%	12	2.3%	16	1.6%	10	إعلانات
0.8%	5	1.2%	8	0.7%	4	كاريكاتير
100%	621	100%	684	100%	617	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (2) أنماط التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، حيث جاء نمط التغطية "أخبار" في المرتبة الأولى على عينات الدراسة، بنسبة (32.3%) وبنسبة (32.2%) وبنسبة (33.2%) على التوالي، بينما جاء في المرتبة الثانية نمط "تقارير" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (18.3%) وبنسبة (19.2%) وبنسبة (20.6%) على التوالي، يفسر الباحث هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بأنماط التغطية الإخبارية لقضايا الشأن العام الأردني، حيث بلغ نمط التغطية الإعلامية "أخبار" في المرتبة الأولى بسبب اتباع القنوات الفضائية استراتيجية محددة في تقديم الأخبار؛ لاتسامها بالمصدقية ولكونها مدعومة بالصوت والصورة ففي ظل امتلاك وسائل الإعلام للمعلومات وحصريتها نقلها للمتلقي بأي كيفية وطريقة، تبقى التغطية الإخبارية ضمن نمط "أخبار" هي الإطار الذي توضع فيه الحقائق أمام المتلقي، الذي يكون زاده المعرفي عن الأحداث من خلال تلك التغطية، ويزود ذهنه وفكره من الصور التي تعكسها مرآة الوسيلة الناقلة لتلك التغطية، كما يأتي نمط التغطية "تقارير" في المرتبة الثانية لكافة القنوات الفضائية بفوارق نسبية تكاد لا تُذكر، قد يعود هذا الى أنّ نمط

التغطية "تقارير" تلعب دوراً مهماً في تكوين الأفكار وصناعة الرؤى لدى أفراد المجتمع، ومن ثمة تكوين اتجاهاتهم ومواقفهم اتجاه القضايا المهمة والمصيرية في حياة المجتمعات، وقد أثبتت دراسة (الناصر، 2021)⁵⁸ بأن المادة الخبرية تصدرت الموضوعات الاقتصادية محل التحليل في الصحف الإلكترونية، وفي ذات السياق، ناقشت دراسة (أمين، بن نوار، 2020)⁵⁹ أن صفحة الجزيرة التزمت بنفس قواعد التحرير الصحفي المتعارف عليه، كما اعتمدت بالدرجة الأولى على أساليب التحرير الحديثة، حيث توظف نظم روابط البث المباشر وهي نظم من شأنها أن تزيد في نسب الزيارة في موقعها، وفي هذا السياق، أشارت دراسة (بن محمد، 2023)⁶⁰ لإمكانية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي المتقدمة كتحليل المشاعر، ونمذجة الموضوع، لاكتساب رؤى قيمة عن الجمهور والرأي العام.

عناصر الإبراز في معالجة قضايا الشأن العام الأردني في القنوات الفضائية

جدول رقم (3)

عناصر الإبراز في معالجة قضايا الشأن العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		عناصر الإبراز
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
36.9%	159	35.6%	160	41.9%	155	الصور الثابتة
26.9%	116	25.4%	114	27.0%	100	شريط عاجل
7.7%	33	10.2%	46	5.7%	21	الإنفو جرافيك
4.4%	19	4.5%	20	4.3%	16	الرسوم المتحركة
6.7%	29	7.3%	33	5.4%	20	فيديو غراف
12.5%	54	11.4%	51	12.4%	46	المؤثرات الصوتية

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		عناصر الإبراز
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
21	4.9%	25	5.5%	12	3.3%	التقنية ثلاثية الأبعاد D3
431	100%	449	100%	370	100%	المجموع

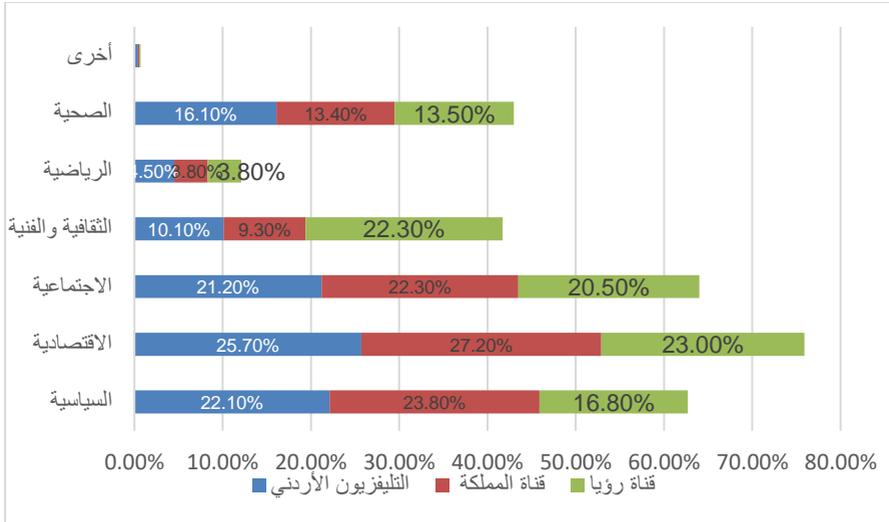
تظهر بيانات الجدول رقم (3) لعناصر الإبراز في معالجة قضايا الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى عنصر " الصور الثابتة" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (41.9%) وبنسبة (35.6%) وبنسبة (36.9%) على التوالي، بينما حلّ عنصر " شريط عاجل" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (27.0%) وبنسبة (25.4%) وبنسبة (26.9%) على الترتيب. وجاء في المرتبة الثالثة عنصر " المؤثرات الصوتية" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، بنسبة (12.4%) وبنسبة (11.4%) وبنسبة (12.5%) على التوالي بينما حلّ عنصر " الإنفوجرافيك" في المرتبة الرابعة على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، بنسبة (5.7%) وبنسبة (10.2%) وبنسبة (7.7%) على التوالي.

يرى الباحث من النتائج التي توصلت لها الدراسة أنّ هناك تشابه الى حد كبير فيما يتعلق باستخدام القنوات الفضائية لعناصر الإبراز لمعالجة قضايا الشأن العام الأردني؛ ويعود هذا لمعرفة القنوات بضرورة دخول تقنيات تلفزيونية حديثة متمثلة في كل من البرامج والمعدات الخاصة في الصوت والصورة والنصوص وجودة البرامج، والتي باتت ادوات لا بد من اقتناءها لتحسين مخرجات الإعلام العربي لاسيما بالتزامن مع دخول القرن الثاني والعشرين بتقنيات تلفزيونية حديثة تتعلق في البث والمؤتمرات السمعية والبصرية، فقد أبرز دراسة (Ghandour, hanan kamal eldin, 2023) ⁶¹ أنه تم استخدام خدمات الرسوم البيانية لوصف المعلومات المهمة والمعقدة الصحية في وقت الجائحة في إطار بسيط ويسهل فهمها ونشرها في وسائل الإعلام التقليدية إلى جانب

بثها على وسائل التواصل الاجتماعي والتي تتمتع بالقدرة على الوصول إلى مجتمع المستخدمين على الفور، سواء على المستوى الفردي أو في المجتمع. وفي ذات الإطار أبرزت دراسة (Adi, Setiautami, 2023)⁶² أن الرسوم البيانية بمثابة أداة لتوصيل الأخبار فهي ليست فعالة في نقل المعلومات وتسهيل فهمها وتذكرها بل تساهم في استعادة ثقة الجمهور المستهدف، كما أثبتت دراسة (El- Saman, 2022)⁽⁶³⁾ التأثير الإيجابي لاستخدام الإنفوجرافيك على القراء "فهم المحتوى وتذكره، كما أضافت دراسة (Suleiman, 2023)⁶⁴ أن الرسوم البيانية تعد أدوات اتصال فعالة جذابة يمكنها تعزيز الفهم والتذكر، ويمكن مشاركتها بسهولة في هذا الرقمي العصر من خلال منصات مختلفة، كما أثبتت دراسة (الناصر، 2021)⁶⁵ أن هناك اهتمام بعنصر الفيديو، وذلك لأنه يتم بث مقاطع من اللقاء الرسمية للوزراء أو رؤساء الجهاز أو رئيس الوزراء، أو مقاطع فيديو من مشاركة الرسمية في المؤتمرات الرسمية التي تعقدتها هذه المؤسسات الحكومية، وأن توظيف الفيديوها يساهم في تقديم شرح أكثر لتفاصيل اقتصادية وتبسيطها، ويمكن من شرح الخطوات والحلول التي تنتهجها المؤسسات الرسمية في مواجهة الأزمات، كما أكدت دراسة (التوأم، 2016)⁶⁶ على تأكيد النخبة على ضرورة نشر مقاطع الصوت والفيديو مع المحتوى الإخباري للدلالة على صدق المحتوى ثم الصور، كما أوضحت دراسة (Alam 2016)⁶⁷ أن نشر الصور والفيديوها يزيد التفاعل من قبل المواطنين واندماجهم مع المحتوى.

الجزء الثاني: نتائج تحليل مضمون قضايا الشأن العام الأردني على القنوات الفضائية بالشبكات الاجتماعية:

- الموضوعات الرئيسية التي عالجتها قنوات الدراسة لقضايا الشأن العام الأردني:



شكل رقم (2)

الموضوعات الرئيسية التي عالجتها عينة الدراسة

تظهر بيانات الشكل رقم (2) الموضوعات الرئيسية التي عالجتها قنوات الدراسة لموضوعات قضايا الشأن العام الأردني، حيث جاءت الموضوعات الاقتصادية على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الأولى بنسبة (25.7%) وبنسبة (27.2%) وبنسبة (23.0%) على التوالي، بينما جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثانية على التلفزيون الأردني وقناة المملكة بواقع (439) تكراراً وبنسبة (22.1%) وبواقع (589) تكراراً وبنسبة (23.8%) على التوالي، في حين جاء في المرتبة الثانية على قناة رؤيا للموضوعات الثقافية والفنية بواقع (533) تكراراً وبنسبة (22.3%)، وجاءت الموضوعات الاجتماعية على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الثالثة بواقع (420) تكراراً وبنسبة (21.2%) وبواقع (550) تكراراً وبنسبة

(22.3%) وبواقع (490) تكراراً وبنسبة (20.5%) على الترتيب، وكانت المرتبة الرابعة على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة للموضوعات "الصحية" بواقع (319) وبنسبة (16.1%) وبواقع (330) وبنسبة (13.4%) على الترتيب، في حين كانت المرتبة الرابعة على قناة رؤيا للموضوعات "السياسية" بواقع (401) تكراراً وبنسبة (16.8%).

وجاءت الموضوعات "الثقافية والفنية" في المرتبة الخامسة على التلفزيون الأردني وقناة المملكة بواقع (201) تكراراً وبنسبة بلغت (10.1%) وبواقع (231) وبنسبة (9.3%) على الترتيب بينما كانت على قناة رؤيا للموضوعات "الصحية" بواقع (323) تكراراً وبنسبة بلغت (13.5%). وكانت الموضوعات الرياضية في المرتبة السادسة على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بواقع (89) تكراراً وبنسبة (4.5%) وبواقع (93) تكراراً وبنسبة (3.8%) وبواقع (90) تكراراً وبنسبة (3.8%) على الترتيب، وجاءت الموضوعات "أخرى" في المرتبة الأخيرة على قنوات الدراسة بواقع (7) تكراراً وبنسبة (0.4%) وبواقع (5) تكراراً وبنسبة (0.2%) وبواقع (3) تكراراً وبنسبة (0.1%) على التوالي.

