



Aqaba University of Technology *Journal for Research and Studies*

مجلة جامعة العقبة للتكنولوجيا للدراسات و
البحوث



Volume 3, Issue 2
ISSN: (2790-5365)

2024



*Aqaba University of Technology Journal
for Research and Studies*

مجلة جامعة العقبة للتكنولوجيا للدراسات و
البحوث

Volume 3, issue 2
ISSN: (2790-5365)

2024

دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن

أنس محمد عبدالله الطراونة

Anastarawneh2@gmail.com

جامعة البلقاء التطبيقية-أكاديمية الأمير حسين بن عبدالله الثاني للحماية المدنية

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الإعلام المرئي وتداخله في عملية صنع القرار السياسي من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وذلك بتوزيع (600) استبانة، استرجع منها صالح للتحليل (524) استبان. وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها: أن هنالك علاقة ارتباطية بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار، وأن الإعلام المرئي يشكل أحد الوسائل الفعالة التي تستخدمها النخب السياسية والإعلامية للتأثير على صانعي القرار السياسي في الأردن. وأن النخب السياسية تعتمد على الإعلام المرئي في استيفاء معلوماتها الإخبارية، كما يأتي الإعلام المرئي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها صانع القرار السياسي في توجيه القرار السياسي.

وتوصي الدراسة بضرورة تحديث البرامج السياسية المعروضة على قنوات الإعلام المرئي وبثها بكل مصداقية بعيدا عن المحاباة والمجاملة، كما ينبغي على القنوات التلفزيونية الأردنية لا سيما الرسمية منها عقد دورات تدريبية للإعلاميين في مختلف أقسام الإعلام المرئي، كما أوصت الدراسة إلى إجراء المزيد من الدراسات للتعرف على دور الوسائل الإعلامية المرئية في التأثير على الرأي العام الأردني. الكلمات الدالة: الإعلام المرئي، صنع القرار السياسي، النخب السياسية، الأردن

Abstract

The study aimed to identify the impact of visual media and its interference in the political decision-making process from the perspective of the political and media elite in Jordan. The study used the descriptive analytical method, The study used the descriptive survey method, by distributing (600) questionnaires, from which (524) questionnaires valid for analysis were retrieved. The study reached results, the most important of which were: There is a correlation between visual media and the decision-making process, and that visual media constitutes one of the effective means used by political and media elites to influence political decision-makers in Jordan. Political elites depend on visual media to complete their news information, and visual media is at the forefront of the media that political decision-makers rely on to guide political decisions.

The study recommends the need to update the political programs presented on visual media channels and broadcast them with all credibility, away from favoritism and courtesy. Jordanian television channels, especially the official ones, should hold training courses for media professionals in various visual media departments. The study also recommended conducting more studies to identify the role of Visual media in influencing Jordanian public opinion.

Keywords: Visual Media, Political Decision-Making, Political Elites, Jordan

مقدمة:

إن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة سواء المرئية، أو المسموعة، أو المكتوبة أضحت هي المتحكمة بالرأي العام، سواء المحلي أو الدولي، كما أنها وسيلة فعالة في تعبئة الجماهير حتى أنها فاقت الخطاب السياسي المباشر، كما أن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة تعتبر آلية تحفيز قوية نحو المشاركة السياسية المحلية من خلال خلق فضاء واسع للتعبير عن الرأي ومناقشة الآراء السياسية المختلفة التي لم تجد صدًى للأخذ والرد فيها قبل انتشار هذه التقنيات الاتصالية الجديدة خاصة في الدول ذات الأنظمة الشمولية، بالإضافة إلى استغلالها بالدعوة إلى تشكيل الأحزاب وجمع أكبر عدد ممكن من المنخرطين من خلال نشر الأفكار والإيديولوجيات وإيجاد نقاط مشتركة تجمع بين الأفراد. حيث يعد العالم اليوم بكافة أدواته المتطورة بأفضل أدوات اتصاله العصرية التي تساعد الفرد في الدولة على مواكبة العولمة والتفاعل معها، لما لها من دور مهم في عرض القضايا وطرحها على الرأي العام، كما تنبأ المفكر الكندي "مارشال ماكلوهان" حكيم الاعلام المعاصر منذ أكثر من سبعين عاماً، بأن العالم سيصبح قرية إلكترونية صغيرة، فالاعلام بكافة أشكاله في العصر الحديث، أصبح جزءاً من حياة الشعوب، كما أن بناء الدولة سياسياً، واقتصادياً، واجتماعياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل الإعلام لرصد نهضتها ونموها وتقديمها (الحديدي، 2019).

وتُعد وسائل الإعلام والاتصال في العقود الأخيرة، من أدوات المشاركة السياسية الفاعلة التي تستعين بها الشعوب في تنظيم التظاهرات والاحتجاجات وتشكيل الأحزاب بالإضافة إلى الاقتراح من خلالها، إضافة إلى نشر الأفكار والإيديولوجيات والثقافات المختلفة والترويج لها سواء المتطرفة أو السوية، والاهم من ذلك المطالبة بالحرية والديمقراطية والتعبير عن الرأي، واعتبارها كوسيلة لجذب المواطنين، خاصة الشباب، للاقترب بصورة أوثق من العملية السياسية. وتعدد الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في الحياة الاجتماعية والثقافية المعاصرة وذلك لأنها أصبحت تقوم بدور كبير في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم عن كافة شؤون الحياة، بالإضافة إلى ما يقوم به من تزويد الأفراد بالخبرات المتنوعة في كثير من المجالات، كما ترتبط وسائل الإعلام والاتصال بنائياً ووظيفياً بالظواهر الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع (Sejin, and Elizabeth, 2018).

وثمة علاقة واضحة بين وسائل الإعلام والسياسة، وفي التقليد السياسي يقال لا توجد سياسة بدون إعلام، ولا إعلام بدون سياسة، لذلك فالعلاقة مترابطة بين السياسة والإعلام، فأيما وجد الاعلام كانت السياسية وأينما وجدت السياسية كان الاعلام، وتبرز العلاقة من خلال طبيعة وحجم الحدث السياسي فهي علاقة متغيرة وترتبط بالتغيرات التي تحدثها وسائل الإعلام والسياسة، بالمقابل تؤثر التغيرات الإعلامية على السياسة في مختلف مستوياتها ومجالاتها، ومن هنا تبرز الأدوار والوظائف المتعددة التي تلعبها وسائل الاتصال في توظيف سلوكيات النظام السياسي وتكييف عملية صنع القرار بما يتوافق مع توجهات الرأي العام (الزبيدي، 2013). وتبرز أهمية الإعلام في رسم السياسة العامة وفي صنع القرار السياسي عن طريق الأخبار والتحقيقات والتحريات، لأن من بين وظائف الإعلام الرئيسية تقديم المعلومات، فالإعلام يُمكّن الناس من الإطلاع على القضايا المختلفة وإسماع صوتهم بخصوص بعض المسائل المصيرية وممارسة التأثير القوي إن إيجاباً أو سلباً. أيضاً، يساعد صناع السياسة على معرفة احتياجات الناس من جهة، والتعريف وإبراز الجهود التي يبذلونها من جهة أخرى. (Adediran, 2023).

وتحتاج عملية صنع القرار السياسي إلى أدوات ووسائل إعلامية لتوظيف قرارات الحكومة بما يتناسب مع الظروف السائدة، حيث تبدأ وسائل الإعلام بتسريب معلومات تفيد بان الحكومة عازمة على إصدار قرار في شأن ما، ومن خلال وسائل الإعلام يمكن معرفة ردود الفعل الشعبية حول القرار، بعد تداول الخبر من قبل وسائل الإعلام على الرأي العام تقوم مؤسسات الدول المختصة بتقييم مدى اثر هذا القرار على الرأي العام ومن ثم يتم إعادة صياغة القرار بما يتوافق مع متطلبات المرحلة وردة الفعل الشعبي بحيث يصبح القرار متداول لدى الأغلبية ومن ثم يصدر القرار بشكل شرعي بعد تكييفه ليصبح ساري المفعول. (سلام، 2014).

أن أهمية الإعلام في صنع القرار السياسي ينظر لها، في واقع الأمر، بنظرتين متباينتين. إحداهما متفائلة ومفادها أنه لا يمكن لأي نظام سياسي أن يوجد بدون وجود نظام إعلامي. ويذهب البعض إلى حد اعتباره "قلب الحياة السياسية"، و تتجلى أهمية الإعلام في العملية السياسية أساسا في قدرة وسائل الإعلام على إعطاء السياسيين جمهورا بحجم لا يمكن تقديمه بأية وسيلة أخرى، وعلاقة الثقة والمصادقية التي تربط وسائل الإعلام بالجمهور. (Madary, and Metzinger, 2016)

لذا فوسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من عملية صنع القرار السياسي، بل ان وسائل الإعلام أدوات يتم توظيفها لشرعنه القرار السياسي، بحيث ان القوى الكبرى تعد الدعاية الاعلامية ابرز ادوات النظام السياسي، وقد استخدمت الولايات المتحدة الدعاية الاعلامية (Propaganda) في إضفاء الشرعية على اعمالها سواء كانت اعمال حربية كما حدث في الاحتلال الأمريكي للعراق عام 2003 أو محاربتها للإرهاب، بحيث أن الدعاية الإعلامية الأمريكية تفرض رأي عام على جميع الدول العالم كجزء من إستراتيجيتها الإعلامية في تنفيذ قرارها السياسي او الاقتصادي او الأمني (بن يوسف، 2019).

إن أهمية وسائل الإعلام تكمن في قدرتها على التأثير في الرأي العام وتشكيله، وهذا عن طريق إعطاء القراء والمشاهدين معلومات حول القضايا التي تشغل بالهم. أيضا، بسبب اعتماد الحكومة عليها كأداة لمراقبة حالة الرأي العام، ولمعرفة القضايا التي يرى الجمهور العام أنه يتعين عليه معالجتها وكيف سيكون أداؤها. وعليه، فإن كل السياسيين المنتخبين أو المعينين يعرفون أنهم في حاجة إلى الجمهور العام، وبالتالي إلى وسائل الإعلام، لكي يبقوا في السلطة (Civelek, et.al, 2016).

وفي الأردن يبرز الدور الإعلامي بشكل ناشط في عملية صنع القرار السياسي، وبالرغم من الثقافة والوعي العالي التي يتمتع به المجتمع الأردني لكن الحكومة الأردنية تمتلك القدرة والذكاء في توظيف الإعلام المرئي ليشكل إقناع لدى الرأي العام الأردني حول قضية ما، لذلك يبرز هنا دور النخبة السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي وتحليله بما يتوافق مع المصلحة العامة ومع المتغيرات التي تمس بشكل مباشر أو غير مباشر دور النخبة الحاكمة في صنع القرارات السياسي مما ينعكس ذلك على الرأي العام الأردني ويساعد على استمرارية النظام السياسي والمحافظة عليه (العزام، 2010).

