



جامعة مؤتة

كلية الدراسات العليا

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

إعداد

أنس محمد الطراونة

إشراف

الأستاذ الدكتور صدّاح أحمد الحباشنة

أطروحة مقدمة لكلية الدراسات العليا استكمالاً
لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في
العلوم السياسية / قسم العلوم السياسية

جامعة مؤتة، 2021م

الآراء الواردة في الرسالة لا تعبر
بالضرورة عن وجهة نظر جامعة مؤتة



قرار إجازة رسالة جامعية

تقرر إجازة الرسالة المقدمة من الطالب انس محمد عبدالله الطراونه
والموسومة بـ: دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من
وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن

استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراة العلوم السياسية
في

٢٠٢١/٠٦/٠٦

في تاريخ

القسم: العلوم السياسية

قرار رقم

إلى الساعة ١

من الساعة ١١

التوقيع

أعضاء اللجنة:

مشرفاً ومقرراً

عضواً

عضواً

عضواً خارجي

أ.د. صدام احمد محمد الحباشنة
أ.د. فايز شراري سلامه الزريقات
د. رضوان محمود سليمان المجالي
محمد حمدان المصالحه

عميد كلية الدراسات العليا

أ.د. عمر المعاينة

Adul Gallan



الإهداء

إلى روح الحياة وريحانها إلى جامعتي الأولى .. إليك أُمي الغالية، أهديك هذا الجهد المتواضع لعله يوفي بعض ما لك من حقوق، حفظك الله .
إلى بحر العلم، ونهر الخير، وحصن اللغة .. إليك أبي الغالي أهديك هذا الجهد لعلي أوفيت لك العهد .
إلى السند والعزيد والساعد أخوتي، أزف لكم الإهداء حباً ورفعة .
إليك رفيقة الدرب والروح، نبض قلبي وقلمي، زوجتي الحبيبة .

الشكر والتقدير

الحمد والشكر لله سبحانه وتعالى أولاً وأخيراً الذي تفضل علي بإتمام هذه الرسالة، كما وأتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأستاذي على مر السنين الأستاذ الدكتور صدام الحباشنة على تفضله بقبول الإشراف على رسالتي وعلى كل ما قدمه من نصح وإرشاد وتوجيه طيلة هذه الفترة، متمنياً له دوام الصحة والعافية.

كما أنقدم بالشكر الكبير الى كوكبة من الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لما تحملوه من عناء قراءة الرسالة ونقدها البناء وكل ما سيقدمونه من توجيه لإثرائها.

أ.د. رضوان المجالي

أ.د. فايز الزريقات

أ.د. محمد المصالحة

كما لا يفوتني أن أشكر قسم العلوم السياسية النابض بالعلم والمعرفة، وجامعتي العريقة، جامعة السيف والقلم، جامعة مؤتة على دعمها طيلة هذه الفترة .

والحمد لله رب العالمين

الباحث

أنس محمد عبدالله الطراونة

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
أ	الإهداء
ب	الشكر والتقدير
ج	قائمة المحتويات
هـ	قائمة الجداول
و	الملخص
ز	الملخص باللغة الانجليزية
1	الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها
1	1.1 مقدمة الدراسة
5	2.1 مشكلة الدراسة
5	3.1 فرضية الدراسة
6	4.1 أهمية الدراسة
7	5.1 أهداف الدراسة
7	6.1 أسئلة الدراسة
7	7.1 حدود الدراسة
8	8.1 منهجية الدراسة
10	9.1 مصطلحات الدراسة
12	الفصل الثاني: نظريات الدراسة والدراسات السابقة
12	1.2 الإطار النظري
23	2.2 الدراسات السابقة
33	الفصل الثالث: مراحل تطور الإعلام الأردني
33	1.3 نبذة تاريخية عن تطور الإعلام الأردني
36	2.3 الإعلام المرئي الأردني .
39	3.3 دور الإعلام السياسي في عملية صنع القرار
41	4.3 عملية صنع القرار في الأردن

الصفحة	المحتوى
48	الفصل الرابع: المنهجية والتصميم
48	1.4 منهجية الدراسة
48	2.4 مجتمع الدراسة
48	3.4 عينة الدراسة
50	4.4 أداة الدراسة
50	5.4 صدق أدوات الدراسة
52	6.4 ثبات أداة الدراسة
54	7.4 إجراءات تطبيق الدراسة
54	8.4 المعالجة الإحصائية
55	الفصل الخامس: عرض النتائج ومناقشتها والتوصيات
55	1.5 عرض النتائج
63	2.5 مناقشة نتائج الدراسة
68	3.5 الخاتمة والتوصيات
72	المصادر والمراجع
79	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1.	خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية	49
2.	معاملات الارتباط بين درجة الفرد على الفقرة ودرجته الكلية على أداة الدراسة	52
3.	معامل الثبات كرونباخ ألفا لأداة الدراسة	53
4.	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي	56
5.	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية	58
6.	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة	60
7.	يوضح مصفوفة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار	62

الملخص

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

اعداد: انس محمد الطراونة

جامعة مؤتة، 2021

هدفت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة أثر الإعلام المرئي وتداخله في عملية صنع القرار السياسي من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، حيث تم استخدام الاستبانة أداة للدراسة لاستطلاع آراء مجتمع الدراسة والبالغ عددهم 600 عينة من النخب السياسية والإعلامية حيث تم استرداد 524 منهم أي بما نسبة 87.3% من مجموع الاستبانات، بعدها تم تحليل البيانات المدخلة باستخدام برنامج SPSS، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المسحي، ومنهج اتخاذ القرار ومنهج تحليل المضمون تم التوصل إلى مجموعة من النتائج ملخصة 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 على أثر الإعلام المرئي في عملية صناعة القرار في الأردن، كما يشكل الإعلام المرئي أحد الوسائل الفعالة التي تستخدمها النخب السياسية والإعلامية للتأثير على صانعي القرار السياسي في الأردن . كما خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج كان أبرزها أن عينة الدراسة تعتمد وتثق في الإعلام المرئي في استيفاء معلوماتها الإخبارية، كما يأتي الإعلام المرئي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها صانع القرار السياسي في توجيه القرار السياسي . أيضاً أوصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات كان أبرزها: ضرورة تحديث البرامج السياسية المعروضة على قنوات الإعلام المرئي وبثها بكل مصداقية بعيداً 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: هو وسيلة يتم من خلالها جمع البيانات وتخزين المعلومات ومعالجتها ونشر الأخبار والأنباء، وتحليل البيانات وتفسير الحقائق والرسائل

صنع القرار: عملية معرفية يتم من خلالها أخذ مختلف القرارات التي تنعكس على المجتمع إما إيجاباً أو سلباً من قبل أصحاب القرار في الدولة .

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 أو مؤسسات المجتمع المدني.

Abstract

The role of visual media in the Jordanian political decision-making process from the perspective of the political and media elite in Jordan

Prepared by: Anas Mohammad Al-Tarawneh

Mutah University, 2021

This research aims 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. A quantitative approach has been followed by using a questionnaire as a research method for this study to record the responses from the sample which represents the population of this study. The research targeted a sample of 600 participant of political and media elites, where 524 of them were answered (87.3 %) of the total of distributed questionnaires.

Furthermore, the collected data were entered was analyzed using the SPSS software, followed by conduction of the descriptive analytical method, the survey method, the decision-making method and the content analysis method. A set of results were reached, reflecting that all correlations are statistically significant and positive relationship between visual media and the decision-making process. The total value of the correlation between the visual media and the decision-making process is (0.860), which is a positive ratio that confirms the significant impact of the visual media on the decision-making process in Jordan, and therefore it indicates that visual media is one of the effective means that political and media elites use to influence political decision-makers in Jordan.

The study also concluded several results, the most interesting of was that the study sample participants trust the visual media to reach to the news and information. Furthermore, the visual media comes at the forefront of the media that the political decision-maker relies on in guiding the political decision. The research also provided a set of recommendations such as most importantly the necessity of updating the political programs shown on the visual media channels and broadcasting them through credible agents away from favoritism and complacency. Jordanian TV channels, especially the official ones, should hold training courses for media professionals in the various departments of the visual media. The study also recommended conducting further research to identify the role of visual media and its influence on Jordanian public opinion.

Key terms:

Media: a means through which data were collected, information were stored and processed, news were published, data were analyzed, and facts and messages are interpreted.

Decision-making: A cognitive process through which various decisions are taken, which are reflected on society, either positively or negatively, by decision-makers in the country.

Political elite: It is a small group that can participate in political and administrative decision-making and occupies important positions, whether in official institutions that are represented by state authorities or civil society institutions.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

1.1 مقدمة الدراسة

إن وسائل الإعلام والاتصال الجديدة سواء المرئية، أو المسموعة، أو المكتوبة أضحت هي المتحكمة بالرأي العام ، سواء المحلي أو الدولي، كما أنها أكثر 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 صدى للأخذ والرد فيها قبل انتشار هذه التقنيات الاتصالية الجديدة خاصة في الدول ذات الأنظمة الشمولية، بالإضافة إلى استغلالها بالدعوة إلى تشكيل الأحزاب وجمع اكبر 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 تتبأ 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 لرفد نهضتها ونموها وتقدمها.

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال في العقود الأخيرة، من أدوات المشاركة السياسية الفاعلة التي تستعين بها الشعوب في تنظيم التظاهرات والاحتجاجات وتشكيل الأحزاب بالإضافة إلى الاقتراع 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، للاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية

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، فأينما وجد الإعلام كانت السياسية وأينما وجدت السياسية كان الإعلام، 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).

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).

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 الإعلامية (Propaganda) في إضفاء الشرعية على اعمالها سواء كانت اعمال حربية كما حدث في الاحتلال الامريكي 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).

وفي ظل العولمة وسرعة انتقال المعلومة التي ترتبط بثورة التكنولوجيا والمعرفة أصبح الإعلام ابرز الوسائل سرعة في الانتقال، وقد شكلت وسائل التواصل الاجتماعي بكل ادواتها على الانترنت وسائل تمهيدية لنقل الخبر بحيث تشكل رأي عام عالمي، بل أصبح إن انتقاد القرار السياسي هو جريمة الكترونية يحاسب عليه القانون

لأنه يتعارض مع توجهات الدولة التي تعد الراعي الاول لمصلحة الفرد والمجتمع (كمال، 2020).

من غير الطبيعي تصور العملية السياسية دون عملية إعلامية موازية لها أو قائمة بصلبها، والواقع أن العلاقة بين طرفي المعادلة هي علاقة جدلية بكل المقاييس، تختلف دائرة التأثير بينهما باختلاف الأنظمة السياسية السائدة "فالنظاميين"، أي الإعلام والسياسة، كلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، وإن كان التأثير الذي يمارسه النظام السياسي على نظام الإعلام في البلدان النامية بشكل خاص، أكثر من تأثير الإعلام على النظام السياسي

حيث تعتبر وسائل الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، 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 الالكترونية والوسائل الحديثة التي فرضت نفسها بشكل أو بآخر كبديل لوسائل الاتصال الجماهيري في رصد ونقل المعلومات بالشكل الفوري و المتسارع .

كما 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 وسائط ووسائل الإعلام، بل أن مشروعات التنمية لا يمكن أن تنجح 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 وتحصينه ضد أي غزو إعلامي أو فكري معاد .

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 الراي 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 السياسية 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 أو أكاديميين في العلوم السياسية، اما النخب الإعلامية فهم الأشخاص ذو الخبرات الإعلامية (رؤساء تحرير، مدراء أخبار تلفزيونية أو إذاعية، مذيعين) (بصراتي، 2017).

2.1 مشكلة الدراسة

تتلخص مشكلة الدراسة في دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، على اعتبار أن للإعلام دور كبير وفاعل في تكييف عملية صنع القرار السياسي مع الرأي العام الأردني، 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 .

ولمزيد من الإيضاح، فإن الدراسة تتناول المجالات التي يؤثر فيها الإعلام المرئي في السياسة الداخلية كالفقر والبطالة والفساد وغيرها . أو قضايا السياسة الخارجية كالقضية الفلسطينية

3.1 فرضية الدراسة

يمكن اختيار الفرضية الصفريّة أو الفرضية البديلة للدراسات المسحية، وتستند الفرضية الصفريّة والتي يشار لها بالرمز (H_0) والتي تعني بانه لا يوجد اختلاف أو علاقة بين المتغيرات المراد دراستها، فإذا وجد هناك اختلاف أو علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة والعكس صحيح، وقد نصت الفرضية الصفريّة على أن الإعلام المرئي ليس له دور في عملية صنع القرار السياسي من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية .

أما الفرضية البديلة والتي يسعى من خلالها الباحث تحقيق هدف الدراسة حيث نصت الفرضية البديلة في هذه الدراسة على أنه الإعلام المرئي له دور في صنع القرار السياسي من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية.

4.1 أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة لقلّة 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 ابرز الدراسات التحليلية لمعرفة وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية في الأردن في تأثير الإعلام المرئي عليهم، لتكون احد 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 ابرز وسائل الإعلام التي تساهم في القرار السياسي من خلال التأثير على الرأي العام، ومدى قدرة الإعلام المرئي في تكييف القرار السياسي بما يتوافق مع معطيات المرحلة السياسية، وتعد النخب السياسية والإعلامية من ابرز 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 الى قرارات سياسية تساهم في الحفاظ على امن 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 الى لفت انتباه المسؤولين في الإعلام المرئي لدورهم في قيادة نافذة الإعلام بالشكل المأمول.

5.1 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة في التحقق من الأهداف التالية:

- 1- التعرف على أنواع وخصائص وميزات الإعلام المرئي
- 2- قياس درجة الثقة والشفافية ومصادقية 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.

6.1 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 ؟

7.1 حدود الدراسة

المحدد الموضوعي: دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن.

المحدد المكاني: تم تطبيق أدوات هذا البحث على النخب السياسية والإعلامية في الأردن.

المحدد الزمني: تم تطبيق الدراسة خلال الفترة كانون الثاني - شباط - آذار - نيسان لعام 2021

الحدود الجغرافية: المملكة الأردنية الهاشمية وضواحيها .

الحدود البشرية: تم تطبيق أدوات البحث على عينة من النخب السياسية والإعلامية في الأردن منهم مجلس الأمة بشقيه الأعيان الحاليين والسابقين ومجلس النواب الحاليين والسابقين ووزراء الحاليين وسابقين وحزبيين ورؤساء مجالس إدارات تلفزيونية ورؤساء تحرير صحف ومواقع الكترونية ومدراء أخبار .

حدود الدراسة: يتحدد تعميم نتائج هذه الدراسة بدلالات وصدق وثبات الاستبانة التي تم تطويرها لأغراض هذه الدراسة، وصدق وجدية المبحوثين في الإجابة على استبانة الدراسة وتتمثل العينة النخبة السياسية والإعلامية .

8.1 منهجية الدراسة

منهج صنع القرار

يعد منهج صنع القرار ابرز مناهج حقل العلوم السياسية، وبما ان الدراسة تسعى الى فهم دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي فلا شك لا بد من استخدام منهج صنع القرار سواء كان المشاركين في صنع القرار ذو صفة رسمية ممثلين عن الدولة، او غير رسمية ممثلين عن مؤسسات المجتمع المدني او الراي العام او الاعلام المرئي وجميعها لها ادوار وتساهم في رسم السياسات العامة. لذلك فعملية صنع القرارات هي جزء رئيسي من سلوك المؤسسات السياسية. وهذه المؤسسات تختار أحد التصورات البديلة لحل المشكلات المثارة على أساس تقييم كل منها بما يتضمنه ذلك من مناقشة ومفاضلة(مصطفى، 2019:23)

وترتبط نتائج القرار بالتحليل والمناهج المستخدمة في عملية اتخاذ القرار. يساعد المنهج على تحليل عملية صنع القرار وضمان تحديد المعايير الصحيحة، من خلال النظر في مجموعة من البدائل المناسبة.. وتحديد البدائل يجعل تحليل القرار موضوعياً قدر الإمكان،وقد تم توظيف هذا المنهج في الدراسة بهدف تحليل البيانات والمعلومات التي تبرز دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن وانعكاس ذلك على الراي العام الاردني.

