

## اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي دراسة استطلاعية

الدكتورة

هاديا خزنة كاتبي\*\*

الأستاذ الدكتور

عبد المجيد العزام\*

### الملخص

استهدفت هذه الدراسة الاستطلاعية الكشف عن اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية اتجاه عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية، والكشف عن العلاقة بين هذه الاتجاهات وبين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام.

وكون الدراسة استطلاعية، استُخدم المنهج الوصفي التحليلي، وبعض الأدوات الإحصائية والعمليات الحسابية البسيطة مثل: النسب المئوية والتكرارات والجداول المتقاطعة ومتوسط الاتجاهات والتباين الأحادي.

---

\* جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا- الأردن

\*\* كلية الدراسات العليا - الجامعة الأردنية -الأردن

وأجريت الدراسة على المستوى الوطني وشملت عينة طبقية عشوائية ممثلة لفئات المجتمع الأردني كافة، فضلاً عن عينة غرضية من جمهور النخبة وذلك بهدف المقارنة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبياً، على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات.
- ضعف الدور الرقابي (وغيابه أحياناً) لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان، و هيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.
- كان التزام وسائل الإعلام بالمصادقية بنشر الأخبار وتناولها للأحداث بدرجة متوسطة.

وإزاء النتائج المستخلصة هناك عدد من التوصيات من أهمها:

- ضرورة اعتماد وسائل الإعلام الأردنية الموضوعية في تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، ورفع مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.
- إعادة النظر في القوانين والأنظمة التي تعزز تقييد الحكومة لوسائل الإعلام.
- ضرورة رفع سقف الحريات الإعلامية كي تستطيع وسائل الإعلام القيام بدورها الرقابي على المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على أكمل وجه، ولتسهم بفاعلية في عمليات التنمية الشاملة في الأردن.

## المقدمة:

الحقيقة التي لا يمكن دحضها، أن انهيار الاتحاد السوفيتي مع أواخر الثمانينيات من القرن العشرين، خلف تحولات اقتصادية وسياسية وثقافية فرضت نفسها على الساحة الدولية. وأصبح شعار التنمية أياً كانت دلالاته اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو مستدامة، شعاراً ترفعه دول العالم وخاصة النامية منها، فضلاً عن شعارات الإصلاحات الديمقراطية و الاقتصادية.

إن الأردن كأحدى هذه الدول النامية، قد رفع شعار التنمية بأبعاده الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية، وأعلنت القيادة الأردنية آنذاك بأن هذا التحول لا رجعة فيه، وطلبت من الشعب الأردني أن يكون شريكاً حقيقياً في عمليات التحول هذه، وسعت الحكومات المتعاقبة إلى إجراء إصلاحات قانونية لتحفيز وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني لتؤدي دورها في هذه الإصلاحات.

وإثر ذلك حققت وسائل الإعلام الأردنية خطوات ملحوظة في تطورها، فأخذت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تنوع في برامجها محاولة إبراز وجهة النظر الأخرى غير الرسمية التي اعتادت على تجاهلها وتبنيها لوجهة النظر الرسمية، كما سمح قانون المطبوعات والنشر لعام 1993، بظهور العديد من الصحف الجديدة اليومية والأسبوعية المستقلة، التي أصبحت قادرة بموجب هذا القانون على تقديم وجهة النظر الثانية غير الرسمية، ومع أن بعض هذه الصحف كان أحياناً يقدم صحافة صفراء وشعبية تعتمد الإثارة والمقولات بهدف التسويق، إلا أن بعضها كان يكشف ممارسات الفساد الإداري والمالي كما هو الحال في قضية أنابيب البترول التي كشفتها جريدة العرب اليوم (الموسى، 2003، ص 19).

إن القيادة الهاشمية تواصل تأكيدها أهمية دور وسائل الإعلام في الحياة العامة وفي عمليات التنمية المختلفة، ولاسيما السياسية منها على اعتبار أن التنمية السياسية

ضرورية لأوجه التنمية الأخرى جميعها الاقتصادية والاجتماعية والإدارية، وللحكم الرشيد، وقد ركزت رؤية الملك عبدالله الثاني بن الحسين للإعلام الأردني على ضرورة "بناء نظام إعلامي أردني حديث يشكل ركيزة أساسية لتحقيق التنمية السياسية والاجتماعية والثقافية التي نريد، يتماشى وسياسة الانفتاح الاقتصادي والثقافي التي ينفجها الأردن، ويواكب التطورات الحديثة التي يشهدها العالم، وكذلك تطوير رؤية جديدة للإعلام الأردني تأخذ بالحسبان روح العصر وتخدم أهدافه الأردنية وتعبّر عن ضمير الوطن وهويته بثقافته وأطيافه كافة، وتعكس إرادته وتتيح لوسائل الإعلام الأردنية القدرة على التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى". (المجلس الأعلى للإعلام، كانون الأول، 2002، [www.hmc.org.jo](http://www.hmc.org.jo)).

جاءت هذه الرؤية الملكية حافزاً للإعلام الأردني الذي أخذ دوره يتعاطم بعض الشيء في الحياة السياسية والعامة وفي تشكيل الرأي العام، وذلك لأهمية الشراكة بينه وبين قضايا التنمية والإصلاح. كما عكست هذه الرؤية الملكية الدور المهم لوسائل الإعلام في حياة المواطن، الإعلام الذي لم يعد ترفاً أو هواية أو بوقاً لتسويق وجهة النظر الرسمية وتجاهله للرأي الآخر، بل أصبح ضرورة من ضرورات الحياة المعاصرة التي لا يمكن للمجتمع المعاصر الاستغناء عنه، إذ يعدّ الإعلام الجاد والحر والمستقل ركيزة أساسية لعمليات التنمية بجوانبها كافة، لكونه يشكل سلطة رقابية على ممارسة السلطة السياسية، ويسهم بفاعلية في مكافحة الفساد المالي والإداري، فضلاً عن أنه يوفر منبراً لتبادل وجهات النظر التي يتمخض عنها العقل المستنير في المجتمع، و يعلي من شأن المواطن ويعزز من قدرته في مواجهة سلطة الدولة ومعالجة الأخطاء قبل استفحالها.

وهنا، وبعد مرور نحو العقدين من الزمن تقريباً على عمليات التنمية و الانفتاح الديمقراطي في الأردن، و سعي وسائل الإعلام الأردنية إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني الأخرى بالمشاركة في هذه العمليات، يبرز التساؤل حول الدور الذي تؤديه

وسائل الإعلام الأردنية في عمليات التنمية والإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وعمّا إذا عكس هذا الأداء الرؤية الملكية، وهل كان فاعلاً أم غير ذلك؟.

### خلفية نظرية للدراسة:

تؤكد النظريات الإعلامية، ونظريات التنشئة السياسية والاجتماعية، والنظريات السياسية أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تنمية المجتمعات الإنسانية وتطويرها. فالإعلام كأحد أهم مؤسسات التنشئة يشكل مصدراً رئيساً للمعرفة الإنسانية المكون الإدراكي لسلوك الإنسان ولفكره ، ومن هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام تقع على عاتقها مسؤولية كبيرة تجاه المجتمعات وتطورها، وقد أولت الدراسات الإعلامية أهمية خاصة للدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تنمية المجتمعات وخاصة في الدول النامية، إلى درجة أنها عدت التنمية الوظيفية الأساسية لوسائل الإعلام كون التنمية تشكل محور الارتكاز لمباشرة وسائل الإعلام لممارستها كافة، وفي إطار وظيفة التنمية تحقق وسائل الإعلام وظائفها الأخرى من إعلام وإرشاد وتوجيه وتنقيف وتنشئة اجتماعية وسياسية وتهيئة المناخ الملائم للتنمية، ونشر الأفكار... الخ (حجاب، 2003، ص131، 141-143).

ومع الإدراك بوجود فروق بين وظائف وسائل الإعلام في المجتمعات النامية والمجتمعات المتقدمة، وبين طبيعة الوسائل في كل من هذه المجتمعات، إلا أن هناك عدداً من العوامل والمتغيرات التي تؤثر في ممارسة هذه الوسائل لوظائفها، بما فيها الوظيفة التنموية، كالمتغيرات البيئية مثل الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، والديمغرافية المتعلقة بخصائص الجمهور المستهدف، وغيرها من متغيرات (حجاب، 2003، ص146).

وتؤثر وسائل الإعلام في بناء توجهات الأفكار أو تغييرها لدى أفراد المجتمع وتصوراتهم الذهنية، وفي تغيير انتباههم، ومهاراتهم، وتصرفاتهم، كما يمكنها أداء

دور مهم في ترتيب الأولويات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية عند الأفراد، وتقودهم للتصرف على ضوءها. فالبرامج التي تعرض على الفضائيات والتلفزة، وتلك التي تبث على المحطات الإذاعية، وما يكتب في الصحف تؤدي دوراً في التأثير المباشر وغير المباشر في المتلقي. ليس هذا فحسب، بل إن كتاب الأعمدة، والمحللين السياسيين والاقتصاديين، والصحافيين، ومديري البرامج ومحرريها، والمخرجين الذين يقومون على إعداد المواد التي تعالج قضايا الناس الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كل هؤلاء يسهمون في توجيه أفراد المجتمع ويقودون الرأي العام، ويشكلون الحياة الفكرية والسلوكية لأفراد المجتمع، ولاسيماً أن التلفزة والمحطات الفضائية تنصدر الوسائل الإعلامية كافة التي يتلقى من خلالها معظم أفراد المجتمعات معلوماتهم التنقيفية والترفيهية والإخبارية. وتشير بعض الدراسات إلى أن أفراد المجتمع لا يتعلمون فقط من وضع القضايا للمناقشة بل أيضاً يعززون ما يشاهد ويسمع ويكتب ويؤكدونه. وهذا يدل على أهمية مضمون الرسالة الإعلامية والصورة الذهنية التي تخلفها لدى المتلقي ولاسيماً إذا ما تكرر وضعها على رأس قائمة الأولويات (Mccombs and Show, 1975).

وعلى الرغم من الإجماع حول تأثير وسائل الإعلام، سلباً أو إيجاباً، في أفراد المجتمع، إلا أن بعض الباحثين الإعلاميين أكدوا أن هذا التأثير لا يكون بالمستوى نفسه في أفراد المجتمع جميعهم، وأن مستوى التأثير أو درجته تعتمد ليس فقط على حجم التغطية أو تركيزها على بعض القضايا، أو حجم التعرض لوسائل الإعلام، بل تعتمد أيضاً على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ودوافعها، وبتغير مستوى المعرفة لدى المتلقين، فالأقل معرفة أكثرهم تأثراً بالتهيئة المعرفية الإعلامية (ندا، 2003، ص 371-374).

وفيما يتعلق بوسائل الإعلام العربية، ومن وجهة نظر الكثيرين، فإنها على المستوى المهني، ما زالت تعاني من معاداة الحكومات لها والتضييق عليها. فحرية

الإعلام والصحافة لكثير من الحكومات العربية تشكل تهديداً لها وخطراً عليها. ولهذا تحتكر الحكومات مصادر المعلومات، وتراخيص الإصدار، والتشريعات والقوانين السالبة للحريات، كما أنها تقوم بتعيين معظم قيادات المؤسسات الإعلامية والتدخل في شؤونها، ومن ثمّ تغيب عن هذه المؤسسات الاستقلالية الإدارية والمالية، وتصبح خاضعة لهيمنة وزارات الإعلام، والمجالس العليا الإعلامية والصحفية. فضلاً عن ذلك، فإن معظم الإعلاميين والصحافيين العرب غالباً ما يقعون ضحية لابتزاز أصحاب رأس المال والثروة وإغرائهم (عبد الرحمن، 2007).

ففي المجتمعات العربية، غالباً ما تتركز القيادة السياسية والسيطرة الاقتصادية والثقافية والأيدولوجية في أيدي أقلية من الأفراد، وهذه القلة عادة تملك وسائل الإعلام وتوجهها بطريقة تضمن لها مصالحها وتنتشر ثقافتها وتعمق أيديولوجيتها السياسية، وتسعى لإقناع عامة الشعب بسياساتها الاقتصادية والاجتماعية، ومن ثمّ فإن ما تقوم به وسائل الإعلام من نقل للمعلومات والأخبار قد لا يعكس بطريقة موضوعية وصادقة الواقع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للمجتمع، بل يكون انعكاساً لوجهة نظر القلة المسيطرة الحاكمة، ما يعكس واقعاً غير محايدٍ لدور وسائل الإعلام (بو جلال، 1991، ص 46-47؛ عبدالرحمن، 1980، ص 208).