وتبرز وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية في آرائهم حول دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني باعتبار ان النخب السياسة ذات خبرات سياسية بموجب ممارستهم للعمل السياسي سواء من كانوا يعملون في السلطة التنفيذية (رؤساء حكومات سابقين ، وزراء سابقين) أو من عمل في السلطة التشريعية (أعيان ونواب) او قادة أحزاب سياسية، اما النخب الإعلامية فهم الأشخاص ذو الخبرات الإعلامية (رؤساء تحرير، مدراء أخبار تلفزيونية أو إذاعية، مذيعين) (البصراطي، والسيد، 2017).

مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة في دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من منظور النخبة السياسية والإعلامية، على اعتبار أن للإعلام دور كبير وفاعل في تكييف عملية صنع القرار السياسي مع الرأي العام، وتبرز إشكالية الدراسة في مدى قدرة الإعلام المرئي في إقناع الرأي العام الأردني حول فاعلية وانعكاس القرار السياسي الذي توظفه النخب السياسية والإعلامية ليتوافق مع ثقافة المجتمع الأردني في ظل عولمة إعلامية عالمية، لذا من الصعب صياغة وتوجيه أي قرار سياسي أو تأثير إعلامي دون الرجوع لنافذة الإعلام ومن أبرزها الإعلام المرئي.

كما تتركز مشكلة الدراسة في عدم إدراك طبيعة العلاقة بين دور الإعلام المرئي وعملية صنع القرار السياسي، نظراً لأهمية الدور الذي يلعبه الإعلام المرئي في صنع القرار السياسي الأردني والإعداد لمواجهة الأزمات السياسية للتخفيف من الآثار المصاحبة لها ولتقليل من مخاطرها والعمل على إدارتها بالأساليب العلمية كما يضمن استمرارية العمل وقد يسهم في منع حدوثها وبالتالي يحقق أعلى مستوى من الفاعلية في تحقيق الأهداف؛ الأمر الذي يجعل الحاجة ملحة لتوظيف الدور الإعلامي المرئي في إقناع الرأي العام الأردني حول فاعلية وانعكاس القرار السياسي الذي توظفه النخب السياسية والإعلامية ليتوافق مع ثقافة المجتمع الأردني في ظل عولمة إعلامية عالمية، لذا من الصعب صياغة وتوجيه أي قرار سياسي أو تأثير إعلامي دون الرجوع لنافذة الإعلام ومن أبرزها الإعلام المرئي، والذي يُعد من أهم مقومات الإدارة الناجحة، وعرض الحقائق بالأسلوب الإعلامي الذي يبعث على الأمان والطمأنينة وتهذئة الرعب والخوف (بلحزري، 2018). ونظراً لعدم توفر دراسات سابقة تغطي موضوع دور الإعلام في عملية صنع القرار السياسي الأردني، فقد أرثى الباحث تناول هذا الموضوع في هذه الدراسة، وبذلك فإن مشكلة الدراسة تتحدد بالإجابة عن التساؤل التالي: ما دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة الى الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني؟
- 2- كيف يوظف الإعلام المرئي القرار السياسي في الأردن وفقاً لرأي النخبة السياسية والإعلامية؟
- 3- ما دور النخب السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي الأردني؟
- 4- ما هي طبيعة العلاقة بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار؟

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة لقلة الدراسات بهذا الشأن -على حد علم الباحث- ولما تفيده هذه الدراسة من معلومات عن دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني، حيث تشكل الدراسة أبرز الدراسات التحليلية لمعرفة وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية في الأردن في تأثير الإعلام المرئي عليهم، لتكون أحد الروافد العلمية لتزويد المكتبات الأردنية والعربية ورواد المعرفة والمختصين في العلوم السياسية والإعلامية.

الأهمية العملية: تبرز أهمية الدراسة العملية من الإطار التطبيقي لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، حيث يشكل الإعلام المرئي وبالأخص قنوات التلفزة أبرز وسائل الإعلام التي تساهم في القرار السياسي من خلال التأثير على الرأي العام، ومدى قدرة الإعلام المرئي في تكيف القرار السياسي بما يتوافق مع معطيات المرحلة السياسية، وتعد النخب السياسية والإعلامية من أبرز النخب التي تساهم بتوظيف الإعلام المرئي لعملية صنع القرار السياسي على الرأي العام الأردني باعتبار عملية التوظيف جزء من وسائل الإقناع وترويض الرأي العام الأردني بتفهم الظروف والمرحلة السياسية التي تحتاج إلى قرارات سياسية تساهم في الحفاظ على أمن الدولة وسيادتها. كما يأمل الباحث من خلال مخرجات هذه الدراسة من نتائج وتوصيات أن تستفيد منها مراكز صنع القرار الأردني منها مراكز الدراسات والبحوث الأردنية لغرض تطوير أداء الإعلام المرئي وقياس مدى أثره على صناع القرار السياسيين والإعلاميين. كما تسعى الدراسة إلى لفت انتباه المسؤولين في الإعلام المرئي لدورهم في قيادة نافذة الإعلام بالشكل المأمول.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة في التحقق من الأهداف التالية:

- 1- التعرف على أنواع وخصائص وميزات الإعلام المرئي
- 2- قياس درجة الثقة والشفافية ومصداقية الإعلام المرئي في نقل خطاب وتوجهات النخبة السياسية والإعلامية
- 3- التعرف على المساحة المتاحة من قبل الإعلام المرئي لنشر تصورات وأيدلوجيات النخب السياسية والإعلامية
- 4- معرفة المجالات التي يؤثر بها الإعلام في القضايا الداخلية والخارجية.

مصطلحات الدراسة

الدور: يعرف الدور بأنه سلوك متوقع في إطار موقف معين ومحدد، يراعى من خلاله المعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع أو هو الواجب أو المسؤولية التي يجب القيام بها، ويعرف إجرائياً على أنه سلوك معين ناتج عن ظاهرة اجتماعية، ويرى الباحث أن دور الإعلام المرئي هو سلوك يعكس سلوكيات وردود الفعل للمجتمع تجاه قرار سياسي معين (سعد، 2017).

الإعلام: هو وسيلة يتم من خلالها جمع البيانات وتخزين المعلومات ومعالجتها ونشر الأخبار والأخبار، وتحليل البيانات وتفسير الحقائق والرسائل، وتقنين الآراء والتعليقات المطلوبة لمعرفة الأحداث الاجتماعية والسياسية الجارية وتغطية هذه الأحداث بكل حيادية ودقة ومصداقية، كي تحضي بمصداقية المجتمع (الحديدي، 2019).

الإعلام المرئي: هي الوسائل الإعلامية المرئية والتي لديها القدرة على تفسير وإنشاء النصوص بفعالية في وسائط متعددة، ولاسيما باستخدام الصور والأصوات والفيديو. (عبد الرحمن، 2015).

صناعة القرار السياسي: عملية معرفية يتم من خلالها أخذ مختلف القرارات السياسية التي تنعكس على المجتمع إما إيجاباً أو سلباً من قبل أصحاب القرار في الدولة من بعد النظر في كل الاحتمالات الممكنة والتي تقدم كل عملية من عمليات اتخاذ القرار على أنها خياراً نهائياً حيث تتسم هذه العملية على أنها عملية عقلانية سديدة تشكلت في الاختيار بين جميع البدائل المختلفة ذات المواصفات التي تتواءم مع الإمكانيات المتاحة والرؤى المنوطة بهذا القرار.

الدور الإعلامي: هو الدور الذي يقع على عاتق نخب الإعلام في توظيف السلوكيات الاجتماعية والسياسية، ومتابعة تطوراتها ومدى انعكاساتها على المجتمع، ويشكل المضمون الإعلامي النسبة الأكبر في وسائل الإعلام والتي تقوم بتغطية الأحداث بكل حيادية ودقة ومصداقية (البصراطي، والسيد، 2017).

النخب السياسية والإعلامية

- **النخبة السياسية:** هي مجموعة صغيرة تملك القدرة على المشاركة في صناعة القرار السياسي والإداري وتشغل مناصب مهمة سواء كان في المؤسسات الرسمية التي تتمثل في سلطات الدولة (التنفيذية، والتشريعية، والقضائية)، أو مؤسسات المجتمع المدني (الأحزاب النقابات والتنظيمات السياسية) تساهم هذه النخب في تشكيل السياسات والتوجهات العامة للحكومة على المستوى الداخلي والخارجي بل وتوجهات المجتمع أيضا (العزام، 2010)
- **النخبة الإعلامية:** وهي التي يشار بها من الصحف ومحطات الراديو والقنوات التلفزيونية وغير ذلك من الوسائل الإعلامية التي تؤثر على الأجندة السياسية لوسائل الإعلام الأخرى. ووفقا "لنعوم تشومسكي"، فإن "النخبة الاعلامية": هي من يضع إطار العمل الذي يعمل في إطاره الآخرون (Chomsky, 1997)

الدراسات السابقة:

أجرى (أبو القاسم، 2024) دراسة هدفت إلى التعرف على أسس ووسائل صناعة الرأي العام في المجتمعات المعاصرة التي أصبحت التكنولوجيا والتقنيات ملاصقة لها، وذلك بالتركيز على الدور المتنامي تأثيرا وفاعلية لوسائل الإعلام الجماهيرية المرتبطة بشكل كبير بالتقنيات والتكنولوجيا الحديثة بل وأخذت تتفوق بشكل ملحوظ على الوسائل التقليدية في إعادة صناعة وصياغة جديدة للرأي العام وصناعة القرار وتكوين أسس ومبادئ قد لا تتماشى في أحيان كثيرة مع النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة محليا وإقليميا أو دوليا. استخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، أجريت هذه الدراسة على عدد من المحافظات المصرية، وتكونت عينة الدراسة من (590) مبحوثاً. وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام يلعب دورا إيجابيا في نضج الرأي العام وشفافيته، وأن هناك علاقة معنوية بين (الحالة الاقتصادية وضعف المرتبات وانتشار البطالة وازدياد الفقر) وبين نضوج وشفافية الرأي العام، وأن هناك علاقة معنوية بين وجود التنشئة السياسي للنخب والأفراد وقوة وتأثير الرأي العام على صناعة القرار السياسي.