منهج تحليل المضمون

يعد منهج تحليل المحتوى هو ابرز الطرق البحثية التي تستخدم في تحديد الأنماط في الاتصال المسجل والإعلام المرئي، ولإجراء تحليل المحتوى لابد من جمع البيانات بشكل منهجي من خلال مجموعة من النصوص، والتي يمكن ان تكون مكتوبة كتابتها او مرئية أو شفوية مثل الكتب والصحف والمجلات، والخطب والمقابلات، ومحتوى الويب ومشاركات وسائل التواصل الاجتماعي، والصور والأفلام ويمكن أن يكون تحليل المحتوى كميًا (يركز على العد والقياس) ونوعيًا (يركز على التفسير والفهم). في كلا النوعين، يمكن تصنيف أو "ترميز" الكلمات والموضوعات والمفاهيم داخل النصوص ثم تحليل النتائج (احسان، 2005:43).

اما تحليل المحتوى يستخدم الباحث تحليل المحتوى لمعرفة أغراض ورسائل وتأثيرات محتوى الاتصال على الرأي العام، ويمكن استخدام تحليل المحتوى لتحديد عدد الكلمات أو العبارات أو الموضوعات أو المفاهيم المعينة في مجموعة من النصوص التاريخية أو المعاصرة. لذلك تحليل المحتوى والمضمون هو من ابرز المناهج المستخدمة في دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي وهنا يبرز عمليات تحليل المضمون والمحتوى للموضوعات والمفاهيم (محمد، 2007:32).

المنهج الوصفي التحليلي

ويستخدم هذا المنهج في الدراسات الاستطلاعية، كون الدراسة تحليلية تستند على عينة مجتمع وهي النخب السياسية والإعلامية لبيان رأيها في دور الاعلام المرئي في صنع القرار السياسي، فتلجأ الدراسة الى المعالجات الإحصائية اللازمة والبيانات المطلوبة، ومن خلال الاستبيان واستطلاعات الرأي يتم استخراج التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والجداول المتقاطعة والانحرافات المعيارية. وقد يتم فحص فرضيات الدراسة عند المستوى $\alpha=0.05$ ، عن طريق الاختبارات الإحصائية التي يتم تحليلها من خلال نماذج مفكرين ومختصين في علم السياسة (عبيدات، 1999:27).

المنهج المسحي

حيث تم استخدامه للوقوف على سياقات العلم الخاصة بالجانب النظري، وبناء مفردات الجانب التطبيقي. كما تم اللجوء إلى الاستبانة، كأداة بحثية لاستكمال حاجات التطبيق وسياقاته، للوصول إلى نتائج تخدم هدف البحث.

العينة: عمد الباحث إلى العينة القصدية (العمدية) في اختيار الأفراد الذين يتم توزيع الاستبانة عليهم. إذ شملت جميع النخب السياسية والإعلامية والذين يؤدون فعليا دور أصحاب القرار سياسيا وإعلاميا

9.1 مصطلحات الدراسة

مفهوم 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 والأنباء، 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 الأعلام 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 (السيد، 2017).

النخب السياسية والإعلامية

1. 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 أيضاً (العزام، 2010)

2. 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. ووفقاً "لنعوم تشومسكي"، فإن "النخبة الاعلامية": هي من يضع إطار العمل الذي يعمل في إطاره الآخرون (Chomsky,1997)

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 الإطار النظري

اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الأجندة الإعلامية- أو جدول الأعمال، ونظرية اتخاذ القرار، ونظرية النخبة وهي النظريات المناسبة لتفسير دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من منظور النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، وكذلك الاطلاع على المدخل التعريفي الذي يبرز دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني.

مدخل تعريفي: دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني

يعد الإعلام بكل إشكاله حلقة الوصل بين السلطة بكل فروعها وأشكالها وما بين الرأي العام أو الجمهور أو المجتمعات، حيث يبرز دور الإعلام كوسيط في نقل الرسالة أو الخطاب السياسي بين السلطة والرأي العام، ومن هنا يصبح للإعلام المرئي دور في صناعة القرار السياسي، ويبرز دور الاعلام عندما يقوم بنقل صورة القرارات السياسية للجمهور حيث يتفحص الاعلام من خلال المقابلات او نقل الاخبار ردود الفعل الشعبية تجاه قرار ما، وتقوم السلطة الحاكمة بمتابعة ردود الفعل الشعبية وعلى اساسها يمكن تكييف القرار السياسي بما يتناسب مع ردود الفعل الشعبية، لذا هذه الاجراءات التي تم تقييمها من الإعلام تجعل الإعلام المرئي جزء من عملية صنع القرار السياسي (بوحنية، 2012).

وفي حقيقة الامر هناك علاقة بين صانع القرار السياسي ووسائل الاعلام بحيث بأنه لا يمكن ان تعيش جميع الأنظمة السياسية في العالم بدون وسائل الإعلام، بل ان الاعلام هو جزء من السلطة ويتحرك داخل الأطر البيئية الداخلية والخارجية التي تؤثر على محتوى صنع القرار. لذا فإن وسائل الإعلام هي لغة الحوار على المستوى الوطني، وهي كذلك لغة عابرة للحدود على مستوى العلاقات الدولية (كمال، 2020: 11).

لقد شكلت التغيرات والتطورات السياسية فجوة بين القاعدة الجماهيرية والسلطة الحاكمة، وهنا يبرز دور الإعلام لتقريب وجهات النظر بين الجانبين، ويبرز هنا دور

النخبة السياسية والإعلامية خارج السلطة في تكييف الحالة السياسية بين السلطة والشعب، لذا فهناك علاقة طردية بين السلطة والاعلام فكلما كان النظام السياسي أكثر ديمقراطية، كلما زادت درجة الاعتماد على النظام الإعلامي. وكلما كان السلطة غير ديمقراطية (دكتاتوري) كلما قلت درجة الاعتماد على الإعلام، لذا فالاعلام والسلطة منظومة متكاملة تؤثر وتتأثر ببعضها البعض في النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي في الدولة (اليحياوي، 2013)

من المعروف أن اهتمام وسائل الإعلام يلعب دوراً مهماً في عمليات صنع القرار. غالباً ما تُعتبر استجابة المسؤولين والسياسيين للتغطية الإعلامية مهمة لتعزيز الشرعية الديمقراطية. والعكس صحيح، تساهم وسائل الإعلام كوسيلة لتفعيل الشفافية والمساءلة غير المباشرة من خلال الإبلاغ عن عمليات صنع القرار ونتائج السياسات. بالإضافة إلى ذلك، تستخدم المؤسسات السياسية والإدارية وسائل الإعلام بنشاط كمنافذ لإعلام الجمهور، وأحياناً للتأثير بشكل غير مباشر على عمليات صنع القرار. في الحالة الأخيرة، يمكن اعتبار التواصل عبر وسائل الإعلام استراتيجية سياسية (هوبدا، 2001)

والأردن تمتلك مؤسسات إعلامية رسمية وغير رسمية تمتلك كل معايير الشفافية ونقل المعلومة الصحيحة والتحري والتمحيص والتأكد قبل تداول الخبر، والأردن ومنذ تولي جلالة الملك عبدالله الثاني رفع شعار التنمية بكل أبعادها الإعلامية والثقافية الاقتصادية والمعرفية والسياسية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية، وإجراء الإصلاحات القانونية لتفعيل وتحفيز وسائل الإعلام بكل أشكالها المرئية والمقروءة والمسموعة، وبموجب هذه الاصطلاحات أصبح الإعلام المرئي جزء من عملية صنع القرار بل الوسيلة التي من خلالها يكون الشعب جزء من التشاركية في عملية صنع القرار السياسي، حيث تشكل عملية طرح القضايا من قبل الاعلام المرئي والتي تمس المواطنين من خلال استفتاء او استبيان او اجابات تشكل جزء من جعل المواطنين مساهمين من خلال آرائهم في صنع القرار السياسي (العزام، 2010).

وقد حققت وسائل الإعلام الأردنية خطوات سريعة ومتطورة في نشر الرسالة الإعلامية المتطورة، وشكلت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني ابرز المؤسسات

الاعلامية المرئية في بث البرامج المتنوعة، وقد ساهم قانون المطبوعات والنشر لعام 1993 بالسماح لكثير من الصحف للنشر اليومية والأسبوعية المستقلة، والتي لعبت الدور المساند للقنوات المتلفزة وبموجب هذا القانون كشفت الصحف كثير من الممارسات الادارية التي تظهر عليها شبهات الفساد، مما يعلل ذلك حرية الصحافة في النشر (الموسى، 2003: 19)

النظريات المفسرة لموضوع لدراسة

هناك العديد من النظريات التي ترتبط بالإعلام وعلاقته بصنع القرار والسلطة والافراد والمجتمع والرأي العام، وتعتمد هذا النظريات حسب طبيعة الدراسة لذا استندت هذه الدراسة التالية: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي تقوم على بيان العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور وكيف يمكن ان يكون المجتمع جزء من صناعة القرار، ونظرية الأجندة الإعلامية: التي تقوم على أن هناك علاقة وثيقة وإيجابية بين ترتيب الوسيلة الإعلامية للمادة الصحفية وأولويات واهتمامات الجمهور، بالإضافة إلى وجود نظرية اتخاذ القرار: حيث بؤرة البحث تدور حول آلية تأثير الإعلام المرئي على عملية صنع القرار من قبل مؤسسة أو أفراد نخب وكيف تستطيع التأثير عليهم إعلاميا ايجابيا أو سلبيا، إضافة إلى وجود نظرية النخبة: التي تحاول تفسير سلوك معين لجماعة معينة من الناس يشكلون باتحادهم في الظل سلطة مؤثرة تستطيع ان تتلاعب وتظلل الرأي العام وتوجهه من خلال أدواتها

اولا: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

وهي ابرز النظريات التي توظف النهج المنظم لوسائل الإعلام وانعكاسها على الجماهير، وتعزيز التفاعل بين وسائل الإعلام والجماهير والأنظمة الاجتماعية. ويعد الأمريكيين ساندرا بول روكتش، وميلفين ديفلور في عام 1976 من ابرز منظري هذه النظرية(جمال، 2006:155)

إن التركيز الرئيسي للنظرية هو بيان العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور وكيف يمكن ان يكون المجتمع جزء من صناعة القرار، وبرزت هذه النظرية في المجتمعات الصناعية والقائمة على المعلومات في الدول الغربية، وتتباين ميول الأفراد إلى الاعتماد على وسائل الإعلام لتلبية مجموعة متنوعة من احتياجاتهم، والتي يمكن

أن تتراوح بين الحاجة إلى معلومات حول المواقف السياسية للمرشح السياسي مثلاً (للمساعدة في اتخاذ قرار التصويت) (كافى، 2002:146)

أ -فرضية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تستند نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: على مدى تأثير وسائل الإعلام بدرجة اعتماد الأفراد والأنظمة الاجتماعية على وسائل الإعلام. فكلما زادت اضطرابات المجتمع وحالة عدم الاستقرار كلما زاد إقبال المجتمع على وسائل الإعلام، كلما كانت وسائل الإعلام قادرة على إشباع حاجات المجتمع، كلما زاد ذلك من إقبال المجتمع على الوسائل الإعلامية.

ب- تداعيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: هناك ثلاثة أنواع محتملة من التأثيرات التي تنتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وهي التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية (عبدالمقصود، 2018).

1-التأثيرات المعرفية وهي التغييرات التي تحدث في مواقف الجمهور ومعتقداته وقيمه، بما في ذلك التغييرات التي أحدثتها وسائل الإعلام في دورها في "وضع الأجندة" السياسية.

2- التأثيرات العاطفية، وهي تنمية مشاعر الخوف والقلق بشأن العيش في أحياء معينة نتيجة التعرض المفرط لتقارير إخبارية حول أحداث عنيفة في هذه المناطق.

3-التأثيرات السلوكية: وتبرز التأثيرات السلوكية عندما يمتنع الأفراد من الجمهور عن اتخاذ إجراءات معينة كانوا سيتخذونها لو لم يتعرضوا لرسائل معينة من وسائل الإعلام. قد يكون عدم التصويت في الانتخابات السياسية من هذا القبيل.

ج- العناصر التي تستند عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ومن ابرز هذه العناصر ما يلي (عبد المقصود، 2018):

1-الأفراد: تعد وسائل الإعلام حلقة الوصل القادرة على تلبية احتياجات الجمهور. لذلك كلما كان الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام بحيث تكون وسائل الإعلام وسيط على تلبية احتياجاته، وإلا سيصبح الاعتماد على وسائل الإعلام أقل.

2-الاستقرار الاجتماعي: كلما حدث تغيير اجتماعي قوي بسبب الصراعات أو أعمال الشغب وقد يؤدي هذا التغير الى إعادة التقييم واتخاذ قرارات جديدة. وكلما ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل كبير كلما كان هناك حاجة قوية للمعلومات والدعم والمشورة.

3-نشاط وتفاعل المجتمع: يكون المجتمع النشط اكثر اعتماد على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاته الفردية سواء كانت رغبات اقتصادية او اجتماعية او ثقافية. وإذا كان المصدر البديل عن وسائل الاعلام يفي باحتياجات الجمهور فسوف يقلل تبادلياً من الاعتماد على الوسائط الاعلامية.

توظيف النظرية

تم توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على دور الاعلام المرئي في التأثير على القرار السياسي من وجهة نظر النخبة السياسية والاعلامية باعتبار ان وسائل الاعلام لولا وجودها لما استطعنا رصد حركة الراي العام كما لها من اهمية في تأجيج الراي العام المجتمعي عن طريق هذه الوسائل وبادارة نخبتها الاعلامية

ثانيا: نظرية الأجندة الإعلامية- او جدول الأعمال

ترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام ليس لديها القدرة أن تقدم أو تتقل جميع المواضيع والأحداث والقضايا التي تقع في المجتمع، ولكن يقوم القائمون على هذه الوسائل اختيار القضايا الأكثر اهمية وتشغل جانب كبير من اهتمام الراي العام فيتم التركيز عليها، والتحكم بطبيعتها وبمحتواها (مكاوي،1998: 281).

وتستند الفكرة الرئيسية لنظرية جدول الأعمال(الأجندة) على أن هناك علاقة قوية وإيجابية بين تنظيم الوسيلة الإعلامية للمادة الصحفية التي تبرز أولويات واهتمامات الجمهور في موضوع او قضية ما، وبين طريقة وأسلوب العرض التي تقدمه الوسيلة الإعلامية سواء كان بالشؤون الإخبارية ذات الطابع السياسي او الاجتماعي وما يشكله الخبر من أهمية للأفراد المهتمين له. (إسماعيل،2003: 271).

لذلك تقوم وسائل الإعلام باستخدام الأجندة كوسيلة لطرح القضايا المهمة لدى الجمهور وحث أذهان النخبة أيضاً على حد سواء، للتفكير في القضايا المثارة في هذه

الوسائل، بل وربما يصبح وضع الأجندة، وسيلة لجذب غير النخبة للاشتراك بالحياة السياسية بشكل نشط. وتكمن أهمية وضع الأجندة من قبل الوسائل الاعلامية تسليط الضوء على قضايا معينة على حساب تغطية بعض القضايا الأخرى المغايرة (الحديدي، 2006:68)

لذلك استخدمت وسائل الإعلام جدول الأعمال كوسيلة لإثارة قضايا مهمة بين الجمهور وحث عقول النخبة على حد سواء أيضاً للتفكير في القضايا التي أثّرت في هذه وسائل الإعلام، وربما يصبح إعداد جدول الأعمال وسيلة لجذب غير النخب للمشاركة بنشاط في الحياة السياسية. وتبرز أهمية تحديد جدول الأعمال من قبل وسائل الإعلام الاهتمام بقوة الإعلام افي تسليط الضوء على بعض القضايا على حساب تغطية بعض القضايا المختلفة الأخرى (الحديدي، 2006: 70).