وفي هذا السياق، كتب أستاذ الصحافة والإعلام الموسى (2003) واصفاً الصحافة العربية بأنها: "ولدت في رحم النظام السلطوي، وما تزال أسيرة له. .... وبعد الاستقلال، بقي دور الصحافة التتوييري قائماً، ولم تستطع أن تحول نفسها إلى ساحة لتبادل الرأي والحوار، ذلك لأنّ النظم السياسية نفسها لم تطور من أساليب حكمها. كان هم النظام هو إخضاع المواطن وتقرّيم تطلعاته بحيث لا تخرج عن الإطار الذي يرسمه ذلك النظام. بل عمدت بعض الأنظمة إلى إحكام قبضتها على الصحافة، فعملت على تأميمها، أو تمليكها للأحزاب الحاكمة، أو الدخول شريكاً في إدارتها، أو منح رخص إصدارها للموالين فقط. وعاش الشعب العربي أكبر خدعة

عرفها في تاريخه الحديث حين أصبحت الصحافة أداة إخضاع تنويرية. وساعدت التقنية الحديثة على تحقيق هذا الهدف بمجىء الراديو والتلفزة، وانتشار رسائلها على امتداد الفضاء العربي المتراحم بالأمية. .... واستفادت الأنظمة من ارتفاع نسبة الأمية، فاستخدمت التلفزة خاصة وسيلة للتخدير والإخضاع وتمتية السلبية بإذاعة وجهة النظر الواحدة مقرونة بكم هائل من التافه من البرامج الترفيهية. وتراجعت قراءة الصحف واقتصرت على فئة محدودة. وكان من أهم نتائج هذا الوضع أن تراجعت مصداقية الصحافة والإعلام، ما دفع الجماهير، خاصة المثقفة، لمتابعة وسائل الإعلام الأجنبية الناطقة بالعربية (والفضائيات منها) والارتهان لأجندتها". (الموسى، 2003، ص14).

ولهذا يرى العديد من رجال الإعلام والصحافة ضرورة البدء بإطلاق الحريات الصحفية والإعلامية، وإيداء الثقة بالإعلام العربي والصحافة العربية لخدمة القضايا العربية، لأن حرية الإعلام والصحافة هي أفضل الطرائق لمكافحة الفساد والمفسدين، وتعلي من شأن المجتمع وتعزز من قدرته على مكافحة الفساد وتمنع استفحاله وعلى معالجة أخطائه أولاً بأول. وهذا ما أكدته نبيل الشريف/وزير إعلام أردني سابق، حيث أكد كذلك ضرورة تحرير وسائل الإعلام العربية من السيطرة الأحادية مهما كانت هذه السيطرة وتوفير مناخ التعددية وإتاحة الفرصة لجميع أفراد وقطاعات المجتمع المدني للتعبير عن نفسها من خلال وسائل الإعلام (صحيفة سبتمبر 26، صحيفة أسبوعية يمنية، العدد 1084، ص9 . [www.26sept.net/newsweekarticle](http://www.26sept.net/newsweekarticle)).

وفي إطار وسائل الإعلام الأردنية التي هي موضوع دراستنا هذه، فهي الأخرى ليست أفضل حالاً من وسائل الإعلام العربية، فهي ما زالت بمعظمها أسيرة وجهة النظر الواحدة. فالإعلام الأردني يعاني من التغيير المستمر لقوانين المطبوعات والنشر التي ما زالت تحد من الحريات، كما أن غياب قانون يضمن حرية الوصول إلى المعلومات، و الغموض في بعض نصوص القوانين ذات العلاقة بقوانين الإعلام



كقانون نقابة الصحفيين وقانون العقوبات وقانون انتهاك حرمة المحاكم أسهم في إرباك العمل الإعلامي والصحفي. فضلاً عن ضعف نقابة الصحفيين في الدفاع عن حقوق أعضائها لعدم تمتعها بالاستقلالية الإدارية والمالية (مجلة المراقب العربي ، المنتدى. [www.Islamonline.net](http://www.Islamonline.net)).

ويتعرض الإعلام الأردني لبعض الممارسات المألوفة التي تحد من حرية عمله، فهناك صعوبة الحصول على المعلومات، علاوة على التدخل في العمل الصحفي والمنع من حضور الفعاليات العامة، فضلاً عن الإحالة إلى المحاكم والاعتقال، وممارسة ضغوط لعدم الانفتاح على الرأي الآخر ، والقيام بالرقابة المسبقة، وهذا ما أفادت به نتائج دراسة أجراها المجلس الأعلى للإعلام في الأردن حول مقياس حرية الإعلام في شهر أيار 2005 (مجلة المراقب العربي، المنتدى. [www.Islamonline.net](http://www.Islamonline.net)).

وجاءت هذه النتائج متناغمة مع نتائج الاستطلاع الذي أجراه مركز حماية الصحفيين في الأردن عام 2004، حيث أفاد أن 58% من الإعلاميين يعدّون أن التشريعات تشكل قيداً على حريتهم، و 57% لا يرون أي تأثير لإلغاء وزارة الإعلام، و56% منهم يعتقدون أن الحكومة تتدخل في الصحافة، فضلاً عن أن 17% منهم عبروا عن عدم رضاهم عن حالة الإعلام الأردني (مركز حماية الصحفيين/عمان، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان. [www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005](http://www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005)).

وفي كلمته الافتتاحية في مؤتمر "الإعلام والحاكمية الرشيدة" المنعقد بعمان بتاريخ 14-16/2/2005، نوه نائب رئيس الوزراء الأردني الأسبق مروان المعشر إلى عدم توافر تشريع يضمن تعزيز حق المواطن والمجتمع المدني بالحصول على المعلومات في الأردن، وأكد ضرورة تعزيز قيم المساءلة والمحاسبة والرقابة عبر الحاكمة الرشيدة، وأن تصبح وسائل الإعلام في الأردن وسيلة رئيسة للمحاسبة

والشفافية (مركز حماية وحرية الصحفيين، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان.  
[www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005](http://www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005)).

وفي حلقة نقاشية أجراها راديو عمان نت بالتعاون مع المركز الثقافي البريطاني بتاريخ 1/ تشرين الأول 2005، حول أداء الإعلام المحلي الأردني تجاه مشكلة البطالة بعنوان " أسباب البطالة في الأردن واقتراحات لعلاج المشكلة، وتقييم دور الإعلام فيها"، اتفق المشاركون بمن فيهم ممثلون لمؤسسات حكومية كوزارة العمل وديوان الخدمة المدنية وغيرها، على أن أداء وسائل الإعلام المحلي تجاه مشكلة البطالة دون المستوى المطلوب، ونوه بعضهم بغياب التحقيقات الصحفية الجادة وغياب الدقة في التعاطي مع المشكلة ([ammannet.net/look/article](http://ammannet.net/look/article)).

والوضع كذلك مع دور الأعلام في تنمية المرأة الأردنية، فهناك تناقضات في معالجة دور المرأة السياسي في الإعلام، إذ لا توجد إستراتيجية واضحة وملزمة يعمل بها في جميع وسائل الإعلام ممّا يساعد على التكامل وتعزيز دور المرأة بشكل إيجابي. وافتقار الإعلام إلى برامج ذات نوعية جيدة موجهة للمرأة والأسرة تربط المشاهد بها ما يدفعه لمشاهدة هذه البرامج وغيرها على الفضائيات الأجنبية، وكثيراً ما تبدو بعض البرامج غير عميقة وغير مقنعة. فضلاً عن تهميش المرأة في البرامج السياسية والاجتماعية الجادة (النجار، 2004، ص6).

### الدراسات السابقة:

الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة مباشرة - وهو الأداء الإعلامي - كانت شحيحة جداً، إن لم تكن معدومة. ولكن هناك عدداً من الدراسات التي لها صلة غير مباشرة، ومن بينها الآتي:

- دراسة تناولت الأداء الإعلامي السوري بعنوان " القارئ السوري في سوق الصحافة" أعدها مركز بيت الخبرة للدراسات، سورية عام 2006، وأفادت الدراسة

أن هناك ثلاث مهام تضعها الصحافة السورية على رأس أولوياتها حينما تنتشر موادها، وهي: شرح برامج الحكومة والدفاع عنها، تلميع صورة الحكومة وكل ما تقوم به، والترويج لبعض المؤسسات والشخصيات طمعاً في المكافأة، في حين تأتي "توعية المواطنين والدفاع عن مصالحهم وكشف الفساد والمفسدين" كآخر تلك الأولويات. وأشارت الدراسة أن نسبة الذين يتابعون قراءة الصحف بشكل يومي 34.0% من أفراد العينة المدروسة والبالغة 900 شخص، وأن عدم متابعة البقية لقراءة الصحف يرجع إلى ضعف الثقة بالإعلام المحلي بالدرجة الأولى.

- دراستا (مهنا، 1998) بعنوان "الإذاعة والتنمية الاجتماعية في سورية" و"التلفزة والوعي التنموي في سورية"، وهدفت الدراسة الأولى إلى الكشف عن مدى وكيفية قيام الإذاعة السورية بوظائفها التنموية ومعرفة أفضل السبل لتحسين أداء هذه الإذاعة وتفعيل دورها في مجال الوعي التنموي، وذلك من خلال معرفة مستوى استماع المواطن السوري إلى برامج التنمية التي تقدمها هذه الإذاعة. أما الدراسة الثانية فهدفت إلى تعرّف موقع التلفزة السورية في عمليات التنمية في المجتمع السوري، وفي كلتا الدراستين استخدمت الباحثة بيانات إحصائية من مسح شامل أجراه المكتب المركزي للإحصاء في سورية عام 1993، بالتعاون مع اليونسكو واليونيسيف وصندوق الأمم المتحدة تناول موقف الجمهور السوري تجاه وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمتلفزة في سورية، وكانت الباحثة آنذاك عضواً في اللجنة الفنية التي تم اختيارها لإعداد دراسة لوزارة الإعلام بهذا الخصوص بعنوان "الإعلام وقضايا التنمية والسكان وتنظيم الأسرة في الجمهورية العربية السورية". وتوصلت الباحثة إلى عدد من النتائج منها: أن البرامج التنموية التي تعنى بها الإذاعة والتلفزة السورية سواء كانت في مجال الأسرة أو الصحة العامة أو البيئة أو السياحة، ومع أنها تقدم بعض المعلومات المجردة، إلا أنه لا يخصص لها سوى مساحات ضئيلة، وغالباً ما تقدم بطريقة رتيبة يغلب عليها طابع

الاجترار، وتكون مفرغة المعنى وخالية من المغزى، ولا تتعاطى مع الواقع القائم ولا تعالج مسائل تنموية بطريقة مباشرة، ولا ترصد مدى استجابة المؤسسات الرسمية لمتطلبات التنمية المختلفة، ولا تمارس أي دور رقابي تجاه هذه المؤسسات الرسمية، كما أن معظم هذه البرامج يخضع للعشوائية والارتجالية في الخطط والإعداد، وتعد وفق معايير تقليدية لا تصلح لمجاراة القرن الحادي والعشرين. وإلى كل ذلك تضاف الرقابة البيروقراطية الحكومية والمحسوبة والصلات الشخصية والمزاجية والمصالح الضيقة وإجراءات القسر الإداري وغير الإداري. وترى الباحثة أن الطريق إلى تحسين أداء وسائل الإعلام السورية، المسموعة منها والمرئية، يتطلب معالجة هذه المشكلات. وقدمت الباحثة عدداً من التوصيات لتفعيل دور الإذاعة والتلفزة السورية، منها: ضرورة ربط الترفيه بالتنمية الاجتماعية، وتطوير الأطر العاملة في مؤسسات الإذاعة والتلفزة الفنية منها والإدارية، وتطوير وسائل التقنية المستخدمة.

- دراسة (عطا، 1980) بعنوان " وسائل الإعلام والتنمية في الدول النامية" وهدفت الدراسة إلى تعرف دور الإذاعة عامة والبرامج السياسية في البرنامج العام بإذاعة القاهرة خاصة في بعض قضايا التنمية السياسية. وهي دراسة استطلاعية لعينة قوامها 276 مبحوثاً من الذكور والإناث 15 سنة فأكثر، سحبت بطريقة عشوائية من واقع السجل المدني في بعض قرى ومدن جمهورية مصر العربية خلال العام 1979. ومن أهم نتائج الدراسة ما يأتي:

- يرى 52,5% من المبحوثين أن تغطية البرنامج لأخبار المؤسسات السياسية غير الحكومية- الأحزاب السياسية وجماعات الضغط- منخفضة، و26,1% متوسطة، و61,3% غير قادرين على التحديد و5,1% مرتفعة.
- يرى 35,6% للبرنامج العام دوراً متوسطاً في زيادة درجة المشاركة السياسية للمواطن المصري، و32,2% أن دوره مرتفع، و32,2% منخفض.

• أسهم البرنامج العام في دفع 48,7% من المبحوثين إلى مناقشة الموضوعات السياسية مع الآخرين أكثر من ثلاث مرات، و3,6% مرة واحدة، و2,9% مرتين، كما أسهم البرنامج العام في دفع 36,6% إلى حضور اجتماع أو ندوة مرة واحدة. (رفع مستوى المشاركة السياسية لدى الأفراد من حيث الانتخابات والإدلاء بالأصوات وحضور الاجتماعات وتقديم شكاوى إلى المسؤولين ومناقشة الموضوعات السياسية مع الآخرين). وهذا يدل على وجود علاقة طردية بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومستوى مشاركتهم السياسية.

- دراسة سالم (1980) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية عند المواطن المصري" التي هدفت إلى تعرف تأثير وسائل الإعلام في المشاركة السياسية عند المواطن المصري. وهي دراسة ميدانية استخدمت فيها أداة استبيان المقابلة الشخصية مع عينة من أفراد أربع قرى مصرية عام 1979. ومن أهم نتائج الدراسة ما يأتي:

• تزاول وسائل الإعلام تأثيراً قوياً على المشاركة السياسية والثقافة السياسية، ويرتبط ذلك التأثير بالوضع الاقتصادي والاجتماعي للمواطنين الذين يتعرضون للوسائل الإعلامية على عكس العينات التي تمثل طبقات اجتماعية أقل من المستوى الاقتصادي والتي ما زالت تعتمد على الاتصال الشخصي في معرفتها بالأحداث السياسية

• وجود علاقة طردية بين التعرض لوسائل الإعلام والمعرفة السياسية للمواطن المصري.