وأجرى (وليدة، وفطيمة، 2023) دراسة هدفت إلى التعرف على أثر إستراتيجيات ومحددات المعالجة الإعلامية للأزمات في ظل الإعلام الجديد، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى وجود دور إيجابي للمعالجة الإعلامية في التعامل مع الأزمات السياسية، وأن المعالجة الاعلامية تؤدي إلى خفض للأزمات السياسية، كما تعمل المعالجة الاعلامية على فتح حوار جماعي تفاعلي بين مختلف الاطراف الفاعلة في المجتمع، للاستفادة من خبراتهم، وأنه على الرغم من التطور في المضامين الإعلامية فقد أصبحت الأزمات من الأحداث المثيرة مادة أساسية في وسائل الإعلام المختلفة، التي تسارع إلى تغطيتها من أجل تزويد الجمهور بكل مستجداتها، مما زاد من أهمية البعد الإعلامي لمواجهة الأزمة في مختلف مراحلها.

وأجرى (جعفر، 2023) دراسة هدفت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام أثناء التغطية الإعلامية للأزمات السياسية، وذلك انطلاقاً من بيان العلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي، والتعرف على طبيعة الأزمات السياسية وخصائصها والمراحل التي تمر بها ونماذجها المختلفة، إضافة إلى بيان ماهية إعلام الأزمات والاستراتيجيات التي تلجأ إليها وسائل الإعلام في تلك التغطية. وتوصلت الدراسة أهمية وسائل الإعلام في أوقات الأزمات السياسية من خلال ما تقوم به من تسليط الضوء على جوانب هكذا أزمات، وإن كانت هذه الأخيرة ترتبط أكثر بأبعاد أخرى ثقيلة من مثل السياسي والاجتماعي والحضاري. وكشفت أيضاً عن وجود عدة نماذج لتفسير العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي، كما بينت الدراسة وجود ثمان استراتيجيات تلجأ إليها وسائل الإعلام أثناء معالجة الأزمات السياسية وهي (استراتيجية المماثلة، وإضفاء الطابع الشخصي على المشكلة، والعواقب المروعة، وبناء الأشرار والضحايا، المرئيات، والإحصاءات، والموقع الجغرافي).

وأجرى (المشاقبة، 2021) دراسة هدفت إلى بيان التنظيم القانوني للإعلام الرقمي في الأردن وأثر ذلك على العمل الصحفي من وجه نظر الصحفيين الأردنيين العاملين في المواقع الإخبارية، وبيان دور النصوص القانونية الخاصة في رفع سقف الحرية أو تقيدها من خلال اظهار الآثار التي تترتب على الصحفيين بسبب وجود مثل هذه النصوص وتسليط الضوء على التشريع المتعلق بوسائل الإعلام الرقمي وتتمحور حول النصوص القانونية بالمواد التنظيمية والتي خصصت للإعلام الرقمي ومحاولة تحليلها ومعرفة مدى مساهمتها لما تعيشه المنظومة الإعلامية وما يشهده من تطور، بالإضافة إلى عرض مختلف التشريعات الأردنية التي تناولته ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي الميداني التحليلي المسحي، وتكون مجتمع الدراسة من الصحفيين الأردنيين العاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية والبالغ عددها (502) صحفي وصحفية، وتم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية مكونة من (178) صحفي وصحفية عاملين في المواقع الإخبارية الأردنية. وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأعلى من الصحفيين الأردنيين العاملين في المواقع الإخبارية (36,9%) يرون بأن حالة الحريات الإعلامية شهدت تقدماً، وبينت الدراسة أن النسبة الأعلى من الصحفيين (51,3%) يرون أن تأثير التشريعات النازمة للمواقع الإخبارية على العمل في المواقع الإخبارية سلبي، ويوجد تأثير ذو دلالة احصائية للتنظيم القانوني للإعلام الرقمي في الأردن من وجه نظر الصحفيين الأردنيين على المواقع الإخبارية.

وأجرى (كمال، 2020) دراسة هدفت إلى البحث في العلاقة بين الإعلام والسياسة وابرار الدراسة دور وسائل الاعلام من الكشف عن العديد من الجوانب السياسية والتي تحدث داخل المجتمعات، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن الاعلام سلاح ذو حدين، وهو من اهم الادوات التي تلعب دورا كبيرا داخل الدولة ،فتؤثر علي صانع السياسة وكذلك على الرأي العام ،وتؤثر ايضا وبشدة على السياسة الخارجية للدولة، وأن العلاقة بين الجانبين هي علاقة مرتبطة بالتحويلات والتغيرات التي تحدث بين وسائل الاعلام والسياسة، فهي تحولات تجري في عالم السياسة يكون له اثر على وسائل الاعلام، كذلك بينت الدراسة الأدوار والوظائف المتعددة التي تنفذها وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي، فالإعلام لم يعد وسيلة تابعة للعمل السياسي بل أصبح جزء من صميم العمليات السياسية.

وهدفت دراسة (المستريحي، 2020) إلى البحث في جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي ومدى استجابة متخذي القرارات الحكومية في الأردن لها، واستخدمت هذه الدراسة أدوات الوصف والتحليل؛ كونها توفر معلومات من مصادرها الثانوية المنشورة، إلى جانب استقصاء آراء الممارسين بالميدان من خلال استبانة تم تصميمها وتوزيعها على عينة البحث وعددها 187 مستجيباً من العاملين بمستوى الإدارة العليا في (19) جهة حكومية. وقد توصلت الدراسة إلى أنه، بالرغم من أن هناك اعترافاً واضحاً، ومبرراً ودافعاً معتبراً لدى متخذي القرارات الحكومية الأردنية بمؤشرات جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي كمدخل لاتخاذ قراراتهما، فإن اعتمادهم عليها فعلياً لا زال متواضعاً ومتشككاً. كما كشفت الدراسة عن عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة تبعاً لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية حول مفهوم كل من جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي واستجابة متخذ القرار الأردني لها عند اتخاذ قراراته.

وهدفت دراسة (حداد، 2020) دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن. وقد تناولت توضيح دور وسائل الإعلام الأردنية في مجابهة الشائعات من وجهة نظر القائمين عليها، ومعرفة أكثر الشائعات المتداولة، والأسباب المحركة لانتشارها، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، بصفته من أكثر المناهج التي تتطابق مع هذا النوع من الدراسات الوصفية والتي تصف الظاهرة وتحلل أبعادها ونتائجها، حيث كانت عينة مجتمع البحث من القائمين على الإعلام الرسمي في الأردن وهم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، ووكالة الأنباء الأردنية بتر، وصحيفة الرأي، والبالغ عددهم (397).

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: أن النسبة الأعلى من أفراد العينة المبحوثة (87.9%) وافقوا على أن أكثر الشائعات المتداولة في المملكة في هذا الوقت هي الشائعات الاجتماعية، وتليها الإعلامية بالدرجة الثانية بنسبة (79.6%) يليها الشائعات الاقتصادية بنسبة (75.6%) وجاءت الشائعات التي تهدف إلى اغتيال الشخصيات في الدرجة الرابعة بنسبة (69.4%). أما الشائعات السياسية فجاءت في الدرجة الخامسة بنسبة إجابات وب (67.5%) كما أوضحت الدراسة وجود درجة متوسطة من الموافقة على دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات بشكل عام بمتوسط إجابات بلغت (3.39) ووجود فروق دالة إحصائية في دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات تبعاً للمتغيرات الشخصية من اختلاف العمر، الجنس، مكان الإقامة والعمل وسنوات الخبرة وكانت الفروق لصالح الذكور.

وأجرى (الحديدي، 2019) دراسة هدفت إلى البحث في دور وسائل الإعلام المرئية في بناء الرموز السياسية: دراسة الحالة المصرية في الفترة من 2014 حتى 2018، وقد بينت الدراسة دور وسائل الإعلام المرئية في إبراز العديد من القادة السياسيين على الساحة السياسية المصرية وخاصة اندلاع ثورة 25 يناير وتلتها ثورة 30 يونيو، 2012، وقد ساهمت البرامج التلفزيونية على تكوين وعي المواطن المصري والتدخل في تحديد تفضيلاته السياسية في اختيار المرشح المناسب والذي يتوافق مع تطلعاته وطموحاته، وقد بينت الدراسة أهمية الإعلام المرئي في تلميع قادة سياسيين بعينهم وتشويه صورة آخرين.

وهدفت دراسة (الصوفي والبريهي، 2019) إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو ما عرف إعلامياً بثورات "الربيع العربي" من خلال المحاور الآتية: قياس اتجاهات هذه النخبة نحو وطنية الثورات، واتجاهاتها نحو أسباب قيام الثورات، واتجاهاتها نحو محركات الثورات، واتجاهاتها نحو الأنظمة العربية وخاصة التي قامت ضدها الثورات، وقامت الدراسة الميدانية بتطبيق استبيان بأسلوب عشوائي، في خمس جامعات يمنية حكومية، وعلى عينة حجمها 120 مبحوثاً من الأكاديميين العرب العاملين في هذه الجامعات، ممن يحملون الدرجات العلمية (أستاذ مساعد وأستاذ مشارك وأستاذ).

وقد خرجت الدراسة بنتائج عدة أهمها: 73.3% من النخبة الأكاديمية العربية يهتمون بمتابعة أخبار ثورات "الربيع العربي" وتطوراتها، و20.3% منهم يبدون اهتماماً متوسطاً، و5.8% لا يهتمون، وجاءت القنوات الفضائية الإخبارية كأهم مصدر في ترتيب المصادر الإعلامية التي تتابعها النخبة الأكاديمية العربية في اليمن وتستقي من خلالها الأخبار والمعلومات عن ثورات "الربيع العربي" وقد جاء على رأس هذه القنوات تفضيلاً لدى المبحوثين قنوات: الجزيرة، ثم العربية، ثم الـ "بي بي سي"، ثم قناة الحرة. وجاءت الفضائيات اليمنية الخاصة في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث جاءت وسائل التواصل الاجتماعي، وجاء اتجاه الأكاديميين العرب نحو ثورات "الربيع العربي" إيجابياً بنسبة 52.5% وسلبيّاً بنسبة 34.2% وجاء محايداً بنسبة 13.3%.

دراسة (NazimSha, and. Rajeswari, 2018) وهدفت إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صنع القرار السياسي بين الشباب في الهند، وقد بينت الدراسة أن معظم وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسائل المفضلة في الوقت الحاضر وأفضل الوسائل المعقولة والقابلة للتكيف والتقدم، وإن تنظيم الأطر الإلكترونية هي أفضل الطرق لتحقيق الأفكار لعدد كبير من الأفراد داخل تنقل مقتضب للوقت وتقنية جيدة لمشاركة الفكر والحقائق بالطريقة التي يحصل عليها الآخرون. وبينت الدراسة أن معظم المراهقين معرضون لخطر وسائل التواصل الاجتماعي حيث بينت الغالبية من الشباب لموافقة بشدة على تفضيلهم أن وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها هي أفضل استراتيجية يمكن الاعتماد عليها والقابلة للتكيف في النمط والوضع الحاليين التي يمكن من خلالها قراءة الرسائل السياسية وفهمها حول الأشياء التي تحدث في جميع أنحاء العالم.