وتؤكد "نظرية الأجندة" بأن وسائل الإعلام ليس لها القدرة على تغطية كافة قضايا الراي العام بل تختار قضية معينة ويتم التركيز عليها لانها تمثل لكثير من القضايا الاخرى المشابهة لها والتي تشغل الراي العام، حيث تطرح وسائل الاعلام المرئي القضية بأسلوب مثير للاهتمام للفت انتباه مجموعة كبيرة من المجتمع المهتمين مما يشكل ذلك عل صانع القرار السياسي بتصويب وتحسين صورة القضية بم يتلائم مع ردود الفعل الشعبية، ومن هنا يبرز اثر وسائل الاعلام على صانع القرار السياسي في عملية تكييف القرارات السياسية بما يتوافق مع ارادة الشعوب (يوسف، 2004:23).

ولكن نظرية الاجندة تثير بعض الإشكاليات حول شكل وطبيعة الاختلافات في تنظيم (الأجندات) والتي تتعلق بأجندات الأفراد أو الجماعات أو أجندات المؤسسات مثل مؤسسات المجتمع المدني كالأحزاب أو المؤسسات الحكومية كالسلطات التشريعية والتنفيذية، واثّر هذه الأجندة على عملية صنع القرار والتأثيرات والتداعيات التي تشكلها الاجندة على الراي العام وردود ذلك على صياغة صنع القرار (إسماعيل، 2003:273).

توظيف النظرية

تم توظيف هذه النظرية للربط بين الأجندة الاعلامية ودور الاعلام المرئي والقائمين عليه سواء من نخبة الاعلام او النخبة السياسية في توظيف الأداة الاعلامية للتأثير من خلال مخرجات المحتوى الاعلامي المرئي وانعكاسة على المجتمع، لما يدركونه من تأثير هذه الاداه على القضايا المهمة واستقطاب أكبر عدد من الرأي العام، حيث نجد ذلك من خلال تأثير صاحب القرار الاعلامي أو السياسي لتمرير أجندة خاصة به أو بمجموعة معينة أو بمؤسسة معينة وترويجها من خلال القناة التلفزيونية.

ثالثا نظرية اتخاذ القرار

كما اعتمدت هذه الدراسة على نظرية اتخاذ القرار بهدف معرفة وفهم العوامل والاسباب الرئيسة التي يركز بها الاعلام المرئي في تاثيره على صناعة القرار السياسي الأردني الداخلي ، أو على صنع القرار السياسي الخارجي، كما تساعد بلا شك على معرفة كيف تعمل الدولة، وآلية العمل حيال مواقف سياسية متعددة، وهي تخوض في البحث عن كيفية تفاعل مؤسسات الدولة مع المجتمع مع بعضها البعض، وتحاول أيضاً التعرف على الكيفية التي يظهر بهذا التفاعل مع الواقع السياسي الدولي(طعمة، 2010).

وتستمد النظرية أهميتها هذه من أنها تضع الحلول والطرق المناسبة للإجابة عن المعلومات، لكي يكون النظام مهياً لبيئة متغيرة، وكذلك الحصول على معلومات دقيقة ذات أهداف مباشرة للبيئة السياسية، على أساس دراسة الدولة من خلال صناع القرار، إذ إن تحديد الدولة يركز على صناع القرار الرسميين، وهي تركز على سلوك المسؤولين عن اتخاذ القرار، لتمكين تطبيق الكثير من المبادئ والنظريات في علم النفس والتوصل إلى طروحات جديدة أو فرضيات بناءً على الكثير من النتائج والدوافع، باعتبار أن هذا السلوك يجمع بين الجانب العقلاني والآخر غير العقلاني (مقلد، 1991).

مقولات النظرية

تعد نظرية اتخاذ القرارات من النظريات المهمة وخاصة في تحليل واقع علاقة الدولة الفرد أو علاقة الدولة بالدول الأخرى، حيث تحظى هذه النظرية بأهمية بالغة من قبل المحللين، كونها تركز على البحث في الكيفية التي تتفاعل بها الدول مع مؤثرات البيئة الداخلية والخارجية للدولة التي تنعكس عليها من النظام الدولي والذي تعمل في إطاره، حيث تبرز أهمية اتخاذ القرارات (الفضل، 2004).

أهم عناصر النظرية

1- إن اتخاذ القرارات تشكل عملية جماعية متكاملة، والانتهاه إلى قرار معين يمثل ذروة التفاعل والتشاور، من خلال ما يتم في عدد من المستويات التنظيمية ذات الصلة بهذه العملية.

2- يذهب تقييم صانعي القرارات لكافة العوامل والمتغيرات ذات الصلة بموضوع القرارات، سواء المتعلقة بالبيئة الداخلية، أم البيئة الخارجية، أم الضغط الناتج عن الحاجة إلى اتخاذ القرار، أو الهيكل التنظيمي الرسمي الذي تتم في نطاقه عملية اتخاذ القرارات الخارجية.

3- إن المجهود الرئيس الذي يبذله صانعو القرارات يتركز في تجميع الحقائق المرتبطة بموضوع القرار، ثم تحليلها ومناقشتها وتقييمها.

4- البحث في الكيفية التي يتفاعل بها الإعلام المرئي مع صانعي القرار من خلال المؤثرات التي تأتيها وتنعكس عليها من المجتمع المحلي والرأي العام .

5- البحث في الكيفية التي يعبر بها هذا التفاعل عن نفسه مع الواقع الدولي من خلال اتخاذ قرارات خارجية محددة تبرز بها الدول اتجاهاتها، وتدافع بها عن مصالحها إزاء الأطراف الدولية التي تتعامل معها. (الفضل، 2004).

من خلال هذه العناصر يمكن فهم نظرية اتخاذ القرار في ضوء الأفعال أو ردود الأفعال الصادرة عن الرأي العام وصانع القرار، والتي يقوم بها في الواقع أشخاص، وبالتالي فإن استيعاب وفهم هذا الأفعال يتطلب النظر إلى محيط صناعة القرار، من خلال إدراك صانع القرار لمحيطه، وليس من خلال موقع المراقب الموضوعي أو الحيادي، فالكيفية التي يحدد بها صناع القرار الوضع الذي يواجهونه هي التي تصنع

سلوكية الدولة تجاه الوضع، إذ أن هذه النظرية تتناول ظواهر العلاقات وموضوعات القرار السياسي، من منظور صانع القرار وكل مدخلاته السيكولوجية والبيئية والمعرفية، بمعنى إنها تبني تحليلها للتفاعلات على افتراض أن العلاقات بين الأطراف هي نتاج لفعل صانع القرار، المعبر عن بلورة لمجموعة من العوامل الموضوعية والذاتية التي يصنع في ظلها القرار السياسي، فهي تدرس العلاقات بين الرأي العام وأصحاب الرأي ليس على أساس الدول بصورتها المجردة وإنما على أساس دراسة الدولة من خلال صناعات قراراتها، حيث يتم تحديد الدولة بصناعات قراراتها الرسميين وغير الرسميين (الفواعل الحكوميين وغير الحكوميين)، وهي تختلف هنا عن باقي النظريات في أن اللاعب هنا ليس الدولة وإنما الأفراد الذي يعملون في مستويات مختلفة من نظام صناعة القرار في الدولة، بالإضافة إلى لاعبين آخرين منافسين للدولة وفي بعض الأحيان يتجاوزون أطرها التقليدية (طعمه، 2010).

فلسفة النظرية

تقوم فلسفة نظرية اتخاذ القرار على اعتبارها جزء من صناعة القرار السياسي، وأحد موضوعات السياسة الخارجية، حيث تتأثر عملية اتخاذ القرار ببعض العوامل منها عوامل سيكولوجية، أو بيئية أو معرفية، وتعطى هذه النظرية تحليلاً للعلاقات الدولية على اعتبارها نتاج لفعل صانع القرار المعبر عن بلورة مجموعة من العوامل الموضوعية والذاتية التي يصنع من خلالها القرار في السياسة الخارجية، لذلك نظرية اتخاذ القرار تدرس العلاقات الدولية ليس على أساس الدول بصورتها المجردة وإنما على أساس دراسة الدولة من خلال صناعات قراراتها، سواء كانوا رسميين أو غير رسميين، في مستويات مختلفة من صناعة القرار داخل الدولة (سليم، 2001).

مراحل اتخاذ القرار

تمر عملية اتخاذ القرار بمجموعة من المراحل تبدأ بوجود مشكلة أو حافز، مما يستدعي متخذي القرار التفكير باتخاذ قرار لهذه المشكلة، لأن المشكلة تشكل خطراً على أهداف السياسة الخارجية للدولة، ومن أهم مراحل عملية اتخاذ القرار المراحل التالية (الحديثي، 1982)

1 - إدراك صانع القرار للمشكلة: والادراك هي ظاهرة تتحصل في رؤية متخذ القرار لهذا الحافز، و تتم عملية الإدراك لدى صانع القرار عن طريق المعلومات التي يحصل عليها من مصادر جمع المعلومات المختلفة. وقد يدرك صانع القرار الموقف بصورة خاطئة، نتيجة للمعلومات التي يلجأ إليها، بسبب عوامل كثيرة، منها نظامه العقيدى، وخصائصه الشخصية، أو بسبب تنقل المعلومات مراحل مختلفة حتى تصل إليه.

2- تعريف الموقف: ويقصد بتعريف الموقف هو دراسة المشكلة وتحليلها من جميع أبعادها وتحديد مد تأثيرها على مصالح الدولة، ويتم ذلك عن طريق تفسير المعلومات، التي ترد عنها، و هنا أيضا تلعب الخصائص الشخصية دورا بارزا، إذ يتم تفسير المعلومات عن طريق تصور صانع القرار الذاتي للموقف.

3- تحديد البدائل واتخاذ القرار: تبدأ مرحلة اختيار البدائل المناسبة عن طريق النظر في البدائل المنظورة لصانع غير منظورة له، وهذا يرجع إلى أمور عديدة تؤثر في عملية البحث في جميع القرارات، لأن هناك بدائل غير منظورة مثل غموض الموقف، عدم توافر المعلومات الكافية، وكذلك معتقداته وخصائصه الشخصية، والتي تجعله يركز في عدد محصور من البدائل، أو ضيق الوقت وعنصر المفاجئة

4- مرحلة تنفيذ القرار: وهي مرحلة عملية نقل القرار من حالته النظرية إلى حالته العملية، ومن خلاله يتم تحديد السلوك السياسي لصانع القرار، وتتم عملية تنفيذ القرار عن طريق وسائل عديدة منها الدعائية والدبلوماسية، و الأدوات الاقتصادية و العسكرية (مقلد، 1991).

توظيف النظرية

لقد تم توظيف نظرية اتخاذ القرار لإسقاطها على أهمية دور الإعلام المرئي وتأثيره على مجريات عملية صناعة القرار السياسي الأردني وصانعي القرار السياسي في الأردن ضمن أطر النخبة السياسية و الإعلامية في توجيه رغباتهم ونشر توجهاتهم السياسية على المجتمع والرأي العام، وهذا له القدرة على دراسة سلوك النخبة السياسية والإعلامية لدراسة المشكلة وتحليلها من جميع أبعادها، وتحديد مد تأثيرها على

الدولة الأردنية، والقدرة على اختيار البدائل المناسبة من خلال البدائل المطروحة أمام صانع القرار، بعد ذلك يتم تحديد السلوك السياسي لصانع القرار في الأردن، والعمل على تنفيذ القرار عن طريق وسيلة الإعلام المرئي، وذلك من أجل ترسيخ الدور الإعلامي كأحد أدوات وسائل الاتصال بين صانعي القرار لاسيما النخبة منهم وبين المجتمع المحلي والإقليمي والدولي.

رابعاً: نظرية النخبة

من أهم موضوعات علم الاجتماع السياسي نظرية النخبة السياسية، التي يذهب أنصارها إلى أنها حقيقة موضوعية، لأن الشواهد التاريخية وواقع المجتمعات السابقة والمعاصرة، تتميز بوجود أقلية حاكمة، محتكرة لأهم المناصب السياسية والاجتماعية، ويدها مقاليد الأمور، وأغلبية محكومة منقادة وليس لها صلة بصنع القرار السياسي بشكل عام.

ومع أن عمر تبلور هذه النظرية قد زاد على نصف القرن، إلا أن اللبس والغموض يصاحبها من جوانب كثيرة ومهمة، منها علاقتها مع النظم الشمولية والديمقراطية، آليات اختيار وعمل هذه النخبة، العلاقة ما بين النخبة السياسية والاجتماعية وهكذا.

لقد أسهم كارل ماركس وماكس فيبر في تأسيس علم الاجتماع السياسي من خلال دراستهما لتطور النظريات السياسية وصلة ذلك بالمجتمع إلا أن تطور هذه النظرية قد وجه سهام النقد للنظرية الاشتراكية فضلاً عن النظريات الديمقراطية، لأن نظرية النخبة تشكك بالصحة العلمية لكلا النظريتين، وتبني تحليلها للنظام السياسي انطلاقاً من حقيقة القلة الحاكمة والأغلبية المحكومة.

ولكن ما هي النخبة؟ وهل اتفق منظورها على صياغة موحدة لتعريفها؟ ربما كانت دراسة بوتومور حول النخبة والمجتمع من أهم الدراسات التي حاولت أن تفجر كثيراً من الأسئلة حول نظرية النخبة والاجتهادات النظرية فيها تاركة الإجابة على كثير من الإشكالات للزمن الذي سيعتمد دراسة هذه النظرية وسيجد الإجابات على ما قصرت الدراسات المتواجدة عن الإجابة عنه.

ومن رواد نظرية النخبة العالم باريتو، وهو يرى أن النخبة هم أولئك الذين يتفوقون في مجالات عملهم في (مباراة الحياة) وحين يجد أن هذا التعريف مستوف يستدرك الأمر وينتقل إلى المجال الأضيق في تعريف النخبة، فيقوم بربط مفهوم النخبة الاجتماعية بقدرة هؤلاء المتفوقين على ممارسة وظائف سياسية أو اجتماعية تخلق منهم طبقة حاكمة ليست بحاجة إلى دعم وتأييد جماهيري لأنها تقتصر في حكمها على مواصفات ذاتية تتمتع بها، وهذا ما يميزها ويؤهلها لاحتكار المناصب.(علي، 2012).

توظيف النظرية

تم توظيف هذه النظرية للاطلاع على مدى تأثير النخبة السياسية والاعلامية في الاردن لما لها من حجم كبير في تحريك خيوط الدولة وابرز قراراتها عن طريق أحدث أدواتها وهي الأداة الإعلامية - الإعلام المرئي-، حتى أضحت أكبر البرامج مشاهدة وكلفة إنتاج عمل تلفزيوني سياسي، هي البرامج التي تستقطب ضيوف نخب سياسية أو إعلامية لما لهم من دوافع في الظهور وتمير إشارات معينة لفئة معينة أو للشارع العام، تأتي هنا نظرية النخب بالإسقاط عليها دور الإعلام المرئي في التأثير على صنع القرار السياسي مفسرة لهذه الحالة التي تكون فيها النخب السياسية والإعلامية هي متصدرة المشهد ومتحكمه به .

2.2 الدراسات السابقة

دراسة كمال، سليمان دينا (2020). بعنوان "الإعلام وتأثيره على السياسة الخارجية، وقد بينت الدراسة على انه يوجد علاقة وثيقة بين الإعلام والسياسة وهذه العلاقة تثبت بأنه لا توجد سياسة بدون إعلام ولا إعلام بدون سياسة فأينما وجد الإعلام وجدت، وقد ابرزت الدراسة دور وسائل الاعلام من الكشف عن العديد من الجوانب السياسية والتي تحدث داخل المجتمعات، فالعلاقة بين الجانبين هي علاقة مرتبطة بالتحويلات والتغيرات التي تحدث بين وسائل الاعلام والسياسة، فهي تحولات تجري في عالم السياسة يكون له اثر على وسائل الإعلام، كذلك بينت الدراسة الأدوار والوظائف المتعددة التي تنفذها وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي، فالإعلام لم يعد وسيلة تابعة للعمل السياسي بل أضحي جزء من صميم العمليات السياسية .