• تزاول وسائل الإعلام أثراً كبيراً على نظرة المواطن المصري الريفي إلى هويته.  
• يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام كلما ارتفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد.

- دراسة ذو الفقار (2000)، حول دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة، وتم تطبيقها على عينة مكونة من 526 من الطلبة الجامعيين وعلى مرحلتين، بحيث تضمنت المرحلة الأولى تركيزاً إعلامياً كبيراً على إنجازات الحكومة مشروعاتها، والمرحلة الثانية لم يكن فيها مثل هذا التركيز على هذه المشروعات الحكومية. وأفادت الدراسة أن تقييم الطلبة لأداء الحكومة في المرحلة الأولى كان أكثر إيجابية مقارنة بالمرحلة الثانية، وأن وسائل الإعلام بتركيزها على مشروعات الحكومة لها دور كبير في تهيئة الأفراد معرفياً لتقييمها بشكل إيجابي، وذلك لأن هذا التركيز جعل الأفراد يتخذون هذه الإنجازات معياراً للحكم على الحكومة وعلى أدائها بصفة عامة. وأشارت الدراسة إلى أنه كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية لدى طلاب الجامعة زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه العام نحو أداء الحكومة المصرية. وهنا تجدر الإشارة إلى أن بعض الباحثين قد يختلفون مع هذه النتيجة التي توصلت إليها ذو الفقار بخصوص العلاقة بين المعرفة السياسية (حجم التعرض للمواد الإخبارية) وبين التهيئة المعرفية، حيث يرون أن المعرفة وكثرة المعلومات تخلق حصانة لدى الأفراد ضد تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين، وأن الأفراد الأقل معرفة تكون معايير الحكم لديهم أقل حصانة، ومن ثم فهم أكثر تأثراً بالتغطية الإعلامية أو التهيئة المعرفية (Krosnik and Kinder, 1990) و (ندا، 2003).

- دراسة نادو (Nadeau and others, 1999) بخصوص تأثير التنبؤات الاقتصادية التي تبثها القنوات الاقتصادية في تقييم المواطنين لرؤساء دولهم، أشارت إلى أن توقعات الخبراء الاقتصاديين التي تبثها وسائل الإعلام تؤثر في الرأي العام في تقييمه لرؤسائه، وأن هناك علاقة بين ما يقال عن أداء الرؤساء في المجال الاقتصادي في التلفزة وبين درجة شعبيتهم وقبولهم لدى الجمهور.

- دراسة ندا (2003) بعنوان: "دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب في الحرب الأمريكية على العراق"، هدفت إلى قياس اتجاهات الرأي العام المصري وتقييمه لأداء الحكام العرب في أثناء الحرب الأمريكية على العراق عام 2003، وتحديد المصادر التي اعتمد عليها الرأي العام في تكوين اتجاهاته وتقييماته لأداء الحكام العرب، وتحديد العوامل والمتغيرات المحددة لتقييمات الرأي العام المصري لأداء الحكام العرب والمؤثرة فيها. ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة، ما يأتي:

- إنَّ التغطية الإعلامية، من خلال تركيزها على بعض الأمور والقضايا وتجاهلها لبعضها، تؤثر في المعايير والمحكات التي على أساسها يبني الأفراد ويصدرون تقييماتهم وأحكامهم حول الرؤساء والحكومات. فوسائل الإعلام لا تقدم معايير جديدة للتقييم وإنما تحدث تغييراً في الأوزان النسبية ودرجات الأهمية التي تعطي لهذه المعايير بحيث تجعل معياراً معيناً هو الأكثر بروزاً في لحظة معينة مقارنة بغيره من المعايير.
- أهمية التفرقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام من ناحية ودرجة الاعتماد على هذه الوسائل في الحصول على المعلومات المتعلقة بالقضية موضوع التقييم من ناحية أخرى، فالتعرض العام قد لا يؤدي إلى إدراك الفرد للقضية ولا الإلمام بجوانبها المختلفة. ومن ثمَّ فإنَّ حجم التعرض لوسائل الإعلام "كمتغير فاعل" في تأثير وسائل الإعلام قد لا يكون دائماً كذلك إلا إذا امتزج بمتغير درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ودوافعها.
- شدة العلاقة بين تقييم المبحوثين لأداء الحكام العرب في الحرب وتقييمهم لأداء الحكام بصفة عامة تشتد و تضعف بتغير مستوى المعرفة السياسية لدى المبحوثين،

وأن الأقل معرفة أكثر تأثراً بالمادة الإخبارية (التهيئة المعرفية) وأكثر تقييماً إيجابياً لأداء الحكام العرب.

-دراسة (الموسى، 2003) بعنوان: "الصحافة الأردنية في القرن العشرين"، وهي دراسة نظرية حاولت تتبع مراحل تطور الصحافة الأردنية منذ عام 1920 حتى نهاية القرن العشرين. وأشارت الدراسة إلى تفشي ظاهرة التجاوزات الصحفية بمستويات متعددة، مرجعة أسباب هذه التجاوزات إلى كثرة قوانين المطبوعات والنشر وقانون نقابة الصحفيين وقانون العقوبات وقانون انتهاك حرمة المحاكم التي على الصحفي التعامل معها كلها، ولما تحدثه من إرباك للصحفي نتيجة غموض بعض نصوصها أو نقصها وتكرارها، وتوصل الباحث إلى أن الصحافة الأردنية، وعلى الرغم مما حققته من خطوات كبيرة في مراحل تطورها، إلا أنها ما زالت أسيرة وجهة النظر الواحدة (والأغلب النظر الرسمية)، كما أنها أسيرة البروتوكولية، وأكد الباحث ضرورة إصلاح النظام القانوني الإعلامي الصحفي، كما اقترح عدداً من الإجراءات التي قد تسهم في تطوير قدرات الصحافة الأردنية، منها:

- تقديمها لوجهة النظر الثانية أو الأخرى باستمرار.
- عدم اتخاذ مواقف غير مدروسة في أية قضية.
- الاقتراب من هموم الشعب -قدر الإمكان- ومناقشتها بموضوعية وجدية ومواجهة المسؤولين الرسميين لإيجاد حلول لها.
- الحفاظ على مستوى مسؤول بتقديم الناضج من الآراء والأفكار.
- تدريب الصحفيين للارتقاء بالعمل الصحفي وليصبح الصحفي وكيلاً حقيقياً للشعب وطموحاته وتطلعاته.



وبعد هذا العرض للدراسات السابقة، يرى الباحثان أن دراستهما تمتاز عن هذه الدراسات، بما يأتي:

- إن الدراسات السابقة لم يكن لها صلة مباشرة بموضوع الدراسة، وهو الأداء الإعلامي، بل تناولت جزئية من الجزئيات المتعددة ذات الصلة بوسائل الإعلام ودورها في التنمية، ومعظمها ركز على تأثير الصحافة والإذاعة في المشاركة السياسية بشكل خاص، في حين جاءت هذه الدراسة مباشرة وأكثر شمولية، لكونها تناولت دور وسائل الإعلام في جميع جوانب التنمية الشاملة في الأردن، وهذا ما يعطي صورة واضحة عن مدى رضا المواطنين أو عدمه عن الأداء الإعلامي.
- لم تتناول أي من الدراسات السابقة دراسة اتجاهات المواطنين نحو الأداء الإعلامي، ولكن بعضها تناول دور وسائل الإعلام في بناء الاتجاهات لدى المواطنين.
- اقتصرت الدراسات الميدانية السابقة مجتمع الدراسة فيها على فئة أو طبقة معينة، في حين عمت هذه الدراسة قطاعات المساحة الأرضية والسكانية في المملكة كلها من الشمال إلى الجنوب مروراً بالوسط والبادية الأردنية.
- وبخلاف الدراسات السابقة، جاءت هذه الدراسة لتكشف عن مدى العلاقة بين متغير الأداء الإعلامي والخصائص الديمغرافية لأفراد العينة.
- وتجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة تناولت الأداء الإعلامي في قضايا مهمة تمس حياة المواطن الأردني بصورة مباشرة، وبتناولها ذلك فهي تقدم صورة أيضاً عن الرضا وعدمه من الأردنيين اتجاه هذه القضايا المهمة.
- إن دراستنا هذه تحمل في ثناياها الجديد الذي لم تتناوله الدراسات السابقة، يمثل هذه الصورة التفصيلية والواسعة لقياس اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، أضف أن هذه الدراسة تعطي صورة لصناع القرار لمراجعة مواقفهم والإجراءات التي تتخذها الحكومة لتوفير المناخ الإيجابي الذي يجعل من وسائل الإعلام الشريك

الحقيقي في عمليات التنمية المتنوعة في ظل الانفتاح الاقتصادي وتحولات السوق، لأنها أقرب ما تعطي الصورة الحقيقية بناء على الاستطلاع المجرى لأعداد المواطنين الأردنيين.

- وأخيراً، ولمّا كانت هذه الدراسة الاستطلاعية هي الأولى من نوعها في الأردن، لتناولها موضوع الأداء الإعلامي حول قضايا مهمة ومحورية بالنسبة إلى المواطن الأردني، فهي فاتحة عهد جديد في دنيا البحث العلمي المحلي الأردني في مجال وسائل الإعلام.

### مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة الرئيسة في تعرّف، ومن خلال استطلاع الرأي العام الأردني، أداء وسائل الإعلام الأردنية في عمليات التنمية الشاملة، وخاصة في الجوانب الاقتصادية والسياسية والأمنية، في مرحلة التسعينيات من القرن العشرين وما بعدها، المرحلة التي رفعت الحكومات الأردنية المتعاقبة خلالها شعار الإصلاحات السياسية والاقتصادية. ولمّا كانت وسائل الإعلام، في الجانب النظري، توصف بأنها السلطة الرابعة، وذلك لما يجب أن تؤديه من دور في عمليات الرقابة على مؤسسات الدولة المختلفة، الرسمية منها والخاصة، وفي عمليات التنمية المختلفة بحكم أنها مؤسسة مهمة للتنشئة الاجتماعية والسياسية، فقد تولد لدى الباحثين الرغبة الجامحة للبحث في هذه المشكلة، وتعرّف جوانبها، خاصة في ظل الظروف السياسية والاقتصادية الصعبة التي تمر بها دول المنطقة، والأردن من بينها.

### أهمية الدراسة:

جاءت أهمية هذه الدراسة الاستطلاعية من كونها تكشف عن اتجاهات الرأي العام الأردني نحو الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام الأردنية فيما يتعلق بدورها في عمليات التنمية والإصلاح السياسي والاقتصادي، وخاصة بعد مضي نحو العقدين من

الزمن تقريباً على عمليات التنمية و الانفتاح الديمقراطي الذي رفعت شعاره الحكومات الأردنية المتعاقبة. فضلاً عن أن هذه الدراسة الاستطلاعية هي الأولى من نوعها في هذا المضمار في الأردن، ومن حيث تناولها موضوع الأداء الإعلامي حول قضايا مهمة ومحورية للمواطن الأردني.

والى جانب ذلك، فإنها توفر بيانات إحصائية مستقلة، وغير متوافرة رسمياً، في مجال الأداء الإعلامي، و تقدم بعض المؤشرات المهمة لصناع القرار في هذا المجال، وتعطيهم صورة واضحة لنبض الشارع فيما لو أرادوا مراجعة مواقفهم وإجراءاتهم الحكومية كي يوفرُوا المناخ الإيجابي الذي يجعل من وسائل الإعلام شريكاً حقيقياً في عمليات التنمية المتنوعة، وخاصة في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي وتحولات السوق. كما أنها تقدم عدداً من التوصيات التي قد تسهم في رفع مستوى أداء المؤسسات الإعلامية الأردنية في التعامل مع هذه القضايا والمشكلات التي تواجه المجتمع بكفاية وفاعلية.

### أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الاستطلاعية إلى ما يأتي:

- 1- الكشف عن آراء المواطنين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية في مجال التنمية الشاملة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية) في الأردن.
- 2- الكشف عن العلاقة بين عدد من الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام وبين آرائهم نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية.
- 3- تقديم عدد من التوصيات التي قد تسهم في رفع مستوى أداء المؤسسات الإعلامية الأردنية للتعامل مع المشكلات التي تواجه المجتمع بكفاية وفاعلية.

### فرضيات الدراسة:

قامت هذه الدراسة على عدد من الفرضيات أهمها :

1. آراء المواطنين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية ، بشكل عام، سلبيةً.
2. الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الأردنية في عملية التنمية السياسية، ضعيف، ودون طموحات المواطنين.
3. الدور الرقابي لوسائل الإعلام على الحكومة والنواب، ضعيف.
4. وجود علاقة إيجابية بين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام وآرائهم نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية.