ويفسر الباحث النتيجة التي توصلت لها الدراسة في توزيع الموضوعات الرئيسية المتعلقة بقضايا الشأن العام الأردني، عائد إلى أنّ التلفزيون الأردني وقناة المملكة يعتمدان في سياستهما التحريرية بالتركيز على الشؤون الاقتصادية والسياسية للأحداث التي يُعنى بها الأردنيون والتي تهمّهم وتلامس اهتماماتهم الحياتية والمعيشية، كما أنّ التلفزيون الأردني وقناة المملكة يعتبران الإعلام الرسمي في المملكة ولهذا يقع على عاتقهما تقديم محتوى إعلامي شامل يلبي حاجات الجمهور من منطلق نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تعتمد

على مجموعة من المبادئ التي يتم بواسطتها التعامل مع المعايير أو الاعتبارات الرئيسية المرتبطة في الأداء الإعلامي.

وتتفق هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة مع دراسة⁶⁸ (Al Serhan, F. 2022) التي تعتبر الإعلام من أهم الوسائل التي تستخدمها الحكومة الأردنية في تنفيذ الأهداف الاستراتيجية سواء أكان في المجال السياسي أو الاقتصادي أو حتى الاجتماعي، وتختلف النتيجة السابقة مع دراسة⁶⁹ (Jordan, K.2022) التي وصفت قدرة وسائل الإعلام على التأثير في بروز الموضوعات في الأجندة العامة، والتي تشير بدورها إلى اهتمامات المواطنين العاديين، على الرغم من أن وسائل الإعلام (ال جماهيرية) لها دور مركزي في وضع الأجندة لأن لها تأثيراً كبيراً واحتكارياً على الموضوعات التي يفكر فيها الناس، لكن ربما تغير هذا مع ظهور وسائل الإعلام عبر الإنترنت التي خلقت معلومات غير محدودة وفرصاً للكثير من القوى الفاعلة الرسمية وغير الرسمية من التأثير على اتجاهات الجمهور واجندتهم فيما يتعلق بقضايا الشأن العام في الأردن.

القضايا المتفرعة عن الموضوعات الرئيسية التي قدمتها قنوات الدراسة في تغطيتهما لقضايا الشأن العام الأردني المثارة بالقنوات الفضائية على شبكات التواصل الاجتماعي:

أولاً: المضامين السياسية:

جدول رقم (4)

المضامين السياسية التي عالجتها عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		المضامين السياسية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
24	6.0%	102	17.3%	66	15%	الحريات والإصلاح السياسي

77	17.5%	91	15.4%	33	8.2%	تأثيرات القضية الفلسطينية على الشأن الأردني
50	11.4%	126	21.4%	41	10.2%	عدم استقرار الدول المجاورة للمملكة الأردنية الهاشمية وتأثيراتها عليها
22	5%	31	5.3%	58	14.5%	مكافحة الإرهاب والتطرف
39	8.9%	40	6.8%	83	20.7%	امتيازات الجنسية الأردنية
14	3.2%	59	10.0%	21	5.2%	تأثيرات الواسطة والمحسوبية
73	16.6%	66	11.2%	71	17.7%	قضايا الحقوق المدنية والسياسية والأثر على المجال العام
92	21%	65	11.0%	60	15.0%	البيئة التشريعية والسياسات الداعمة لقضايا المواطنين
6	1.4%	9	1.5%	10	2.5%	التقابات المهنية والعمالية والإضرابات
439	100%	589	100%	401	100%	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (4) المضامين السياسية التي عالجتها عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى على مستوى القنوات الثلاث، قضية "البيئة التشريعية والسياسات الداعمة لقضايا المواطنين" بالتلفزيون الأردني بنسبة (20%)، في حين جاءت قضية "عدم استقرار الدول المجاورة وتأثيراتها على السياسة الأردنية" بقناة المملكة بنسبة (21.4%)، أما على قناة رؤيا فكان لمضمون "أبناء وبنات الأردنيات وامتيازات الجنسية الأردنية" بنسبة (20.7%). بينما حلّ في المرتبة الثانية على التلفزيون الأردني قضية "القدس وتأثيرات القضية الفلسطينية على الشأن الأردني" بنسبة (17.5%)، وجاءت قضية "الحريات العامة والإصلاح السياسي" على قناة المملكة بنسبة (17.3%)، أما على قناة رؤيا فجاءت قضية "قضايا الحقوق المدنية والسياسية وتأثيراتها على المجال العام" بنسبة (17.7%).

وفيما يتعلق بالترتيب الثالث جاءت قضية "الحريات العامة والإصلاح السياسي" على التلفزيون الأردني بنسبة (15%)، في حين جاءت على قناة المملكة قضية "القدس وتأثيرات القضية الفلسطينية على الشأن الأردني" بنسبة (15.4%)، كما جاء في ذات المرتبة على قناة رؤيا المضمون "محااربة الإرهاب والتطرف" بنسبة (14.5%)، حيث

وأوضحت كل من دراسة (إبراهيم، 2023)⁷⁰ ودراسة (بن سباغ، 2023)⁷¹ بروز دور الإعلام الرقمي الأمني عبر المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية في مناقشة القضايا الأمنية وطرحها على الساحة المحلية والدولية وربط المواطنين في الداخل والخارج بهموم وقضايا بلدهم، وكذلك تعظيم دورهم في التصدي للهجمات الإرهابية وإزالة المعوقات أمامه في تحقيق ذلك.

وبالنسبة للمرتبة الرابعة جاءت قضية "عدم استقرار الدول المجاورة وتأثيراتها على السياسة الأردنية" على التلفزيون الأردني بنسبة (11.4%)، بينما جاءت على قناة المملكة قضية "فضايا الحقوق المدنية والسياسية وتأثيراتها على المجال العام" بنسبة (11.2%)، كما جاءت على قناة رؤيا قضية "البيئة التشريعية والسياسات الداعمة لقضايا المواطنين" بنسبة (15.0%). وجاء في المرتبة الخامسة المضمون "فضايا الحقوق المدنية والسياسية وتأثيراتها على المجال العام" على التلفزيون الأردني بنسبة (16.6%)، في حين جاءت على قناة المملكة قضية "البيئة التشريعية والسياسات الداعمة لقضايا المواطنين" بنسبة (11.0%)، بينما جاءت على قناة رؤيا قضية "عدم استقرار الدول المجاورة وتأثيراتها على السياسة الأردنية" بنسبة (10.2%).

ويرى الباحث من النتائج التي توصلت لها الدراسة أنّ هناك تنوع واختلاف فيما يتعلق بالمضامين السياسية لموضوعات الشأن العام الأردني على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، وهذا الاختلاف ربما قد يعود إلى تنوع استراتيجيات القنوات الإخبارية بتغطية الأحداث والموضوعات السياسية والاقتصادية وغيرها، حيث جاء في المرتبة الأولى المضمون السياسي "البيئة التشريعية والسياسات الداعمة لقضايا المواطنين" على التلفزيون الأردني وذلك لاعتباره وسيلة إعلام رسمية حكومية تُعنى بنقل الأحداث والقضايا المحلية التي تمم المواطنين، في حين جاء في المرتبة الأولى على قناة المملكة المضمون السياسي "

عدم استقرار الدول المجاورة وتأثيراتها على السياسة الأردنية؛ وذلك لكونها وسيلة الإعلام الضامن للتعددية والتشاركية الذي يعكس اهتمامات المواطنين كلهم ومخاطبتهم دون استثناء، كما اتبعت القنوات الإخبارية استراتيجية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من منطلق أنها تعتبر من أكثر مواقع الانترنت رواجًا خصوصًا بين فئة الشباب، إذ أن هذه المواقع تضم العديد من الشخصيات العالمية بالإضافة إلى الكثير من المعلومات التي تُنشر عليها بحيث أصبحت تُعد مواقعًا إعلامية أكثر منها اجتماعية، وذلك بسبب كثرة الأخبار التي تنشر عليها مدعومة بالصور والفيديوهات.

وتتفق هذه النتيجة التي توصلت إليها الدراسة مع دراسة (Olviia ,Svitlana,) (2018)⁷²، التي أظهرت أن هناك عدد قليل من مواضيع المحتوى الأكثر شيوعًا (السياسة، الحرب والاقتصاد) التي تسبب انتشار المعلومات، بالإضافة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على الرأي العام واتجاهات الشعب نحوه. كما تتفق هذه النتيجة التي توصلت إليها الدراسة مع دراسة (طارق، هجلة، مروة، 2017)⁷³، التي كشفت عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقع فيسبوك في تنمية الوعي السياسي لدى المواطنين، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الثقافة السياسية وتعززها ويفضلها يصبح المواطن قادر على التحليل السياسي والمشاركة السياسية، بالإضافة إلى أن المواطنين يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقع فيسبوك على الإعلام التقليدي في الاطلاع على المعلومات السياسية وجمعها.

ثانيًا: المضامين الاقتصادية:

جدول رقم (5)

المضامين الاقتصادية التي عالجتها عينة الدراسة عند تغطيتها لموضوعات الشأن

العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		المضامين الاقتصادية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
20.0%	110	22.4%	151	19.3%	98	ارتفاع أسعار المواد الغذائية والمشتقات النفطية
17.8%	98	18.6%	125	18.9%	96	التوظيف ومشكلات الفقر والبطالة
14.7%	81	16.5%	111	18.1%	92	الكهرباء وشمول المواطنين بالدعم الحكومي
12.0%	66	12.3%	83	13.9%	71	الأعباء الضريبية والجمركية وارتفاع كلف الإنتاج
12.9%	71	12.0%	81	10.2%	52	سكة حديد قطار عمان- الزرقاء والباص السريع وتحديات أمام وسائل النقل العام
11.1%	61	11.1%	75	8.4%	43	الشباب وقضايا الهجرة
8.2%	45	3.4%	23	8.1%	41	البنى التحتية وتنفيذ المشاريع التنموية
3.4%	19	3.6%	24	3.1%	16	محرابة الفساد والاحتيال وغسيل الأموال
100%	551	100%	673	100%	509	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (5) المضامين الاقتصادية التي عالجتها عينة الدراسة عند تغطيتها لموضوعات الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى قضية " ارتفاع أسعار المواد الغذائية والمشتقات النفطية" لكل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، بنسبة (19.3%) وبنسبة (22.4%) وبنسبة (20.0%) على التوالي، وحلّ في المرتبة الثانية قضية "التوظيف ومشكلات الفقر والبطالة" لكل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، بنسبة (18.9%) وبنسبة (18.6%) وبنسبة (17.8%) على الترتيب، كما جاء في المرتبة الثالثة لكل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا قضية "الكهرباء وشمول المواطنين بالدعم الحكومي" بنسبة (18.1%) وبنسبة (18.6%) وبنسبة (14.7%) على التوالي، ويلاحظ أن هذه القضايا تمس بشكل مباشر الجانب المعيشي للمواطن، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (أحمد، 2020)⁷⁴ أن أهم مؤشرات الأداء الاقتصادي التي تعرّف عليها الجمهور من خلال وسائل الإعلام الرقمي تمثلت في "تحرر سعر الصرف" وأثره على ارتفاع الأسعار، يليها "انخفاض الواردات"، ثم "انخفاض

معدل البطالة"، يليها "ارتفاع الصادرات"، ثم "زيادة الاحتياطات الدولية من النقد الأجنبي"، يليها "تراجع معدل التضخم السنوي"، ثم "ارتفاع تدفقات النقد الأجنبي"، وأخيراً جاء "انخفاض أسعار الفائدة"، في حين أشارت دراسة (راشد، 2019)⁷⁵ إلى أن درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني وفي معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية جاء متوسطاً، وأوصت بتفعيل دور المواقع بصورة إيجابية أكثر وبما يلامس احتياجات المواطن.