دراسة الحديدي، عبدالرحمن محمد (2019). بعنوان "وسائل الإعلام المرئية وبناء 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 التليفزيونية 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.

دراسة خالد الصوفي وعلي البريهي، (2019) بعنوان: دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو " الربيع العربي " دراسة ميدانية

هدفت هذه الدراسة 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، و 20.3% منهم يبدون اهتماماً متوسطاً، و 5.8% 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% وسلبياً بنسبة 34.2% وجاء محايداً بنسبة 13.3%.

دراسة (علي الشمري، 2018) بعنوان: الاعتماد على وسائل الإعلام وتشكيل مستوى المعرفة لدى النخبة الأكاديمية بشؤون منظمة الأمم المتحدة،

وقد هدفت 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 إتخاذ 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.

دراسة عزة حجاب 2017 دور وسائل الاتصال في صنع السياسات العامة،

وقد هدفت الدراسة الى بيان دور وسائل الاتصال في صنع السياسات العامة بعد ما شهده العالم من تطور في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، مما زاد ذلك الدور المؤثر لوسائل الإتصال، وخاصة في تشكل الراي العام ونقل قرارات الحكومة الى متناول المجتمع، لذلك فان 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 الحكومية 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 سلام عبد المهدي كريم(2014) بعنوان دور قناتي الحرة وال (BBC) الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في اثاره الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والإمارات - دراسة مقارنة

وقد هدفت الدراسة للتعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين في الأردن والإمارات والذين يتابعون قناتي الحرة وال-BBC، وقد كان مجتمع الدراسة جميع الطلبة في الجامعات الأردنية الأربع الآتية (الأردنية، مؤتة، جامعة البترا والشرق الأوسط) وفي الإمارات جامعتي (الشارقة وعجمان). وقد تكونت العينة من (400 طالباً وطالبة) وقد اعتمدت الدراسة على مصادر المعلومات والبيانات الأولية والبيانات الثانوية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف دور قناتي الحرة وال-BBC، الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، ويسعي الباحث من خلال هذا المنهج إلى توضيح وتفسير وتقييم نتائج التحليل الإحصائي،

دراسة الزبيدي، منذر (2013). دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي،

وقد بينت الدراسة بأن هناك علاقة بين وسائل الاعلام ودورها في صنع القرار السياسي وبيان حجم الدور الذي يقدمه الاعلام باعتبار ان الاعلام 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

دراسة العزام، عبدالمجيد (2010). اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية،

وقد هدفت الدراسة الاستطلاعية بالكشف 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. دراسة جمال عبد العظيم أحمد (2001) بعنوان دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي،

وقد تناولت الدراسة أهم القضايا التي يهتم بها المجتمع المصري وهي قضية الانتخابات البرلمانية وحدود المشاركة السياسية فيها، وقد ركزت الدراسة على دور الصحافة في عملية المشاركة السياسية باعتبارها حلقة الوصل بين المجتمع والمؤسسات السياسية وخاصة الأحزاب التي تعتبر الصحافة وسيلة تساهم في تسويق برامجها ومرشحها للرأي العام. وقد بينت الدراسة ان هناك حالة من الربط بين المجال السياسي والسياسي والسياسي الصحفي في إطار عملية المشاركة السياسية وقد وضحت نتائج الدراسة اعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام في الحصول على معلوماتهم السياسية، وهذا ما يؤكد الاعتماد المتبادل ما بين الجماهير ووسائل الاعلام، وقد أبرزت نتائج الدراسة ان هناك اعتماد رئيس على وسائل الاعلام وهي رغبة ودافع ذاتي لدى المرشح في الحصول على معلومات عن المشاركة السياسية ومدى تأثير على الرأي العام. دراسة هويدا مصطفى (2001) بعنوان استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية الانتخابات مجلس الشعب لعام (2000)

وقد حاولت الباحثة التعرف على الدور الذي لعبته التغطية التليفزيونية الانتخابات مجلس الشعب المصري العام 2000، ومن خلال استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية حسب آرائها تجاه التغطية الإعلامية طوال المراحل التي مرت بها العملية الانتخابية. أوضحت نتائج الدراسة عدم نجاح التغطية الإعلامية في تقديم وجوه حزبية مختلفة، بل اكتفت برموز وقيادات الحزب الحاكم فقط دون الكوادر الأخرى سواء كانت تتبع للنقابات أو الأشخاص المستقلين، كذلك بينت نتائج الدراسة أن التغطية التليفزيونية قد نجحت إلى حد ما في نقل المعرفة الكافية للمجتمع المصري لكي يكون لديه معرفة بأبعاد وتطورات العملية الانتخابية .

دراسة رامي يوسف 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 الاذاعة والتلفزيون، و وكالة الأنباء الأردنية بترا، وصحيفة الرأي، والبالغ عددهم 397.

حيث توصلت 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 الاعلامية 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، وخلصت الى جملة من التوصيات كان أبرزها تكثيف العمل على تفعيل دور وسائل الإعلام الأردنية الرسمية في محاربة الشائعات من خلال خلق برامج حوارية تلفزيونية والعمل على تفعيل الندوات اليومية والأسبوعية من قبل الجهات المختصة للحد من ظاهرة الشائعة .

الدراسات الاجنبية

Study of Nazim Sha, M. Rajeswari (2018) Influence of Social Media on Political Decision Making Among the Youth's in India.

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على صنع القرار السياسي بين الشباب في الهند،
وقد بينت الدراسة ان 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 ان 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.

Study of Georgi Lozanov and Orlin Spassov(2011) MEDIA AND POLITICS,

الإعلام والسياسة،

وقد بينت الدراسة إن الإعلام والسياسة دائما في علاقة متوترة في اطار الديمقراطية الفاعلة، وتنتج القوى السياسية إلى الجمهور لتحفيز أفعالهم، والدفاع عن أفكارهم وكسب ثقة الناس، ويتعين على وسائل الإعلام بدورها إبلاغ الناس عن الامور السياسية المحيطة بهم، وان ممارسة السيطرة على السياسيين يؤدي إلى الخلل في اداء واجباتهم.، وبينت الدراسة ان وسائل الإعلام منعت كثير المواضيع التي سيتم تغطيتها، واثبتت الدراسة انه 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.

Study of Aindrila Biswas, Nikhil Lngle, (2014). Mousumi Roy, influence Of Social Media On Voting Behavior, Journal Of Power, Politics And Governance, Vol 2, No 2, India

تهدف الدراسة 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 بالتاثير على اصوات الشباب الناخبين في الانتخابات في الهند عام 2014، وهل يمكن للحزب السياسية من خلال وسائل الاعلام التاثير على الاراء والحصول على أصوات الشباب.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. ان وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في التاثير على الناخبين الشباب وسلوكهم الانتخابي.

2. يكون تاثير وسائل الاعلام في المناطق الحضرية محدودا بالرغم من استخدام وسائل الاعلام للتكنولوجيا وأساليب غير تقليديه وحديثة لاجل الوصول الى الاهداف، ويكون تاثيرها في المناطق الريفية اكثر ومن خلال وسائل تقليدية وعادية.

3. هناك علاقة طردية بين نسبة التاثير وبين عمر الناخب من الشباب.

4. تلعب التكنولوجيا دورا مهما في اقبال المعلومات مباشرة وسريعا الى الشباب، مما يؤدي إلى نتائج ايجابية في خلق التاثير على سلوك الشباب.

5. يكون الانترنت احدى الوسائل في تشكيل اتجاهات الشباب والتاثير في سلوكهم، ومن خلاله يتم تسويق المعلومات وفي وقت اقصر وأسرع واقل تكلفة.

Aindrila Biswas, Nikhil Lngle, (2014). Mousumi Roy, influence Of Social Media On Voting Behavior

بعنوان تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك التصويت،

وقد هدفت الدراسة 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 بالتاثير على اصوات الشباب الناخبين في الانتخابات في الهند عام 2014،

وهل يمكن للحزب السياسية من خلال وسائل الاعلام التأثير على الاراء والحصول على أصوات الشباب.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. ان وسائل الإعلام تلعب دورا مهما في التأثير على الناخبين الشباب وسلوكهم الانتخابي.

2. يكون تأثير وسائل الاعلام في المناطق الحضرية محدودا بالرغم من استخدام وسائل الاعلام للتكنولوجيا واساليب غير تقليديه وحديثة لاجل الوصول الى الاهداف، ويكون تأثيرها في المناطق الريفية اكثر ومن خلال وسائل تقليدية وعادية.

3. هناك علاقة طردية بين نسبة التأثير وبين عمر الناخب من الشباب.

4. تلعب التكنولوجيا دورا مهما في اوصول المعلومات مباشرة وسريعا الى الشباب، مما يؤدي إلى نتائج ايجابية في خلق التأثير على سلوك الشباب.

5. يكون الانترنت احدى الوسائل في تشكيل اتجاهات الشباب والتاثير في سلوكهم، ومن خلاله يتم تسويق المعلومات وفي وقت اقصر وأسرع واقل تكلفة.

Study of Umbreen Javaid, (2014). Patterns Of Political Perceptions, attitudes And Voting Behaviour, Influence Of Media,

بعنوان أنماط التصورات السياسية والمواقف وسلوك التصويت وتأثير الإعلام،

وقد هدفت الدراسة 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 تاثير اقل في المناطق الريفية عن المناطق الحضرية.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. غالبية الجمهور في المناطق الريفية يقوم بالتصويت على أساس الشخصية.

2. غالبية الجمهور في المناطق الحضرية يميلون الى التصويت على اساس الاداء السياسي والذي تكون لوسائل الاعلام دورا مهما في إيصاله للجماهير.

3. يتوجب على وسائل الاعلام تعزيز برامج التربية والتنقيف للناخبين بسبب قدرتها وتأثيرها على الجمهور.

4. تقوم وسائل الإعلام أحياناً بنقل الإخبار الى الجمهور تتضمن عناصر التسويق والبريق والإثارة.

5. تقوم وسائل الإعلام بنقل الإخبار العاجلة دون التأكيد على الأخبار السابقة.

ما تتميز به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة عدداً من الموضوعات التي ركزت حول الإعلام العربي والأردني، والعلاقة بين التعرض للتلفاز الأردني وتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو الإرهاب، ودراسة عن الاتصال الجماهيري على السلوك 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 الأردني 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 .

الفصل الثالث

مراحل تطور الإعلام الأردني

تطور الإعلام السياسي مع تطور وسائل الإعلام المختلفة اذ أصبح يهتم بكيفية توظيف واستغلال تلك الوسائل في العملية السياسية، اذ يقوم بنقل وتحليل النشاط السياسي، وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياستهم وقراراتهم ومواقفهم، مما أصبح مفهوم الإعلام السياسي عنصراً من العناصر المهمة في تقييم أداء السلطة والقائمين عليها، فالإعلام السياسي يؤدي وظيفة سياسية مهمة، ويعمل على إحداث تأثيرات واقعية ومحتملة على عمل وسلوكيات الآخرين .

1.3 نبذة تاريخية عن تطور الإعلام الأردني

إن مفهوم الإعلام السياسي في الأردن بدأ يتبلور منذ تأسيس إمارة شرق الأردن 1921م عندها أصدرت أول جريدة آنذاك وهي جريدة (الحق يعلو) في مدينة معان جنوب الأردن، مكتوبة بخط اليد وتتكون من عامودين عريضين، وتحتوي مقالات متنوعة، وخاصة فيما يتعلق بالأوضاع السياسية، وشؤون الحرب، بالإضافة في ذلك الوقت إلى أخبار قصيرة عن أشخاص معروفين بنشاطاتهم الاجتماعية وتحركاتهم، حيث كان جلالة المغفور له الملك عبدالله الأول يوزعها على جنوده من رجال الثورة العربية الكبرى الذين التقوا حوله، وذلك لتكون صحيفة جديدة تحمل أخبار الحرب معنونة بعنوان صحيفة عربية ثورية تصدر مرة كل أسبوع (الخرزاعلة، 2003، ص119) أما جريدة الشرق العربي والتي عدّت الجريدة الأولى بعد تأسيس الإمارة الأردنية لتكون استمراراً وحاملة لإرث وفكر صحافة الثورة ومسيرة النهضة الأردنية، وكانت تقبل المقالات العلمية والفنية والأدبية، وذلك بموجب قانون تأسيس الجريدة الرسمية المؤرخ في 1923/5/31م رقم (148) والذي جاء في خمس مواد أهمها (شريم، 2005، ص23):

المادة (1): تؤسس جريدة رسمية في منطقة الشرق العربي باسم (جريدة الشرق العربي).

المادة (2): تدار هذه الجريدة من قبل مدير مرتبط بإدارة المالية ويُعين له مساعدون عند الاقتضاء.

المادة (3): تنشر هذه الجريدة أسبوعياً في الحال الحاضرة ويمكن إصدارها مرتين في الأسبوع.

وجاء في افتتاحية العدد الأول (والقلم وما يسطرون، إن هذه الصحيفة نبداً بنشرها في مطلع فجر جديد، في يوم توحد جمع الاتحاد العربي وربط تطلعاتهم بنور الأمل إلى صاحب الجلالة الهاشمية (الحسين بن علي) منقذ العرب والساعي لتأسيس وحدتهم وجمع كلمتهم والنهوض بهم إلى مصاف الأمم الحية) (مجلة الأقصى، ع 773)

وعلى صعيد العمل الإذاعي، فقد أنشأت أول إذاعة في الأردن في 15 أيار 1948 في مدينة رام الله، وكان اسمها إذاعة القدس حتى تاريخ 1 أيلول 1948 عندما أصبح اسمها الإذاعة الأردنية الهاشمية من القدس وفي 24 نيسان 1950، بعد توحيد الضفتين أصبح اسمها إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية، وكانت تبثّ برامجها لمدة ثلاث عشرة ساعة يومياً عبر جهاز إرسال قوته (20 Kw) على موجة متوسطة طولها (443) متراً، وظلت الإذاعة تعمل من مدينة رام الله وحدها حتى عام 1956 (السلعوس، 2006) .

إلى أن حقبة الخمسينيات من القرن الماضي تعد نقطة الانطلاق الحقيقية للصحافة الأردنية الحديثة، لأنها دخلت المرحلة النقابية؛ فصدر قانون نقابة الصحفيين الأردنيين لأول مرة عام 1953 والذي تم من خلاله تأسيس النقابة، وانتخاب أول مجلس لها برئاسة رجا العيسى، وتم استحداث قانون مؤقت للنقابة عام 1983. ثم صدر القانون رقم (15) لسنة 1998 المعمول به حالياً (السلعوس، 2006)

في آب من عام 1969 تم تأسيس وكالة الأنباء الأردنية (بترا) كدائرة مستقلة ويقرر من مجلس الوزراء، وكانت تعمل قبل ذلك طيلة أربع سنوات كقسم تابع لدائرة المطبوعات والنشر. (عبيدات، 2003، 50)

افتتح المغفور له الملك الحسين بن طلال محطة ثانية لإذاعة المملكة الأردنية الهاشمية بتاريخ 1 تشرين الأول 1956 ضمن مبنى صغير في منطقة جبل الحسين بعمان حيث بدأت بث برامجها على موجة متوسطة (207) متر بقوة (Kw5) وموجة قصيرة طولها (49) متراً، ومدة البث ساعة واحدة في الصباح وساعتان في المساء. (بني دومي، 2003، 118)

ورغم ظروف الإذاعة الصعبة وبرامجها المحدودة، بسبب قلة الامكانيات، كانت الإذاعة الناطق الرسمي للحكومة الأردنية والسياسة الأردنية ومبادئ الثورة العربية الكبرى، وكانت تذيع البيانات السياسية والخطابات الرسمية وكل ما يتعلق بالسياسة الأردنية (نصار، 1992، 173)

كما افتتح المغفور له الملك الحسين بن طلال بتاريخ 1 آذار 1959 مبنى إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية في موقعها الحالي في منطقة أم الحيران، وفي اليوم نفسه تم افتتاح محطة للإرسال في موقع مرج الحمام الشرقي على طريق ناعور - القدس، وبعد حوالي ستة أشهر من افتتاح إذاعة أم الحيران وفي 23 آب 1959 تم افتتاح استوديوهات الإذاعة الجديدة في القدس. (نصار، 1992)

وبعد حرب 1967 أصبح البث والإرسال بجميع برامجهم وموجاته يبث من استوديوهات الإذاعة في أم الحيران ومحطة إرسال عمان (جرار، 1997، 11)

كانت الإذاعة الأردنية مرتبطة إدارياً برئاسة التوجيه الوطني التابعة لرئاسة الوزراء، وعند تأسيس وزارة الإعلام في عام 1964 أصبحت الإذاعة إحدى الدوائر المستقلة المرتبطة بوزير الإعلام وفي عام 1985 صدر قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الذي تم بموجبه دمج الإذاعة والتلفزيون في مؤسسة واحدة سميت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية. (الصفوري، 2019)

أما المرحلة التي تلت عام 1989 وحتى الآن فهي تميزت بصدور قانون المطبوعات رقم (8) لعام 1998 والذي اعتبر متقدماً مقارنة بقوانين المطبوعات السابقة واللاحقة، وشهدت الفترة (1994-2019) تجاذبات وتقلبات بحكم الظروف السياسية المحيطة بالمملكة وتأثر البيئة العالمية الأردنية بما حدث في الإقليم من توترات وحركات مازالت مستمرة، حيث شهدت المملكة ظهور نمط جديد من الصحافة

هو (الصحافة الإلكترونية) ثم المواقع الإخبارية العديدة ومنصات التواصل الاجتماعي التي مهدت لظهور قانون الجرائم الإلكترونية ومازال هذا القانون محل نقاش وجدل في الوسط الصحفي إلى هذا اليوم (حداد، 2020).