### أهم أسئلة هذه الدراسة، هي:

- 1- ما رأي المواطن الأردني حيال أداء وسائل الإعلام الأردنية بشكل عام، وعمليات التنمية الشاملة بشكل خاص؟
- 2- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام وآرائهم نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية؟
- 3- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد عينة الجمهور العام وآراء أفراد عينة جمهور النخبة نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية.
- 4- ما الدور الرقابي الذي تقوم به وسائل الإعلام الأردنية على الحكومة ومجلس النواب؟
- 5- ما مدى التزام وسائل الإعلام الأردنية بالمصداقية في نشرها للأخبار وتغطيتها للأحداث؟

6- إلى أي مدى تمارس وسائل الإعلام الأردنية نشاطاتها بكل حرية، وبعيداً عن هيمنة الحكومة؟

7- ما مدى مساهمة وسائل الإعلام الأردنية في التوعية بمخاطر الإرهاب وسبل محاربتة؟

8- ما مدى مساهمة وسائل الإعلام الأردنية في توعية المواطن الأردني بحقوقه وواجباته؟

### المنهج:

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة الاستطلاعية، استُخدم المنهج الوصفي التحليلي كونه الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات، والمعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات، باستخراج التكرارات (Frequency)، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية (Means)، والجداول المتقاطعة (Cross-Tabulation)، والانحرافات المعيارية. وقد تم فحص فرضيات الدراسة عند المستوى  $\alpha=0.05$ ، عن طريق الاختبارات الإحصائية الآتية: اختبار مقارنة متوسط الاتجاهات (T-Test)، واختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA). وتعدُّ الاتجاهات إيجابية في حال وقعت متوسطاتها ما بين (1.0 و2.590)، ولمَّا كانت قيمة "درجة كبيرة" يساوي 1، وقيمة "درجة معدومة" يساوي 4، فإن الاتجاهات تكون أكثر إيجابية كلما اقتربت متوسطاتها من الواحد، وتكون أكثر سلبية كلما اقتربت متوسطاتها من 4، هذا في حين تعدُّ الاتجاهات سلبية إذا وقعت متوسطاتها ما بين (2.6 و4.0)، إذ إنَّ قيم المقياس هي كالتالي: "درجة كبيرة" = 1، "درجة متوسطة" = 2، "درجة قليلة" = 3، و "درجة معدومة" = 4، وأن المتوسط لهذه القيم = مجموع القيم / عدد القيم ، ولمَّا كان مجموع القيم = 10، وعددها = 4 فإن المتوسط الحسابي = 2.5.

## أداة الدراسة:

اختار الباحثان الاستبيان ليكون أداة لهذه الدراسة الاستطلاعية إذ يمكن عن طريقه تعرّف وجهة نظر أفراد العينة المستهدفة حول مشكلة البحث، وتم تصميم استبيان خاص لأغراض هذه الدراسة الاستطلاعية، بهدف جمع المعلومات والبيانات من أفراد العينة، ويحتوي الاستبيان على جزأين رئيسيين: الأول يشتمل على البيانات الأولية (الخصائص الديمغرافية) لأفراد العينة مثل: الجنس والعمر والتحصيل العلمي ومستوى دخل الأسرة الشهري والعلاقة بقوة العمل ومكان العمل والمحافظة. والجزء الثاني يشتمل على اثنتي عشرة فقرة ذات طابع اقتصادي واجتماعي وسياسي وإداري وأمني، وذلك بهدف تعرّف أداء وسائل الإعلام الأردنية حيال هذه القضايا.

## صدق الأداة وثباتها:

وللتأكد من صدق أداة القياس عُرضَ الاستبيان بعد تصميمه على ثمانية من الأساتذة والأساتذة المشاركين ذوي الاختصاصات المختلفة: اثنان في كل من حقل السياسة والاجتماع والإعلام، و واحد في حقل الاقتصاد وآخر في القياس والتقويم في جامعة اليرموك، وطلب منهم إبداء الرأي في عبارات الاستبيان من حيث صحة العبارة وملاءمتها لما وضعت من أجله، وتقدير درجة شمول فقرات الاستبيان ودرجة تدرج الأسئلة فيه، وذلك لمعرفة مدى ملاءمته لأغراض الدراسة. هذا وقد طلب من المحكمين وضع درجة من (1- 10) على يسار كل فقرة من فقرات استبيان الدراسة، وفي الخانة المخصصة التي وضعت على يسار كل فقرة لجلب انتباه المحكمين في أثناء تفحصهم الاستبيان عند تحكيمه، كما طلب منهم وضع أي ملاحظات يرونها مناسبة، وقام الباحثان بتفريغ استبيانات المحكمين وإجراء عملية حسابية لكل فقرة، وقد تم أخذ الفقرات التي أجمع عليها المحكمون بنسبة لا تقل عن 80.0%. كما تم

الأخذ بما أبدوه من اقتراحات، وهذا يؤكد الصدق المنطقي الاستدلالي لمحتوى أداة الدراسة.

وللتأكد من ثبات الأداة، تم توزيع مئة استبيان على مجموعة من المستجيبين كعينة استطلاعية أولية (pilot study)، ومن ثم تم إدخال البيانات في الحاسوب بهدف فحص الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان بحساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach alpha)، حيث بلغ معامل الثبات (90%) وهو معامل عالٍ ومقبول لأغراض هذه الدراسة. واستخدم الباحث برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات واحتساب معامل الثبات (reliability) باستخدام الحاسوب.

ولتنفيذ استطلاع عينة الجمهور العام تم تنظيم فريق عمل مكون من ستة أشخاص تم تدريبهم على المهمة علماً بأن عدداً من أفراد الفريق كانت لديه خبرة إحصائية سابقة سواء في دائرة الإحصاءات العامة أو مراكز بحوث ودراسات رسمية وخاصة. وطلب من أفراد الفريق تسجيل حالات الرفض كلها، كما طلب منهم في مثل هذه الحالات أو في حالة عدم وجود المستجوب أن يختاروا الأسرة المجاورة كبديل. والجدير بالذكر أن الباحث الرئيسي قد أشرف مباشرة على عملية تنفيذ الاستطلاع من خلال مرافقته لفريق العمل والقيام بتدقيق الاستبيانات الراجعة في الميدان واستثناء غير المكتمل منها بهدف تعبئة بديل عنها، وكان عددها سبعة وتسعين فقط، أو ما نسبته 5.4%. أما حالات الرفض فشكلت 152 حالة، أو ما نسبته 8.4% من إجمالي الاستبيانات، وكانت أسباب الرفض ناتجة أحياناً من تخوف بعض الأفراد من تعبئة الاستمارة (تخوف أمني)، أو لعدم الاكتراث واللامبالاة أحياناً أخرى.

وتم البدء بالعمل الميداني يوم 2007/10/25 وانتهى يوم 2007/11/10 .

أما توزيع الاستبيان على عينة جمهور النخبة فكانت الأصعب لقلّة وجود العديد من المستهدفين في أماكن عملهم أو لانشغالهم خارج مكاتبهم أو لسفرهم خارج الوطن،

وخاصة أعضاء مجلس النواب نظراً لانشغالهم في الحملات الانتخابية إثر حل المجلس لهذه الغاية. وكذلك بالنسبة إلى أعضاء مجلس الأعيان الذين قلما يوجدون في مكاتبهم في فترة غياب مجلس النواب. وللحصول على عينة القيادات النسائية قام الباحثان بزيارة لمقرات اللجنة الوطنية لشؤون المرأة و تجمع لجان المرأة والاتحاد النسائي الأردني، وبالتعاون مع عدد من موظفيها تم توزيع الاستبيانات على عدد من القيادات. كما قام الباحثان بزيارة لعدد من مقر الأحزاب السياسية المختلفة حيث تم توزيع عدد من الاستبيانات وتعبئتها. وتم كذلك توزيع الاستبيانات على المستهدفين من الأساتذة في ثلاث جامعات رسمية هي الجامعة الأردنية وجامعة اليرموك وجامعة الحسين، وفي جامعتين خاصتين هما جامعة العلوم التطبيقية الخاصة وجامعة إربد الأهلية. وفيما يتعلق بالمحاميين فقد تم توزيع الاستبيانات بطريقة عشوائية على المستهدفين في مدينتي إربد وعمان. وكذلك بالنسبة إلى الصحفيين في عدد من الصحف اليومية والأسبوعية. كما تم توزيع عدد من الاستبيانات على النقابيين المهنيين المستهدفين في مقرات النقابات في عمان وإربد.

### عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من مجموعتين هما:

1- عينة الجمهور العام: وعددها 1800 حالة شاملة لمحافظة المملكة جميعها وموزعة على الأقاليم كافة والمحافظات وفقاً لعدد السكان، حيث شكلت في إقليم الوسط 60%، وإقليم الشمال 30%، وإقليم الجنوب 10%. ولاختيار أفرادها تم استخدام أسلوب المعاينة الطبقيّة العشوائية والمسحوبة من قبل دائرة الإحصاءات العامة وفقاً لتعداد السكان لعام 2004، حيث عدّ كل إقليم من الأقاليم الثلاثة طبقة، وعدّت البلوكات الموجودة داخل كل من هذه الأقاليم وحدات المعاينة الأولية. ويشار إلى أنه تم ترتيب بلوكات كل إقليم بحسب المحافظة والحضر



والريف والبادية وذلك لضمان وجود طبقة ضمنية. ثم بطريقة عشوائية منتظمة تم اختيار أسر العينة في كل بلوك، ومن ثم تم اختيار فرد واحد يبلغ من العمر ثمانية عشر عاماً فأكثر من كل أسرة لتستوفى منه البيانات. وفي حال رفض إحدى الأسر التجاوب مع فريق العمل، أو في حال عدم وجودها، كان يتم أخذ الأسرة المجاورة كبديل. ولحساب نصيب كل بلوك من الاستبيانات المقررة لكل محافظة فقد قُسم عدد الاستبيانات المقررة لكل محافظة على مجموع عدد الأسر المقيمة في البلوكات جميعها التي وقع الاختيار عليها، ومن ثم ضرب الناتج في عدد الأسر المقيمة في كل بلوك والناتج يكون عدد الاستبيانات الواجب توزيعها في ذلك البلوك.

2- عينة جمهور النخبة وهي عينة غرضية وعددها 200 حالة، وقد وزعت بشكل حصص على عدد من الفعاليات والقطاعات الوظيفية والمهنية وتكونت كالتالي:

- أعضاء مجلس الأمة: نظراً لغياب مجلس النواب بسبب حله لأغراض الانتخابات النيابية وانتشغال النواب السابقين بحملاتهم الانتخابية، وعدم وجود أعضاء مجلس الأعيان في مكاتبتهم نظراً لغياب مجلس النواب، لم يتمكن الباحثان من توزيع الاستبيانات على العدد الكافي من أفراد هذه الفئة، وُرِّعَ ثلاثون استبياناً لم يسترد منها سوى 18 استبياناً فقط أو ما نسبته 60% .
- أساتذة الجامعات: وُرِّعَ 50 استبياناً وبالتساوي على خمس جامعات أردنية ثلاث منها رسمية وهي جامعة اليرموك والجامعة الأردنية وجامعة الحسين وعلى جامعتين خاصتين هما جامعة إربد الأهلية وجامعة العلوم التطبيقية وكانت نسبة الاستبيانات الراجعة 100.0% .
- قيادات نسائية: وُرِّعَ 30 استبياناً استُرجِعَ 27 منها أو ما نسبته 90.0% .

- محامون وصحافيون: وُزِعَ 30 استبياناً بطريقة عشوائية ومناصفة في قاعة المحامين في كل من محكمة قصر العدل في عمان ومحكمة إربد، وكانت عدد الاستبيانات الراجعة 26 أو ما نسبته 86.7%. كما وُزِعَ 20 استبياناً على الصحفيين في جريدة الدستور والغد ووكالة الأنباء الأردنية بترا وكان الراجع منها 17 استبياناً أو ما نسبته 85.0%.
  - أحزاب ونقابات: تم توزيع 40 استبياناً مناصفة على قيادات حزبية ونقابية كان الراجع منها 38 استبياناً أو ما نسبته 95.0%.
- وبلغ إجمالي عدد الاستبيانات الراجعة لعينة جمهور النخبة 176 استبياناً أو ما نسبته 88.0%.

### مصطلحات الدراسة:

**الاتجاهات:** تعرف الاتجاهات بأنها "استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجةً لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجاباً نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية" (همشري، 1990، ص70)، ويعرفها بعضهم بأنها "توجه عام أو الاستعداد المسبق للتصرف بطريقة معينة يكتسبه الفرد عبر سنوات التنشئة الاجتماعية الطويلة في المحيط الذي يعيش فيه" (الفرحان، 1991، ص217). وآخرون يعرفونها بأنها "تنظيم متكامل من المفاهيم والمعتقدات والعادات والدوافع والميول السلوكية" (السلمي، 1973، ص161). ويعرف كاتز (Katz) الاتجاه أنه ميل الفرد أو استعداده لتقييم بعض الرموز أو الموضوعات أو الأفكار في محيطه بطريقة إيجابية أو سلبية، كما يرى في الرأي التعبير الكلامي عن الاتجاه، ويمكن أن يتم التعبير عن الاتجاه بطريقة سلوكية غير كلامية (Katz, 1960, p.163).

وتعدّ الاتجاهات من العناصر الأساسية التي تحدد السلوك السياسي والاجتماعي للأفراد، والتي تتأثر بمنظومة المعتقدات والقيم لدى الأفراد، وبخبراتهم ودرجة تعلمهم وتدريبهم، وبملاحظاتهم لسلوك الآخرين، وكذلك بتغير الظروف البيئية المحيطة بهم، كما وتسهم الاتجاهات بإعداد الأفراد وتهيئتهم للاستجابة لفعل أو حالة أو وضع ما بطريقة معينة.

ولأغراض هذه الدراسة، ينظر إلى الاتجاهات أنها انطباعات الأفراد وتصوراتهم أو استعدادهم المسبق لاتخاذ موقف أو التصرف بطريقة معينة يكتسبونها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية.