وهدفت دراسة (عبدالمعطي، 2018) البحث إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في صنع القرار السياسي في مصر في مرحلة التحول الديمقراطي (تويتر نموذجاً). واعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، ومنهج تحليل النظم الذي يربط النظام السياسي بظروفه الداخلية والخارجية لتحقيق هدفه. وجاءت أدوات البحث متمثلة في أداة تحليل المضمون، وطُبقت على عينة من القرارات السياسية الصادرة في الفترة من 25 يناير 2011 وحتى الانتخابات الرئاسية يونيو 2014، باعتبارها مرحلة حاسمة في التاريخ المصري المعاصر، والموجودة على تويتر. وخلص البحث بمجموعة من النتائج منها، أن تويتر لعب دوراً في خلق وعي جمعي نحو أهمية القرارات السياسية بصفتها تمثل تحولاً مفصلياً في مرحلة التحول الديمقراطي في مصر، وأبرز الموقع مخرجات النظام السياسي (القرارات السياسية) باعتبارها تمثل مطالبة، هذا بالإضافة إلى دوره في إضعاف شرعية بعض القرارات أو إضعاف الشرعية عليها، من خلال قيامه بإبراز مساوئ وسلبيات القرار والتحذير من الأخطار المحتملة لتطبيقه، مما يعكس السمة العامة لدور وسائل الإعلام الجديد كنظام اتصالي في هذا الشأن.

وأجرى (بلحضري، 2018) دراسة هدفت إلى التعرف على دور الإعلام في إدارة الأزمات، والتعرف على حجم تدخل وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أنه تظهر قوة وسائل الإعلام على المجتمع والحكومات في زيادة حجم التأثير على الرأي العام والقرارات السياسية، وأن الأزمة تخلق جواً من الارتباك والذعر وحالة من الطوارئ، ووجود علاقة بين الأزمة ووسائل الإعلام وتظهر في تحقيق الكفاءة الإعلامية والقدرة على المنافسة في تقديم المعلومة والحقائق. وتحقيق عائد مادي ارتباطاً بارتفاع نسبة التوزيع كوسيلة للإعلانات. وأن دور الإعلام في إدارة الأزمات يعمل على وضع الخطط اللازمة لمواجهة الحالات الطارئة، والتنبيه بالأزمات والظروف المحيطة بها، والإعداد الجيد لمواجهة، ومراعاة ردود الأفعال المحتملة لجميع أطراف الأزمة، وتأثيرها على مستوى النجاح في إدارة الأزمة وتجنب آثارها

وهدفت دراسة (العلاونة، 2017) إلى التعرف إلى دور صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ومعرفة أهم أسباب ظهور صحافة المواطن، وأبرز المعايير المهنية والتشريعات والأخلاقيات المستخدمة فيها، وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي، على عينة قوامها (200) مفردة من الصحفيين الأردنيين العاملين في الصحف الأردنية اليومية (الدستور والرأي والغد والأنباط والديار والسبيل الأردنية) ووكالة الأنباء الأردنية (بترا)، والمسجلة عضويتهم في نقابة الصحفيين الأردنيين، حيث تم استخدام (الاستبانة) كأداة للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج: لقد احتل سبب "التحولات السياسية في المنطقة العربية" قائمة أسباب ظهور صحافة المواطن من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين بنسبة (20.7%)، تلاه "المساهمة في حل مشكلات المجتمع"، بنسبة (19.4%). كما اتفق ما نسبته (86%) من أفراد عينة الدراسة على أن عمل المواطن الصحفي أثر على طبيعة عمل الصحفي المحترف في الوسيلة الإعلامية. وتبين أن (60%) من أفراد عينة الدراسة رأوا أن على وسائل الإعلام تبني المواطن الصحفي (أحياناً)، بينما الذين يرون أن عليها أن تتبناها (دائماً) بلغت نسبتهم (18%). ولقد رأى (80%) من أفراد العينة المبحوثة أن على وسائل الإعلام أن تقوم أولاً بمراجعة وتحليل المواد المرسلة من المواطن الصحفي ثم نشرها. وأخيراً تبين من خلال بيانات الدراسة أن ما نسبته (45%) من أفراد العينة المبحوثة يقرؤون صحافة المواطن ويتابعونها (أحياناً) بينما الذين يتابعونها بشكل قليل ونادر بلغت نسبتهم (30%).

وهدفت دراسة (حجاب، 2017) إلى بيان دور وسائل الاتصال في صنع السياسات العامة بعد ما شهدته العالم من تطور في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، مما زاد ذلك الدور المؤثر لوسائل الاتصال، وخاصة في تشكل الرأي العام ونقل قرارات الحكومة إلى متناول المجتمع، لذلك فإن وسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية والاجتماعية والثقافية والإقتصادية للمجتمع والتي تساعد الحكومة في كيفية صنع القرار المناسب للرأي العام، وقد أظهرت الدراسة أن هناك دور حقيقي لوسائل الاتصال في عملية صناعة، فمن خلال وسائل الإعلام يستطيع المجتمع معرفة كيف ستؤثر سياسات الحكومة عليهم، وقدرة الحكومات الحصول على تغذية مرتجعة بشأن تلك السياسات والبرامج. فوسائل الإعلام تعمل بمثابة وسيط بين المواطنين والحكومة وذلك من خلال التحكم في نطاق الخطاب السياسي وعملية صناعة القرار.

دراسة (الشمري؛ وعلي، 2015) وهدفت الدراسة التعرف إلى مدى استخدام النخبة الأكاديمية العراقية لوسائل الإعلام العراقية، ومعرفة رأي النخبة الأكاديمية بمنظمة الأمم المتحدة، والتعرف على مستوى معرفة النخبة الأكاديمية بعض المعلومات المتعلقة بمنظمة الأمم المتحدة من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن النخبة الأكاديمية إلى إمكانية تحسين الأداء المؤسسي لمنظمة الأمم المتحدة حيث جاء بالمرتبة الأولى، وبواقع 320 تكرار وبنسبة مئوية بلغت 67.2%، وإن الجمهور العراقي لا يستفيد من الصحف العراقية في مساعدته على اتخاذ القرارات المناسبة له، حيث بلغ مجموع تكرارات آراءه بهذا الشأن (90) تكراراً وهو مؤشر عالي السلبية، وإن الجمهور العراقي يثق بحرية واستقلالية الصحف العراقية، إذ بلغ مجموع تكرارات آراءه الإيجابية بهذا الشأن (77) تكراراً.

وتهدف دراسة (Biswas, et.al, 2014) إلى معرفة دور وسائل الاعلام في خلق الوعي بين الناس، وكيف ان الإعلام أصبح أداة سياسية، وتبحث أيضا فيما اذا كانت وسائل الاعلام قد قامت بالتأثير على اصوات الشباب الناخبين في الانتخابات في الهند عام 2014، وهل يمكن للاحزاب السياسية من خلال وسائل الاعلام التأثير على الاراء والحصول على أصوات الشباب. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ان وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في التأثير على الناخبين الشباب وسلوكهم الانتخابي، وأن هنالك تأثير وسائل الاعلام في المناطق الحضرية محدودا بالرغم من استخدام وسائل الاعلام للتكنولوجيا وأساليب غير تقليدية وحديثة لاجل الوصول الى الاهداف، ويكون تأثيرها في المناطق الريفية اكثر ومن خلال وسائل تقليدية وعادية. ووجود علاقة طردية بين نسبة التأثير وبين عمر الناخب من الشباب. وتلعب التكنولوجيا دورا مهما في اصال المعلومات مباشرة وسريعا الى الشباب، مما يؤدي إلى نتائج ايجابية في خلق التأثير على سلوك الشباب. ويكون الانترنت احدى الوسائل في تشكيل اتجاهات الشباب والتأثير في سلوكهم، ومن خلاله يتم تسويق المعلومات وفي وقت اقصر وأسرع وأقل تكلفة.

وهدف دراسة (Umbreen, and Urwa, 2014) إلى دراسة انماط من التصورات السياسية والمواقف والسلوك التي تحدثها وسائل الاعلام وقياس تأثير وسائل الاعلام على السلوك السياسي والانتخابي للجمهور خلال دراسة عينة من المناطق الريفية والحضرية في باكستان، مع افتراض ان لوسائل الاعلام تأثير اقل في المناطق الريفية عن المناطق الحضرية. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن غالبية الجمهور في المناطق الريفية يقوم بالتصويت على أساس الشخصية. وغالبية الجمهور في المناطق الحضرية يميلون الى التصويت على اساس الاداء السياسي والذي تكون لوسائل الاعلام دورا مهما في إصاله للجماهير. ويتوجب على وسائل الاعلام تعزيز برامج التربية والتثقيف للناخبين بسبب قدرتها وتأثيرها على الجمهور. وتقوم وسائل الإعلام أحيانا بنقل الإخبار الى الجمهور تتضمن عناصر التسويق والبريق والإثارة. وتقوم وسائل الإعلام بنقل الإخبار العاجلة دون التأكيد على الأخبار السابقة.

دراسة الزبيدي, (2013) وهدفت الدراسة التعرف دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وقد بينت الدراسة بأن هناك علاقة بين وسائل الاعلام ودورها في صنع القرار السياسي وبيان حجم الدور الذي يقدمه الأعلام باعتبار ان الإعلام هو لغة الحوار وحلقة الوصل بين المجتمع والحكومات التي تملك صلاحية صنع القرار السياسي التي تساهم بخلق حالة من التفاعل بين الراي العام وقرارات السلطة السياسية، فكلما كان النظام السياسي اكثر ديمقراطية كلما ازدادت درجة الاعتماد على النظام الاعلامي وكلما كان النظام السياسي اقل ديمقراطية كلما قل الاعتماد على وسائل الاعمال. وأن الإعلام يؤثر على عملية صنع القرار السياسي عبر أربعة مراحل: تحديد المشكلة، تحديد البدائل، اختيار المعلومات، تطبيق القرار، بحيث تعمل استراتيجية الإعلام على تقديم المعلومات المتناسقة في الاتجاه المؤثر في صنع القرار السياسي، أما العلاقة بين الراي العام وصنع القرار السياسي فهي علاقة متبادلة، حيث يؤثر كلاهما في الآخر.