وجاءت قضية "الأعباء الضريبية والرسوم الجمركية وارتفاع كلف الإنتاج" على التلفزيون الأردني وقناة المملكة في المرتبة الرابعة، بنسبة (13.9%) وبنسبة (12.3%) على الترتيب، في حين كان على قناة رؤيا قضية "سكة حديد قطار عمان- الزرقاء والباص السريع وتحديات أمام وسائل النقل العام" بنسبة (12.9%)، وجاء في المرتبة الخامسة قضية "سكة حديد قطار عمان- الزرقاء والباص السريع وتحديات أمام وسائل النقل العام" على التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (10.2%) وبنسبة (12.0%) على التوالي، أما كان على قناة رؤيا قضية "الأعباء الضريبية والرسوم الجمركية وارتفاع كلف الإنتاج" بنسبة (12.0%).

يفسر الباحث هذه النتيجة التي توصلت إليها الدراسة أنّ القنوات الإخبارية تتبلور مهمتها الأساسية في نقل الأخبار وتغطية كافة القضايا المحلية التي تُعنى بالمواطنين، حيث بلغت أعلى نسبة في تغطية معظم المضامين الاقتصادية في قناة المملكة؛ وذلك تجسداً لدورها الرئيسي في نقل القضايا والشؤون الاقتصادية التي تلامس المواطنين وتركيزه في تسليط الضوء على المشكلات والتحديات التي تواجه المواطن لا سيما التحديات الاقتصادية حيث جاء المضمون "ارتفاع الأسعار المواد الغذائية والمشتقات النفطية" في المرتبة الأولى لقناة المملكة؛ وذلك لأنّ قناة المملكة تلتزم بأسس الخدمة الإعلامية العامة،

فهي تسعى إلى تقديم نموذجٍ أردنيٍّ جديدٍ في الإعلام العام، وفق استراتيجية إعلامية مستقلة وحرية في النقاش العام وتعهدًا بإخبار المجتمع بكافة المحريات الداخلية والخارجية ومناقشة الأوضاع السياسية والاقتصادية بكل شفافية ووضوح.

ثالثاً: المضامين الاجتماعية:

جدول رقم (6)

المضامين الاجتماعية التي عالجتها عينة الدراسة عند تغطيتها لموضوعات الشأن

العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		المضامين الاجتماعية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
12.4%	61	9.1%	50	12.1%	51	ظاهرة التسول وعمالة الأطفال وغياب الرقابة عليها
15.1%	74	10.7%	59	9.3%	39	العلاقات الأسرية وارتفاع معدلات الطلاق والعنوسة
21.0%	103	7.5%	41	3.8%	16	العنف ضد المرأة والمعيقات المجتمعية التي تواجهها
4.3%	21	13.3%	73	2.6%	11	المجتمع وقضايا التحولات الديموغرافية
4.9%	24	18.0%	99	5.7%	24	الخدمات الصحية والتمكّن من الوصول إليها.
5.9%	29	10.9%	60	18.6%	78	المعتقدات والسلوكيات والاتجاهات المجتمعية
4.1%	20	8.5%	47	19.3%	81	المعيشة وأنماط الحياة الصحية السليمة
6.3%	31	14.5%	80	23.1%	97	التدريب المهني والتقني ودعم الإقبال عليه
7.8%	38	4.4%	24	2.4%	10	الجريمة والأمراض الاجتماعية
18.2%	89	3.1%	17	3.1%	13	معالجة التقاليد الاجتماعية الجندرية وتأثيراتها السلبية
100%	490	100%	550	100%	420	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (6) المضامين الاجتماعية التي عالجتها عينة الدراسة عند تغطيتها لموضوعات الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى قضية "التدريب المهني والتقني ودعم الإقبال عليه" على التلفزيون الأردني بنسبة (23.1%)، في حين كان لقناة المملكة قضية "الخدمات الصحية والتمكّن من الوصول إليها" بنسبة (18.0%)، أما على قناة رؤيا فجاءت قضية "العنف ضد المرأة والمعيقات المجتمعية التي تواجهها" بنسبة (21.0%)، بينما حلّ في المرتبة الثانية قضية "المعيشة وأنماط الحياة الصحية السليمة" على التلفزيون الأردني بنسبة (19.3%)، في حين جاء على قناة

المملكة قضية "التدريب المهني والتقني ودعم الإقبال عليه" بنسبة (14.5%)، أما كان على قناة رؤيا قضية "معالجة التقاليد الاجتماعية الجندرية وتأثيراتها السلبية" بنسبة (18.2%)، وفي هذا الإطار أشارت دراسة (كروم الدين، 2021)⁷⁶ لاهتمام المعالجة الإعلامية عبر الإعلام الجديد بموضوع ختان الاناث والزواج المبكر والعنف، كما أكدت دراسة (Henri, 2017)⁷⁷ على تحقيق التغيير الاجتماعي من أثار العنف عبر توظيف أدوات الإعلام الجديد بطرح مواد تعمل على تقديم خدمات التدخل المجتمعية في مواجهة أثار العنف.

وجاء مضمون "المعتقدات والسلوكيات والاتجاهات المجتمعية" في المرتبة الثالثة على التلفزيون الأردني بنسبة (18.6%)، أما على قناة المملكة فكان لمضمون "المجتمع وقضايا التحولات الديموغرافية" بنسبة (13.3%)، في حين جاء على قناة رؤيا مضمون "العلاقات الأسرية وارتفاع معدلات الطلاق والعنوسة" بنسبة (15.1%)، وجاء في المرتبة الرابعة قضية "ظاهرة التسوّل وعمالة الأطفال وغياب الرقابة عليها" لكل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا بنسبة (12.1%) وبنسبة (12.4%) على الترتيب، في حين جاء على قناة المملكة مضمون "المعتقدات والسلوكيات والاتجاهات المجتمعية" بنسبة (10.9%).

بينما حلّ مضمون "العلاقات الأسرية وارتفاع معدلات الطلاق والعنوسة" في المرتبة الخامسة على التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (9.3%) وبنسبة (10.7%) على التوالي، أما كان على قناة رؤيا مضمون "الجريمة والأمراض الاجتماعية" بنسبة (7.8%)، وجاء في المرتبة السادسة قضية "الخدمات الصحيّة والتمكّن من الوصول إليها" على التلفزيون الأردني بنسبة (5.7%)، في حين حل قضية "ظاهرة التسوّل وعمالة الأطفال

وغياب الرقابة عليها" على قناة المملكة بنسبة (9.1%)، أما على قناة رؤيا فكان لمضمون "التدريب المهني والتقني ودعم الإقبال عليه" بنسبة (6.3%).

وحلّ قضية "العنف ضد المرأة والمعيقات المجتمعية التي تواجهها" في المرتبة السابعة لكل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (3.8%) وبنسبة (7.5%) على الترتيب، في حين جاء على قناة رؤيا مضمون "المعتقدات والسلوكيات والاتجاهات المجتمعية" بنسبة (5.9%)، وجاء في المرتبة الثامنة مضمون "معالجة التقاليد الاجتماعية الجندرية وتأثيراتها السلبية" على التلفزيون الأردني بنسبة (3.1%)، في حين جاء على قناة المملكة مضمون "المعيشة وأنماط الحياة الصحية السليمة" بنسبة (8.5%)، أما على قناة رؤيا فكان لمضمون "الخدمات الصحيّة والتمكّن من الوصول إليها" بنسبة (4.9%).

بينما حلّ في المرتبة التاسعة على كل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا مضمون "المجتمع وقضايا التحولات الديموغرافية" بنسبة (2.6%) وبنسبة (4.3%) على التوالي في حين جاء على قناة المملكة مضمون "الجريمة والأمراض الاجتماعية" بنسبة (4.4%)، وجاء في المرتبة الأخيرة قضية "الجريمة والأمراض الاجتماعية" على التلفزيون الأردني بنسبة (2.4%)، في حين جاء على قناة المملكة مضمون "معالجة التقاليد المجتمعية الجندرية وتأثيراتها السلبية" بنسبة (3.1%)، أما على قناة رؤيا فكان لمضمون "المعيشة وأنماط الحياة الصحيّة السليمة" بنسبة (4.1%).

يرى الباحث من النتيجة التي توصلت إليها الدراسة أنّ القنوات الفضائية الإخبارية الرسمية تلتزم باستراتيجية محددة في تغطية الأخبار والأحداث المحلية التي تمّ الشأن العام الأردني، بينما القنوات الإخبارية الخاصة تستطيع وضع أيديولوجيات مرنة في تغطية القضايا وتسليط الضوء على موضوعات سياسية تارة واجتماعية تارة أخرى، لهذا تفاوتت النسب في تغطية الموضوعات الإجتماعية بين القنوات الفضائية (التلفزيون الاردني، قناة

المملكة، قناة رؤيا) وهذا ربما يعود الى مدى اهتمام القنوات بالأحداث الجارية، بالإضافة الى أنّ اهتمام الإعلام الرسمي في تغطية القضايا المثارة أكثر من إهتمامه في القضايا المجتمعية الى حدٍ ما.

رابعاً: المضامين الثقافية والفنية

جدول رقم (7)

المضامين الثقافية والفنية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		المضامين الثقافية والفنية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
8.3%	44	%6.1	14	%5.5	11	دور المسرح في الوقوف على طبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده وعرض قضاياها المختلفة
11.8%	63	%18.6	43	%19.9	40	الكفايات المهنية وتحسين جودة التعليم
9.6%	51	%9.1	21	%10.4	21	العولمة وبيان إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
13.1%	70	%29.4	68	%26.4	53	أهمية البحث العلمي للمجتمع ودوره في تعزيز ودعم التعليم العالي.
16.7%	89	%14.3	33	%12.4	25	الإنترنت والشبكات الاجتماعية ودورها في نقل المعلومات والأفكار
22.7%	121	%15.6	36	%18.9	38	برامج تمكين المجتمعات لمواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية.
17.8%	95	%6.9	16	%6.5	13	المستويات الثقافية والفنية والسلوك المجتمعي.
%100	533	%100	231	%100	201	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (7) المضامين الثقافية والفنية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى قضية "أهمية البحث العلمي للمجتمع ودوره في تعزيز ودعم التعليم العالي" لكل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة، بنسبة (26.4%) وبنسبة (29.4%) على الترتيب، في حين جاء مضمون "برامج تمكين المجتمعات لمواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية" على قناة رؤيا بنسبة (22.7%)، وحلّ في المرتبة الثانية قضية "الكفايات المهنية وتحسين جودة التعليم" على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (19.9%) وبنسبة (18.6%) على

التوالي، أما على قناة رؤيا فكان لقضية "المستويات الثقافية والفنية والسلوك المجتمعي" بنسبة (17.8%)، كما جاء في المرتبة الثالثة على التلفزيون الأردني وقناة المملكة قضية "برامج تمكين المجتمعات لمواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية" بنسبة (18.9%) ونسبة (15.6%) على التوالي، في حين جاء مضمون "الإنترنت والشبكات الاجتماعية ودورها في نقل المعلومات والأفكار" على قناة رؤيا بنسبة (16.7%)، وبخصوص هذه النتيجة أوضحت دراسة (قويدر، مبدع، 2017)⁽⁷⁸⁾ أن موقع الفيسبوك يساهم بنسبة مرتفعة في نشر الوعي البيئي المستدام وبالتالي أصبح الفيس بوك وسيلة مهمة للاطلاع على الاخبار والمعلومات في شتى المجالات.