### الأداء الإعلامي:

هو مجموعة الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة وطناً ومواطناً. وتتمثل فاعلية الأداء الإعلامي بضرورة اتسام هذه الوظائف والمهام والنشاطات بالموضوعية والمصداقية، والتحليل العلمي، وتمثيل هموم المواطن وتوفير ساحة حرة ومستقلة للتعبير عن الرأي، وخدمة مصالح المجتمع بمسؤولية وضمن حدود قانونية تضمن عدم تغولها على الشعب، وتكون سلطة رقابية حقيقية على مؤسسات الحكومة الرسمية، ومستقلة إدارياً واقتصادياً عن تأثير الحكومات.

### عرض البيانات الإحصائية ومناقشتها:

بعد تفرغ الاستبيانات ومعالجتها إحصائياً تم تبويب الإجابات في ثلاثة محاور أساسية تضمّن المحور الأول وصف الخصائص الديمغرافية وتحليلها لكل من عينة الجمهور العام وعينة جمهور النخبة، والمتعلقة بالنوع الاجتماعي (الجنس)، والعمر،

ومستوى التعليم، وغيرها من الخصائص. وتضمن المحور الثاني اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي، والمحور الثالث يوضح اتجاهات أفراد عينة جمهور النخبة نحو الأداء الإعلامي ومقارنتها بأفراد عينة الجمهور العام، ومن ثم قدم ملخص لأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فضلاً عن عدد من التوصيات. ويتضمن العرض ما يأتي:

- جداول توضح تكرارات، ونسب الخصائص الديمغرافية لجميع أفراد عينة الجمهور العام، وعينة جمهور النخبة.
- جداول توضح تكرارات، ونسب اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام، وعينة جمهور النخبة نحو الأداء الإعلامي.
- جداول تبين متوسط اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام، وعينة جمهور النخبة نحو الأداء الإعلامي.
- جداول تبين العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية، واتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي.

### المحور الأول: خصائص العينة:

أولاً: عينة الجمهور العام: يوضح الجدول رقم (1)، البيانات الديمغرافية لعينة الجمهور العام المكونة من 1800 حالة على النحو الآتي:

#### 1- النوع الاجتماعي (الجنس):

تشير بيانات الجدول الإحصائي رقم (1)، إلى أن نسبة الذكور شكلت (61.6%) مقابل (38.4%) من الإناث، علماً بأن عدد الإناث من إجمالي السكان في الأردن يشكل نحو نصف المجتمع تقريباً. وربما يعود سبب هذا التمثيل المحدود للمرأة في عينة الدراسة لطبيعة الإرث الاجتماعي السائد الذي يعزز الدور المهيمن للرجل داخل

الأسرة، ومن ثمّ فإنّ بعض الرجال قد لا يسمحون لزوجاتهم أو بناتهم بتعبئة الاستبيان والحديث مع أفراد فريق التوزيع، وخاصة إذا كان هؤلاء من الذكور، ومن هنا فإنّ الفرصة أمام المرأة في التعامل مع فريق التوزيع تكون أقلّ من فرصة الرجل، وربما يكون السبب تردد المرأة ذاتها في التعاون مع فرق البحث عامة، وعلى العموم فإنّ مشاركة المرأة في تعبئة الاستبيان لهذا الاستطلاع قد كانت الأعلى بين الاستطلاعات الثلاثة الأخرى السابقة.

## 2- الفئات العمرية:

يتبين أن نسبة أفراد الفئة العمرية الأولى (18-29 عاماً) قد شكلت 38.9%، و نسبة أفراد الفئة الثانية (30-39 عاماً) بلغت 28.5%، وبهذا تكون مجموع نسب الفئتين الأولى والثانية قد شكلت 67.4% أو نحو ثلثي أفراد العينة. وتناقصت نسب أفراد الفئات العمرية الأخرى مع تزايد أعمار أفرادها، حيث بلغت نسبة أفراد الفئة الثالثة (40-49 عاماً) 21.1% أو نحو خمس العينة. وأما الفئتان الرابعة (50-59 عاماً) والخامسة (60 عاماً فما فوق) فلم يشكل مجموعها سوى ما نسبته 11.5%. ويتبين أن مجموع الفئات الثلاث الأولى أو الذين نقل أعمارهم عن خمسين عاماً قد شكل 88.5% من إجمالي أفراد العينة، وهذه النسب تعكس واقع البنية السكانية للمجتمع الأردني، وهي مؤشر واضح على أن المجتمع الأردني مجتمع شاب بمعظمه.

## 3- المؤهل العلمي:

أما فيما يتعلق بالمؤهل العلمي فقد تبين أن فئة الجامعيين وكلية المجتمع تشكل 58.8%، بينما يشكل حملة الثانوية العامة فما دون ما نسبته 29.3% من العينة، أما من يحملون درجات جامعية عليا (ماجستير ودكتوراه) فنسبتهم 12.2%، وهذه النسب تشير إلى أن المجتمع الأردني مجتمع متعلم عموماً.

#### 4- مستوى الدخل الشهري للأسرة:

تشكل الأسر ذات الدخل دون (351) ديناراً أردنياً النسبة العظمى من العينة 60.5%، و13.3% من هذه الأسر نقل دخولها عن 150 ديناراً شهرياً. وتشكل الأسر التي تتراوح دخولها ما بين (351-500 دينار) 19.1% أو ما يقارب خمس العينة. أما الأسر التي تزيد دخولها على 500 دينار شهرياً فشكلت نسبتها 20.4%، ونحو النصف منها 10.5% تزيد دخولها على (750) ديناراً شهرياً. وتفيد هذه الأرقام بأن الغالبية العظمى من أفراد الشعب الأردني ذات دخول متواضعة ومحدودة، وتؤكد ما أعلن في التقارير الرسمية عن حالة الفقر في الأردن.

#### 5- العلاقة بقوة العمل:

بينت الدراسة أن نحو ثلثي أفراد العينة هم عاملون أو ما نسبته 64.2%، مقابل 24.7% عاطلون عن العمل من بينهم 7.9% من ربات المنازل والطلبة (وباستثناء نسبة ربات المنازل والطلبة يبقى العاطلون عن العمل يشكلون 16.8%). أمّا نسبة المتقاعدين فقد شكلت 6.6%. وشكلت نسبة المتقاعدين الذين يعملون 3.6%، وأما غير القادرين على العمل فشكلت نسبتهم 0.9% من إجمالي أفراد العينة.

#### 6 - جهة العمل:

شكلت نسبة العاملين في القطاع العام ما نسبته 37.1%، ونسبة العاملين في القطاع الخاص والأعمال الحرة شكلت ما نسبته 30.9%، بينما شكل مجموع العاطلين عن العمل وغير القادرين على العمل والمتقاعدين ما نسبته 32.1% من إجمالي العينة. وتفيد هذه الأرقام أن القطاع العام ما زال يتحمل النصيب الأكبر من أعباء توظيف الأيدي العاملة، إلا أن القطاع الخاص يقوم بتحمل نصيبه في عملية توظيف الأيدي العاملة أيضاً.

## 7- المحافظات:

توزع أفراد العينة على محافظات المملكة جميعها وفقاً للكثافة السكانية لكل منها حيث بلغت في محافظة العاصمة 33.3%، تلاها حجم أفراد العينة في محافظة إربد بنسبة 18.9%، وجاءت نسبة عينة الزرقاء ثالثةً وشكلت 16.2%، ومحافظة البلقاء 7.5%. ومأدبا 3.0%، وشكلت نسبة أفراد العينة في محافظة عجلون 3.7%، وفي جرش 3.4%، وفي كل من محافظتي المفرق والكرك نحو 4.0%. وتقاسمت محافظات معان والعقبة والطفيلة باقي النسبة البالغة 6.0% بالتساوي تقريباً. وشكل إقليم الوسط 59.9% من أفراد العينة، وإقليم الشمال شكل 30.0%، في حين شكل إقليم الجنوب 10.1%.

جدول رقم (1) توزيع أفراد عينة الجمهور العام حسب الخصائص الديمغرافية

النسبة المئوية	التكرار	المتغير	
61.6	1109	ذكر	الجنس
38.4	691	أنثى	
100	1800	المجموع	العمر
38.9	701	18-29	
28.5	513	30-39	
21.1	379	40-49	
8.6	154	50-59	
2.9	53	60 فما فوق	
100	1800	المجموع	
29.3	527	ثانوية عامة فما دون	المؤهل العلمي
58.8	1058	كلية متوسطة و جامعي	
9.6	169	ماجستير	
2.6	46	دكتوراه	
100	1800	المجموع	مستوى الدخل الشهري (للأسرة)
13.3	239	أقل من 150	
47.2	850	151 - 350	
19.1	343	351 - 500	

9.9	179	750-501	
10.5	189	751 فما فوق	
100	1800	المجموع	
64.2	1156	أعمل	العلاقة بقوة العمل
24.7	445	عاطل عن العمل	
6.6	119	متقاعد	
3.6	64	متقاعد وأعمل	
0.9	16	غير قادر على العمل	
100	1800	المجموع	
37.1	667	قطاع عام	مكان العمل
30.9	556	قطاع خاص وأعمال حرة	
32.1	577	قيم مفقودة (عاطل عن العمل، متقاعد، وغير قادر على العمل)	
100	1800	المجموع	
33.3	600	العاصمة	المحافظة
16.2	291	الزرقاء	
7.5	135	البلقاء	
3.0	54	مادبا	
59.9	1079	المجموع (إقليم الوسط)	
18.9	340	إربد	
4.0	72	المفرق	
3.4	62	جرش	
3.7	66	عجلون	
30.0	540	المجموع (إقليم الشمال)	
3.9	71	الكرك	
2.1	37	معان	
2.0	36	العقبة	
2.0	36	الطفيلة	
10.1	181	المجموع (إقليم الجنوب)	
100	1800	المجموع العام	



## ثانياً: عينة جمهور النخبة:

يوضح الجدول رقم (2) البيانات الديمغرافية لعينة جمهور النخبة المكونة من 176 حالة على النحو التالي، آخذين بالحسبان أن هذه العينة كانت غرضية ولا تعكس بالضرورة التمثيل السكاني للمحافظات:

### 1- النوع الاجتماعي (الجنس):

تشير بيانات الجدول الإحصائي رقم (2) إلى أن نسبة الذكور شكلت (75.6%) مقابل (24.4%) من الإناث، علماً بأن عدد الإناث من إجمالي السكان في الأردن يشكل نحو نصف المجتمع تقريباً. ونسبة الإناث هذه قد تكون مرتفعة بعض الشيء نظراً لاختيار قطاعات نسائية محددة كتجمع لجان المرأة واللجنة الوطنية لشؤون المرأة لضمان وجود تمثيل نسائي مقبول في عينة قادة الرأي، ومع ذلك تعكس نسبة القيادات والناشطات النسائية ضعف وجود المرأة في القيادات العليا لمؤسسات المجتمع المدني والأحزاب والبرلمان وغيرها، وقد يعود السبب في ذلك لطبيعة الإرث الاجتماعي السائد الذي يعزز الدور المهيمن للرجل داخل الأسرة، وعدم قبول المجتمع لوجود المرأة في مناصب قيادية عليا والذي ينعكس كذلك على مؤسسات المجتمع الأخرى.

### 2- الفئات العمرية:

ويتبين أن نسبة أفراد الفئة العمرية الأولى (18-29 عاماً) لم تشكل سوى 4.0%، وأن نسبة أفراد الفئة الثانية (30-39 عاماً) قد بلغت 19.9%، وبهذا تكون مجموع نسب الفئتين الأولى والثانية (دون الأربعين عاماً) قد شكلت 23.9% فقط من مجموع أفراد العينة أو نحو ربع أفراد العينة. وأما الفئة الثالثة (40-49 عاماً) فشكلت 36.4%. وشكلت الفئة الرابعة (50-59 عاماً) ما نسبته 31.8%، والفئة الخامسة (60 عاماً فما فوق) شكلت 8.0%، وبحسبة بسيطة يتضح أن نسبة أفراد عينة جمهور النخبة الذين تزيد أعمارهم على الأربعين عاماً شكلت نحو ثلاثة أرباع العينة أو ما

نسبته 76.2%، وهذا يشير إلى تقدم أعمار من يصلون إلى القيادات العليا في مواقع قيادة الرأي و صنع القرار المختلفة.

### 3- المؤهل العلمي:

أما فيما يتعلق بالمؤهل العلمي فقد كانت نسبة أفراد العينة الحاصلين على شهادات جامعية بمستوى الكلية المتوسطة والكالوريوس قد بلغت 50.6%، ونسبة الحاصلين على شهادات جامعية بمستوى الماجستير بلغت 14.2%، في حين كانت نسبة الحاصلين منهم على شهادة الدكتوراه 33.0%. وأما فئة الثانوية العامة وما دون فلم تشكل سوى 2.3% من إجمالي أفراد العينة، وهذا قد يعود لكون العينة غرضية أصلاً، ويؤخذ بالحسبان أن اختيار 50 أستاذاً جامعياً ليكونوا من بين أفراد العينة قد رفع من نسبة أفراد فئة الحاصلين على شهادة الدكتوراه.