وهدفت دراسة (Lozanov, and Spassov, 2011) إلى البحث في الإعلام والسياسة، وقد بينت الدراسة إن الإعلام والسياسة دائماً في علاقة متوترة في إطار الديمقراطية الفاعلة، وتتجه القوى السياسية إلى الجمهور لتحفيز أفعالهم، والدفاع عن أفكارهم وكسب ثقة الناس، ويتعين على وسائل الإعلام بدورها إبلاغ الناس عن الأمور السياسية المحيطة بهم، وإن ممارسة السيطرة على السياسيين يؤدي إلى الخلل في أداء واجباتهم.. وبينت الدراسة أن وسائل الإعلام منعت كثير المواضيع التي سيتم تغطيتها، وأثبتت الدراسة أنه بدون وسائل الإعلام لن يجد السياسيون طريقة لتوصيل أفكارهم للناس، ويجب على السياسيين أن يوصلوا نشاطهم العام بشكل صحيح إلى الناس. وما يحتاجونه في الغالب هو الثقة. وذلك لأن صنع السياسة الجيدة وحدها لا يكفي. فلا بد من الدراية بقواعد الديمقراطية الإعلامية ومعرفة كيفية تطبيقها.

وهدفت دراسة (العزام، 2010) إلى الكشف عن اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية اتجاه عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية، وبيان العلاقة بين هذه الاتجاهات وبين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام. وكون الدراسة استطلاعية، استُخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وبعض الأدوات الإحصائية والعمليات الحسابية البسيطة مثل: النسب المئوية والتكرارات والجداول المتقاطعة ومتوسط الاتجاهات والتباين الأحادي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبياً، على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات مثل المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع، والمساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربته، كما توصلت الدراسة إلى ضعف الدور الرقابي (وغيابه أحياناً) لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان، وهيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة، وأن التزام وسائل الإعلام بالمصادقية بنشر الأخبار وتناولها للأحداث بدرجة متوسطة.

ما تتميز به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة عدداً من الموضوعات التي ركزت حول الإعلام، والعلاقة بين الاعلام والسلوك السياسي، وتأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي، والشائعة، وثورات الربيع العربي، وقضايا سياسية وأمنية واقتصادية، أما الدراسة الحالية فتناولت دور الإعلام المرئي في التأثير على مجريات عملية صنع القرار السياسي من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، وهي من الدراسات الحديثة في حدود علم الباحث، التي تناولت هذا الموضوع مما يعد إضافة جديدة للمكتبة الأردنية والعربية. حيث تتميز هذه الدراسة بتعدد المناهج المستخدمة، وفي طبيعة اداة وصدق الدراسة في اظهار النتائج من خلال المسح الميداني، التي ستبين دور الإعلام المرئي الأردني في عملية صنع قرار السياسي الأردني من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية.

منهجية الدراسة

إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، وذلك من خلال الرجوع إلى الأدب النظري ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، بالإضافة إلى تطوير إستبانه كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة.

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع النخب السياسية والإعلامية والذين يؤدون فعلياً دور أصحاب القرار سياسياً وإعلامياً. حيث بلغ عدد النخب الإعلامية المسجلين في نقابة الصحفيين الأردنيين والبالغ عددهم (1246) إعلامياً مسجلاً في المملكة، منهم (996) إعلامياً مسجلاً وممارساً للعمل الصحفي، و(250) إعلامياً مسجلاً غير ممارس للعمل الإعلامي، وبلغ عدد النخب السياسية (260) منهم (28) وزيراً، و(65) عين، و(130) نائباً، و(37) أمين عام حزب سياسي.

عينة الدراسة

تم إختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة العشوائية ونسبة (50%) وبلغت عينة الدراسة (753) مجعوثاً، منهم (623) إعلامياً، و(13) من النخب السياسية، وقد تم توزيع (753) إستبيان على النخب السياسية والإعلامية وأسترد منها (524) بما نسبته (69.6%) من مجموع الاستبانات الموزعة وهي نسبة مقبولة لغايات البحث العلمي، والجدول التالي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب متغيراتها الديموغرافية.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	المستوى	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	391	%74.6
	أنثى	133	%25.4
العمر	أقل من 30 سنة	49	%9.4
	30-40 سنة	214	%40.8
	40-50 سنة	93	%17.7
	50 سنة فأكثر	168	%32.1
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	8	%1.5
	دبلوم	90	%17.2
	بكالوريوس	240	%45.8
	دراسات عليا	186	%35.5
مكان الإقامة	مدينة	258	%49.2
	قرية	97	%18.5
	البادية	102	%19.5
	مخيمات	67	%12.8
إجمالي سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	0	0
	5-10 سنوات	117	%22.3
	15 سنة فأقل	130	%24.8
	15-20 سنة	237	%45.2
	20 سنة فما فوق	40	%7.6
طبيعة العمل	النخبة السياسية	113	%21.6
	النخبة الإعلامية	411	%78.4
	المجموع	524	%100
التوجهات السياسية	إسلامي	45	%8.6
	قومي	116	%22.1
	يساري	141	%26.9
	ليبرالي	222	%42.4
	المجموع	524	%100

أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير إستبانة الدراسة من خلال الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث تضمنت أدوات الدراسة قسمين، كما يلي:

القسم الأول: تناول المتغيرات الديموغرافية.

القسم الثاني فُغني بالأداة المتعلقة بموضوع الدراسة الرئيسي (دور الاعلام المرئي) وتضمن ثلاثة محاور، حيث تم الإعتماد في تطوير هذه الأداة على دراسة (القرار السياسي) ودراسة (النخب الاعلامية)، وقد تم صياغة الإجابة على فقرات هذه الأداة بالإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي المكون من خمسة اختيارات، تتراوح بين (غير موافق بشدة وموافق بشدة) بوزن نسبي (1-5).

صدق أدوات الدراسة

للتحقق من صدق أدوات الدراسة تم إستخدام الصدق الظاهري وصدق البناء الداخلي كما يلي:

الصدق الظاهري:

تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة والإختصاص من رؤساء الأقسام وأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية بلغ عددهم (11) محكم، حيث طُلب إليهم إبداء رأيهم حول شمولية الفقرات، وانتمائها للمجال ومناسبة الصياغة اللغوية ومدى وضوح الفقرات، وإضافة أو حذف أو تعديل ما يروونه مُناسباً، وقد جاءت توصيات المحكمين بعدم حذف ولا فقرة، مع إعادة صياغة بعض الفقرات في أداة الدراسة.

صدق البناء الداخلي:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة باستخدام صدق البناء الداخلي، حيث تم تطبيق الأداة على عينة إستطلاعية، تم اختيارها عشوائياً من داخل مجتمع الدراسة ومن خارج عينتها، بلغت (20) فرداً، ثم تم حساب معامل الارتباط بين درجة الفرد على الفقرة ودرجته الكلية على المقياس، والجدول (2) يوضح ذلك:

جدول (2)

معاملات الارتباط بين درجة الفرد على الفقرة ودرجته الكلية على أداة الدراسة

رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
1	.476**	12	.413*	23	.399*
2	.434*	13	.449*	24	.462*
3	.542**	14	.544**	25	.348*
4	.465*	15	.602**	26	.568**
5	.604**	16	.379*	27	.593**
6	.375*	17	.443*	28	.611**
7	.456*	18	.374*	29	.436*
8	.567**	19	.432*	30	.387*
9	.423*	20	.572**	31	.349*
10	.385*	21	.365*	32	.465*
11	.376*	22	.493*		

* تعني دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$)

** تعني دالة عند مستوى ($\alpha \geq 0.01$)

يتبين من الجدول (2) بأنه تحقق لأداة الدراسة مؤشرات صدق مناسبة حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (-0.611).
(348). وجميعها دالة احصائياً عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$).

ثبات أداة الدراسة

جرى التأكد من ثبات المقياس باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للإتساق الداخلي بصيغته النهائية الكلية، والجدول رقم (3) يبين معامل الثبات كرونباخ ألفا لأبعاد أداة الدراسة.

جدول (3)

معامل الثبات كرونباخ ألفا لأداة الدراسة

البعد	معامل كرونباخ ألفا
دور الإعلام المرئي في صنع القرار السياسي	0.81
دور الإعلام المرئي في توجيه النخبة	0.82
دور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية	0.75
الدرجة الكلية	0.79

نلاحظ من الجدول (3) أن معاملات الثبات لأبعاد مقياس التفهم الوجداني تراوحت بين (0.75 - 0.82)، وتعتبر مثل هذه القيم مقبولة لأغراض البحث العلمي.

طريقة تصحيح أداة الدراسة:

تم تطبيق المقياس بالطلب من أفراد عينة الدراسة أن يجيبوا على الأداة بطريقة فردية، حيث تتطلب عملية الإجابة مدة (50) دقيقة، وفق تدرج ليكرت الخماسي، بحيث يختار خياراً من خمسة وهي (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وتعطى الدرجات (1، 2، 3، 4، 5)، وتكون أعلى درجة يمكن الحصول عليها على المقياس (160) وأدنى درجة (32)، ويتم الحكم على المستوى في أداة الدراسة بالاعتماد على المعادلة التالية:

أعلى قيمة - أقل قيمة / المستويات

$$1.33 = 3 / 4 = 3 / 1 - 5 =$$

وبالتالي فإن معيار الحكم كما يلي:

المستوى بالنسبة للمتوسط الحسابي	المتوسط الحسابي
منخفض	1-2.33
متوسط	3.67-2.34
مرتفع	3.68 فما فوق

عرض النتائج:

الإجابة عن أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني؟

جدول (4)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي مرتبة تنازلياً حسب درجة أهميتها

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
2	يمارس الإعلام المرئي تأثيراً على النخب السياسية والإعلامية التي تصنع القرار	3.71	0.96	مرتفعة
1	للإعلام المرئي أهمية بالغة في تشكيل السياسة العامة (السياسة الداخلية والخارجية)	3.64	0.97	متوسطة
3	تساهم المهارات والمعارف التي يملكها من يدير الإعلام الإلكتروني التأثير في عملة صنع القرار.	3.57	1.01	متوسطة
4	يؤدي الإعلام المرئي دوراً هاماً في عملية صنع القرار في ظل الظروف والأوقات والأزمات السياسية الحرجة التي يمر بها الأردن	3.47	1.001	متوسطة
9	تلجأ النخب السياسية والإعلامية إلى الإعلام المرئي بشكل كبير في عملية المشاركة والمساهمة في صناعة القرار السياسي.	3.44	0.99	متوسطة
5	يؤدي الإعلام المرئي دوراً محورياً في عملية صنع القرار.	3.42	0.99	متوسطة
7	يرتبط تأثير النخب التي تدير الإعلام المرئي في عملية صنع القرار بكفاءة الشخص وقدرته وما يتمتع به من إمكانية إقناع الآخرين.	3.39	1.00	متوسطة
8	يدير الإعلام المرئي شخصيات ذات حضور وتأثير ونفوذ لارتباطهم بقوة حزبية أو صالونات سياسية أو جمعيات سياسية أو نقابية.	3.36	1.01	متوسطة
6	تعتمد عملية صنع القرار السياسي على النخب التي تدير الإعلام المرئي.	3.26	1.02	متوسطة
-	الكلية	3.47	0.59	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (4) أنَّ المتوسط العام لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي جاء بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.47) وبانحراف معياري (0.59)، وقد احتلت الفقرة رقم (2) والتي نصها "للإعلام المرئي أهمية بالغة في تشكيل السياسة العامة (السياسة الداخلية والخارجية)" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.59) وبدرجة موافقة متوسطة، في حين جاءت الفقرة رقم (6) والتي نصها "تعتمد عملية صنع القرار السياسي على النخب التي تدير الإعلام المرئي" في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ (3.26) وهي تعكس درجة موافقة متوسطة أيضاً.

وتعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن للإعلام المرئي دور فاعل في تشكيل سياق عملية صنع القرار السياسي في المجتمعات المختلفة؛ حيث يعكس الإعلام المرئي طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجماهير، كما أن إسهام ودور وسائل الإعلام المرئي في عملية صنع القرار تعتمد على شكل ووظيفة تلك الوسائل في المجتمع وحجم الحريات، وتعدد الآراء والاتجاهات داخل هذه المؤسسات، بالإضافة إلى طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع.

وقد تُعزى هذه النتيجة إلى الدور الكبير لوسائل الاعلام المرئية في التأثير على الرأي العام وتشكيل توجهاته واتجاهاته، أو تعبئته باتجاه أهداف أو قضايا معينة، حيث تعتبر وسائل الاعلام المرئي أدوات مهمة في عمليات التغيير الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي، وهذا ما يجعل منها وسيلة مهمة في التأثير وتغيير الاتجاهات لدى كافة أطراف المجتمع وعلى رأسهم صانعي القرار، لذلك فإنه من الطبيعي أن يكون هناك دور فاعل لوسائل الاعلام المرئي في صنع القرار السياسي.

وقد تعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن وسائل الاعلام المرئي تمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الاحداث الجارية والبيئة السياسية لسياستهم وفي كثير من الاحيان تقدمها بشكل أسرع من القنوات الرسمية، بالإضافة إلى قدرتها على توفير القنوات اللازمة للمسؤولين لنقل رسائلهم الى الجمهور والنخبة السياسية داخل الحكومة وخارجها، وهذا ما يُفسر دور الاعلام المرئي في صنع القرار السياسي.

بالإضافة إلى أن هذه النتيجة تُعزى إلى قدرة الاعلام المرئي على التأثير على مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه المسؤولين الحكوميين، كما تستطيع التغطية الاعلامية ان تزيد من التأييد الجماهيري لبعض السياسات والحكومات، ولا ينكر مالها من دور في احداث تغيرات جذرية في الاوضاع السائدة وخلق سياسات جديدة عندما تتطلب المشاكل التدخل الحكومي أو بنشرها لمطلب الرأي العام.

واتفقت نتيجة هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة (أبو القاسم، 2024) والتي أشارت نتائجها إلى أن الإعلام يلعب دورا إيجابيا في نضج الرأي العام وشفافيته، كما اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة (وليدة، وفطيمة، 2023) والتي أشارت نتائجها إلى أن المعالجة الاعلامية تؤدي إلى خفض لأزمات السياسية، كما اتفقت مع دراسة (كمال، 2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن الاعلام من اهم الادوات التي تلعب دورا كبيرا داخل الدولة، فتؤثر على صانع السياسة وكذلك على الرأي العام. كما اتفقت مع دراسة (المستريحي، 2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن الاعتماد على مؤشرات جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي كمدخل لاتخاذ القرارات لا زال متواضعا ومتشككاً.

السؤال الثاني: كيف يوظف الإعلام المرئي القرار السياسي في الأردن وفقاً لرأي النخبة السياسية والإعلامية؟

جدول(5)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية مرتبة تنازلياً حسب درجة أهميتها

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
7	يتأثر الإعلام المرئي بتغيرات البيئة الخارجية، فقد أعطى أولوية في تغطية قضايا اللاجئين بسبب الحروب الأهلية في دول الجوار .	3.70	0.82	مرتفعة
4	يعد الإعلام المرئي أكثر تأثيراً في السياسة الداخلية مقارنة بالسياسة الخارجية.	3.57	0.93	متوسطة
3	يبرز دور الإعلام المرئي في تشكيل الرأي العام من خلال اتخاذ قرارات تتوافق مع الظروف السياسية للدولة.	3.55	0.94	متوسطة
12	كلما زادت تغطية الإعلام المرئي لقضايا الفساد، انعكس ذلك ايجابياً على قرارات الحكومة في مواجهته.	3.53	0.95	متوسطة
2	يلعب الإعلام المرئي دور استباقي في نشر الأخبار عن قرار سياسي تنوي الحكومة إصداره من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية.	3.50	0.96	متوسطة
6	يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في القضية الفلسطينية على ما سواها.	3.49	0.98	متوسطة
8	يغطي الإعلام المرئي المجال الاقتصادي بشكل أساسي على غيره من المجالات الأخرى	3.48	0.99	متوسطة
1	تستخدم النخب السياسية والإعلامية وسائل الإعلام المرئي كأداة ضغط للتأثير على القرارات المتخذة	3.37	1.00	متوسطة
11	يؤثر الإعلام المرئي على قرارات الحكومة إيجاباً في مواجهة الجريمة والمخدرات.	3.36	1.01	متوسطة
10	تتأثر الحكومة بقراراتها بما يطرحه الإعلام المرئي بقضايا الإرهاب والتطرف.	3.28	1.02	متوسطة
9	يحدد الإعلام المرئي للحكومة أجندة وأولويات السياسة الداخلية	3.26	1.03	متوسطة
5	يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في قضايا الفقر والبطالة أكثر من غيرها.	3.24	1.04	متوسطة
-	الكلي	3.44	0.61	متوسطة

يظهر من الجدول رقم(5) أنَّ المتوسط العام لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية جاء بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.44) وبانحراف معياري (0.91)، وقد احتلت الفقرة رقم(7) والتي نصها "يتأثر الإعلام المرئي بتغيرات البيئة الخارجية، فقد أعطى أولوية في تغطية قضايا اللاجئين بسبب الحروب الأهلية في دول الجوار" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.70) وبدرجة موافقة مرتفعة، في حين جاءت الفقرة رقم(5) والتي نصها "يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في قضايا الفقر والبطالة أكثر من غيرها" في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ (3.24) وهي تعكس درجة موافقة متوسطة.

وتعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن الإعلام المرئي الأردني يُشكل أحد الوسائل الفعالة التي تستخدمها النخب السياسية والإعلامية للتأثير على صانعي القرار السياسي في الأردن، بالإضافة إلى أن ما يقوم به الإعلام المرئي في الأردن بحسب رأي أفراد عينة الدراسة من دور استباقي في نشر بعض الأخبار حول قرارات سياسية تتوي الحكومة نشرها يقوم بدور توظيف للإعلام المرئي وما يبثه من برامج للقرار السياسي الأردني.

وقد تُعزى هذه النتيجة إلى أن الإعلام المرئي في الأردن قادر على مواكبة الظروف المختلفة التي تحدث في المنطقة سواء على المستوى العالمي أو الإقليمي أو المحلي، حيث يُلاحظ أن الإعلام المرئي يُغطي كافة المجالات المجتمعية الداخلية وله تأثير جيد على مجموعة متنوعة من القضايا المجتمعية كالفقر، والبطالة، وقضايا اللاجئين، وهذا ما يجعل الحكومات الأردنية تتأثر بما يطرحه الإعلام المرئي من قضايا.

كما تعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن الإعلام المرئي الأردني يُمثل أداة للتغيير والتثقيف السياسي وذلك من خلال قدرته على تشكيل الوعي السياسي وترشيده، سواء كان ذلك من خلال إدامة التواصل على الصعيدين السياسي الداخلي والسياسي الخارجي، أو في نقل صورة التجربة الحضارية والإنسانية للعالم، بالإضافة إلى أن الانفتاح والاحتكاك الإعلامي مع الشعوب والحضارات الأخرى، مما يُسهم بالتالي في تشكيل مناخ متكامل حول القرار السياسي الأردني.

بالإضافة إلى أن هذه النتيجة تُعزى إلى أن ما يُبث من خلال الإعلام المرئي في الأردن يخدم الأجندة الحكومية من خلال تقديم المعلومة للمواطنين وتوفيرها لهم من أكثر من جهة، وهذا ما يعمل على تغطية كافة جوانب القضايا المطروحة على الساحة الداخلية وبعض قضايا الساحة الخارجية، وهذا ما يؤثر إيجاباً على قدرة الإعلام المرئي على توظيف القرار السياسي في الأردن.

واتفقت نتيجة هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة (الصوفي والبرهي، 2019) والتي أشارت نتائجها إلى دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن، كما اتفقت مع نتائج دراسة (عبدالمعطي، 2018) والتي أشارت نتائجها إلى أن الإعلام لعب دوراً في خلق وعي جمعي نحو أهمية القرارات السياسية بصفتها تمثل تحولاً مفصلياً في مرحلة التحول الديمقراطي في مصر، كما اتفقت مع دراسة (حجاب، 2017) والتي أشارت نتائجها إلى أن وسائل الإعلام لها دور حقيقي في مساعدة الحكومة في كيفية صنع القرار المناسب للرأي العام.

السؤال الثالث: ما دور النخب السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي الأردني؟

جدول(6)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة مرتبة تنازلياً حسب درجة أهميتها

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
9	يحظى الإعلام المرئي بالمصداقية لدى صنّاع القرار والرأي العام على حد سواء	3.74	0.86	مرتفعة
5	تسعى النخب السياسية والإعلامية في إعادة ثقة الناس وقناعتهم تجاه القرار السياسي الصادر عن الحكومة من خلال استخدام وسائل الإعلام المرئي في صنع القرار السياسي.	3.72	0.88	مرتفعة
4	يساهم الإعلام المرئي في زيادة التوقعات الايجابية للنخبة من القرارات المتخذة.	3.71	0.91	مرتفعة
7	يعتبر الإعلام المرئي جزءاً مشاركاً في صناعة القرار السياسي من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية.	3.69	0.93	مرتفعة
8	تتحكم نخب صنّاع القرار فيما يقدم الإعلام المرئي من محتوى	3.63	0.96	متوسطة
2	يؤدي الإعلام المرئي دوراً هاماً في عمل النخب السياسية والإعلامية من خلال القيام في عملية إقناع الرأي العام تجاه قضية ما.	3.59	0.98	متوسطة
3	يحدد الإعلام المرئي أولويات نخب صناعة القرار، والجدليات والأفكار المتداولة لديها.	3.56	0.99	متوسطة
1	تعتقد النخب السياسية والإعلامية أن للإعلام المرئي دور في صناعة القرار السياسي من خلال قدرته في تغيير توجهات الرأي العام تجاه قضية ما بما يتوافق مع رؤية الحكومة في تنفيذ القرار السياسي.	3.54	1.00	متوسطة
6	تلجأ النخب السياسية والإعلامية إلى وسائل الإعلام المرئي لتسليط الضوء على أهمية القرار السياسي.	3.51	1.01	متوسطة
10	هنالك علاقة ثقة وشفافية بين الإعلام المرئي والنخب الصانعة للقرار	3.49	1.02	متوسطة
11	ترى النخب السياسية والإعلامية أن الإعلام المرئي يساهم في تحليل القرارات السياسية.	3.44	1.03	متوسطة
-	الكلية	3.60	0.55	متوسطة

يظهر من الجدول رقم(6) أنّ المتوسط العام لتقديرات لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة جاء بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.60) وبانحراف معياري (0.55)، وقد احتلت الفقرة رقم(9) والتي نصّها " لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.74) وبدرجة موافقة مرتفعة، في حين جاءت الفقرة رقم(11) والتي نصّها " ترى النخب السياسية والإعلامية أن الإعلام المرئي يساهم في تحليل القرارات السياسية " في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ (3.44) وهي تعكس درجة موافقة متوسطة.

وتعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن النخب السياسية والإعلامية تستخدم وسائل الإعلام المرئي كأداة ضغط للتأثير على القرارات المتخذة، بالإضافة إلى أن الإعلام المرئي يحظى بالمصداقية لدى صنّاع القرار والرأي العام على حد سواء، وهذا ما يجعل منه وسيلة تأثير قوية تستخدمها النخب السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي الأردني.

كما تعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أنه وعلى الرغم من أن الإعلام المرئي يعتبر جزءاً مشاركاً في صناعة القرار السياسي من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية، إلا أن هناك بعض التحكم من قبل صانعي القرار في الأردن فيما يقدمه الإعلام المرئي من محتوى، وهذا ما يؤثر أحياناً بشكل سلبي على قدرة النخب السياسية والإعلامية في التأثير على القرار السياسي الأردني من خلال استخدام الإعلام المرئي. وقد تُعزى هذه النتيجة إلى أن النخب السياسية والإعلامية تهتم باستخدام وسائل الإعلام المرئي بهدف إعادة بناء الثقة بين المواطن الأردني وقناعاته تجاه ما تصدره الحكومة من قرارات سياسية، وهذا ما يُسهم في مساعدة النخب السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي الأردني، بالإضافة إلى أنه من الملاحظ أن النخب السياسية والإعلامية في الأردن كثيراً ما تلجأ إلى استخدام وسائل الإعلام المرئي بهدف تسليط الضوء على أهمية القرار السياسي المتخذ سواء بالموافقة أو المعارضة، وهذا ما يُساعد النخب السياسية والإعلامية على تكييف القرار السياسي الأردني مع توجهات الرأي العام. كما تعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن النخب السياسية والإعلامية تعمل على تكييف القرار السياسي الأردني من خلال التأثير على توجهات واتجاهات الرأي العام تجاه قضية معينة وذلك من خلال استخدام الإعلام المرئي، وذلك بهدف إحداث توافق بين القرار السياسي للحكومة ورؤيتها مع الرأي العام الأردني، وهذا ما يدل على حجم التأثير الذي تمارسه النخب السياسية والإعلامية من خلال الإعلام المرئي على صنّاع القرار في الحكومة الأردنية.

وانتقلت نتيجة هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة (أبو القاسم، 2024) والتي أشارت نتائجها إلى وجود علاقة بين التنشئة السياسية للنخب والأفراد وقوة وتأثير الرأي العام على صناعة القرار السياسي، كما انتقلت نتيجة هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة (عبدالمعطي، 2018) والتي أشارت نتائجها إلى أهمية الإعلام في خلق وعي جمعي نحو أهمية القرارات السياسية. كما انتقلت مع دراسة (كمال، 2020) والتي أشارت نتائجها إلى أن الإعلام من أهم الأدوات التي تلعب دوراً كبيراً داخل الدولة، فتؤثر على صانع السياسة وكذلك على الرأي العام.

السؤال الرابع: ما هي طبيعة العلاقة بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار؟

جدول رقم (7)

يوضح مصفوفة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار

عملية صنع القرار						الإعلام المرئي
الكلي		التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية		صنع القرار السياسي الأردني		
مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
.000	**.860	.000	**.806	.000	**.836	الإعلام المرئي

** ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha \leq 0.01$)

يتضح من الجدول رقم (7)، بأن جميع العلاقات الارتباطية دالة إحصائياً، وعند مستويات إيجابية بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار، سواء على المستوى الكلي أو على مستوى المجال الواحد، وقد بلغت القيمة الإجمالية للعلاقة الارتباطية بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار ككل (0.860)، وهي قيمة إيجابية تؤكد أثر الإعلام المرئي في عملية صناعة القرار في الأردن، وكانت أقوى هذه العلاقات مع مجال (صنع القرار السياسي الأردني)، حيث بلغت قوة هذه العلاقة الارتباطية (0.836)، في حين كانت أضعف هذه العلاقات هي العلاقة مع بعد (التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية)، حيث بلغت قيمة هذه العلاقة الارتباطية (0.806).

وتعزو الدراسة هذه النتيجة إلى وجود علاقة وثيقة بين الاعلام والسياسة فلا توجد سياسة بدون اعلام ولا اعلام بدون سياسة، فحينما يوجد الاعلام فلا بد من وجود السياسة، حيث يمكن للإعلام المرئي أن يكشف العديد من جوانب العمليات السياسية والتي تحدث في شتى المجتمعات، بما يؤدي الى إثراء المعرفة السياسية فالعلاقة بينهما هي علاقة متغيرة وترتبط بالتحولات والتغيرات التي تحدث في الاعلام والسياسة وفي الجوانب المختلفة للحياة في المجتمعات الانسانية.

كما تعزو الدراسة هذه النتيجة إلى أن الاعلام المرئي أصبح يدخل بالأساس في نسيج العمل السياسي بمستوياته وأشكاله المختلفة، حيث أصبح الإعلام المرئي فاعلاً أساسياً في المشهد السياسي من خلال ما يمتلكه الإعلام المرئي من قوة سياسية مؤثرة تتركز في قدرته على تشكيل رؤية وتفكير أفراد المجتمع حول ما يحدث حولهم داخلياً وخارجياً، ومما زاد من قوة الاعلام المرئي أن الاحزاب والقوى السياسية وجدت نفسها مجبرة على تشكيل وسائلها وتصوراتها السياسية بما يتناسب مع الاعلام المرئي الأمر الذي كان له تأثيره في المدركات والتصورات الجماهيرية وفي العملية السياسية ذاتها، وهذا ما ساهم في ازدياد تأثير الاعلام المرئي في صنع القرارات والسياسات الداخلية والخارجية.

وقد يُعزى وجود علاقة بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار إلى وجود مبدأ الاعتماد المتبادل فيما بين الاعلام المرئي والبنى السياسية في المجتمع الأردني، حيث يعتبر الاعلام المرئي أداة رئيسية من أدوات التأثير الحكومي على الرأي العام الاردني على اعتبار أن من يملك السيطرة على الإعلام المرئي يملك الغلبة في شتي مجالات الحياة، وفي ظل ما يعيشه العالم حالياً من تطورات كبيرة وفي مقدمتها الثورة التكنولوجية والاتصالية الواسعة أصبحت العلاقة بين الاعلام المرئي وعملية صنع القرار أكثر وضوحاً وقوة، ولا سيما أن الانظمة السياسية اعتمدت بشكل كبير على الاعلام المرئي لتحقيق اهدافها وتنفيذ استراتيجيتها على الصعيد الداخلي والخارجي وكسب الرأي العام لمصلحتها.

الخاتمة

أصبح للإعلام دور مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلامياً، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالأمن الوطني. وأن العالم في العصر الحديث أصبح جزءاً من حياة الناس، كما أن بناء الدولة اقتصادياً، واجتماعياً، وسياسياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل ووسائل الإعلام، بل أن مشروعات التنمية لا يمكن أن تتجج إلا بمشاركة الشعوب وهو أمر لا يتحقق إلا بمساعدة الإعلام، وترتبط السياسة العالمية بالأوضاع السياسية، والاقتصادية، والأمنية والاجتماعية، والحربية، بمعنى أن الإعلام يرتبط بقوة الدولة الشاملة ومن ثم فهو يسعى بطريق غير مباشر لتحقيق الأمن الوطني، من خلال التغطية الإعلامية ومن خلال الإسهام في بناء المواطن وتحسينه ضد أي غزو إعلامي أو فكري معاد .

أن توظيف وصناعة القرار السياسي الأردني يتطلب استيعاب التغير باتجاه إحلال مضمون الرسائل الإعلامية في تأدية مهامها ووظائفها وعملاتها، لما لها من مزايا إيجابية وفعالة في تحديد الجمهور المستهدف، وكذلك وسائل وأساليب توجيه الرسائل الإعلامية ضمن الخطاب الإعلامي، وإنشاء مركز إعلامي يستهدف النخب السياسية كوعاء تصب فيه كافة أوعية المعلومات، على أن يكون مزوداً بكافة الأجهزة وتقنية الاتصالات الحديثة في الجانب الإعلامي لاستقبال المعلومات وتخزينها وتحليلها، ومن ثم يدفعها كمخرجات إعلامية صادقة تتناول المجالات التي يؤثر فيها الإعلام المرئي في السياسة الداخلية كالفقر والبطالة والفساد وغيرها. أو قضايا السياسة الخارجية كالفقضية الفلسطينية. على اعتبار أن الدور الإعلامي فاعل في تكييف عملية صنع القرار السياسي مع الرأي العام الأردني.

وتُعد وسائل الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات في مختلف المجالات، وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في إكساب عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي وذلك بقصد الاستفادة من إشغال وقت الأفراد بما يفيدهم، وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنميتها في شخصية الفرد . فأصبح من الضروري اليوم توجيه الاهتمام إلى الإعلام المرئي والوسائط الإلكترونية والوسائل الحديثة التي فرضت نفسها بشكل أو بآخر كبديل لوسائل الاتصال الجماهيري في رصد ونقل المعلومات بالشكل الفوري والمتسارع .