2.3 الأعلام المرئي الأردني .

الإعلام المرئي: هو ترويج الخبر والمعلومة عن طريق التلفاز من خلال برامج معينة تكون غايتها من الشكل والمضمون هو التأثير على الجمهور وميوله وقيمه ومعلوماته. (حجاب، 2004، 171)

وعرف القانون الأردني مصطلح الإعلام المرئي بأنه كل عملية بث تلفزيوني أو إذاعي أو ورقي تصل للجمهور على شكل صور أو صوت أو كتابة من أي نوع كانت شريطة بان لا تتصف بطابع المراسلات الشخصية الخاصة، والتي تكون عن طريق وسيلة لاسلكية أو عن طريق الأقمار الاصطناعية أو بنشر مطبوعات ورقية. (م2، قانون الاعلام الاردني)

يمكننا القول بان التلفزيون هو إحدى أوجه أو أدوات الإعلام المرئي ولقد أطلق اصطلاح الإعلام المرئي أيضا على البث المباشر على القنوات الفضائية، والإذاعة، والإعلام الإلكتروني من خلال شبكات التواصل الاجتماعي .

فيمكننا تعريف التلفزيون بأنه الوسيلة التي من خلالها ينقل الصوت والصورة في وقت واحد بطرق الدفع الكهربائي، وهي أهم الوسائل السمعية والبصرية للاتصال بالجمهور من خلال برامج معينة تبث مباشر أو تبث عن بعد . (شعبان، 2009، ص46)

أما الإعلام الإلكتروني فهو آلية من آليات الاتصال وإيصال المعلومة للآخرين من خلال وسائل الاتصال الحديث وتكنولوجيا المعلومات، تستخدم فيها وسائل وتقنيات الاتصال الحديثة مع اساليب الاعلام التقليدية، والغاية من هذا النوع التمتع بحرية النشر من خلال نشر المعلومات والايخبار على حقيقتها عبر وسائل الاتصال المرئية والمسموعة بشرط ان لا تخالف النظام العام للأخلاق والمبادئ (الزعبي، 2012)

ومن هنا فان حرية الاعلام المرئي والمسموع تعتبر فرعاً من فروع حرية الاعلام، وهي التي تعني التواصل الحر بين طرفين او أكثر، بهدف عرض المعلومات والحقائق بوعي وصدق وضوح بدون تشويه او اختلاق. (عواد،1993، 123)

أما البث المباشر فيعرف بأنه قيام الاقمار الاصطناعية باستقبال البث التلفزيوني، وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الاصلي بمسافات بعيدة، بحيث يعتمد البث الفضائي على ثلاثة ركائز وهما القناة التلفزيونية التي تبث البرنامج والحدث والقمر الصناعي الذي يتولى البث . (الجراح،2006، 25)

وعلى صعيد الإعلام المرئي الاردني فقد افتتح المغفور له الملك الحسين بن طلال في 27 نيسان 1968 محطة التلفزيون في منطقة أم الحيران، ولتي بثت أربع ساعات يوماً تبدأ من الساعة السابعة ولغاية الحادية عشر مساءً ومن ثم تم زيادة ساعات البث إلى خمس ساعات.(الموسى،1986، 278)

وخلال عام 1970 و1971 ميلادي بدأ التلفزيون الأردني القيام بعمليات النقل الخارجي والبث التعليمي بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، وفي عام 1974 تم إدخال تقنية التلفزيون الملون وأنشئت المحطة الأرضية في حرم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في عام 1989. (ابو جبلة،1998)

ففي مطلع السبعينيات أيضاً أصبح البث على قناتين أحدهما باللغة العربية (البرنامج العام) والأخرى بلغات أجنبية (القناة الثانية) وكانت أول قناة عربية في العالم العربي تبث باللغات الأجنبية، كما أصبح منذ ذلك الحين وفي حالة متفردة في العالم العربي، يقدم نشرات الأخبار بأربع لغات هي: اللغة العربية واللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية واللغة العبرية، كما كان سابقاً على جميع الهيئات التلفزيونية العربية في البث التلفزيوني الملون مما جعله أن يكون مركز استقطاب الدراما المصرية والسورية بالإضافة إلى الدراما الأردنية، حيث أرتبط في عام 1972 بمنظومة السواتل (الأقمار الصناعية) عن طريق المحطة الفضائية في منطقة البقعة مما مكنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية الكبرى مثل هبوط الإنسان على القمر والمباريات الرياضية الهامة والدورات الرياضية العالمية مثل كأس العالم ودورات الألعاب الأولمبية . وفي عقدي السبعينيات والثمانينيات أيضاً استطاع التلفزيون النهوض بالدراما الأردنية، وفرض

الإنتاج التلفزيوني الأردني نفسه بقوة على خريطة الإنتاج العربي، حيث أصبح منافساً قوياً للإنتاج الدرامي العربي كما أصبح محل ثقة وتقدير المشاهد الأردني والعربي على حد سواء (موقع التلفزيون الأردني، 2017)

وبتاريخ 1 شباط 1993 بدأ البث التجريبي للقناة الفضائية لمدة (4) ساعات. وفي 27 نيسان 1993 افتتح المغفور له الملك حسين بن طلال القناة الفضائية رسمياً، وفي عام 1997 تم الانتقال إلى البث على الحزمة كي يو (KU) وفي عام 2000 تم دمجها مع القناة الأولى الأرضية (ابو جبلة، 1998)

وفي عام 2001م أنشئت في الأردن شركة المدينة الإعلامية الأردنية كأول مدينة إعلامية خاصة في المنطقة ترفد صناعة الإعلام الإقليمية والعالمية بمدينة إعلامية متكاملة ذات مرافق عالية التقنية، معفاة من الضرائب والرسوم الجمركية. وفي عام 2003، شهد الأردن إنشاء الهيئة الملكية للأفلام بهدف بناء صناعة أفلام حديثة ورائدة ذات مستوى عالمي في الأردن، وهي مؤسسة عامة مستقلة مالياً وإدارياً، يديرها مجلس المفوضين برئاسة سمو الأمير علي بن الحسين. وتعنى الهيئة بخلق برامج تعليمية للأردنيين العاملين أو الراغبين في العمل في مجال صناعة الأفلام، وترويج وتعزيز ثقافة الأفلام في الأردن وبالتالي المساهمة في تثقيف ورعاية وتنمية روح الإبداع والابتكار، بالإضافة إلى إبراز الأردن كمركز للإنتاج المرئي والمسموع العالمي (الطراونة، 2021).

وفي 2007، أصبح الأردن أول بلد عربي يصدر قانون ضمان حق الحصول على المعلومات، لتمكين المواطنين من الوصول إلى المعلومات العامة والمتاحة ببسر، وخلق مجال إعلامي منفتح ومتعدد ونقاش وطني مستند لمعلومات دقيقة (الطراونة، 2021)

وقامت الحكومة الأردنية باتخاذ خطوات لتنظيم قطاع الإعلام، فقد أصدر مجلس الوزراء في عام 2014 قراره (2784) القاضي بإنشاء هيئة الإعلام لتصبح الخلف القانوني لدائرة المطبوعات والنشر وهيئة الإعلام المرئي والمسموع، بحيث تكون معنية بإنفاذ قانوني المطبوعات والنشر والإعلام المرئي والمسموع والأنظمة والتعليمات الصادرة بمقتضاهما. (بلقر ، 2021)

3.3 دور الإعلام السياسي في عملية صنع القرار

مع نهضة الدول صناعياً وتطورها تكنولوجياً شهدت الدول مؤخراً تنافس في الفضاء السيبراني، حيث تغيرت قواعد الحرب والقوة من حرب برية وبحرية وجوية إلى حرب تكنولوجية إلكترونية وإعلامية وهذا ما ساعد الخبراء والمفكرين بصياغة مصطلح الإعلام السياسي لشدة توظيف بعض الأنظمة إعلامها مؤخراً في وجه أعدائها . إضافة لذلك ساعدت المواد الإعلامية في تكييف كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي فضلاً عن اعتماد الجمهور عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به . أيضاً لوسائل الإعلام المرئي دوراً مهماً وبارزاً في هذا الوقت لصناع القرار حيث يتم تقديم المعلومات في بعض الأحداث بشكل أسرع من القنوات الرسمية، لذلك تبرز أهمية الإعلام المرئي على التأثير على مواقف متخذي القرار ومواقف الجمهور باتجاه السلطات الحكومية.

وتسعى الدول على اختلاف الأنظمة السياسية القائمة فيها إلى استخدام وسائل الإعلام و الاتصال لتحقيق الأهداف الإستراتيجية في حالتها السلام والحرب، وفي مقدمة هذه الأهداف أهدافها السياسية سواء كان ذلك على المستوى الداخلي أو على المستوى الدولي، وقد أصبح الإعلام السياسي عنصراً من العناصر المهمة في تقييم أداء السلطة والقائمين عليها، فالإعلام السياسي يؤدي وظيفة سياسية مهمة، ويعمل على إحداث تأثيرات واقعية ومحتملة على عمل وسلوكيات الآخرين . (الامير، 2015) ولا ننكر بان هناك علاقة وطيدة بين الإعلام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، فوسائل الإعلام تعتبر حلقة الوصل بين الجماهير والنظام الحاكم صانع القرارات، وهي التي تسهم بدرجة كبيرة في نجاح أو فشل النظام السياسي من خلال الوظائف والانشطة السياسية التي يقوم بها .

إن الخبراء والباحثين في مجال الأعلام والسياسة يؤكدون على ان العملية الاتصالية تحتوي على أربعة عوامل هي: (الأمير، 2015)

1. مصدر

2. قناة

3. مستمع

4. رسالة

فوضع المصدر في المكان الذي يشغله هو الذي يحدد العلاقة بين نظام الإعلام والنظام السياسي، ومحتوى الرسالة هو الذي يحدد الأمر، والقناة المستخدمة هي التي تنتج العلاقة بين النظامين .

وبالنسبة لدور وسائل الإعلام في عملية صناعة القرار السياسي الأردني وبطل تسارع الأحداث الداخلية والإقليمية والدولية فإنه يقع على عاتق الإذاعة والتلفاز الأردني مسؤولية تتبع مختلف هذه الأحداث والتطورات وتقديمها للمواطن الأردني وفق قالب إعلامي حديث وجذاب، وعدم ترك أفراد المجتمع عرضة للاشاعة من قبل القنوات الإذاعية الخارجية، مما قد يشكل لديهم ثقافة سياسية مناوئة ومخالفة للخط السياسي العام للدولة والمجتمع الأردني (بلقر، 2021).

ومن هذا الجانب وفي مقابلة أعدها الباحث مع أحد النخبة الإعلامية الذي يعتقد أن المجتمع الأردني على حد قوله أصبح لديهم تدني في الثقافة والوعي السياسي بسبب الضعف أو التوجيه الخاطئ للمادة الإعلامية على المواطن الأردني، معللاً ذلك بأخذ نموذجين تطبيقيين هما المشاركة في الانتخابات النيابية منذ عام 1989 لغاية 2010، والانتساب للأحزاب السياسية منذ صدور قانون الأحزاب السياسية عام 1992 حتى الآن، حيث تبين تدني نسبة مشاركة المواطنين في الانتخابات النيابية سواء بالترشح أو التصويت، وانخفاض نسبة انتساب الأردنيين للأحزاب السياسية ثم انخفاض مشاركتهم في مختلف الأنشطة السياسية على الساحة الأردنية، سواء في الانتخابات النيابية أو الانتساب للأحزاب السياسية، فكل ذلك سيساهم في خلق بيئة قرار سياسي ضعيفة ويجعل الدولة متخلفة عن باقي الدول الساعية للديمقراطية (الطراونة، 2021).

لا بد من التأكيد أن الكيان السياسي الأردني الحديث والمجتمع الأردني في طياته هو مجموعة من الخصوصيات التي ورثها عن الثورة العربية الكبرى. هذه الخصوصيات دفعته إلى تحمل أعباء كبيرة وكثيرة نيابة عن أمته العربية والإسلامية في مواجهة العدو الصهيوني، كما أن هذه الخصوصية لا بد لها من أن تنعكس في حركته السياسية وأدواتها الإعلامية، فموقع الأردن المتوسط في أمته، ومنطقته،

ووضعه الجغرافي، في مواجهة التيارات السياسية المتقلبة من حوله، وفي مواجهة آثار الثروة المتنامية في الأطراف العربية الغنية من حوله، وما تحمله من تأثيرات عليه، ووضعه في مواجهة آثار الخطر الصهيوني، ودوره المركزي النشط في أمته الذي يجعله دائماً عرضة للضغوطات والمؤامرات، وفي منطقة يدور حولها التآمر الإقليمي والدولي، كل ذلك فرض على حياته السياسية والمجتمعية وعلى وسائل إعلامه مجموعة من الضغوطات والتأثيرات. من هنا؛ يجب على وسائل الإعلام خصوصاً الإذاعة والتلفاز أن تكون مدركة لحجم هذه الضغوطات والتأثيرات، وأن تخضع نفسها لمراجعة جذرية ودورية بما يحد من تأثير مجمل هذه الضغوطات، وبما ينعكس على نحو إيجابي على مسيرة الدولة الأردنية التنموي في المجالات كافة (محافظة وحسن، 2004).

4.3 عملية صنع القرار في الأردن

لابد لنا قبل الدخول في صلب الموضوع أن نفسر ما المقصود بمصلح القرار وكيف يتم تفسيره حسب وضعه في كل نظام وكل مؤسسة، فالقرار هو الرأي الحاسم والبت النهائي لصانع القرار بشأن موضوع معين سواء كان داخلي أو خارجي بالنسبة لأهمية الدولة .

فالقرار هو المسار الذي يختاره صاحب القرار باعتباره انصب وسيلة وأفضل خيار أمامه لانجاز الهدف المنشود أو الأهداف المنشودة التي يراها يراها مناسبة لحل المشكلة (مهنا، 1983).

كما يمكن تعريف مهمة اتخاذ القرار من قبل متخذه بأنه الأسلوب والاختيار الرشيد بين جميع البدائل المتاحة لتحقيق جملة من الأهداف أو هدف سامي، حيث يتم ذلك من خلال إتباع عدة خطوات متتابعة تشكل أسلوباً منطقياً في الوصول إلى حل أمثل بعبارة أخرى أن أي معضلة أو موقف معين سيصبح لها حلولاً بديلة ومعالجتها ضمن مقارنتها بمقاييس حل المشكلة المتاحة لها (المنوفي، 1987).