### 4- مستوى الدخل الشهري للأسرة:

وتفيد البيانات أن 57.4% من أفراد عينة جمهور النخبة تزيد دخول أسرهم الشهرية على 751 ديناراً، بينما كانت نسبة الذين تزيد دخولهم على 751 ديناراً من أفراد عينة الجمهور العام لا تتجاوز 10.5%. وأما نسبة أفراد عينة جمهور النخبة الذين تقل دخولهم الشهرية عن 351 ديناراً فلم تشكل سوى 12.5%، في حين بلغت هذه النسبة في عينة الجمهور العام 60.5%. وربما يعود ذلك لارتفاع المستوى التعليمي لأفراد عينة جمهور النخبة التي تعطيمهم الفرص الفضلى للعمل، فضلاً عن أن الكثيرين من أفراد هذه العينة هم من النخبة أصلاً وعادة يتمتعون بمستوى اقتصادي مرتفع.

### 5- العلاقة بقوة العمل:

بينت الدراسة أن 97.1% من أفراد العينة عاملون منهم 13.6% متقاعدون ويعملون. وشكلت نسبة العاطلين عن العمل 1.1%، وشكل المتقاعدون نسبة 1.7%.

#### 6- جهة العمل:

شكلت نسبة العاملين من أفراد العينة في القطاع العام ما نسبته 38.6%، في حين كانت نسبة العاملين في القطاع الخاص والأعمال الحرة من بين أفراد العينة 58.5%. وأما الذين ليس لهم عمل لكونهم متقاعدين أو عاطلين عن العمل فبلغت نسبتهم 2.8%.

#### 7- المهنة:

شكلت نسبة كبار رجال الدولة (أعيان، نواب ووزراء سابقون) نحو عشر العينة أو ما نسبته 10.2% وللسبب الذي بيناه تحت بند عينة الدراسة. وشكلت الفعاليات والقيادات الحزبية والنقابية 21.6%، وشكلت نسبة الفعاليات والقيادات النسائية 15.3%، وشكلت فئة المحامين والصحافيين 24.4%، وبلغت نسبة أساتذة الجامعات 28.4% من إجمالي أفراد العينة.

#### 8. المحافظة:

ومع أن جمهور النخبة لم يتم توزيعهم على أساس المحافظات أو الأقاليم، إلا أن أعلى النسب كانت في محافظات العاصمة وإربد والبلقاء والزرقاء وشكلت 25.0% و 22.2% و 10.8% و 8.5% على التوالي. وفي باقي المحافظات ما عدا محافظتي العقبة والطفيلة تراوحت النسب ما بين 4.5% و 5.7%، وأما محافظتا العقبة والطفيلة فقد شكلت نسبة كل منهما 2.8%. وبذلك يكون مجموع نسبة أفراد العينة في إقليم الوسط 50.0%، وفي إقليم الشمال 37.5%، وفي إقليم الجنوب 12.5% وهذا - إلى حد ما - يعكس واقع التعداد السكاني للأقاليم في المملكة.

## جدول رقم (2)

## توزيع أفراد عينة قادة الرأي حسب الخصائص الديمغرافية

النسبة المئوية	التكرار	المتغير	
75.6	133	ذكر	الجنس
24.4	43	أنثى	
100.0	176	المجموع	
4.0	7	29-18	العمر
19.9	35	39-30	
36.4	64	49-40	
31.8	56	59-50	
8.0	14	60 فما فوق	
100.0	176	المجموع	
2.3	4	ثانوية عامة فما دون	المؤهل العلمي
50.6	89	كلية متوسطة و جامعي	
14.2	25	ماجستير	
33.0	58	دكتوراه	
100.0	176	المجموع	
1.1	2	اقل من 150	مستوى الدخل الشهري (للأسرة)
11.4	20	151 – 350	
13.1	23	351 – 500	
17.0	30	501 – 750	
57.4	101	751 فما فوق	
100.0	176	المجموع	
83.5	147	أعمل	العلاقة بقوة العمل
1.1	2	عاطل عن العمل	
1.7	3	متقاعد	
13.6	24	متقاعد وأعمل	
-	-	غير قادر على العمل	
100.0	176	المجموع	
38.6	68	قطاع عام	مكان العمل
58.5	103	قطاع خاص	
2.8	5	لا يوجد مكان للعمل(عاطل عن العمل ومتقاعد)	

100.0	176	المجموع	
28.4	50	أستاذ جامعي	المهنة أو الوظيفة
10.2	18	كبار رجال الدولة (نواب، أعيان)	
24.4	43	صحافيون و محامون	
15.3	27	قيادات نسائية	
21.6	38	فعاليات نقابية وحزبية	
100.0	176	المجموع	
25.0	44	العاصمة	المحافظة
8.5	15	الزرقاء	
10.8	19	البلقاء	
5.7	10	مادبا	
50.0	88	مجموع إقليم الوسط	
22.2	39	إربد	
5.7	10	المفرق	
5.1	9	جرش	
4.5	8	عجلون	
37.5	66	مجموع إقليم الشمال	
4.5	8	الكرك	
4.5	4	معان	
2.3	4	العقبة	
2.3	6	الطفيلة	
12.5	22	مجموع إقليم الجنوب	
100.0	176	المجموع	

### المحور الثاني: اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي:

يتناول هذا المحور اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام الإيجابية والسلبية نحو الأداء الإعلامي، كما يتناول العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة مثل: الجنس والمستوى التعليمي والإقليم، واتجاهاتهم نحو الأداء الإعلامي.

## 1 - اتجاهات أفراد العينة الوطنية نحو الأداء الإعلامي:

تفيد البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (3)، بعدم وجود فروق كبيرة ملفتة للنظر بين إجابات أفراد عينة الجمهور العام بدرجة "كبيرة" وبدرجة "معدومة" على الفقرات المتعلقة بالأداء الإعلامي، حيث تراوحت نسب بدرجة "كبيرة" ما بين 11.2% و 21.0% للفقرات جميعها باستثناء فقرة واحدة وهي "المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب" وبنسبة 36.1% مقابل 8.7% بدرجة "معدومة". وتراوحت نسب بدرجة "معدومة" لبقية الفقرات ما بين 10.0% و 21.7%، وهذه دلالة على إيجابية اتجاهات أفراد العينة، بشكل عام، نحو تعامل وسائل الإعلام مع معظم هذه الموضوعات.

وأما البيانات الواردة في الجدول رقم (4) والتي تبين متوسط اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي، فتفيد بوجود اتجاهات إيجابية لديهم نحو تعامل وسائل الإعلام الأردنية مع ثمانية موضوعات، واتجاهات سلبية نحو أربعة موضوعات فقط.

أ- **الاتجاهات الإيجابية** مرتبة تنازلياً وفقاً لمتوسط اتجاهات عينة الجمهور العام حول كل موضوع (وتتراوح متوسطات الاتجاهات الإيجابية بين 1.0 و 2.59 ، و كلما كانت قيمة متوسط الاتجاه أصغر كان الاتجاه أكثر إيجابياً) كالاتي:

1- المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربته، متوسط الاتجاهات 2.075.

2- المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع، متوسط الاتجاهات 2.310.

3- إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية، متوسط الاتجاهات  
2.324.

4- احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها، متوسط الاتجاهات 2.387.

5- توجيه الرأي العام، متوسط اتجاه 2.467.

6- التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث، متوسط الاتجاهات  
2.469.

7- تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني، متوسط الاتجاهات 2.474.

8- المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، متوسط الاتجاهات 2.506.

ب- **الاتجاهات السلبية** مرتبة تنازلياً وفقاً لمتوسط اتجاهات عينة الجمهور العام حول كل موضوع (وتتراوح متوسطات الاتجاهات السلبية بين 2.6 و 4.0، كانت قيمة متوسط الاتجاه أكبر كان الاتجاه أكثر سلبية) كالاتي:

1- الرقابة على أعمال الحكومة، متوسط الاتجاهات 2.687 .

2- ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيدا عن هيمنة الحكومة، متوسط الاتجاهات  
2.653.

3- الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية، متوسط الاتجاهات 2.645.

4- الرقابة على أعمال البرلمان، متوسط الاتجاهات 2.639.

وتفيد النتائج الواردة في الفقرتين (أ و ب) الواردتين أعلاه بأن موضوعات مساهمة وسائل الإعلام الأردنية في التوعية بمخاطر الإرهاب، ومساهمتها في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع، وإعطائها مساحة إعلامية جيدة لمناقشة القضايا الاجتماعية قد تصدرت المراتب الثلاث الأولى من حيث درجة إيجابية اتجاهات أفراد

العينة نحو الأداء الإعلامي حيال هذه الموضوعات، حيث كانت قيم متوسط اتجاهات أفراد العينة الإيجابية نحو هذه الموضوعات الثلاثة صغيرة، أي بمعنى أن أداء وسائل الإعلام بخصوص هذه الموضوعات كان كبيراً. وأمّا موضوعاً احترام وسائل الإعلام الحرية المسؤولة والالتزام بها، و توجيهها للرأي العام فقد جاء في المرتبتين الرابعة والخامسة من حيث درجة إيجابية اتجاهات أفراد العينة نحو الأداء الإعلامي حيالهما، حيث كانت اتجاهات أفراد العينة الإيجابية نحو هذين الموضوعين متوسطة تقريباً، أي بمعنى أن أداء وسائل الإعلام في هذين الموضوعين كان حول المتوسط أيضاً. أمّا موضوعات التزام وسائل الإعلام بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث، وتعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني، والمساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، فقد جاءت في المراتب الثلاث الأخيرة من حيث درجة إيجابية اتجاهات أفراد العينة نحو الأداء الإعلامي حيالها، حيث كانت قيم متوسط اتجاهات أفراد العينة الإيجابية نحو هذه الموضوعات الثلاثة كبيرة، أي بمعنى أن أداء وسائل الإعلام بخصوص هذه الموضوعات كان ضعيفاً.

وتفيد النتائج أيضاً، أن موضوعي الدور الرقابي لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة، وحريتها في ممارستها نشاطاتها بعيداً عن هيمنة الحكومة قد تصدرا المراتب الأولى من حيث درجة سلبية اتجاهات أفراد العينة نحوهما، حيث كانت قيمة متوسط اتجاهات أفراد العينة السلبية نحوهما أكبر القيم بين الاتجاهات السلبية وبمقدار 2.687 و 2.653 وعلى التوالي. وهذا مؤشر على غياب الدور الرقابي لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة (أو على الأقل ضعيف جداً)، كما يشير بوضوح إلى هيمنة الحكومة على وسائل الإعلام وتقييد حرّيتها في ممارسة نشاطاتها المختلفة. ولا يختلف الأمر كثيراً بالنسبة إلى دور الرقابي لوسائل الإعلام على أعمال البرلمان، حيث تفيد النتائج أيضاً بأنه كان شبه مغيب. وأمّا موضوع الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية فقد كان سلبياً أيضاً على الرغم من وجود اتجاهاتهم



الإيجابية نحو أداء وسائل الإعلام حيال عدد من الموضوعات التي أشير إليها سالفاً. وقد يفسر ذلك على أساس أن الموضوعات التي لاقت أداءً إيجابياً من قبل وسائل الإعلام، كموضوعات الإرهاب والوحدة الوطنية والقضايا الاجتماعية، هي على أرض الواقع موضوعات من صلب اهتمام الحكومة والنخبة السياسية المتنفذة، وتحظى بمساحة مهمة على أجندة الحكومة. بينما موضوع توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم على سبيل المثال لا يحظى كثيراً باهتمام الحكومة والنخبة السياسية لأنه ليس من مصلحتهم مثل هذه التوعية، ومن ثمَّ فإنَّ أداء وسائل الإعلام حيال هذا الموضوع ضعيف جداً، وكأنَّ وسائل الإعلام غير معنية بنشر الوعي السياسي بين صفوف العامة.

إنَّ المتمعن بهذه النتائج يجدها مجسدة لواقع وسائل الإعلام الأردنية، وتتسجم - إلى حدِّ كبير - مع ما ورد من وصف سابق لوسائل الإعلام الأردنية والعربية على ألسنة العديد من الإعلاميين والباحثين، الذين يرون أنَّ وسائل الإعلام العربية ما زالت تعاني من معاداة الحكومات لها والتضييق عليها. فالحكومات تحتكر مصادر المعلومات، وتراخيص الإصدار، والتشريعات والقوانين السالبة للحريات، كما أنها تقوم بتعيين معظم قيادات المؤسسات الإعلامية والتدخل في شؤونها، مما يؤدي إلى ضعف الاستقلالية الإدارية والمالية لهذه المؤسسات، وتصبح خاضعة لهيمنة وزارات الإعلام، والمجالس العليا الإعلامية والصحفية. فضلاً عن ذلك، فإنَّ العديد من الإعلاميين والصحافيين العرب قد يقعون ضحية لابتزاز وإغراء أصحاب رأس المال والثروة. وتتعرض وسائل الإعلام في كثير من الدول العربية، إنَّ لم يكن في جميعها، لممارسات حكومية تحد من حرية عملها، وحصولها على المعلومات، والتهديد بالاعتقال والإحالة إلى المحاكم، وممارسة ضغوط لعدم الانفتاح على الرأي الآخر، والقيام بالرقابة المسبقة. وتبدو وسائل الإعلام العربية وكأنَّ مهمتها الأساسية هي تلميع صورة الحكومات وشرح برامجها والدفاع عنها، والترويج لبعض المؤسسات والشخصيات السياسية والاقتصادية المتنفذة طمعاً في المكافأة أو الوصول إلى منصب.

وأما توعية المواطنين والدفاع عن مصالحهم وكشف الفساد والمفسدين فتبدو من المهام الثانوية لوسائل الإعلام العربية (عبد الرحمن، 2007، [www.Islamonline.net](http://www.Islamonline.net)، [www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005](http://www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005)).