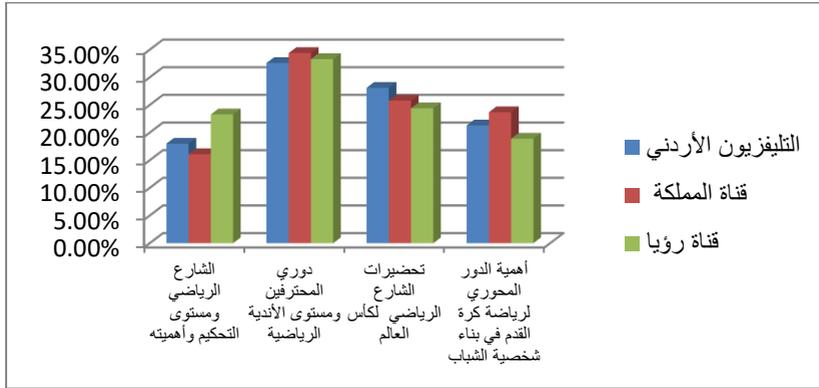
وحلّ في المرتبة الرابعة جاءت قضية "الإنترنت والشبكات الاجتماعية ودورها في نقل المعلومات والأفكار" على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (12.4%) ونسبة (14.3%) على الترتيب، في حين جاء على قناة رؤيا قضية "أهمية البحث العلمي للمجتمع ودوره في تعزيز ودعم التعليم العالي" بنسبة (13.1%)، وفي المرتبة الخامسة جاء قضية "العولمة وبيان إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي" لكل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (10.9%) ونسبة (9.1%) على الترتيب، أما على قناة رؤيا فكان لمضمون "الكفايات المهنية وتحسين جودة التعليم" بنسبة (11.8%).

وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاء قضية "المستويات الثقافية والفنية والسلوك المجتمعي" لكل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (6.5%) ونسبة (6.9%) على التوالي، في حين جاءت قضية "العولمة وبيان إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي" على قناة رؤيا بنسبة (9.6%)، وجاء في المرتبة السابعة والأخيرة جاءت قضية "دور المسرح في الوقوف على طبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده وعرض قضاياها المختلفة" لكل

من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، بنسبة (5.5%) وبنسبة (6.1%) وبنسبة (8.3%) على التوالي.

ويفسر الباحث النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بالمضامين الثقافية والفنية التي غطتها القنوات الفضائية إلى مدى تفاوت نسبة تغطية المضامين الثقافية تبعاً لسياسة واستراتيجية كل قناة، قد يعود هذا إلى أنّ القنوات الإخبارية الرسمية لها نهج مختلف في نقل القضايا والأحداث، فهي ذات طابع رسمي يُعنى بتغطية القضايا التي تم الشأن العام الأردني، لهذا فإن معظم الموضوعات الثقافية والفنية لم يتم التركيز عليها بما يكفي على اعتبار أنّ الشارع الأردني يهتم أكثر بالأوضاع السياسية والإقتصادية، وهنا جاء دور القنوات الفضائية الخاصة التي مارست دور كبير في تغطية الموضوعات الفنية والثقافية وهذا ربما يعود إلى نهج السياسة التحريرية في قناة رؤيا.

خامساً: المضامين الرياضية:



شكل رقم (3)

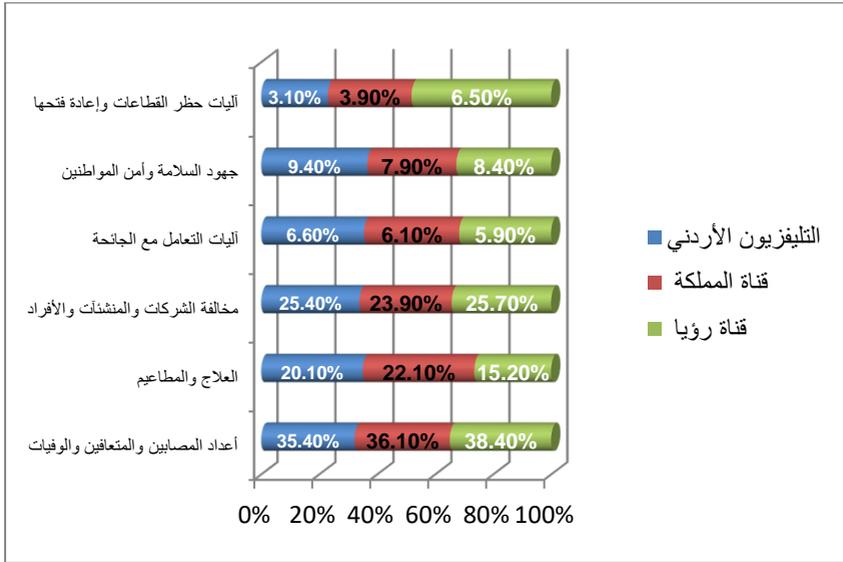
المضامين الرياضية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني

تظهر بيانات الشكل رقم (3) المضامين الرياضية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني، حيث جاءت قضية "دوري المحترفين ومستوى الأندية الرياضية" في المرتبة الأولى على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، بنسبة (32.6%) ونسبة (34.4%) ونسبة (33.3%) على التوالي. وجاء في المرتبة الثانية قضية "تحضيرات الشارع الرياضي لكأس العالم" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (28.1%) ونسبة (25.8%) ونسبة (24.4%) على الترتيب، بينما حلّ في المرتبة الثالثة قضية "أهمية الدور المحوري لرياضة كرة القدم في بناء شخصية الشباب" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (21.3%) ونسبة (23.7%) ونسبة (18.9%) على التوالي.

يرى الباحث هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بالمضامين الرياضية التي عالجتها القنوات الفضائية الى توافق جميع سياسات القنوات الفضائية في تغطية البرامج الرياضية سواء المحلية أم العالمية، وهذا ربما يعود الى معرفة القنوات الفضائية باهتمام الشارع الأردني بالرياضة والأندية، حيث تهدف الى تنمية الوعي الرياضي لدى المجتمع .

تتفق هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة مع دراسة (سعيد وآخرون، 2015)⁷⁹ التي أظهرت دور الفضائيات الرياضية في تحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي أو كجزء من الثقافة العامة، ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة اعلامية خاصة به حيث يتوقف تطور هذه المنظومة بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضا على إمكاناته المادية والبشرية.

سادساً: المضامين الصحية:



شكل رقم (4)

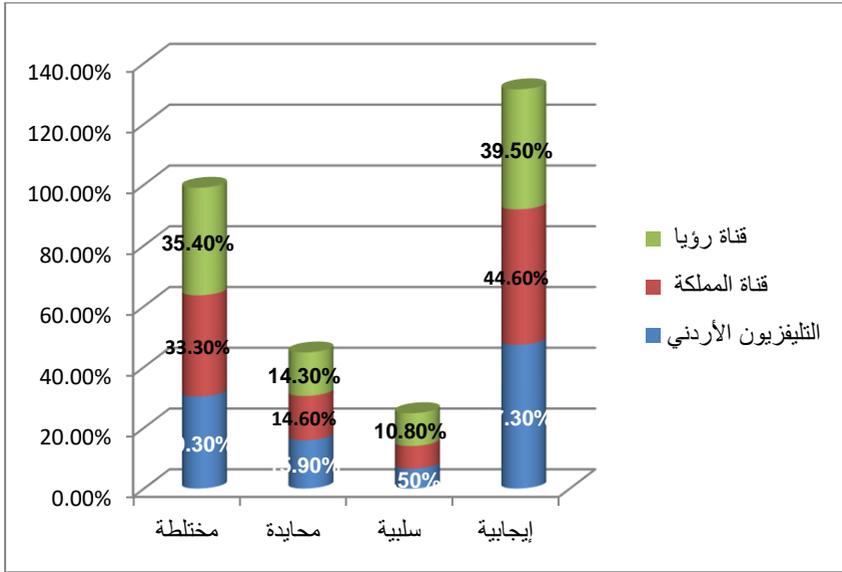
المضامين الصحية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني

تظهر بيانات الشكل رقم (4) المضامين الصحية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني، حيث جاءت قضية "أعداد المصابين والمتعافين" في المرتبة الأولى على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (35.4%) وبنسبة (36.1%) وبنسبة (38.4%) على التوالي، أما في المرتبة الثانية فقد جاءت قضية "مخالفة الشركات والمنشآت والأفراد" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (25.4%) وبنسبة (23.9%) وبنسبة (25.7%) على التوالي، وقد حلّ في المرتبة الثالثة قضية "العلاج والمطاعيم" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (20.1%) وبنسبة (22.1%) وبنسبة (15.2%) على الترتيب، وجاءت

قضية "جهود السلامة وأمن المواطنين" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الرابعة بنسبة (9.4%) وبنسبة (7.9%) وبنسبة (8.4%) على التوالي، وفي المرتبة الخامسة جاءت قضية "آليات التعامل مع الجائحة" على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (6.6%) وبنسبة (6.1%) على التوالي، في حين جاء على قناة رؤيا قضية "آليات حظر القطاعات وإعادة فتحها" بنسبة (6.5%)، وجاء في المرتبة الأخيرة على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة قضية "آليات حظر القطاعات وإعادة فتحها" بنسبة (3.1%) وبنسبة (3.9%)، بينما على قناة رؤيا جاءت قضية "آليات التعامل مع الجائحة" بنسبة (5.9%).

يشير الباحث من النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بالمضامين الصحية التي عالجتها عينة الدراسة لموضوعات الشأن العام الأردني، كشفت مدى اهتمام الإعلام بالجانب الصحي للمجتمع حيث كانت من أهم اولويات القنوات الفضائية العناية بالصحة وتنقيف الانسان حتى يحافظ على نعمة الصحة والعافية ويأتي منها تحقيق التطور والتنمية المستدامة، حيث بلغت النسبة الاكبر حول معالجة مضمون " أعداد المصابين والمتعافين والوفيات " و قد يعود إتيان هذا المضمون في مقدمة أدوار القنوات في معالجته الى اهتمام الجمهور بالنسب و اهتمام الإعلام بتصحيح المعلومات المغلوطة التي تتشكّل عند الجمهور إثر تعرّضهم لمصادر اعلامية مختلفة، وجاءت قناتي المملكة ورؤيا في مقدمة القنوات الفضائية الأردنية التي يعتمد عليها الجمهور، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية الأطر المعرفية ضمن الإطار المحدد بقضية حيث يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لارتباطه بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته.