وبالنسبة لصناعة القرار في الأردن فلا بد لنا أن من الوقوف على أقسام وتشكيل مؤسسات صناعة القرار في الأردن بشكل هرمي كالاتي أي من الملك وهو صانع القرار الرئيس في الأردن وديوانه الملكي ومن ثم إلى سلطات الهياكل الأخرى:-
أولاً: أ- الملك:

حيث يعتبر الملك هو صاحب الولاية العامة والصلاحيات الأولى في الأردن والمنزه في الدستور وهو صاحب القرار الأول والأخير في الأردن بحكم الدستور ولا سلطة فوق سلطته من الناحية الدستورية، كما تتيح له هذه الصلاحيات قيادة السياسة الخارجية وصنع القرار الأساسي فيها بالنسبة للدولة بما يراه مناسباً بصفته رئيس الدولة ورئيس السلطة التنفيذية، فالملك مصون من كل مسؤولية ومتابعة وهو الذي يشكل رئاسة الوزراء والوزراء بما يراه مناسباً سواء في الشأن الداخلي أو في الشأن الخارجي . فالصلاحيات الدستورية التي يمارسها الملك تصدر بموجب الإرادة الملكية السامية التي يصدرها وذلك حسب ما حددته المادة (40) من الدستور التي جاء فيها: "يمارس الملك صلاحياته بإرادة ملكية وتكون الإرادة الملكية موقعة من رئيس الوزراء والوزير أو الوزراء المختصين، يبدى الملك موافقته بتثبيت توقيعه فوق كل التواقيع المذكورة."

إضافة لما سبق وبناءً على ما استنادا وتفسيراً لما تقره الأنظمة واللوائح وأهمها

الدستور في فصله الرابع (الدستور:المواد 30-40) :

- 1- الملك هو رأس الدولة وهو مصون من كل تبعة ومسؤولية .
 - 2- الملك يصدق على القوانين ويصدرها ويأمر بوضع الأنظمة اللازمة لتنفيذها بشرط أن لا تتضمن ما يخالف أحكامها .
 - 3- الملك هو القائد الأعلى للقوات البرية والبحرية والجوية .
 - 4- الملك هو الذي يعلن الحرب ويعقد الصلح ويبرم المعاهدات والاتفاقات.
- أي المعاهدات والاتفاقات التي يترتب عليها تحميل خزانة الدولة شيئاً من النفقات أو مساس في حقوق الأردنيين العامة أو الخاصة لا تكون نافذة إلا إذا وافق عليها مجلس الأمة، ولا يجوز في أي حال أن تكون الشروط السرية في معاهدة أو اتفاق ما مناقضة للشروط العلنية.

5- الملك هو الذي يصدر الأوامر بإجراء الانتخابات لمجلس النواب وفق أحكام القانون . كما يمكنه أن يدعو مجلس الأمة إلى الاجتماع ويفتتحه ويؤجله ويفضه وفق أحكام الدستور كما يستطيع أن يحل مجلس النواب ويحل مجلس الأعيان أو يعفي أحد أعضائه من العضوية، كما يستطيع أن يعين رئيس الوزراء ويقله ويقبل استقالته ويعين الوزراء ويقلهم ويقبل إستقالتهم بناء على تنسيب رئيس الوزراء، ويحق له أيضا أن يعين أعضاء مجلس الأعيان ويعين من بينهم رئيس مجلس الأعيان ويقبل إستقالتهم . كما يمارس الملك صلاحياته بإرادة ملكية وتكون الإرادة الملكية موقعة من رئيس الوزراء والوزير أو الوزراء المختصين، ويبيدي الملك موافقته بتثبيت توقيعه فوق التواقيع المذكورة .

6- الملك ينشئ ويمنح ويسترد الرتب المدنية والعسكرية والأوسمة وألقاب الشرف الأخرى وله أن يفوض هذه السلطة إلى غيره بقانون خاص .

7- تضرب العملة باسم الملك تنفيذاً للقانون.

8- للملك حق العفو الخاص وتخفيض العقوبة، وأما العفو العام فيقرر بقانون خاص، ولا ينفذ حكم الإعدام إلا بعد تصديق الملك وكل حكم من هذا القبيل يعرضه عليه مجلس الوزراء مشفوعاً ببيان رأيه فيه. (الدستور الأردني، المادة 40).

ب- الديوان الملكي:

والذي يعد اقرب مؤسسات صناعة القرار إلى الملك (صانع القرار الأول) حيث يعين الملك رئيساً لهم أكفئ وأبرز واقدر الشخصيات الأردنية له، والذي بدوره رئيس الديوان يقوم أيضا بتعيين عددا من المستشارين الخاصين به في اختصاصات متعددة عشائريا وإعلاميا وغيرها ... والذي بدورهم هؤلاء المستشارين بتقريب هموم وتطلعات وصور ورؤى الشارع الأردني أولا بأول في كل مجال معين لتحقيق الإصلاح في الدولة الأردنية الذي ينادي بها الملك في كافة أوراقه النقاشية المتعددة التي يذهب بها الى تامين حياه سعيدة للمواطن الاردني ، كما يعد الديوان الملكي همزة الوصل والحلقة الموصولة بين رئاسة الوزراء وجلالة الملك (الهزيمة، 2004).

ج- مجلس الوزراء

وهو الجهة المسؤولة بتنظيم شؤون الوضع الداخلي والخارجي في الأردن وإدارتها، حيث يأتي رئيس الوزراء في السلطة الثانية بعد الملك في قي تمرير وتنفيذ صناعة القرار السياسي الأردني، علما انه لا يملك نفس الصلاحيات المخولة بيد جلالة الملك في صنع القرار السياسي الداخلي والخارجي .

ونص الدستور الأردني على جملة مواد وصلاحيات لرئيس الوزراء الأردني جاءت كما يلي (الفاعوري 2012):

- 1- الاشتراك في تخطيط السياسة الداخلية والخارجية
- 2- القيام في مهمة التنفيذ للدستور، والتشريعات والأنظمة، بالإضافة إلى المعاهدات والاتفاقيات الدولية، والاقليمية، والثنائية، وغيرها مما التزمت به الحكومة
- 3- إلقاء البيان الوزاري أمام مجلس النواب والذي يتضمن كل مفاصل ونواحي حياة الدولة .

- 4- يستقبل ويودع رؤساء الحكومات الأجنبية
- 5- ويستقبل رؤساء البعثات الدبلوماسية اذا استدعى الامر ذلك
- 6- التدخل في القضايا الخارجية التي تنعكس اثارها على الشؤون الاقتصادية والعسكرية والمالية ويحق له التدخل في اختصاصات الوزراء .

د. السلطة التشريعية :

والتي تأتي من استمرار ديمومة مجلس الأمة، بشقيه مجلس الأعيان والذي يشترط ألا يتجاوز عدد مجلس النواب، ومجلس النواب (مجلس الشعب)، حيث الأول هو مجلس تم تأسيسه من قبل الملك شخصيا، أما مجلس النواب فهو يأتي من انتخاب الشعب لأعضاء البرلمان المنصوص عليهم بعدد معين دستوريا مقسمين على مناطق المملكة الأردنية ليمثلوا الشعب الأردني في البرلمان، علما انه يحق لصاحب السلطة العليا وهو جلالة الملك بحل مجلس النواب في أي وقت يريد . كما ان السلطة التشريعية تتقاسم وتشاطر السلطة التنفيذية بعض القرارات فيما يحق السياسة الداخلية والسياسة الخارجية . حيث بداية يقوم "مجلس الشعب" اي مجلس النواب بتوكيل رئيس الوزراء في قيام مهامه الدستورية من خلال طرح الثقة أو عدم طرحها، والغرض من

ذلك التأكيد على وجود الديمقراطية في الدولة الاردنية . ولمجلس الأمة، الاعيان، والنواب، رأي جازم ورقابي في صناعة القرار الداخلي والخارجي للاردن من خلال طرح القضايا المهمة وحلها لاسيما قضايا الرأي العام وبذلك نستطيع القول بان مجلس النواب يعتبر اداة مهمة تشريعية في صناعة القرار (الفاعوري، 2012).

يدعو الملك مجلس الامة الى الاجتماع في دورته العادية في اليوم الاول من شهر تشرين الاول من كل سنة واذا كان اليوم المذكور عطلة رسمية ففي اول يوم يليه لا يكون عطلة رسمية على انه يجوز للملك ان يرجئ بارادة ملكية تنشر في الجريدة الرسمية اجتماع مجلس الامة لتاريخ يعين في الارادة الملكية، على ان لا تتجاوز مدة الارجاء شهرين. اذا لم يدع مجلس الامة الى الاجتماع بمقتضى الفقرة السابقة فيجتمع من تلقاء نفسه كما لو كان قد دعي بموجبها، تبدأ الدورة العادية لمجلس الامة في التاريخ الذي يدعى فيه الى الاجتماع وفق الفقرتين السابقتين، وتمتد هذه الدورة العادية ستة اشهر، الا اذا حل الملك مجلس النواب قبل انقضاء تلك المدة، ويجوز للملك ان يمدد الدورة العادية مدة اخرى لا تزيد على ثلاثة اشهر لانجاز ما قد يكون هنالك من اعمال وعند انتهاء الاشهر الستة او اي تمديد لها يفض الملك الدورة المذكورة، يفتتح الملك الدورة العادية لمجلس الامة بالقاء خطبة العرش في المجلسين مجتمعين، وله أن ينيب رئيس الوزراء او احد الوزراء ليقوم بمراسم الافتتاح والقاء خطبة العرش، ويقدم كل من المجلسين عريضة يضمنها جوابه عنها (الدستور الاردني، المواد 79-80).

هـ. المؤسسة العسكرية

يأتي الجيش الأردني أو المؤسسة العسكرية كأداة مهمة لها امتيازاتها الكثيرة في صناعة القرار الداخلي والخارجي من خلال الحفاظ على الأمن ومساعدة وتطمين صاحب القرار الرئيسي باختيار قراراته بالوقت المناسب، نجد قوة هذه العلاقة من خلال اهتمام الملك المكثف بالمؤسسة العسكرية ودعمها لكونها صمام امان للبلاد، ناهيك عن وجود مراكز تعليمية استراتيجية تساهم في خلق ثقافة سياسية عسكرية للدولة، وتستشرف وتبني قرارات عسكريه على ضوءها بما تخدم الدولة

و . وزارة الخارجية

لوزارة الخارجية دور كبير وبارز ومهم في عملية صناعة القرار في الدولة الاردنية حيث نجد انها تقوم بجمع المعلومات الخارجية وتحليلها وتقييمها، وتقديمها لرئاسة الوزراء، اما وزير الخارجية فدوره تنفيذي الى حد ما في صناعة القرار الخارجي، تحديدا ما يتعلق بالاتفاقيات الثنائية (عبيدات ، 2009).

أيضاً على الصعيدين الاقليمي والدولي، تعمل الوزارة من خلال العمل الدبلوماسي على تعزيز الدور الأردني وابرار المواقف الوطنية في كافة المحافل الدولية والدفاع عن مصالح المملكة ورعاياها في الخارج. واعترافا بالمكانة المرموقة التي تحظى بها المملكة بقيادة جلالة الملك المعظم ودوره المحوري والمؤثر على الساحة الدولية. وقد شغل الأردن مؤخراً العديد من المواقع الهامة على الصعيدين الإقليمي والدولي، كما تبوء العديد من الأردنيين مناصب دولية وإقليمية هامة (سعيد، 1998).

كما تعمل الوزارة على متابعة العديد من القضايا ذات الأولوية وفي مقدمتها القضية الفلسطينية وحماية القدس ومقدساتها الإسلامية والمسيحية تنفيذاً للوصاية الهاشمية على المقدسات في القدس، وكذلك المشاركة في الجهود الرامية إلى مكافحة الإرهاب والفكر المتطرف وإظهار الصورة السمة للإسلام الحنيف، والاضطلاع بدورها الحيوي لتعزيز قيم الحوار والفكر المستنير بين الشعوب والأديان تجسيدا للمبادرات الملكية السامية ومن أهمها رسالة عمان ومبادرة أسبوع الوئام بين الأديان وكلمة سواء، وكل ما من شأنه خدمة قضايا الأمتين العربية والاسلامية، وتعزيز الأمن والسلم الدوليين، وعمليات حفظ السلام ورعاية وحماية اللاجئين، وتعزيز حقوق الإنسان (موقع وزارة الخارجية الاردنية / على الرابط التالي:

(<https://www.mfa.gov.jo/content/overview>)

ز . الأحزاب الأردنية

داخل الأردن أعداد الأحزاب لا يستهان به، ولها مميزاتا واطروحاتها ومناهجها واطرها ضمن العمل السياسي وتساهم في المساعدة في تقوية القرار السياسي، حيث تتمتع بخلفيات تاريخية عريقة، او بشخصيات اردنية حزبية عريقة اصحاب باع في العمل السياسي، لذلك خبرتهم تساعد في دعم القرار السياسي الاردني ، وتتمتع

بحريتها بالتعبير وممارسة العمل السياسي في شتى الوسائل الإعلامية المسموعة والمقروءة في ظل الديمقراطية ومع ذلك ومع كثرة الأحزاب الأردنية ما زال عملها الحزبي قليلا ولا يوجد لها دور فاعل ومؤثر يبين دور الأحزاب وفكرهم السياسي حيث أنهم أحزاب أردنية تعمل على الساحة الأردنية . (متوفر على الرابط التالي:
(<http://www.jordanzad.com/print.php?id=84426>)

في ظل ضوء وجود الإعلام وإبراز كل ما سبق عبر منصاته لاسيما المرئي منها نستنتج من هذه الدراسة وتحديدًا بهذا المبحث، أن الإعلام المرئي بشكل خاص أو الإعلام بشكل عام هو لا يستطيع التأثير على صناعه القرار السياسي، بقدر ما هو موجود لجمع المعلومات لصانع القرار السياسي، وبعبارة أخرى الإعلام هو أداة لصنع القرار .

الفصل الرابع

المنهجية والتصميم

تناول هذا الفصل الحديث عن المنهج الذي إتبعته الدراسة من أجل تحقيق أهدافها، كما يتطرق إلى مجتمع وعينة الدراسة وكيفية إختيارها، بالإضافة إلى أدوات الدراسة وكيفية تطويرها والتأكد من صدقها وثباتها، والمعالجة الإحصائية المستخدمة للإجابة عن أسئلة الدراسة.

1.4 منهجية الدراسة

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

2.4 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع النخب السياسية والإعلامية والذين يؤدون فعلياً دور أصحاب القرار سياسياً واعلامياً.

3.4 عينة الدراسة

تم إختيار عينة بالطريقة العشوائية وبلغت عينة الدراسة (600) فرداً، وقد تم توزيع (600) إستبيان على النخب السياسية والاعلامية وأسترد منها (524) بما نسبته (87.3%) 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%
	المجموع	524	100%
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%
	المجموع	524	100%
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فأقل	8	1.5%
	دبلوم	90	17.2%
	بكالوريوس	240	45.8%
	دراسات عليا	186	35.5%
مكان الإقامة	المجموع	370	100%
	مدينة	258	49.2%
	قرية	97	18.5%
	البادية	102	19.5%
	مخيمات	67	12.8%
	المجموع	524	100%
	أقل من 5 سنوات	0	0%
إجمالي سنوات الخبرة	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%
	المجموع	524	100%
	النخبة السياسية	113	21.6%

المتغير	المستوى	العدد	النسبة
طبيعة العمل	النخبة الإعلامية	411	78.4%
	المجموع	524	100%
	إسلامي	45	8.6%
التوجهات السياسية	قومي	116	22.1%
	يساري	141	26.9%
	ليبرالي	222	42.4%
	المجموع	524	100%

4.4 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 عُني بالمتغيرات الديموغرافية.

القسم الثاني فعُني 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).

5.4 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

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

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

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

يتبين من الجدول (2) بأنه تحقق لأداة الدراسة مؤشرات صدق مناسبة حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.348-0.611) وجميعها دالة احصائيا عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

6.4 ثبات أداة الدراسة

جرى التأكد من ثبات المقياس بإستخدام 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

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

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:

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

وبين الملحق (ج) أداة الدراسة بصورتها النهائية.