كما أن هذه النتائج الميدانية جاءت لتلتقي مع نتائج دراسة الموسى النظرية حول "الصحافة الأردنية في القرن العشرين" التي أفادت: "أن الصحافة الأردنية، وعلى الرغم مما حققته من خطوات كبيرة في مراحل تطورها، إلا أنها ما زالت أسيرة وجهة النظر الواحدة (و الأغلب النظرة الرسمية) ، كما أنها أسيرة البروتوكولية (الموسى، 2003).

### جدول رقم (3)

#### اتجاهات أفراد الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي

لا اعرف		درجة معدومة		درجة قليلة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		- إلى أي مدى تعتقد أن وسائل الإعلام والصحافة الأردنية قادرة على التعامل بنجاح مع القضايا والموضوعات الآتية:
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
43	2.4	228	12.7	529	29.4	740	41.1	260	14.4	1. تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني
48	2.7	310	17.2	614	34.1	627	34.8	201	11.2	2. ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيدا عن هيمنة الحكومة
33	1.8	391	21.7	567	31.5	598	33.2	211	11.7	3. الرقابة على أعمال الحكومة
46	2.6	328	18.2	608	33.8	567	31.5	251	13.9	4. الرقابة على أعمال البرلمان
45	2.5	235	13.1	557	30.9	643	35.7	320	17.8	5. توجيه الرأي العام
17	0.9	290	16.1	544	30.2	623	34.6	326	18.1	6. المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم
25	1.4	191	10.6	522	29.0	667	37.1	395	21.9	7. إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية
31	1.7	157	8.7	378	21.0	584	32.4	650	36.1	8. المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربه
26	1.4	259	14.4	540	30.0	680	37.8	295	16.4	9. التزامها بالمصادقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث
27	1.5	193	10.7	478	26.6	716	39.8	386	21.4	10. المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع
51	2.8	180	10.0	540	30.0	674	37.4	355	19.7	11. احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها
17	0.9	315	17.5	579	32.2	686	38.1	203	11.3	12. هل أنت راضٍ عن أداء وسائل الإعلام الأردنية

#### جدول رقم (4)

##### متوسط اتجاهات عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي

نوع الاتجاه	عينة الجمهور العام متوسط الاتجاهات	- إلى أي مدى تعتقد أن وسائل الإعلام والصحافة الأردنية قادرة على التعامل بنجاح مع القضايا والموضوعات الآتية:
إيجابي	2.474	1. تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني
سلبي	2.653	2. ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيدا عن هيمنة الحكومة
سلبي	2.687	3. الرقابة على أعمال الحكومة
سلبي	2.639	4. الرقابة على أعمال البرلمان
إيجابي	2.467	5. توجيه الرأي العام
إيجابي	2.506	6. المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم
إيجابي	2.324	7. إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية
إيجابي	2.075	8. المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربتة
إيجابي	2.469	9. التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث
إيجابي	2.310	10. المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع
إيجابي	2.387	11. احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها
سلبي	2.645	12. هل أنت راض عن أداء وسائل الإعلام الأردنية

#### 2 - العلاقة بين الخصائص الديمغرافية واتجاهات أفراد عينة الجمهور العام

##### نحو الأداء الإعلامي:

كشفت البيانات الإحصائية المتعلقة بمتوسط اتجاهات أفراد العينة الوطنية، عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الجنس والإقليم، وبين اتجاهات أفراد العينة الوطنية نحو الأداء الإعلامي، وأما باقي الخصائص، فلم تكشف البيانات الإحصائية، عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينها، وبين اتجاهات أفراد العينة نحو الأداء الإعلامي.

أ - متغير الجنس: كشفت البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (5) والمتعلقة بمتوسط اتجاهات أفراد العينة الوطنية عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس واتجاهات أفراد العينة الوطنية نحو الأداء الإعلامي اتجاه سبع قضايا و هما:

- 1- الرقابة على أعمال الحكومة، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.752 مقابل 2.583 للإناث وعند مستوى أهمية 0.000، وبفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.168 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت سلبية نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع في حين كانت اتجاهات الإناث إيجابية.
- 2- ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيداً عن هيمنة الحكومة، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.695 مقابل 2.587 للإناث وعند مستوى أهمية 0.023، وبفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.107 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت سلبية نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع في حين كانت اتجاهات الإناث إيجابية.
- 3- الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.638 مقابل 2.505 للإناث وعند مستوى أهمية 0.003، وبفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.133 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت سلبية نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع في حين كانت اتجاهات الإناث إيجابية.
- 4- المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.555 مقابل 2.337 للإناث وعند مستوى أهمية 0.000، وبفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.218 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت أقل إيجابية من اتجاهات الإناث نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع.
- 5- توجيه الرأي العام، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.522 مقابل 2.380 للإناث وعند مستوى أهمية 0.004، و بفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.141 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت أقل إيجابية من اتجاهات الإناث نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع.

6- التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.510 مقابل 2.3987 للإناث وعند مستوى أهمية 0.017، وبفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.112 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت أقل إيجابية من اتجاهات الإناث نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع.

7- إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية، حيث كان متوسط اتجاهات الذكور 2.388 مقابل 2.221 للإناث وعند مستوى أهمية 0.000، وبفارق بين متوسط الاتجاهات + 0.167 لصالح الذكور، أي بمعنى أن اتجاهات الذكور كانت أقل إيجابية من اتجاهات الإناث نحو الأداء الإعلامي حول هذا الموضوع. وبشكل عام تفيد هذه النتائج أن اتجاهات الإناث حول الأداء الإعلامي كانت بمجملها إيجابية، وأكثر إيجابية من اتجاهات الذكور. في حين كانت اتجاهات الذكور إيجابية حول أربعة موضوعات وسلبية حول الثلاثة الأخرى (انظر الجدول رقم 5 التالي).

### جدول رقم (5)

العلاقة بين متغير الجنس واتجاهات أفراد العينة الوطنية نحو الأداء الإعلامي (T- Test)

القضايا و الموضوعات	متوسط اتجاهات الذكور	متوسط اتجاهات الإناث	الفارق بين متوسط الاتجاهات	*مستوى الأهمية Sig.
1- الرقابة على أعمال الحكومة	2.752	2.583	0.168 +	0.000
2- ممارستها نشاطاتها بكل حرية بعيدا عن هيمنة الحكومة	2.695	2.587	0.107 +	0.023
3- الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية	2.638	2.505	0.133 +	0.003
4- المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم	2.555	2.337	0.218 +	0.000
5- توجيه الرأي العام	2.522	2.380	0.141 +	0.004
6- التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث	2.510	2.398	0.112 +	0.017
7- إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية	2.388	2.221	0.167 +	0.000

\* يوجد دلالة إحصائية عند مستوى الأهمية (0.05).

ب- متغير الإقليم: كشفت البيانات الإحصائية (ANOVA)، عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الأهمية (0.05)، بين متغير الإقليم واتجاهات أفراد العينة الوطنية نحو الأداء الإعلامي بخصوص قضيتين اثنتين فقط، هما:

1- تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني: الاتجاهات إيجابية في الأقاليم جميعها (مستوى الأهمية 0.020)، ولكن أكبرها إيجابية في الشمال (متوسط الاتجاه 2.377)، وأقلها إيجابية في الوسط (متوسط الاتجاه 2.519)، وأما في الجنوب فكان (متوسط الاتجاه 2.497).

2- ممارستها نشاطاتها بكل حرية بعيداً عن هيمنة الحكومة: كانت الاتجاهات في إقليمي الشمال والجنوب إيجابية ومتماثلة تقريباً، وكان متوسط الاتجاهات فيها 2.531 و 2.558 وعلى التوالي، في حين كانت الاتجاهات في إقليم الوسط سلبية ويمتوسط اتجاهات 2.731، (وهذه الفروق كانت عند مستوى أهمية 0.024).

وأما باقي الموضوعات، ومع وجود بعض الفروق بين متوسط اتجاهات الأقاليم حولها، فكانت هذه الفروق صغيرة، ولم تكن ذات دلالة إحصائية عند مستوى الأهمية 0.05.

### المحور الثالث: اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي نحو الأداء

#### الإعلامي، ومقارنتها باتجاهات أفراد العينة الوطنية:

#### 1- اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي نحو الأداء الإعلامي:

تفيد البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (6) بعدم وجود فروق كبيرة ملفتة للنظر بين إجابات أفراد عينة قادة الرأي بدرجة "كبيرة" وبدرجة "معدومة" على الفقرات المتعلقة بالأداء الإعلامي، حيث تراوحت نسب بدرجة "كبيرة" ما بين 5.7% و 22.2% للفقرات جميعها باستثناء فقرة واحدة وهي "المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب" وبنسبة 31.8% مقابل 4.5% بدرجة "معدومة". وتراوحت نسب

بدرجة "معدومة" لبقية الفقرات ما بين 7.4% و 28.4%، وهذه دلالة على إيجابية اتجاهات أفراد العينة، بشكل عام، نحو تعامل وسائل الإعلام مع هذه القضايا.

وأما البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (7) التي تبين متوسط اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي الحالية نحو الأداء الإعلامي، فتفيد بوجود اتجاهات إيجابية لديهم حول تعامل وسائل الإعلام الأردنية مع ثمانية موضوعات، واتجاهات سلبية حول أربعة موضوعات فقط.

أ- **الاتجاهات الإيجابية:** مرتبة تنازلياً وفقاً لمتوسط اتجاهات عينة قادة الرأي حول كل موضوع (حيث تتراوح متوسطات الاتجاهات الإيجابية بين 1.0 و 2.5، وكلما كانت قيمة متوسط الاتجاه أصغر كان الاتجاه أكثر إيجابية):

1- المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربته، متوسط الاتجاهات 2.062.

2- إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية، متوسط الاتجاهات 2.306.

3- المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع، متوسط الاتجاهات 2.314.

4- احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها، متوسط الاتجاهات 2.420.

5- توجيه الرأي العام، متوسط الاتجاهات 2.549.

6- التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث، متوسط الاتجاهات 2.556.

7- الرقابة على أعمال البرلمان، متوسط الاتجاهات 2.555.

8- تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني، متوسط الاتجاهات 2.572.

- ب- **الاتجاهات السلبية** مرتبة تنازلياً وفقاً لمتوسط اتجاهات عينة قادة الرأي حول كل موضوع، حيث تتراوح متوسطات الاتجاهات السلبية بين (2.6 و 4.0، وكلما كانت قيمة متوسط الاتجاه أكبر كان الاتجاه أكثر سلبية):
- 1- الرقابة على أعمال الحكومة ، متوسط الاتجاهات 2.856.
  - 2- ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيدا عن هيمنة الحكومة، متوسط الاتجاهات 2.758.
  - 3- الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية، متوسط الاتجاهات 2.710.
  - 4- المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، متوسط الاتجاهات 2.613.
- 2- مقارنة اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي، بأفراد العينة الوطنية، نحو الأداء الإعلامي:

بمقارنة اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي نحو الأداء الإعلامي، بأفراد العينة الوطنية، وكما هو موضح في الجدول رقم (7)، يتبين أن اتجاهات أفراد العينة الوطنية وقادة الرأي كانت إيجابية نحو ثمانية موضوعات، وكان متوسط الاتجاهات الإيجابية للعينة الوطنية (2.376) أقل بعض الشيء من متوسط الاتجاهات الإيجابية لعينة قادة الرأي (2.416)، أي بمعنى أن اتجاهات أفراد العينة الوطنية الإيجابية أكثر إيجابية من تلك التي لأفراد عينة قادة الرأي.

والتقت الاتجاهات الإيجابية لكلتا العينتين الوطنية وقادة الرأي حول سبعة موضوعات، هي:

- 1- المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربتة.
- 2- المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع.
- 3- إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية.
- 4- التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث.
- 5- احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها.



6- تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني

7- توجيه الرأي العام.

وأما موضوع "رقابة وسائل الإعلام على البرلمان" فقد كانت اتجاهات أفراد العينة الوطنية سلبية نحوه، في حين كانت إيجابية بالنسبة إلى عينة قادة الرأي. وقد يعود السبب في ذلك إلى أن 35 فرد من أفراد عينة قادة الرأي البالغة 176 أو ما نسبته 20% هم من الإعلاميين والصحفيين والبرلمانيين. فالإعلاميون قد لا يرغبون بالظهور وكأنهم عاجزون عن القيام بدور رقابي على البرلمان، والبرلمانيون، كونهم يمثلون إرادة الشعب والديمقراطية، فقد لا يرغبون بالظهور وكأنهم مصانون من رقابة وسائل الإعلام، ومقيدون لحريتها.

وبخصوص "مساهمة وسائل الإعلام في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم"، فقد كانت اتجاهات أفراد العينة الوطنية إيجابية نحوها، في حين كانت سلبية بالنسبة إلى عينة قادة الرأي.

وأما الاتجاهات السلبية لكنتا العينتين، فقد التقت حول ثلاثة موضوعات، هي:

1- الرقابة على أعمال الحكومة.

2- ممارستها نشاطاتها بكل حرية بعيداً عن هيمنة الحكومة.

3- الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية.