قيم التغطية الإعلامية في القنوات التلفزيونية الأردنية:



شكل رقم (5)

فئة قيم التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني

تظهر بيانات الشكل رقم (5) لفئة قيم التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى قيم "إيجابية" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (47.3%) وبنسبة (44.6%) وبنسبة (39.5%) على التوالي، وجاء قيم "مختلطة" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الثانية بنسبة (30.3%) وبنسبة (33.3%) وبنسبة (35.4%) على الترتيب، بينما حلّ قيم "محايدة" في المرتبة الثالثة على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (15.9%) وبنسبة (14.6%) وبنسبة (14.3%) على التوالي، وحلّ قيم "سلبية" في المرتبة الرابعة

على التلفزيون الأردني وفتاوي المملكة ورؤيا بنسبة (6.5%) وبنسبة (7.5%) وبنسبة (10.8%) على الترتيب.

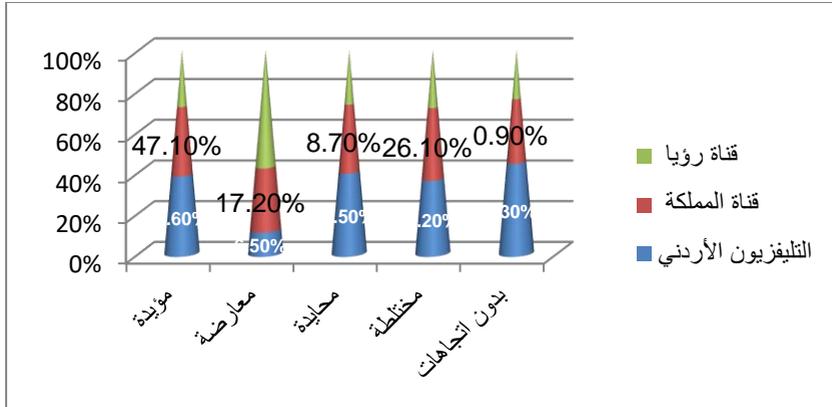
يفسر الباحث هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بفئة قيم "التغطية الإعلامية" لقضايا الشأن العام الأردني، حيث أنّ الإعلام الرسمي (التلفزيون الأردني وفتاة المملكة) تهدفان الى الإرشاد والتنقيف والتوعية لحشد التعاون بين الشعب والدولة لصالح البلاد، وتغطية الأحداث والقضايا المحلية التي يُعنى بها الشأن العام الأردني من جهة أنها تعتبر المصدر الوحيد للتأكيد على الأحداث المحلية، كما أنها تابعة لمؤسسات حكومية أو مملوكة للدولة وليس لأفراد كما هو الحال في الإعلام الخاص الذي أصبح ينافس الإعلام العام في متابعة الجمهور، الذي تغلب عليه في بعض الأحيان لوجود مبالغ ضخمة ينفقها القطاع الخاص لإنتاج أعمال قادرة على جذب الجمهور من الإعلام العام، وخصوصا بعد أن توقفت الدولة عن دعم الإعلام العام وتركه فريسة لمنافسة غير عادلة مع الإعلام الخاص، وما سهّل ازدهار الإعلام الخاص هو ضعف الرقابة على هذه المنصات والتي أصبح بعضها خطراً كبيراً على المجتمع مع خروجها دائماً عن النسق المهني والأخلاقي والأدبي واللجوء إلى الإبتزال والإثارة لجذب الانتباه وتحقيق عائدات من الإعلانات.

كما أنّ وسائل الإعلام الرسمي من الوسائل المملوكة أما للدولة وتوجد منذ عشرات السنين، أو قد تكون ملكاً للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانيات البشرية والتقنية، والأخرى ترتبط بعناصر رقيّ المجتمع وتطوّره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإنّ الأسلوب التي تعمل به

وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

تتفق هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة مع دراسة (مهران، 2019)⁸⁰ حيث أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للإعلام الخاص ينتشر عليها الكثير من الشائعات والمغالطات، وعلى الرغم من وجود هذه الشائعات إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل بارز في تشكيل الرأي العام في أغلب القضايا العامة، كما أوضحت دراسة (الربيعي، 2019)⁽⁸¹⁾ أن لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك دوراً كبيراً في بناء خطاب الكراهية، وجاءت دراسة (حسن، السيد لطفلي، 2022)⁸² أن الفيسبوك واليوتيوب موقعين لهم دور في تدعيم انتماء الفرد للجماعات المرجعية المختلفة، وهو ما يؤكد على ضرورة الاستفادة من الدور الذي تلعبه الشبكات في تطوير أنماط التفاعل الاجتماعي، كما أكدت دراسة **Kwon (2021)**⁸³ على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية ذات الدوافع الاجتماعية له تأثير أقوى على الثقة والمشاركة المدنية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية ذات الدوافع الإعلامية.

اتجاهات المعالجة الإعلامية في القنوات التليفزيونية الأردنية:



شكل رقم (6)

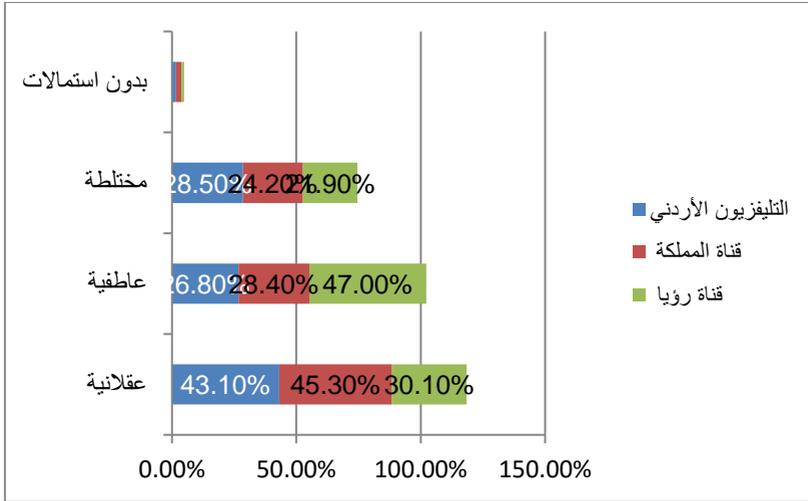
فئة اتجاهات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني

تظهر بيانات الشكل رقم (6) لفئة اتجاهات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني، حيث جاء فئة الاتجاه "مؤيدة" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الأولى بنسبة (54.6%) ونسبة (47.1%) ونسبة (39.3%) على التوالي، بينما جاء في المرتبة الثانية اتجاه "مختلطة" على التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (27.2%) ونسبة (26.1%) على الترتيب، في حين جاء على قناة رؤيا اتجاه "معارضة" بنسبة (32.0%). وحلّ في المرتبة الثالثة اتجاه "محايدة" على التلفزيون الأردني بنسبة (6.5%)، أما على قناة المملكة فكان لاتجاه "معارضة" بنسبة (17.2%)، في حين جاء على قناة رؤيا اتجاه "مختلطة" بنسبة (21.1%). وفي المرتبة الرابعة جاء اتجاه "معارضة" على التلفزيون الأردني بنسبة (6.5%)، في حين جاء اتجاه "محايدة" على قناتي المملكة ورؤيا بنسبة (8.7%) ونسبة (7.0%) على التوالي، وفي المرتبة الأخيرة جاء اتجاه "بدون اتجاهات" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (1.3%) ونسبة (0.9%) ونسبة (0.7%) على التوالي.

يفسّر الباحث هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق باتجاهات التغطية الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى اتجاه التغطية " مؤيد" على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة أعلى، وهذا ربما يعود الى موقف القنوات الفضائية الرسمية وسياستها التحريرية وتناولها للقضايا التي تم الشأن العام الأردني وايضاً التزام هذه القنوات بعرض الأحداث للجمهور بطريقة مؤيدة للمؤسسة، كما بينت نتيجة الدراسة أنّ معظم البرامج قدمت ضمن فئة مؤيد على كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة مما يشير الى وجود نقد سلمي اتجاه القضية المطروحة وآلية التعامل الرسمي أو المحلي معها، ومعظم هذه البرامج جاءت لتعبر عن قضايا وطنية ذات شأن عام حيث تقوم بتشكيل الاتجاهات والميول في كل القضايا التي تم المجتمع .

تتفق هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة مع دراسة (عبدالرزاق، 2013)⁸⁴ حيث أظهرت نتائج الدراسة أن المواقع الاجتماعية تُسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية للجمهور، كما تُسهم في طرح قضايا معاصرة تم المجتمع، وفي التأثير على سلوكياتهم وفكرهم السياسي مما ينعكس على الشارع السياسي، بالإضافة إلى أن معظم المواطنين مقتنعين بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مُحرّضاً رئيسياً على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية، وأشارت دراسة (قطبي، 2018)⁽⁸⁵⁾ أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت نسبياً في تحفيز الطلبة المغاربة على المشاركة في الحراك السياسي الذي انخرط فيه المغرب بعد عام 2011.

استمالات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني في القنوات التليفزيونية الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي:



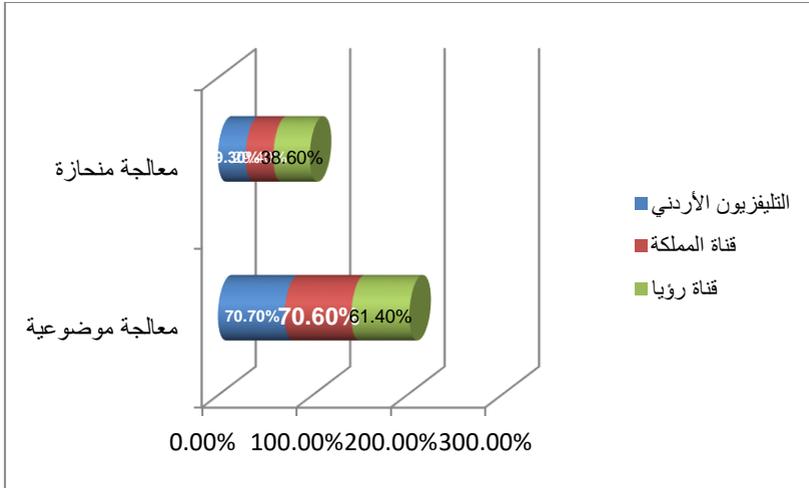
شكل رقم (7)

فئة استمالات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني

تظهر بيانات الشكل رقم (7) فئة استمالات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني، حيث جاء فئة الاستمالة "عقلانية" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الأولى بنسبة (43.1%) ونسبة (45.3%) ونسبة (30.1%) على التوالي، وجاء في المرتبة الثانية فئة استمالة "عاطفية" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (26.8%) ونسبة (28.4%) ونسبة (47.0%) على الترتيب، بينما حلّ في المرتبة الثالثة استمالة "مختلطة" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (28.5%) ونسبة (24.2%) ونسبة (21.9%) على التوالي، وجاء في المرتبة الأخيرة استمالة "بدون استمالات" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (1.7%) ونسبة (2.1%) ونسبة (1.0%) على الترتيب.