ومما لا شك فيه أنه أصبح هنالك علاقة وطيدة بين وسائل الإعلام الجديدة والعملية السياسية، حيث أصبحت شاشات التلفزة ومواقعها المتواصلة اجتماعياً أهم الوسائل التي تسهم في الربط بين حلقة الجمهور والنظام الحاكم وهي عامل مساهم إما بإفشال النظام السياسي أو بانجاحة من خلال الدور والرسائل التي تبثها ، إضافة الى تشكل عنصر جديد وهو ممارسة المشاركة السياسية للمواطنين من خلال نشاطهم عبر التفاعل على مواقع التواصل التابعة للقنوات الرسمية وغير الرسمية ، والذي من شأنه أن يساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في رسم ملامح نشاطات الدولة السياسية من منظوره الخاص بعيداً عن التراجيديا في المشاركة السياسية سواء عن طريق الاحزاب أو من خلال الندوات الغير مسموعة ، فمن دون هذا التواصل التكنولوجي لا يمكن للنخب الإعلامية والسياسية أن ترسم لها أجندة و دوراً فاعلاً داخل الدولة. كذلك خلصت الدراسة الى أن وسائل الإعلام المرئي تمد صانعي القرار بالمعلومات بشأن الأحداث الجارية والبيئة السياسية لسياستهم وفي كثير من الأحيان تقدمها بشكل أسرع من القنوات الرسمية، لذلك تبرز قدرة الإعلام المرئي على التأثير على مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه السلطات الحكومية كذلك أبرزت الدراسة أن الإعلام المرئي الأردني يُشكل أحد الوسائل الفعالة التي تستخدمها النخب السياسية والإعلامية للتأثير على صانعي القرار السياسي في الأردن ، وقادر على مواكبة الظروف المختلفة التي تحدث في المنطقة سواء على المستوى العالمي أو الإقليمي أو المحلي لأنه قد يعمل كأداة للتغيير والتثقيف السياسي وذلك من خلال قدرته على تشكيل الوعي السياسي وترشيده، مما يساهم ذلك في تقديم خدمة الأجندة الحكومية من خلال تقديم المعلومة للمواطنين وتوفيرها لهم من أكثر من جهة، بهدف إعادة بناء الثقة بين المواطن الأردني وقناعاته تجاه ما تصدره الحكومة من قرارات سياسية.

النتائج:

بعد الدراسة الميدانية والوصفية توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

1- يعتمد ويتقن متوسط عينة الدراسة على الإعلام المرئي في استيفاء المعلومات الإخبارية.

- 2- يأتي الإعلام المرئي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها صانع القرار السياسي في توجيه القرار السياسي، كما تعتمد النخبة الإعلامية أيضا على الإعلام المرئي في توصيل المعلومة لأهميتها الكبيرة عن باقي وسائل الإعلام.
- 3- نسبة متوسطة أيضا من العينة لا تثق بالإعلام المرئي لما يدركونه من توجيه وتحييد الإعلام المرئي في بعض القضايا المهمة من قبل فئة معينة.
- 4- نسبة متوسطة من المبحوثين يرون أن للإعلام المرئي دورا لا يستهان به في تثقيف المواطن الأردني وتوعيته في قضايا المخدرات والفساد وتغطية الأحداث العربية المهمة لاسيما القضية المصيرية المرتبطة بفكر المواطن الأردني وهي القضية الفلسطينية.

التوصيات

بناءً على ما تقدم من النتائج توصي الدراسة بالتوصيات الآتية:

1. تبني الاعلام المرئي الأردني لبرامج هادفة تحاكي اهتمام وميول الشارع الاردني وذلك لأثرها الواضح على عملية صنع القرار السياسي.
2. تبني القائمين على الإعلام المرئي الأردني لآلية تعزيز الثقافة السياسية للمجتمع الأردني من خلال تكثيف عمل اللقاءات الحوارية والندوات التثقيفية مع النخب السياسية والإعلامية المختلفة.
3. ضرورة تحديث البرامج السياسية المعروضة على قنوات الاعلام المرئي الاردني وبثها بمصداقية وموضوعية وحيادية عالية في نقل الحقائق وتحليلها لتحظى بثقة المواطن الأردني.
4. إجراء مزيد من الدراسات للتعرف على دور وسائل الإعلام المرئية المحلية بجميع أنواعها في التأثير على الرأي العام الأردني لقبول القرارات السياسية المتخذة.
5. قيام القنوات التلفزيونية الأردنية لاسيما الرسمية منها بعقد دورات تدريبية للإعلاميين في مختلف أقسام الإعلام المرئي للتعامل مع المحتوى بأكثر دقة وحرفية
6. العمل على تنظيم ميثاق شرف للإعلاميين العاملين في الإعلام المرئي وكافة وسائل الإعلام الأردنية يلزم الصحفيين بالتعاون مع الأجهزة الحكومية في مشاركتهم في القرار السياسي
7. إتاحة المعلومات العامة للمواطنين من خلال ضمان الحق بالمعلومات وإعادة تأسيس هذا الحق على الممارسات الجيدة في سرعة الاستجابة الرسمية وملئ الفراغ المعلوماتي، والمبادرة في تقديم المعلومات، وإيجاد منافذ للمعلومات العامة.
8. دعم وتفعيل دور نقابة الصحفيين الأردنيين بشكل رسمي وجدي في حال تعرض الصحفيين وحقوقهم لأي شكل من أشكال الانتهاكات، والنظر في المبالغة بقانون الجرائم الالكترونية الذي أصبح يطل الصحفيين والمواطنين بشكل مبالغ فيه في الاونه الأخيرة.

قائمة المراجع

أ. المراجع العربية

- أبو القاسم، زميل (2024) دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار (الرأي العام المصري نموذجاً)، مجلة كلية التربية بتفهننا الأشراف جامعة الأزهر، 2(2): 630-665.
- البصراي، محمد نور، السيد، علي. (2017). دور النخبة السياسية في إعادة هيكلة النظام : مصر نموذجاً-2010 : 2014، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 18(3): 183-206.
- بلحضري ، بلوفة (2018) الإعلام وإدارة الأزمات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 3(2): 232-246
- بن يوسف، نبيلة (2019). الدعاية السياسية أثناء الحروب دراسة حالة الدعاية السياسية في الحرب على العراق 2003، دفاتر السياسة والقانون، 4(3): 1-22
- بوشهري، سعود؛ وهداية، عبدالله، وسنجر، أشرف (2021) دور الاعلام في دعم السياسة الخارجية الكويتية في إدارة الأزمات الخليجية، مجلة البحوث المالية والتجارية ، 22(2): 345-369.
- جعفر ، محمد (2023) الإعلام والأزمات السياسية، المحترف، 10(2): 503-523
- حداد ، رامي (2020) دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن
- الحديدي، عبدالرحمن محمد (2019). وسائل الإعلام المرئية وبناء الرموز السياسية: دراسة الحالة المصرية في الفترة من 2014 حتى 2018، المركز الديمقراطي العربي، 18، نيسان، برلين.
- الزبيدي، منذر (2013) دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن
- سعد، كاظم عطية دعييل (2017) نظريه الدور الاجتماعي، جامعة بابل، العراق.
- سلام، عبد المهدي كريم(2014) دور قناتي الحرة وال (BBC) الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في اثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والإمارات -دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة البترا، الاردن.
- السيد، محمد نور(2017). دور النخبة السياسية في إعادة النظام: مصر نموذجاً 2010 -2014، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 18(3): 187-210.
- الشمري، علي؛ وعلي عبد الهادي. (2015). الاعتماد على وسائل الإعلام و تشكيل مستوى المعرفة لدى النخبة الأكاديمية بشؤون منظمة الأمم المتحدة : بحث مستل من أطروحة دكتوراه .مجلة الباحث الإعلامي، 29(1): 202-219.
- الصوفي، خالد؛ والبرهي، علي (2019) دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو " الربيع العربي " دراسة ميدانية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 5(2): 32-85.
- عبدالرحمن، منى (2015). دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية: دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 11(1): 122-143.
- عبدالمعطي، أحمد(2018) دور وسائل الإعلام الجديد في صنع القرار السياسي في مصر في مرحلة التحول الديمقراطي: توتر نموذجاً، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 6(1): 249-336.

العزام, عبدالمجيد (2010). اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية، *مجلة جامعة دمشق*، 26(3): 589-645.

عزة, حجاب(2017) دور وسائل الاتصال في صنع السياسات العامة, رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن
العلاونة، حاتم (2017) صحافة المواطن كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين " دراسة مسحية " *المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية*، 10(2): 227-250.

كمال، دينا (2020). الإعلام وتأثيره على السياسة الخارجية, كلية الاقتصاد والعلوم السياسية – قسم علوم سياسية – مصر
المستريحي، علي (2020) جودة المعلومات المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي ومدى استجابة متخذي القرارات الحكومية في الأردن لها، *مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث*، 6(2): 18-53
المشاقبة، يوسف (2021) التنظيم القانوني للإعلام الرقمي في الأردن وأثره في العمل الصحفي، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 77(3): 2269-2293.

وليدة، حدادي، وفطيمة، اعراب(2023) إستراتيجيات ومحددات المعالجة الإعلامية للأزمات في ظل الإعلام الجديد، *دراسات في علوم الانسان والمجتمع*، 5(4): 108-121.

ب. المراجع الأجنبية

- Adediran, I (2023) The Role of Mass Media in Crisis Management in Nigeria, **Global Journal of Arts, Humanities and Social Sciences**, 11(7):32-43.
- Biswas, A; Nikhil, I; Roy, M (2014). Mousumi Roy, influence Of Social Media On Voting Behavior, **Journal Of Power, Politics And Governance**, 2(2):127-155.
- Chomsky, N. (1997) **What Makes Mainstream Media Mainstream**. Z Media Institute Magazine, <http://www.historyisaweapon.com/defcon1/bernprop.html>
- Civelek, M. E., Cemberci, M. & Eralp, N. E. (2016). The Role of Social Media in Crisis Communication and Crisis Management. **International Journal of Research in Business & Social Science**, vol. 5(3). 111-120.
- Lozanov, G and Spassov, O (2011). Media and politics. **translated by Katerina Popova**. Foundation Media Democracy Konrad-Adenauer-Stiftung, sofia, <https://www.kas.de/c/document>
- Madary, M., and Metzinger, T. K. (2016). Real virtuality: a code of ethical conduct. Recommendations for good scientific practice and the consumers of VR-technology. **Front. Commun**, 3(3):1-23
- NazimSha, S; Rajeswari, M. (2018)Influence of Social Media on Political Decision Making Among the **Youth's in India International Journal of Engineering & Technology**, 7(4): 814-818
- Sejin, P, Elizabeth, J (2018) Effects of Media Channel, Crisis Type and Demographics on Audience Intent to Follow Instructing Information During Crisis, **Journal of Contingencies and Crisis Management** , 26(1):69-78.
- Umbreen J, and Urwa, E (2014). Patterns Of Political Perceptions, attitudes And Voting Behaviour, Influence Of Media, Research, **Journal Of South Asian Studies, University Of Punjab**, 29(2): 363-378.