وقد كان متوسط الاتجاهات السلبية للعينة الوطنية (2.656) أقل بعض الشيء من متوسط الاتجاهات السلبية لعينة قادة الرأي (2.734)، أي بمعنى أن اتجاهات أفراد العينة الوطنية السلبية كانت أقل سلبية من تلك التي لأفراد عينة قادة الرأي. وبشكل عام، تفيد البيانات أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة الوطنية كانت أكثر إيجابية وأقل سلبية من اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي. وقد يعود السبب في ذلك إلى أن أفراد عينة قادة الرأي يتمتعون بخصائص ديمغرافية أفضل من تلك التي يتمتع بها عامة الجمهور، من حيث: المستوى التعليمي، ومستوى الدخل، والوصول إلى المعلومة

وغيرها من الخصائص التي قد تجعلهم أكثر عقلانية وموضوعية في اتخاذ مواقفهم، والتعبير عن اتجاهاتهم، فضلاً عن أن توقعاتهم بالنسبة إلى ما يجب أن يقوم به الإعلام، أكبر من توقعات أفراد عامة الشعب.

### جدول رقم (6)

#### اتجاهات أفراد عينة قادة الرأي نحو الأداء الإعلامي

لا اعرف	درجة معدومة		درجة قليلة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		- إلى أي مدى تعتقد أن وسائل الإعلام والصحافة الأردنية قادرة على التعامل بنجاح مع القضايا والموضوعات الآتية:	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
-	-	15.9	28	34.7	61	40.3	71	9.1	16	1. تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني
0.6	1	26.1	46	30.1	53	34.6	61	8.5	15	2. ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيدا عن هيمنة الحكومة
-	-	29.5	52	31.8	56	32.9	58	5.7	10	3. الرقابة على أعمال الحكومة
-	-	18.7	33	28.9	51	39.8	70	12.5	22	4. الرقابة على أعمال البرلمان
0.6	1	15.9	28	32.4	57	39.8	70	11.4	20	5. توجيه الرأي العام
0.6	1	15.9	28	37.5	66	36.4	64	9.7	17	6. المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم
0.6	1	10.2	18	25.6	45	46.6	82	17.0	30	7. إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية
1.7	3	5.1	9	22.2	39	39.8	70	31.2	55	8. المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربه
0.6	1	14.2	25	36.9	65	36.9	65	11.4	20	9. التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث
0.6	1	9.7	17	24.4	43	42.1	74	21.0	37	10. المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع
0.6	1	13.1	23	27.2	48	46.0	81	13.1	23	11. احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها
-	-	21.6	38	38.1	67	30.1	53	10.2	18	12. هل أنت راضٍ عن أداء وسائل الإعلام الأردنية

### جدول رقم (7)

#### مقارنة متوسط اتجاهات عينة قادة الرأي والعينة الوطنية نحو الأداء الإعلامي

فارق متوسط الاتجاهات قادة الرأي- (الوطنية)	العينة الوطنية		عينة قادة الرأي		- إلى أي مدى تعتقد أن وسائل الإعلام والصحافة الأردنية قادرة على التعامل بنجاح مع القضايا والموضوعات الآتية:
	نوع الاتجاه	متوسط الاتجاهات	نوع الاتجاه	متوسط الاتجاهات	
0.182 +	إيجابي	2.474	إيجابي	2.572	1. تعزيز ثقة المواطنين بالافتصاد الأردني
0.061 +	سليبي	2.653	سليبي	2.758	2. ممارستها نشاطاتها بكل حرية وبعيدا عن هيمنة الحكومة
0.119 +	سليبي	2.687	سليبي	2.856	3. الرقابة على أعمال الحكومة
0.101 -	سليبي	2.639	إيجابي	2.555	4. الرقابة على أعمال البرلمان
0.102 +	إيجابي	2.467	إيجابي	2.549	5. توجيه الرأي العام
0.201 +	إيجابي	2.506	سليبي	2.613	6. المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم
0.056 +	إيجابي	2.324	إيجابي	2.306	7. إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية
0.143 +	إيجابي	2.075	إيجابي	2.062	8. المساهمة في التوعية بمخاطر الإرهاب ووسائل محاربه
0.437 +	إيجابي	2.467	إيجابي	2.556	9. التزامها بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث
0.068 +	إيجابي	2.310	إيجابي	2.312	10. المساهمة في تعزيز روابط الوحدة الوطنية في المجتمع
0.096 +	إيجابي	2.387	إيجابي	2.420	11. احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها
0.067 +	سليبي	2.645	سليبي	2.710	12. هل أنت راض عن أداء وسائل الإعلام الأردنية

## النتائج:

إن من أهم النتائج التي أفادت بها الدراسة هي الآتي:

- 1- على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية لأفراد عينة الجمهور العام نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات، إلا أن الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية، بشكل عام، كان سلبياً.
- 2- الموضوعات التي لاقت أداء إيجابياً عالياً من قبل وسائل الإعلام، كموضوعات الإرهاب والوحدة الوطنية والقضايا الاجتماعية، هي موضوعات تحظى على أرض الواقع بمساحة كبيرة على أولويات الحكومة وتعدُّ من صلب اهتمام الحكومة، وأمّا الموضوعات التي لا تحظى باهتمام الحكومة، كموضوع توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم على سبيل المثال، فقد لاقت أداء ضعيفاً من قبل وسائل الإعلام.
- 3- غياب الدور الرقابي (أو على الأقل ضعفه) لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة، وكذلك الأمر بالنسبة إلى دورها الرقابي على أعمال البرلمان ولو أنه كان أقل ضعفاً من دورها الرقابي على أعمال الحكومة.
- 4- هيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وتقييدها لحرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.
- 5- التزام وسائل الإعلام بالمصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث كان ضعيفاً من وجهة نظر أفراد العينة، أي بمعنى أن وسائل الإعلام الأردنية لم تتمتع بدرجة عالية من المصداقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث.
- 6- ضعف دور وسائل الإعلام الأردنية في تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد الأردني.
- 7- كان أداء وسائل الإعلام الأردنية فيما يتعلق بموضوعي احترامها الحرية المسؤولة والالتزام بها، وتوجيهها للرأي العام متوسطاً.

- 8- كانت اتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نوعاً ما أكثر إيجابية وأقل سلبية من اتجاهات أفراد عينة جمهور النخبة، ومع ذلك كان هناك تقارب كبير بين الاتجاهات الإيجابية والسلبية لكلتا العينتين الجمهور العام وجمهور النخبة، حيث التقت اتجاهات أفرادها الإيجابية حول سبعة موضوعات، واتجاهاتها السلبية التقت حول ثلاثة موضوعات. وأما الاختلاف فكان حول موضوعين فقط.
- 9- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الأهمية 0.05 بين متغير الجنس واتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي حول سبع قضايا وهما: الرقابة على أعمال الحكومة، في ممارستها نشاطاتها بكل حرية بعيداً عن هيمنة الحكومة، الرضا العام عن أداء وسائل الإعلام الأردنية، المساهمة في توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم، توجيه الرأي العام، التزامها بالمصادقية في نشر الأخبار وتناولها للأحداث، إعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا والمشاكل الاجتماعية، وكانت اتجاهات الذكور نحو الأداء الإعلامي حول هذه القضايا أكثر سلبية وأقل إيجابية من اتجاهات الإناث.
- 10- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الأهمية 0.05 بين متغير الإقليم واتجاهات أفراد عينة الجمهور العام نحو الأداء الإعلامي حول قضيتين فقط، حيث كانت اتجاهات إقليم الوسط أكثر إيجابية من اتجاهات إقليم الشمال والجنوب، وهما: المساهمة في تعزيز الثقة بالاقتصاد الوطني، وإعطاؤها مساحة إعلامية جيدة للقضايا الاجتماعية.

### التوصيات:

وأخيراً، وفي ضوء ما تقدم من نتائج ، يمكن تقديم بعض التوصيات التي قد تسهم في تعزيز دور وسائل الإعلام في الحياة العامة للمجتمع الأردني، آخذين بالحسبان أن أداء وسائل الإعلام في ممارستها لوظائفها قد يتأثر بعدد من العوامل والمتغيرات، كالمتغيرات البيئية مثل الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية

والديمغرافية المتعلقة بخصائص الجمهور المستهدف، وغيرها من المتغيرات وهذه التوصيات هي:

- 1- ضرورة اعتماد وسائل الإعلام الأردنية الموضوعية في تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، ورفع مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.
- 2- إعادة النظر في القوانين والأنظمة التي تعزز تقييد الحكومة لوسائل الإعلام.
- 3- ضرورة رفع سقف الحريات الإعلامية كي تستطيع وسائل الإعلام القيام بدورها الرقابي على المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على أكمل وجه، ولتسهم بفاعلية في عمليات التنمية الشاملة في الأردن.
- 4- ولما كان للنقابات الإعلامية دور مهم في الدفاع عن حقوق أعضائها، والمهنة الإعلامية، وضمان وجود قطاع إعلامي مدرب وملتزم بأخلاقيات المهنة، فلا بد من ضمان استقلالها الإداري والمادي، ووقف التدخلات الحكومية في قراراتها.
- 5- ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية لرفع مستوى العاملين في وسائل الإعلام الأردنية وكفائتهم للتعامل مع القضايا والمشكلات المهمة التي تواجه المجتمع الأردني، وللارتقاء بالعمل الإعلامي بشكل عام.

## المراجع

### الكتب:

1. حجاب، محمد منير (2003)، الإعلام والتنمية الشاملة، ط3، القاهرة، دار الفجر للنشر.
2. ذو الفقار، شيماء (2000). دور المادة الإخبارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
3. سالم، نادية (1980). تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية عند المواطن المصري: دراسة تجريبية على عينة من الريف. القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
4. السلمي، علي (1973)، السلوك الإنساني في الإدارة، القاهرة، دار المعارف بمصر.
5. عطا، عبد الخبير محمود (1980). وسائل الإعلام والتنمية في الدول النامية: البرامج السياسية في إذاعة القاهرة كحالة للدراسة. رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية.
6. موسى، عصام سليمان (2003)، الإعلام والمجتمع: دراسات في الإعلام الأردني والعربي والدولي. عمان، وزارة الثقافة.
7. Mccombs, Maxwell and Donatd Show (1975). The Agenda Setting Function of Mass Communication, Syracuse, N.Y.

**الدوريات وأوراق المؤتمرات:**

- 1- بو جلال، عبدالله (1991)، "الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي"، المستقبل العربي، المجلد 146، العدد 4، ص 40-58.
- 2- عبدا لرحمن، عواطف (1980)، " دور الإعلام المصري في صياغة الرأي العام"، قضايا عربية، مجلد 7، العدد 12.
- 3- الفرحان، أمل حمد (1991) " اتجاه المسؤولين في الإدارتين العليا والوسطى في القطاع العام نحو عمل المرأة الأردنية" مجلة دراسات، مجلد 18 أ، عدد 2 .
- 4- مهنا، فريال (1998)، " الإذاعة والتنمية الاجتماعية في سورية"، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، العدد الرابع.
- 5- مهنا، فريال (1998)، " التلغزة والوعي التنموي في سورية"، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، العدد الثالث.
- 6- النجار، عايدة (2004)، وسائل الإعلام والدور السياسي للمرأة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الوطني للتنمية السياسية والمرأة الأردنية، الاتحاد النسائي، عمان 2004/7/17.
- 7- ندا، أيمن منصور (2003)، " دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو أداء الحكام العرب في الحرب الأمريكية على العراق، مارس/أبريل 2003"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 21، ص 323 - 378.
- 8- همشري، عمر (1990)، " اتجاهات طلبة علم المكتبات نحو مهنة المكتبات في الأردن"، مجلة دراسات، مجلد 17 أ، عدد 3 .



- 9- Katz, D., (1960). " The Functional Approach to the Study of Attitudes",  
Public Opinion Quarterly , vol. 24, pp. 163-204.
- 10- Nadeau, Richard et al (1999). " Elite Economic Forecasts, Economic News, Mass Economic Judgments and presidential Approval" , Journal of Politics. Vol.61, No.1, pp.109-135.

#### إنترنت وصحف:

- 1- " أسباب البطالة في الأردن واقتراحات لعلاج المشكلة، وتقييم دور الإعلام فيها"، حلقة نقاشية أجرتها سوسن زايدة / راديو عمان نت بالتعاون مع المركز الثقافي البريطاني بتاريخ 1/ تشرين الأول 2005 (ammannet.net/look/article).
- 2- عبد الرحمن، عواطف (2007)، " الإعلام العربي وأزماته المركبة"، مؤتمر الإعلام وبناء العقل العربي الثالث عشر، مؤتمر نظمه جامعة القاهرة، 5/8 - 2007/5/10. ([www.Islamonline.net](http://www.Islamonline.net)).
- 3- مجلة المراقب العربي، المنتدى. ([www.arabiaobserver.net/mabo/index](http://www.arabiaobserver.net/mabo/index)).
- 4- مركز بيت الخبرة للدراسات (2006). "القارئ السوري في سوق الصحافة". جريدة الثورة، دمشق، 3 أيار 2006.
- 5- مركز حماية الصحفيين، "المؤتمر الدولي للإعلام والحاكمية الرشيدة"، المنعقد في عمان بتاريخ 14-16/2/2005، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان. ([www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005](http://www.hrinfo.net/jordan/cdfi/2005)).

---

تاريخ ورود البحث إلى مجلة جامعة دمشق 2008/4/13.