يفسّر الباحث هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بفئة استمالات المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني، حيث جاءت الاستمالات ضمن فئة "عقلانية" في المرتبة الأولى بنسبة (15.2%) وفئة "عاطفية" في المرتبة الثانية بنسبة (20.2%) لكل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، قد يعود هذا الى اهتمام القنوات بمعايير المعالجة الإعلامية واستمالة الرأي العام لأي قضية يتم طرحها لما لذلك من مساهمة فاعلة في ترتيب أولويات التعرّض لمضامين الإتصال ومن ثم تشكيل آراء الجمهور حول مختلف القضايا التي تدور على المستوى المحلي والإقليمي والدولي ومخاطبة المجتمع بطريقة عقلانية تارة وعاطفية تارة أخرى، كما تشير النسب الى حيادية القناة والتزامها بحيادية العمل الاعلامي كونها قناة خدمة عامة تلي احتياجات المواطن للمعرفة بحيادية ودون تدخل من القناة، فمثلا أشارت دراسة (علي، 2021)⁸⁶ بأنه تم تقديم الحجج والبراهين لإقناع الجمهور بأهمية التطبيع ومظاهره، كما أشارت دراسة (الطوخي، وعوض، 2023)⁸⁷ على أن تقديم الموضوعات الجادة في إطار إحصاءات ورسوم بيانية وأرقام يُعد من الأمور الإيجابية التي تدفع الجمهور لمتابعتها لأنه يقدم مزيد من التفسيرات الدقيقة في إطار جاذب ومقنع في ذات الوقت.

موضوعية المعالجة الإعلامية في القنوات التليفزيونية الأردنية على صفحاتها بشبكات التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (8)

موضوعية المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني

تظهر بيانات الشكل رقم (8) بموضوعية المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني على عينة الدراسة، حيث جاء في المرتبة الأولى على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا استمالة التغطية ضمن فئة "معالجة موضوعية" بنسبة (70.7%) وبنسبة (70.6%) وبنسبة (61.4%) على التوالي، وجاء في المرتبة الثانية استمالة التغطية ضمن فئة "معالجة منحازة" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (29.3%) وبنسبة (29.4%) وبنسبة (38.6%) على الترتيب.

يرى الباحث من النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بموضوعية المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني على القنوات التلفزيونية الأردنية، أنّ فئة "المعالجة الموضوعية" للقضايا جاءت في المرتبة الأولى على التلفزيون الأردني بنسبة (9.3%)، في حين جاءت فئة "المعالجة المنحازة" في المرتبة الثانية على قناة رؤيا بنسبة (9.3%)، قد يعود هذا الى

التزام القنوات الرسمية بالمصادقية والموضوعية في نقل الأحداث للجمهور من منطلق سياستها التحريرية والتزامها بمبادئ الاخلاق الإعلامية إلا أنّ كثيراً ما انحازت الوسائل الإعلامية الخاصة الى جانب أحد أطراف القضية وضربت بكل المبادئ والقيم الأخلاقية والمهنية عرض الحائط، فلم يعد للإعلام التقليدي الذي يخضع لسيطرة ملاكته وأجندتهم القول الفصل في تبين الأحداث ونقل الوقائع، بل في كثير من الأحيان يسبق الإعلام الخاص الإعلام الرسمي في كشف الحقائق وعرض وجهات النظر والتأثير في الرأي العام، وعرض جانب من القضية فقط، وتقديم الآراء على أنها حقائق، ومعالجة المعلومات بطريقة غير موضوعية، كما بينت الدراسة أن معظم البرامج التي عرضت على التلفزيون الاردني وقناة المملكة قد عرضت بشكل موضوعي ومهني وبدون أي تدخل للمشاعر.

الشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي للقنوات التلفزيونية الأردنية

جدول رقم (8)

الشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		الشخصيات الفاعلة
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
8.6%	49	9%	50	8.8%	55	الملك وولي العهد
22.2%	127	22%	130	22.2%	141	مواطنون عاديون
7.2%	41	6%	35	5.2%	33	رجال دين
17.8%	102	14%	81	12.1%	77	مؤسسات مجتمع مدني
8.4%	48	8%	46	8.1%	51	نقايون
6.5%	37	9%	51	11.4%	72	أعضاء البرلمان
10.3%	59	12%	67	8.4%	53	الوزراء وكبار المسؤولين
6.1%	35	7%	42	7.7%	49	رئيس الوزراء
9.6%	55	10%	60	12.3%	78	خبراء ومختصون
3.5%	20	3%	18	3.0%	19	أخرى
100%	573	100%	580	100%	634	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (8) الشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي للقنوات التلفزيونية، حيث جاء في المرتبة الأولى الشخصية الفاعلة ضمن فئة "مواطنون عاديون" على كل من التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (22.2%) وبنسبة (22.0%) وبنسبة (22.2%) على الترتيب، وجاء في المرتبة الثانية فئة "خبراء ومختصون" على التلفزيون الأردني بنسبة (12.3%)، في حين كان لفئة "مؤسسات مجتمع مدني" على قناتي المملكة ورؤيا بنسبة (14%) وبنسبة

(17.8%) على التوالي، بينما حلّ في المرتبة الثالثة فئة "مؤسسات مجتمع مدني" على التلفزيون الأردني بنسبة (12.1%)، أما على قناتي المملكة ورؤيا فكان لفئة " الوزراء وكبار المسؤولين" بنسبة (12%) ونسبة (10.3%) على التوالي.

يرى الباحث من النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بالشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية على حسابات شبكات التواصل، أنّ أكثر القوى الفاعلة في التغطيات الإعلامية لقضايا الشأن العام الأردني في التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا كانت " مواطنون عاديون" ، بنسبة (22.2%)، أما في قناة رؤيا فقد كانت أكثر القوة الفاعلة هي " خبراء مختصون" بنسبة (17.8%) من مجمل القوى الفاعلة، هذا ربما يعود الى قدرة القوى الفاعلة في مواجهة المسؤولين بقضايا ومساءلتهم على أسباب وتداعيات القضايا التي تمّ الشأن العام الأردني، ويمكن تفسير هذه النتيجة أيضاً من كون أن المواطنين العاديون هم اللاعبون الرئيسيون في القضايا التي تعنى بالشأن العام وهم كافة أطراف المجتمع وعليه فهم المرجعية الأساسية التي يعتمد عليها الإعلامي في إعداد مادته الصحفية.

يفسر الباحث من النتائج التي توصلت لها الدراسة أنّ هناك تشابه كبير للنسب فيما يتعلق بالشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي، قد يعود هذا الى وضوح دور القوى الفاعلة في إبداء وجهات نظرها حول القضايا التي تمّ الشأن العام الأردني، حيث توجهت هذه القوى نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لغايات تكوين الرأي العام والتأثير عليه في مختلف القضايا المطروحة سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وبعد أن صارت وسائل الإعلام الجديدة ساحة يتنافس منها الرأي العام المتعلم ويتواصل من خلالها فيما بينه ومع بعضٍ وجزء من الرأي العام العادي، انتهت الفضائيات العربية للفراغ الذي بدأت تملأه بعض قوى

الإصلاح، فصنعت هي الأخرى مواقع وصفحات تفاعلية وتواصلية توجه بها من ناحية الرأي العام، ومن ناحية أخرى وضعت قوانين تحد من حرية النشر والتعبير. تتفق هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة مع دراسة (فاضل، 2017)⁸⁸، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر جرأة في طرح قضايا كبيرة وحساسة تمه الرأي العام، خاصة القضايا الاقتصادية و السياسية، كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتفاعل الجماعي حيث أنها قربت البعيد وقصرت المسافات بشكل كبير، كما أوضحت دراسة (فوزية، 2018)⁽⁸⁹⁾ أن (56%) يتابعن الصفحات التي تهتم بالشأن السياسي من أجل مناقشة القضايا السياسية الراهنة، و(11%) من أجل متابعة تصريحات الشخصيات السياسية التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً.

أنواع الأطر الرئيسية المستخدمة في تغطية قضايا الشأن العام الأردني جدول رقم (9)

الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضايا الشأن العام الأردني

قناة رؤيا		قناة المملكة		التلفزيون الأردني		عناصر الإبراز
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
8.4%	77	8.3%	82	10.6%	96	الإطار المحدد بقضية
9.8%	90	10.8%	106	9.6%	87	الإطار العام
15.2%	140	11.3%	111	11.1%	100	إطار الصراع
11.2%	103	13.0%	128	13.2%	119	إطار المسؤولية
7.7%	71	5.2%	51	6.1%	55	إطار الاهتمامات الإنسانية
33.5%	309	33.3%	328	33.1%	299	إطار النتائج الاقتصادية
5.4%	50	9.2%	91	7.3%	66	إطار المبادئ الأخلاقية
5.5%	51	6.0%	59	4.8%	43	إطار الاستراتيجية
3.4%	31	2.8%	28	4.3%	39	أطر مختلطة
100%	922	100%	984	100%	904	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (9) الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة قضايا الشأن العام الأردني، حيث جاء في المرتبة الأولى على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا "إطار النتائج الاقتصادية" بنسبة (33.1%) وبنسبة (33.3%) وبنسبة (33.5%) على التوالي، وجاء في المرتبة الثانية "إطار المسؤولية" على التلفزيون الأردني وقناة المملكة بنسبة (13.2%) وبنسبة (13.0%) على الترتيب، في حين جاء على قناة رؤيا "إطار الصراع" بنسبة (15.2%)، بينما حلّ في المرتبة الثالثة على التلفزيون الأردني وقناة المملكة "إطار الصراع" بنسبة (11.1%) وبنسبة (11.3%) على التوالي.

وجاء "الإطار المحدد بقضية" في المرتبة الرابعة على التلفزيون الأردني بنسبة (10.6%)، في حين جاء على قناتي المملكة ورؤيا "الأطار العام" بنسبة (10.8%) وبنسبة (9.8%) على الترتيب، وفي المرتبة الخامسة جاء "الإطار العام" على التلفزيون الأردني بنسبة (9.6%)، أما على قناة المملكة فكان "إطار المبادئ الأخلاقية" بنسبة (9.2%)، في حين جاء على قناة رؤيا "الإطار المحدد بقضية" بنسبة (8.4%)، وفي المرتبة السادسة جاء "إطار المبادئ الأخلاقية" على التلفزيون الأردني بنسبة (7.3%)، في حين جاء على قناة المملكة "الإطار المحدد بقضية" بنسبة (8.3%)، أما على قناة رؤيا فكان "إطار الاهتمامات الانسانية" بنسبة (7.7%).

وحلّ في المرتبة السابعة "إطار الاهتمامات الإنسانية" على التلفزيون الأردني بنسبة (6.1%)، في حين جاء على قناتي المملكة ورؤيا "إطار الاستراتيجية" بنسبة (6.0%) وبنسبة (5.5%) على التوالي، وفي المرتبة الثامنة جاء "إطار الاستراتيجية" على التلفزيون الأردني بنسبة (4.8%)، في حين جاء على قناة المملكة "إطار الاهتمامات الإنسانية" بنسبة (5.2%)، أما على قناة رؤيا فكان "إطار المبادئ الأخلاقية" بنسبة (5.4%)،

وحلّ في المرتبة الأخيرة " أطر مختلطة" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسبة (4.3%) وبنسبة (2.8%) وبنسبة (3.4%) على التوالي.