7.4 إجراءات تطبيق الدراسة

- 1- تم مراجعة الادب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة.
- 2- تم تطوير أداة الدراسة والتي تكونت من أبعاد الدراسة الرئيسية.
- 3- تم توزيع الإستبانة على عينة الدراسة، حيث تم توزيع (600) إستبيان على أفراد عينة الدراسة أسترد منها (524) بما نسبته (87.3%) من مجموع الاستبانات الموزعة وهي نسبة مقبولة لغايات البحث العلمي.
- 4- تم جمع البيانات وتفريغها في برنامج التحليلي الإحصائي (SPSS v.25) وإستخراج النتائج ومناقشتها والخروج بمجموعة من التوصيات.

8.4 المعالجة الإحصائية

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (Statistical package For Social Sciences – SPSS 25).

- 1- التكرارات والنسب المئوية.
- 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 3- معامل ارتباط بيرسون، لحساب درجة علاقة الإعلام المرئي بعملية صنع القرار.
- 4- كرونباخ ألفا.

الفصل الخامس

عرض النتائج ومناقشتها والتوصيات

يتضمن هذا الفصل عرضاً مفصلاً لنتائج الدراسة في ضوء أسئلتها المطروحة، والتي هدفت للكشف عن دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، كما يتضمن مناقشة لنتائج الدراسة وتفسيرها وفقاً لتسلسل أسئلتها وفيما يلي عرضاً تفصيلياً لنتائج الدراسة ومناقشتها.

1.5 عرض النتائج

الإجابة عن أسئلة الدراسة:

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

للإجابة على هذا السؤال تمّ احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي وذلك على مستوى كل فقرة والمجال الكلي والجدول (4) يوضح نتائج ذلك:

جدول(4)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية

صنع القرار السياسي

الترتيب	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
5	1.	من وجهة نظرك، يؤدي الإعلام المرئي دوراً محورياً في عملية صنع القرار.	3.3817	.91479	متوسطة
1	2.	للإعلام المرئي أهمية بالغة في تشكيل السياسة العامة(السياسة الداخلية والخارجية)	3.5916	.97640	متوسطة
4	3.	يؤدي الإعلام المرئي دوراً هاماً في عملية صنع القرار في ظل الظروف والأوقات والأزمات السياسية الحرجة التي يمر بها الأردن	3.4237	1.00662	متوسطة
8	4.	يدير الإعلام المرئي شخصيات ذات حضور وتأثير ونفوذ لارتباطهم بقوى حزبية أو صالونات سياسية أو جمعيات سياسية أو نقابية هذا السؤال لا يتناسب مع عنوان المحور الاول يشطب ا او رجالات أعمال.	3.3550	.90882	متوسطة
3	5.	تساهم المهارات والمعارف التي يملكها من يدير الإعلام الالكتروني التأثير في عملة صنع القرار.	3.5687	1.01662	متوسطة
9	6.	تعتمد عملية صنع القرار السياسي على النخب التي تدير الإعلام المرئي.	3.2615	.96515	متوسطة
7	7.	يرتبط تأثير النخب التي تدير الإعلام المرئي في عملية صنع القرار بكفاءة الشخص وقدرته وما يتمتع به من إمكانية إقناع الآخرين.	3.3588	.95055	متوسطة
2	8.	يمارس الإعلام المرئي تأثيراً على النخب السياسية والإعلامية التي تصنع القرار	3.5859	.95715	متوسطة
6	9.	تلجأ النخب السياسية والإعلامية إلى	3.3740	.92210	متوسطة

الترتيب	رقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الدرجة بالنسبة
			الحسابي	المعياري	للمتوسط
		الإعلام المرئي بشكل كبير في عملية المشاركة والمساهمة في صناعة القرار السياسي.			
-	-	الكلبي	43343.	63483.	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (4) أنّ المتوسط العامّ لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي جاء بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.43) وبانحراف معياري (0.634)، 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.

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

للإجابة على هذا السؤال تمّ احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية وذلك على مستوى كل فقرة والمجال الكلي والجدول (5) يوضح نتائج ذلك:

جدول(5)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية

الترتيب	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
8	1.	تستخدم النخب السياسية والإعلامية وسائل الإعلام المرئي كأداة ضغط للتأثير على القرارات المتخذة	3.3740	.96069	متوسطة
5	2.	يلعب الإعلام المرئي دور استباقي في نشر الأخبار عن قرار سياسي تنوي الحكومة إصداره من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية.	3.4981	.91409	متوسطة
3	3.	يبرز دور الإعلام المرئي في تشكيل الرأي العام من خلال اتخاذ قرارات تتوافق مع الظروف السياسية للدولة.	3.5515	.96359	متوسطة
2	4.	يعد الإعلام المرئي أكثر تأثيراً في السياسة الداخلية مقارنة بالسياسة الخارجية.	3.5706	.90504	متوسطة
12	5.	يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في قضايا الفقر والبطالة أكثر من غيرها.	3.2405	.85430	متوسطة
6	6.	يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في القضية الفلسطينية على ما سواها.	3.4866	.94687	متوسطة
1	7.	يتأثر الإعلام المرئي بتغيرات البيئة الخارجية، فقد أعطى أولوية في تغطية قضايا اللاجئين بسبب الحروب الأهلية في دول الجوار.	3.7023	.80338	مرتفعة
7	8.	يغطي الإعلام المرئي المجال الاقتصادي بشكل أساسي على غيره من المجالات الأخرى	3.4847	.99605	متوسطة
11	9.	يحدد الإعلام المرئي للحكومة أجندة وأولويات السياسة الداخلية	3.2634	1.07078	متوسطة
10	10	تتأثر الحكومة بقراراتها بما يطرحه الإعلام المرئي بقضايا الإرهاب والتطرف.	3.2767	.92022	متوسطة
9	11	يؤثر الإعلام المرئي على قرارات الحكومة إيجاباً في مواجهة الجريمة والمخدرات.	3.3550	.97774	متوسطة
4	12	كلما زادت تغطية الإعلام المرئي لقضايا الفساد، انعكس ذلك إيجابياً على قرارات الحكومة في مواجهته.	3.5458	.97962	متوسطة
-	-	الكلبي	3.4458	.60617	متوسطة

يظهر من الجدول رقم(5) أنّ المتوسط العامّ لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية جاء بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.44) وبانحراف معياري(0.606)، 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.

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

للإجابة على هذا السؤال تمّ احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة وذلك على مستوى كل فقرة والمجال الكلي والجدول (6) يوضح نتائج ذلك:

جدول(6)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة

الترتيب	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
8	1.	تعتقد النخب السياسية والإعلامية ان 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.	3.3855	.95814	متوسطة
6	2.	يؤدي الإعلام المرئي دوراً هاماً في عمل النخب السياسية والإعلامية من خلال القيام في عملية إقناع الرأي العام تجاه قضية ما.	3.4447	1.03790	متوسطة
7	3.	يحدد الإعلام المرئي أولويات نخب صناعة القرار، والجدليات والأفكار المتداولة لديها.	3.4370	.92648	متوسطة
3	4.	يساهم الإعلام المرئي في زيادة التوقعات الايجابية للنخبة من القرارات المتخذة.	3.5019	.99808	متوسطة
2	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.	3.5153	.96088	متوسطة
9	6.	تلجأ النخب السياسية والإعلامية إلى وسائل الإعلام المرئي لتسليط الضوء على أهمية القرار السياسي.	3.3034	.97655	متوسطة
5	7.	يعتبر الإعلام المرئي جزء مشارك في صناعة القرار السياسي من وجهة نظر	3.4714	1.02041	متوسطة

الترتيب	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة بالنسبة للمتوسط
		النخب السياسية والإعلامية.			
4	8.	تتحكم نخب صناع القرار فيما يقدم الإعلام المرئي من محتوى	3.4733	.96460	متوسطة
1	9.	يحظى الإعلام المرئي بالمصداقية لدى صناع القرار والرأي العام على حد سواء	3.6966	.77083	مرتفعة
10	10	هنالك علاقة ثقة وشفافية بين الإعلام المرئي والنخب الصانعة للقرار	3.2481	.81072	متوسطة
11	11	ترى النخب السياسية والإعلامية أن الإعلام المرئي يسهم في تحليل القرارات السياسية.	3.0649	.98923	متوسطة
-	-	الكلي	3.4129	.58087	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (6) أنَّ المتوسط العام لتقديرات لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة جاء بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.41) وبانحراف معياري (0.580)، وقد احتلت الفقرة رقم (9) والتي نصها "لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.69) وبدرجة موافقة مرتفعة، في حين جاءت الفقرة رقم (11) والتي نصها "ترى النخب السياسية والإعلامية أن الإعلام المرئي يسهم في تحليل القرارات السياسية" في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ (3.06) وهي تعكس درجة موافقة متوسطة.

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

للإجابة عن هذا التساؤل قام الباحث باستخراج معامل ارتباط بيرسون بين دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني ودور الإعلام المرئي في توجيه النخبة ودور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية والجدول رقم (7) يوضح نتائج ذلك.

جدول رقم (7)

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

عملية صنع القرار					
صنع القرار السياسي		التأثير على قرارات الحكومة		الإعلام المرئي	
الأردني		الداخلية والخارجية		الكلي	
معامل	مستوى	معامل	مستوى	معامل	مستوى
الارتباط	الدلالة	الارتباط	الدلالة	الارتباط	الدلالة
0.836**	0.000	0.806**	0.000	0.860**	0.000

** 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).

2.5 مناقشة نتائج الدراسة

مناقشة نتائج السؤال الاول: ما دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني؟

أظهرت نتائج الدراسة أنّ المتوسط العامّ لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي جاء بدرجة متوسطة، ويعزو الباحث 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 يعزو الباحث 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 الازواض السائدة وخلق سياسات جديدة عندما تتطلب المشاكل التدخل الحكومي أو بنشرها لمطلب الرأي العام.

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

أظهرت نتائج الدراسة أنّ المتوسط العام لتقديرات المبحوثين لدور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية جاء بدرجة متوسطة، ويعزو الباحث 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 الاردن بحسب رأي أفراد عينة الدراسة من دور استباقي في نشر بعض الأخبار حول قرارات سياسية تتوي الحكومة نشرها يقوم بدور توظيف للإعلام المرئي وما يبيته 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 يعزو الباحث 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 الاردني.

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.

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

أظهرت نتائج الدراسة أنّ المتوسط العام لتقديرات لدور الإعلام المرئي في توجيه النخبة جاء بدرجة متوسطة، ويعزو الباحث 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 صناع القرار والرأي العام على حد سواء، وهذا ما يجعل منه وسيلة تأثير قوية تستخدمها النخب السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي الأردني.

كما يعزو الباحث 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 يعزو الباحث 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 الاعلام المرئي على صنّاع القرار في الحكومة الأردنية.

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

أظهرت نتائج الدراسة أن 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.

يعزو الباحث 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 يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الاعلام المرئي أصبح يدخل بالأساس في نسيج العمل السياسي بمستوياته وأشكاله المختلفة، حيث اصبح 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 والقوي 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 عُلاقة بين الإعلام المرئي وعملية صناعة القرار إلى وجود مبدأ الاعتماد المتبادل فيما بين الاعلام المرئي والبُنى 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 حاليًا من تطورات كبيرة وفي مقدمتها الثورة التكنولوجية والاتصالية الواسعة أصبحت العلاقة بين الاعلام المرئي وعملية صنع القرار اكثر وضوحا 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 والتوصيات

شكلت خاتمة الدراسة حصيلة النتائج التي تمثل الإجابة عن أسئلة الدراسة بالإضافة الى تقديم مجموعة من التوصيات، وقد تناولت الدراسة دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن، وقد بينت الدراسة 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 والجمهور، إضافة الى دور وسائل الإعلام المرئية في التأثير على الرأي العام وتشكيل توجهاته واتجاهاته.

ومما لا شك فيه أنه أصبح هنالك علاقة وطيدة بين وسائل الإعلام الجديدة والعملية السياسية، حيث أصبحت شاشات التلفزة ومواقعها المتواصلة اجتماعيا أهم الوسائل التي تسهم في الربط بين حلقة الجمهور والنظام الحاكم وهي عامل مساهم إما بإفشال النظام السياسي أو بانجاعة 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 بعيدا 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 دورا فاعلا 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 لانه قد يعمل كأداة للتغيير والتكيف 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.

وبناءً على ما تقدم من الملاحظات السابقة فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج و التوصيات التالية كما يلي:

النتائج:

بعد الدراسة الميدانية والوصفية توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج التالية:

1-يعتمد ويثق 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 الإعلامية 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 يطال الصحفيين والمواطنين بشكل مبالغ فيه في الاونه الأخيرة.

المصادر والمراجع

المراجع العربية:

أبو ضاوية، (2002)، علاقة الإعلام الغربي بالإعلام العربي وانعكاساتها على فعالية التنمية السياسية في البلاد العربية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، عدد 9، ليبيا .

احسان، محمد الحسن(2005). **مناهج البحث الاجتماعي**، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

أحمد، جمال عبد العظيم(2001) دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، مصر
إسماعيل، محمود حسن(1998) **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر .

بصراطي، محمد نور السيدعلي(2017) دور النخبة السياسية في إعادة هيكلة النظام، مصر نموذجاً(2010-2014) **مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية**، مصر
بن يوسف، نبيلة (2019). **الدعاية السياسية أثناء الحروب - دراسة حالة العراق 2003**، جامعة تيزي وزو، الجزائر .

الفاعوري، راكان(2012)، عملية اتخاذ القرار في السياسة الخارجية تجاه المفاوضات العربية الاسرائيلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.
بوحنية، عصام بن الشيخ(2012). الرسالة الإعلامية العربية "التغييرية": المضامين والرؤى، **المؤتمر الدولي الـ 17 جامعة فيلادلفيا، ثقافة التغيير: الأبعاد الفكرية والعوامل والتمثلات**، 8، تشرين الثاني، الاردن.

جمال، عبدالعظيم أحمد (2006) العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية لعام 2006، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد 26، مصر

- 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.
- الحديدي، محمد (2006). نظريات الإعلام اتجاهات حديثه في دراسات الجمهور والرأي العام، 2006
- ريشاوي، يحيى عمر، (2007)، الهيمنة الإعلامية في ظل العولمة"، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة، لبنان.
- 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، جامعة البترا، الاردن.
- سما لوطي، نبيل، (1978)، بناء القوة والتنمية السياسية...دراسة في علم الاجتماع السياسي"، الطبعة الأولى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر .
- السيد، محمد نور (2017). دور النخبة السياسية في إعادة النظام: مصر نموذجاً 2010-2014، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، عدد 3، مصر
- شلبي، جمال، (2009)، الإعلام والتعليم في ظل العولمة"، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان.
- الهزايمة، محمد عوض (2004)، السياسة الخارجية الأردنية: بين النظرية والتطبيق، عمان: دار الحامد .
- المنوفي، كمال (1987)، مقدمة في مناهج وطرق البحث في العلوم السياسية، الكويت: وكالة مطبوعات .
- ظاهري، أمينة، نعيمى، عائشة، (2005)، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الإماراتية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 21، عدد 1، الإمارات العربية المتحدة .

عبدالرحمن، منى (2015). دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في إمداد الشباب المصري بالمعلومات السياسية: دراسة ميدانية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد 11، مصر.

عبدالمقصود، نها (2018). نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات، **المعهد المصري للدراسات**، 21، تشرين ثاني، مصر.
عبيدات، ذوقان وآخرون (1999). **البحث العلمي، مفهومه وأدواته وأساليبه**، ط1، دار مجدلأوي للنشر، عمان، الأردن.

عثمان، عثمان، (2004)، التنمية السياسية العربية بين الواقع والطموح التجربة الأردنية نموذجاً، **مجلة شؤون استراتيجيه**، عدد 11، مصر.
العزام، عبدالمجيد (2010). اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية **مجلة جامعة دمشق** - المجلد 26 - العدد الثالث+الرابع 2010، سوريا.