يفسّر الباحث هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة فيما يتعلق بالأطرا الإعلامية لمعالجة قضايا الشأن العام الأردني، حيث احتلّ إطار النتائج الاقتصادية المرتبة الأولى بنسبة 33.5% للقضايا التي تمّ الشأن العام الأردني، كما تمّ التركيز على المواضيع المطروحة في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، وجاء إطار المسؤولية في المرتبة الثانية بنسبة 13.2% حيث أن الأفراد والمؤسسات معنّون بمعرفة المسؤول عن حدوث قضية ما وتحديده، هذا ربما يعود إلى أهميّة تغطية القضايا ذات الموضوعات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية كونها ذات تأثير كبير على المجتمع .

اهتمّت القنوات الفضائية بعرض مضامين المواد الإعلامية ضمن أطر تناسب كل قضية على حدا، فعلى سبيل المثال تمّ توظيف الإطار المحدد بقضية ليتمّ التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه مرتبط بوقائع ملموسة عندئذٍ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته، كما تمّ توظيف إطار الصراع لتقديم القضية في إطار تنافسي صراعي حاد، على الرغم أنّه قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع وتظهر الفساد وعدم الثقة في المسؤولين، وترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف.

خلاصة وتوصيات:

تولي قنوات الدراسة اهتماماً كبيراً بقضايا الشأن العام الأردني على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بلغ مجموع تكرار الموضوعات الرئيسية (6845) على كل من شبكة فيسبوك وشبكة تويتر، حيث بلغت على فيسبوك (50.4%) في حين كانت على تويتر (49.6%)، وجاءت الموضوعات الاقتصادية على عينة دراسة تحليل المضمون كأكبر

الموضوعات الرئيسية التي ركّز عليها قنوات الدراسة، فقد شكّلت نسبة (25.7%) على التلفزيون الأردني و(27.2%) على قناة المملكة، و(23.0%) على قناة رؤيا، ويعتمد كل من التلفزيون الأردني وقناة المملكة في سياستهما التحريرية بالتركيز على الشؤون الاقتصادية والسياسية للأحداث التي يُعنى بها الأردنيون والتي تلامس اهتماماتهم الحياتية والمعيشية.

كما شكّل المضمون السياسي "البيئة التشريعية والسياسات الداعمة لقضايا المواطنين" ما نسبته (20%) من إجمالي المضامين الواردة في التلفزيون الأردني ضمن الموضوعات "السياسية" الرئيسية، في حين شكّل المضمون السياسي "عدم استقرار الدول المجاورة وتأثيراتها على السياسة الأردنية" على قناة المملكة ما نسبته (21.4%)، وعلى قناة رؤيا فكان مضمون "أبناء وبنات الأردنيات وامتيازات الجنسية الأردنية" بما نسبته (20.7%)، وتبين أن هناك تنوع واختلاف فيما يتعلق بالمضامين السياسية لموضوعات الشأن العام الأردني على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا، وهذا الاختلاف يعود إلى تنوع استراتيجيات القنوات الإخبارية بتغطية الأحداث والموضوعات السياسية والاقتصادية وغيرها من الموضوعات الرئيسية.

شكّل مصدر التغطية الإخبارية "مندوبون ومراسلون" من حيث الاعتماد عليه كمصدر من المصادر الهامة على قنوات الدراسة ما نسبته (28.8%) على التلفزيون الأردني وما نسبته (32.9%) على قناة المملكة وما نسبته (30.5%) على قناة رؤيا، كما شكّل نمط التغطية "أخبار" في قنوات الدراسة النسبة الأكبر من حيث التغطيات المتعلقة بقضايا الشأن العام الأردني، فكان على التلفزيون الأردني بما نسبته (32.3%) وعلى قناة المملكة بما نسبته (32.2%) وعلى قناة رؤيا بما نسبته (33.2%).

وشكّل عنصر الإبراز "الصورة الثابتة" في عينة الدراسة النسبة الأكبر من حيث عناصر الإبراز المختلفة فقد جاء على التلفزيون الأردني بما نسبته (41.9%) وعلى قناة المملكة بما نسبته (35.6%) وعلى قناة رؤيا بما نسبته (36.9%) من إجمالي عناصر الإبراز، وشكّلت القيم الإيجابية في تغطيات قنوات الدراسة نسباً مرتفعة، فكانت على التلفزيون الأردني بما نسبته (47.3%) وعلى قناة المملكة بما نسبته (44.6%) وعلى قناة رؤيا بما نسبته (39.5%) من إجمالي القيم المستخدمة، وجاءت فئة التغطيات الإخبارية ذات الاتجاه "مؤيدة" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا بنسب مرتفعة (54.6%) و (47.1%) و (39.3%) على التوالي، واستحوذت فئة الاستمالة "عقلانية" على التلفزيون الأردني وقناتي المملكة ورؤيا على نسب مرتفعة إذ كانت على التلفزيون الأردني بنسبة (43.1%) وعلى قناة المملكة بنسبة (45.3%) وعلى قناة رؤيا بنسبة (30.1%).

شكّلت نسب موضوعية التغطيات الإعلامية لقنوات الدراسة حول قضايا الشأن العام الأردني نسباً مرتفعة، حيث كانت على التلفزيون الأردني (70.7%) وعلى قناة المملكة (70.6%) وعلى قناة رؤيا (61.4%)، وجاءت الإطار الإعلامي "إطار النتائج الاقتصادية" على قنوات الدراسة في المرتبة الأولى، بنسبة (33.1%) على التلفزيون الأردني وبنسبة (33.3%) على قناة المملكة وبنسبة (33.5%) على قناة رؤيا.

وبناء على النتائج السابقة توصي الدراسة بأهمية قيام المؤسسات الإعلامية بالعمل على ضبط المعلومات والتأكد من مصادرها الموثوقة قبل نشرها على شبكات التواصل الاجتماعي للحد من الشائعات وانتشارها خاصة تلك التي تمم الشأن العام الأردني والتي قد تسبب في تكوين رأي عام سلمي في المجتمع، وضرورة تركيز القنوات الأردنية في نشرها للقضايا والأحداث المتعلقة بالشأن العام الأردني على الشبكات الاجتماعية الأكثر

استخداماً نظراً لتوفر جمهور عريض عليها، والعمل على تعزيز التغطيات التحليلية والتقريرية على قنوات الدراسة نظراً لقلّة استخدامها، وأن يكون هناك تركيز على إطار الاستراتيجية في التغطيات الإخبارية على قنوات الدراسة وذلك لأنّ إطار الاستراتيجية يعالج المشكلات ومسائل العمل وآليات التنفيذ والتخطيط وبناء البرامج وتحقيق الأهداف، وأن يكون هناك تنوع في أنماط الفنون الإعلامية والمتعلقة بقضايا الشأن العام الأردني وإيلاء التحقيقات الاستقصائية وكذلك المقالات والدراسات والترجمات أهمية إضافية عند بيان ونشر قضايا الشأن العام الأردني.

قائمة المراجع

- (1) جزار، ليلي (2012) الفيس بوك والشباب العربي الكويت: دار الفلاح للنشر والتوزيع.
- (2) الشهري، حنان (2012) أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: فسيوك وتويتر أمودجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، السعودية.
- (3) بدر، شرين (2016) إحصائيات الدجيتال في العالم والشرق الأوسط ومصر 2016، تم الرجوع إليه من الموقع الإلكتروني التالي: <https://ae.linkedin.com/pulse/2016-shereen-badr> بتاريخ 2020/3/15.
- (4) عمران، تامر (2013). إنفوجرافيك: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط. تم الرجوع إليه من الموقع الإلكتروني التالي: <https://www.tech-wd.com/wd/2013/11/01> بتاريخ 2020/3/16.
- (5) محمد، إبراهيم بن (2023). تفاعل المغردين في الشبكات الاجتماعية نحو عودة العلاقات السعودية الإيرانية: دراسة تحليلية على منصة تويتر باستخدام التحليل الشبكي وتمذجة هيكل الخطاب. المجلة العلمية لبحوث الصحافة. جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد 25. يونيو.
- (6) على، إيمان سيد (2021). معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الطبيعة مع إسرائيل: دراسة تحليلية. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. كلية الإعلام. العدد 58. الجزء الثالث. 2021.
- (7) أمين، سلام محمد. بن نوار، صالح (2020). القضايا الراهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية: قضية الحراك الشعبي الجزائري عبر صفحة الجزيرة على الفيسبوك أمودجا. مجلة العلوم الإنسانية. جامعة العربي بن مهيدي. المجلد 7. العدد 3. ديسمبر.
- (9) فوزية، عبور فوزية (2018) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة، دراسة ميدانية على عينة من الموظفات بمستغانم، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الأول.
- (9) قطبي، رضوان (2018) شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد الأول.
- (10) شرابيرية، طارق وآخرون (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري، الفيسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945، الجزائر.
- (11) عبد الرازق، رأفت (2013). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة البترا الأردنية).
- (12) الربيعي، بيري (2019) دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، المؤتمر الدولي خطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمين الإقليمي والدولي، جامعة صلاح الدين، أربيل، العراق.
- (13) حسن، السيد لطفي (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير أنماط التفاعل الاجتماعي وتدعيم الانتماءات لدى الشباب المصري. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع19، ص1 - 71. مسترجع من:

<http://search.mandumah.com.squ.idm.oclc.org/Record/1291486>

14 Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S. (2021). Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts. **Journal of Information Technology & Politics**, 18(1), 55-69. Retrieved from:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19331681.2020.1805086>

15 باخنة، مروة. سيفون، باية (2023). معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للأخبار المحلية في الجزائر: أخبار ولاية المسيلة عبر الفيسبوك أمودجا. **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**. الجزائر. جامعة محمد بوضياف المسيلة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد 13. العدد 1. 2023.

16 خليفة، بدر، فوزوني. مختار (2023)، معالجة المنشورات الساخرة على مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا الواقع الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من منشورات ساخرة على الفيسبوك. **مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**. جامعة محمد بوضياف المسيلة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد 13. العدد 1. 2023.

17 إبراهيم، هناء عبد الحميد (2023). الإعلام الأمني ودوره في التصدي للأنشطة الإرهابية: دراسة تحليلية لسياسة العراق الإعلامية: خلية الإعلام الأمني إنموذجا. **مجلة الآداب**. جامعة بغداد. كلية الآداب. العدد 144. 2023.

18 بن سيابغ، صليحة (2023). الإعلام الأمني العربي وإشكالية الحفاظ على الأمن القومي للمجتمع. **مجلة آفاق للعلوم**. الجزائر. جامعة زيان عاشور الجلفة. المجلد 8، العدد 1.

19 يحيى، جيهان سيد أحمد (2020). التعرض للقضايا الاقتصادية عبر وسائل الإعلام الرقمي وعلاقته بمستوى الثقة في الأداء الاقتصادي لدى الجمهور المصري. **مجلة البحوث الإعلامية**. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. المجلد 54. الجزء الثاني. يوليو. (20) كرم الدين، منى حمدي (2021). دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في توعية المراهقين بقضايا العنف ضد المرأة.

رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال)

(21) Zombil, Henri.(2017). Hopeful Thinking: Conceptualizing a Future beyond Domestic Abuse, **ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, Walden University.**

22 راشد، عبير (2019). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة البلقاء التطبيقية. **مجلة كلية التربية**. جامعة أسيوط. كلية التربية. المجلد 35. العدد 6. يونيو.

(23) فويلدر، صبرينة، مبدع، وفاء (2017). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام لدى الطلبة الجامعيين، موقع الفيسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجيلالي بونعامة بتميس مليانة، الجزائر.

(24) Akashraj. D and Pushpa. C (2014) Role of Social Media on Development. **Merit Research Journal of Education and Review**, Vol. 2 No. 2, PP. 15-18.

25 السيد، عطا الله حسونة (2022)، دور الجامعة في تنمية المواطنة الرقمية لدى طلابها: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة المنصورة. *مجلة كلية الآداب*، ع70، ص702 - 757. مسترجع من

<http://search.mandumah.com.squ.idm.oclc.org/Record/1288116>

) Ghandour. Mohanad, kamal eldin, hanan atef, A visual guideline of 26 designing info-graphic (case study on social media during the Pandemic lock-down), **Heritage and Design Magazine**, Vol. 3, No. 15, 2023, pp. 236 – 251.

27 Adi, Danendro, Setiautami, Dria (2023), Health Protocol on Infographic: Building Awareness and Understanding Related to the Covid-19 Pandemic in Indonesia Through social media, from the Early Stage to the New Normal, **E3S Web of Conferences**, Vol. 388, pp. 1 – 8.

28 بريكي، كروش. ياسين، مقدم (2023). حماية المعطيات الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الجزائري. *مجلة الدراسات القانونية والسياسية*. جامعة عمار ثليجي بالأغواط - كلية الحقوق والعلوم السياسية. المجلد 9. العدد 2.

(29) مختار، أميرة عبد الكريم (2022). علاقة صحافة المواطن بمدى الوعي بحقوق المرأة ومناهضة العنف المجتمعي تجاهها: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام)

30 Madra-Sawicka, Magdalena . Paliszkiwicz, Joanna . Nord, Jeretta Horn (2020). Determinants of Social Media Usage in Business by Women: Age and Development of the Country. **Information (Switzerland)**. 11(9):445. September 2020

31 Verma, Ravinder Kumar, et al ., " Government portals , social media platforms and citizen engagement in India : some insights " I.T.Q. M, 2017 , **Procedia computer science**, 2017, 122 , pp.842 – 849

(32) Aras. B and Çolaklar. H (2015) The Role of Social Media in the Promotion of University Libraries, **Journal of Library and Information Sciences**, Vol. 3, No. 2, PP. 79-105.

(33) المطيري، حسن (2013) الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة الشرق الأوسط).

(34) عبد الحميد، محمد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط. 3). عالم الكتب.

(35) Edward Schatz and Renan Levine. Framing, Public Diplomacy, and Anti- Americanism in Central Asia. In: **International Studies Quarterly**. Vol 54. 2010. P 856.

(36) علي، خالد صلاح الدين. (2020). الإعلام واللغة الإخبارية في إطار نظرية الأطر الخيرية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع55، ج1، 7-26.

(37) مزروع، رشا عبد الرحيم. (2013). أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن

الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير-دراسة تحليلية مقارنة. دورية إعلام الشرق الأوسط (9)، 5-60.

(38) Holli A. Semetko and M. Valkenburg. Framing European Politics: A content Analysis of Press and Television News, In: **Journal of Communication**. Vol. 50. No. 2. spring 2000 p. 94.

(39) لطفي، رشا عادل (2017). أطر التغطية الاخبارية للقضايا العربية في الفضائيات المصرية. *المجلة المصرية لبحوث*

الاعلام، ع60، 281-311.

(40)Thompson, Lisa Katrice, (2002). "An Analysis of the Framing of an Organizational Crisis within a Texas Urban School Disetrick as reported by Local Print Media", **Doctor of Philosophy Degree**, Texas University.

(1) Pühringer, Karin, Dahinden, Urs, Rademacher, Patrick, Gerth, Matthias, and Siegert, Gabriele, (2008). "Challenges to Political Campaigns in the Media: Commercialization, Framing, and Personalization", **National Centre of Competence in Research (NCCR)Challenges to Democracy in the 21st Century**, pp. 1–23.

(2) Balaban, Delia Cristina, Ioanalancu, , orfeanu, MedaMucund, (2014)."Framing Obama's Re-election. A Comparative Analysis of German, French and Romanian Media Coverage", **Romanian Journal of Communication and Public Relations**, Faculty of Political Administrative and Communication Sciences, Babe⁰- Bolyai University, Vol. 16, No. 2, pp. 76– 77.

(43)Shah, D., Watts, M. D., Domke, D., and Fan, D. (2002), "News Framing and Cueing of Issue Regimes. Explaining Clinton's Public Approval in Spite of Scandal", **Public Opinion Quarterly**, Vol. 66, pp. 339–370.

(1)Matthes, J. (2009), "What's in a Frame? A content Analysis of Media-Framing Studies in the world's Leading Communication Journals, 1990-2005", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 86, , pp. 349-367.

(45)Kensicki, Linda Jean,(2000). "A Second Level Agenda- Setting: Steady of Integration and Progress", **Egyptian Journal of Public Opinion Research**, Vol. 1, No. 3, pp. 85-100.

(46) Matthes, J. What's in a frame? A content analysis of media-framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. In : **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 86. 2009. Pp. 349-367.

47 علاء خميس، "الأطر الخبرية للعدوان الاسرائيلي علي غزة عام 2008م في الصحف الفلسطينية اليومية"، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب)، 2016، ص 32.

48 Kuehn, Kathleen M, 2018. "Framing mass surveillance: Analyzing New Zealand's media coverage of the early Snowden files", **Journalism**, 2018, Vol. 19(3), pp. 402– 419. On line: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav

49 Du, Ying Roselyn, (2017) "When press freedom meets national interest: How terrorist attacks are framed in the news in China and the US", **Global Media and China**, Vol. 2(3-4), pp. 284-302. On line: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav

(50) الحميدة، خولة، وأخرون (2017). الإعلام السياسي ونظريات التأثير، دار الإعصار العلمي، ط1.

(51) علي، خالد صلاح الدين. (2020). الإعلام و اللغة الإخبارية في إطار نظرية الاطر الخبرية. مجلة البحوث الإعلامية، ع55، ج1، 26-7.

(52) لطفي، رشا عادل (2017). أطر التغطية الاخبارية للقضايا العربية في الفضائيات المصرية. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ع60، 311-281.

53 خنعة، مروة. سيفون، باية. مرجع سابق. 2023.

54 بريكي، كروش. مرجع سابق. 2023.

(55) مختار، أميرة عبد الكريم . مرجع سابق. 2022.

56 Magdalena Madra-Sawicka - Joanna Paliszkieicz- Jeretta Horn Nord. **Op.Cit**. 2020

57 Verma, Ravinder Kumar, etal ., **Op.Cit**, 2017, 122 , pp.842 – 849

58 الناصر، طارق زياد محمد. مرجع سابق. 2021.

59 أمين، سلام محمد. بن نوار، صالح. مرجع سابق. ديسمبر 2020

60 بن محمد، إبراهيم. مرجع سابق. يونيو 2023.

61) Mohanad Ghandour, hanan atef kamal eldin, **Op.Cit**, 2023, pp. 236 – 251.

62 Danendro Adi, Dria Setiautami, **Op.Cit**, 2023, pp. 1 – 8.

63) Hany El- Saman, The impact of infographics related to digital transformation initiatives in news sites on readers' understanding and remembering of the content" quasi-experimental study, **Journal of Media Research**, Vol. 61, No. 4, 2022, pp. 2287 – 2364.

64 Ola Suleiman. Using Infographics as Communicative Tools During Covid-19 Pandemic in Egypt: an Analytical Study. **Journal of Design Sciences and Applied Arts**. Vol 4. No 1. Jan 2023. Pp 46-59

- 65 الناصر، طارق زياد محمد. مرجع سابق. 2021.
- 66 التوأم، إبراهيم حسن المرسي (2016). مصداقية المواقع الإخبارية لدى النخبة الأكاديمية وعلاقتها بالتناثر المعرفي. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. المجلد الخامس عشر. العدد الرابع/ أكتوبر- ديسمبر.
- 67 Alam, Sultana Lubna (2016), "Empirical analysis of posts & interactions : A case of Australian government Face book pages" *Pacific Journal of the Association for information systems*, vol 8 , No4, Dec.
- 68 Al Serhan, F. (2022). Role of Digital Media in Achieving Sustainable Development in the Arab World. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(1).
- 69 Jordan, K. (2022). Platforms and Institutions in the Post-Pandemic University: a Case Study of Social Media and the Impact Agenda. *Postdigital Science and Education* volume 4, pages 354–372 (2022)
- 70 إبراهيم، هناء عبد الحميد. مرجع سابق. 2023.
- 71 بن سباع، صليحة. مرجع سابق. 2023.
- 72 Olvija. H & Svitlana F (2018). Social Media influence on public opinion and youth behavior. DOI: http://dx.doi.org/10.30525/978-9934-571-27-5_17.
- 73 شرابية، طارق وآخرون (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري، *الفيسبوك نموذجًا، رسالة ماجستير غير منشورة*. جامعة 08 ماي 1945، الجزائر
- 74 يحيي، جيهان سيد أحمد. مرجع سابق. يوليو 2020.
- 75 راشد، عبير. مرجع سابق. يونيو 2019.
- (76) كرم الدين، منى حمدي. مرجع سابق. 2021.
- (77) Zombil, Henri. **Op.Cit.** (2017)..
- (78) فويدر، صبرينة، مبدع، وفاء. مرجع سابق. (2017)..
- 79 الرواس، أنور محمد ، الخابس، عبد الوهاب جوده ، الشقصي، عبید سعيد (2015)، استخدام الطفل العماني بمحافظة مسقط لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها علي التنشئة الاجتماعية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام كلية الآداب*، (جامعة القاهرة العدد الخمسون يناير - مارس 2015) ، ص 322 .
- 80 مهران، سامية (2019) الرأي العام والشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، *المؤتمر السنوي بكلية الحقوق بعنوان القانون والشائعات (جمهورية مصر العربية: جامعة طنطا)*.
- (81) الربيعي، بيارق. مرجع سابق. (2019).
- 82 حسن، السيد لطفي ، مرجع سابق. (2022).
- 83 Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S. **Op.Cit.** (2021).

84 عبدالرزاق، رأفت. مرجع سابق. (2013).

(85) فطحي، رضوان. مرجع سابق. (2018).

86 علي، إيمان سيد. مرجع سابق. يونيو 2021.

87 الطوخي، عربي عبد العزيز. عوض، محمد عبد الفتاح (2023). استخدام الشباب الجامعي للإنفوجراف الخاص بالمبادرات الرئاسية الصحية في المواقع الالكترونية. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام. جامعة الأزهر. العدد 64. الجزء الأول. يناير.

88 فاضل، مشتاق (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12.

(99) فوزية، عبور. مرجع سابق. (2018).