عزة، حجاب (2017) دور وسائل الاتصال في صنع السياسات العامة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن

حداد، رامي (2020) دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر **القائمين على الاتصال في الأردن**، جامعة الشرق الأوسط، الأردن

عناد، عبد الرحمن، (1991)، العلاقة بين مستوى المعرفة السياسية واستخدام وسائل الإعلام مصادر للأخبار والمعلومات، **مجلة اتحاد الجامعات العربية للآداب**، جامعة اليرموك، مجلد 7، عدد 4، الأردن.

قضاة، محمد فلاح، (2004)، البرامج المحلية في التلفزيون الأردني...دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية"، **مجلة المنارة**، مجلد 10، عدد 4، الأردن.

قوي بوحنية، عصام بن الشيخ (2012)، الرسالة الإعلامية العربية "التغيرية": المضامين والرؤى، **المؤتمر الدولي الـ 17 جامعة فيلادلفيا، ثقافة التغير: الأبعاد الفكرية والعوامل والتمثلات**، المملكة الأردنية: 6- 8 نوفمبر/تشرين الثاني 2012.

كافى، محمد عبدالوهاب الفقيه (2002). العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية فى المجتمع اليمنى، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، مصر.

كمال، سليمان دينا (2020). الإعلام وتأثيره على السياسة الخارجية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - قسم علوم سياسية - مصر

محافطة، محمد عبد الكريم، عبد الله حسن، (2004)، التنمية...الإطار المفاهيمي النظري للمصطلح"، الطبعة الأولى، دار نور الدين، الأردن.

محمد، خليل عباس واخرون(2007). مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط 1، دار المسيرة، عمان، الاردن.

مصطفى، اميرة (2019) اقتراب صنع القرار في السياسة الخارجية، المركز الديمقراطي العربي، 29، حزيران، برلين

مصطفى، هويدا، مصطفى(2001) استطلاع عينة من النخبة السياسية والاعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مصر.

الخضري، ماجد (2007)، " الرأي العام وصنع القرار السياسي، مؤسسة الفطافطة الدولية للاعلان والتوزيع .عمان- الزرقاء

مطاوع، سمير، (2007)، " الإعلام الأردني: رؤية مستقبلية، فصل في كتاب " قضايا الاتصال والإعلام في الأردن والوطن العربي"، مؤسسة عبد الحميد شومان، عمان، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، لبنان.

مكاوي، السيد(1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، مصر.

الميرغني، رجائي(2011)، دور الإعلام في التحول الديمقراطي المجتمع المدني داعمًا-الائتلاف الوطني لحرية الإعلام نموذجًا، ورقة عمل مقدمة لبرنامج "بناء القدرات والنهوض بالمعرفة" لشباب الصحفيين الليبيين: القاهرة من 21/15 يوليو/تموز 2011.

اليحياوي، يحي (2013) في تجاذبات العلاقة بين الإعلام والاتصال والسياسة، مركز الجزيرة للدراسات، قطر. 14، تشرين ثاني، قطر.

طعمه، حسن (2010م). "نظرية اتخاذ القرارات"، عمان، الأردن، دار صفاء للنشر والطباعة.

مقلد، إسماعيل صبري (1991م) "العلاقات السياسية الدولية"، دراسة في الأصول والنظريات. المكتبة الأكاديمية، القاهرة.

الفضل، مؤيد عبدالحسن (2004م). "نظرية اتخاذ القرار (مدخل كمي)، دار المناهج للنشر والتوزيع.

يوسف، حنان (2004). الفضائيات العربية وإدارة الأزمات: معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد): دراسة مسحية مقارنة". المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، يوليو، القاهرة، مصر.

محافظة، محمد عبد الكريم، عبد الله حسن، (2004، ") التنمية... الإطار المفاهيمي النظري للمصطلح"، الطبعة الأولى، دار نور الدين، الأردن.

وداعة الله، مصعب عبد القادر، (2003)، (منهجية الإعلام وأثرها على النظم السياسية وعلاقاتها الخارجية)، مجلة أفكار جديدة، وزارة الثقافة الأردنية، العدد 7، الأردن.

بني دومي، محمد خير، (2003م)، السياسة الإعلامية في الأردن (دراسة في تطور التشريعات والممارسات الصحفية للفترة ما بين 1993-2002)، كلية الإعلام، جامعة بغداد، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)

نصار، تركي، 1992. (تاريخ الإعلام الأردني (دراسة تاريخية وصفية)، عمان، الطبعة الأولى.

عبيدات، شفيق، وآخرون، (2003م). مسيرة الصحافة الأردنية، 1920م-2000م، عمان، مطبوعات نقابة الصحفيين.

أبو جبلة، عامر، (1995). (العهد الـ 36 لإذاعة المملكة الأردنية الهاشمية)، عمان.

جرار، فاروق، (1997). (الإذاعة والتلفزيون في الأردن، ط1)، (عمان، منشورات لجنة تاريخ الأردن).

محمد ربيع الخزاعلة، الأوائل في تاريخ الأردن الحديث، ص 119، 2003.
المهدي، عبدالمجيد "مدخل الى الاعلام العسكري نقلاً عن مجلة الاقصى العدد 773
مقالة للواء عبدالمجيد المهدي. مجلة الاقصى/ 2010

شريم، أميمة، (1984) الصحافة الأردنية وعلاقتها بقوانين المطبوعات والنشر
1920-1983، عمان.

الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011)، المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، دار
الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

سليمان، محمد رضا أحمد (2016). دور وسائل العالم الجديد في مواجهة للتأثيرات
السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام
استراتيجية المنصات المتعددة: دراسة تحليلية وميدانية مع تصور مقترح، مجلة
دراسات الطفولة، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، 45-57ص

المواقع الالكترونية

- موقع التلفزيون الاردني (2017)نقال عن الرابط-<http://www.jrtv.jo>

- وكالة الانباء الأردنية بترا (2019) على الرابط التالي

<http://www.petraneews.gov.jo/Arabic/main.asp>

موقع وزارة الخارجية الاردنية <https://www.mfa.gov.jo/content/overview>

ثانيا:المراجع الأجنبية

Aindrila Biswas, Nikhil Ingle, (2014). Mousumi Roy, influence Of Social
Media On Voting Behavior, **Journal Of Power, Politics And
Governance**, Vol 2, No 2, India

Georgi Lozanov and Orlin Spassov(2011).**MEDIA AND
POLITICS**.translated by Katerina Popova. Foundation Media
Democracy Konrad-Adenauer-Stiftung, sofia

James Strous,(1975), “ **The Mass Media, Public Opinion, And Public
policy Analysis “Linkage Explorations**, Columbus: Abel Howell
Company.

Jurgen Habermas(1989), **Structural Transformation of The Public
Sphere** (Cambridge, MA: Mit Press,1989) pp. 171-179

NazimSha, Dr. M. Rajeswari (2018) Influence of Social Media on Political Decision Making Among the **Youth's in India International Journal of Engineering & Technology(UAE)**,
Robert E. Lane,(1961), “ **Political Life, Why People Get involved In Politics**, “The Free Press, Second Printing United States, August.
Sidney Kraus And Dennis Davis, (1976), “ **The Effect Of Mass Communication Of Political Behavior**, The Pennsylvania State University Press, United State.
Umbreen Javaid, (2014). Patterns Of Political Perceptions, attitudes And Voting Behaviour, Influence Of Media, Research, **Journal Of South Asian Studies, University Of Punjab, Lahor, Vol 29 No2**

المواقع الإلكترونية:

http://www.kingabdullah.jo/index.php/ar_JO/royalLetters/view/id/166.html
www.mouab.com/index.php?option=com_content&task=view&id=6905&Itemid=185
www.dahsha.com/viewarticle.php?id=32187 <http://www.moi.gov.jo>
www.jrtv.gov.jo www.mfa.gov.jo
Eunsoo, S, Tark, A, (2012), Identifying numors and Their Sources in Social– Networks, Retrieved: <http://spirit.cs.ucdavis.edu>

المقابلات الشفوية:

مقابلة رئيس مجلس ادارة التلفزيون الاردني غيث الطراونة، 2021/2/8، مبنى
الاذاعة والتلفزيون الاردني .
مقابلة مدير أخبار التلفزيون الأردني محمد بلقر 2021/2/10، مبنى الاذاعة
والتلفزيون الاردني .
مقابلة رئيس تحرير صحيفة الغد الأردنية مكرم الطراونة 2021/3/1، مبنى صحيفة
الغد الأردنية / عمان.

الملحق (أ)
قائمة بأسماء السادة المحكمين

1. أ.د خالد الشنيكات / جامعة البلقاء
2. أ.د جمال الشلبي / الجامعة الهاشمية
3. أ.د ابراهيم الخصاونة / جامعة البتراء
4. أ.د حسام العتوم / جامعة البتراء
5. أ.د وليد العويمر جامعة مؤتة
6. أ.د شريف بدران / جامعة الخليج - البحرين
7. أ.د خزيم الخالدي / جامعة العين - الإمارات
8. أ.د خالد العزي / جامعة الجنان - لبنان
9. السيد غيث الطراونة / رئيس مجلس ادارة التلفزيون الأردني
10. السيد مكرم الطراونة/ رئيس مجلس ادارة صحيفة الغد الأردنية
11. الدكتور محمد المومني / وزير الاعلام الأردني الأسبق

الملحق (ب)

الاستبانة



جامعة مؤتة – كلية الدراسات العليا – قسم العلوم السياسية

.....الدكتور/ة.....

.. المحترم/ة.

يقوم الباحث بدراسة ميدانية بعنوان: " دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني من وجهة نظر النخبة السياسية والإعلامية في الأردن" وذلك استكمالاً للحصول على درجة الدكتوراه في العلوم السياسية من جامعة مؤتة، ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ بناء وتطوير هذه الاستبانة، للتعرف على دور الإعلام المرئي في عملية صنع القرار السياسي الأردني والتعرف على دور النخب السياسية والإعلامية في تكييف القرار السياسي الأردني.

ونظراً لما نعهده فيكم من معرفة واسعة وخبرة طويلة وكفاءة مشهودة في مجال تخصصكم، نضع بين أيديكم الكريمة الاستبانة المرفقة، علماً بأنّ الإجابة عن فقراتها ستكون وفقاً " لتدرج ليكرت الخماسي: (موافق بشدة، موافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة). وسيتم التعامل مع الإجابات بسرية تامة وذلك لغايات البحث العلمي. شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

المشرف أ. د صدام الحباشنة الطالب أنس الطراونة / طالب دكتوراة

جامعة مؤتة. 2021

الجزء الأول

المعلومات الأساسية لعينة الدراسة

1-الجنس:

☐ أنثى

☐ ذكر

2-العمر:

☐ 30 - 40 سنة

☐ أقل من 30 سنة

☐ 50 سنة فأكثر

☐ 40- 50 سنة

3- المؤهل العلمي:

☐ بكالوريوس

☐ دبلوم

☐ ثانوية عامة فأقل

☐ دراسات عليا

4-مكان الإقامة:

☐ مدينة ☐ قرية ☐ البادية ☐ مخيمات

5-إجمالي سنوات الخبرة:

☐ أقل من 5 سنوات ☐ 5-10 سنوات

☐ 15 سنة فأقل ☐ 15-20 سنة فأقل ☐ 20 سنة فما فوق

6- طبيعة العمل:

☐ النخبة الإعلامية

☐ النخبة السياسية

7-التوجهات السياسية:

☐ ليبرالي

☐ يساري

☐ قومي

☐ إسلامي

الجزء الثاني

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
المحور الأول: دور الإعلام المرئي في صنع القرار السياسي					
					1 من وجهة نظرك، يؤدي الإعلام المرئي دوراً محورياً في عملية صنع القرار.
					2 للإعلام المرئي أهمية بالغة في تشكيل السياسة العامة (السياسة الداخلية والخارجية)
					3 يؤدي الإعلام المرئي دوراً هاماً في عملية صنع القرار في ظل الظروف والأوقات والأزمات السياسية الحرجة التي يمر بها الأردن
					4 يدير الإعلام المرئي شخصيات ذات حضور وتأثير ونفوذ لارتباطهم بقوى حزبية أو صالونات سياسية أو جمعيات
					5 تساهم المهارات والمعارف التي يملكها من يدير الإعلام الإلكتروني التأثير في عملة صنع القرار.
					6 تعتمد عملية صنع القرار السياسي على النخب التي تدير الإعلام المرئي.

					يرتبط تأثير النخب التي تدير الإعلام المرئي في عملية صنع القرار بكفاءة الشخص وقدرته وما يتمتع به من	7
					يمارس الإعلام المرئي تأثيراً على النخب السياسية والإعلامية التي تصنع القرار	8
					تلجأ النخب السياسية والإعلامية إلى الإعلام المرئي بشكل كبير في عملية المشاركة والمساهمة في صناعة القرار السياسي.	9
المحور الثاني: دور الإعلام المرئي في توجيه النخبة						
					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.	10
					يؤدي الإعلام المرئي دوراً هاماً في عمل النخب السياسية والإعلامية من خلال القيام في عملية إقناع الرأي العام	11
					يحدد الإعلام المرئي أولويات نخب صناعة القرار، والجدليات والأفكار المتداولة لديها.	12

					يساهم الإعلام المرئي في زيادة التوقعات الايجابية للنخبة من القرارات	13
					تسعى النخب السياسية والإعلامية في إعادة ثقة الناس وقناعتهم تجاه القرار السياسي الصادر عن الحكومة من خلال استخدام وسائل الإعلام المرئي	14
					تلجأ النخب السياسية والإعلامية إلى وسائل الإعلام المرئي لتسليط الضوء على أهمية القرار السياسي.	15
					يعتبر الإعلام المرئي جزءاً مشاركاً في صناعة القرار السياسي من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية.	16
					تتحكم نخب صناع القرار فيما يقدم الإعلام المرئي من محتوى	17
					يحظى الإعلام المرئي بالمصداقية لدى صناع القرار والرأي العام على حد سواء	18
					هنالك علاقة ثقة وشفافية بين الإعلام المرئي والنخب الصانعة للقرار	19
					ترى النخب السياسية والإعلامية أن الإعلام المرئي يساهم في تحليل القرارات السياسية.	20

المحور الثالث: دور الإعلام المرئي في التأثير على قرارات الحكومة الداخلية والخارجية						
					تستخدم النخب السياسية والإعلامية وسائل الإعلام المرئي كأداة ضغط للتأثير على القرارات المتخذة	21
					يلعب الإعلام المرئي دور استباقي في نشر الأخبار عن قرار سياسي تنوي الحكومة إصداره من وجهة نظر النخب السياسية والإعلامية.	22
					يبرز دور الإعلام المرئي في تشكيل الرأي العام من خلال اتخاذ قرارات تتوافق مع الظروف السياسية للدولة.	23
					يعد الإعلام المرئي أكثر تأثيرا في السياسة الداخلية مقارنة بالسياسة الخارجية.	24
					يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في قضايا الفقر والبطالة أكثر من غيرها.	25
					يؤثر الإعلام المرئي بشكل رئيسي في القضية الفلسطينية على ما سواها.	26

					يتأثر الإعلام المرئي بتغيرات البيئة الخارجية، فقد أعطى أولوية في تغطية قضايا اللاجئين بسبب الحروب الأهلية في دول الجوار.	27
					يغطي الإعلام المرئي المجال الاقتصادي بشكل أساسي على غيره من المجالات الأخرى	28
					يحدد الإعلام المرئي للحكومة أجندة وأولويات السياسة الداخلية	29
					تتأثر الحكومة بقراراتها بما يطرحه الإعلام المرئي بقضايا الإرهاب والتطرف.	30
					يؤثر الإعلام المرئي على قرارات الحكومة إيجابا في مواجهة الجريمة والمخدرات.	31
					كلما زادت تغطية الإعلام المرئي لقضايا الفساد، انعكس ذلك إيجابيا على قرارات الحكومة في مواجهته.	32

المعلومات الشخصية

الاسم: أنس محمد الطراونة

التخصص: الدكتوراه في العلوم السياسية

الكلية: العلوم الاجتماعية

سنة التخرج: 2021