

استخدام الشبكات الاجتماعية في تشكيل توجهات الرأي العام الأردني إزاء قضايا البطالة "الفيس بوك نموذجاً"

الباحث/ محمد علي محمد القضاة*

إشراف: أ.م.د. سحر مصطفى عبدالغنى**

إشراف مشارك: د. ياسمين صلاح عبد الرحمن***

ملخص الدراسة :-

تهدف الدراسة للتعرف على تأثير معالجة الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك نموذجاً) لقضايا البطالة الأردنية على الصعيد المعرفي و الوجداني و السلوكي، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم سحب 400 مفردة من الجمهور الأردني، وتكشف النتائج تصدر اعتماد عينة الدراسة على موقع فيسبوك بشكل كبير بنسبة 82.8% من إجمالي الشبكات الاجتماعية، حيث يتمتع فيسبوك بشعبية واسعة وسهولة الوصول إليه بين شرائح المجتمع المختلفة، مما يجعله المنصة الرئيسية للتعبير عن القضايا الاجتماعية والاقتصادية، وتتابع نسبة 48% من العينة موضوع البطالة بشكل مستمر ودائم، مما يعكس أهميتها البالغة وتأثيرها الكبير على حياتهم اليومية كما أن نسبة 48.3% يتابعون هذه القضية أحياناً، مما يشير إلى أن هذا العدد الكبير من العينة يهتم بالقضية ولكنه قد لا يتابع كل التطورات بشكل دائم. في المقابل، نسبة قليلة جداً، 3.8%، يتابعون قضية البطالة نادراً، وهو ما قد يدل على أن هذه الفئة قد تكون أقل تأثراً أو مهتمة بقضايا أخرى. بشكل عام، تعكس هذه النتائج الوعي العالي والاهتمام الكبير بقضية البطالة وتأثيرها على المجتمع، كما كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم، وتوصي الدراسة بتعزيز التفاعل والمشاركة مع الجمهور حيث يجب تطوير استراتيجيات فعالة للتفاعل مع تعليقات وأسئلة الجمهور مما يعزز المشاركة ويزيد الثقة، وإنشاء جلسات حوارية مباشرة (Live) مع المتخصصين لمناقشة آخر تطورات القضية والإجابة على استفسارات الجمهور كما يجب استخدام التقنيات الجرافيكية بشكل احترافي مثل توظيف الرسوم البيانية، الإنفوجرافيكس.

الكلمات الدالة: الفيس بوك- قضية البطالة- الرأي العام الأردني.

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

** استاذ مساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام – جامعة القاهرة .

*** المدرس بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة .

The Use of Social Networks in Shaping Public Opinion in Jordan Regarding Public Affairs: "Facebook as a Model"

Mohammad Ali Mohammad Al-Qudah*

Abstract

This study aims to identify the impact of social networks' (with Facebook as a model) handling of Jordanian unemployment issues on cognitive, emotional, and behavioral levels. The study is based on the Media Dependency Theory and surveyed 400 Jordanian individuals. The results reveal the distribution of social media use in discussing unemployment, with Facebook dominating at 82.8% of total discussions. Facebook's wide popularity and accessibility across different societal segments make it the primary platform for expressing social and economic issues. Unemployment is closely followed by the public, with 48.0% of the sample always tracking this issue, reflecting its significant impact on their daily lives. Additionally, 48.3% sometimes follow the topic, indicating a substantial number of people are interested but may not keep up with every development. Conversely, a very small percentage, 3.8%, rarely follow unemployment issues, suggesting that this group might be less affected or interested in other matters.

Overall, these results demonstrate high awareness and considerable interest in unemployment and its societal impact. The findings also reveal a statistically significant correlation between the intensity of exposure to Facebook pages following the unemployment issue and the reasons for relying on these pages. Furthermore, there is a statistically significant correlation between the reasons for exposure to Facebook pages following the unemployment issue and the communicative effects in shaping public opinion.

The study recommends enhancing interaction and engagement with the audience. Effective strategies should be developed to interact with audience comments and questions, thereby boosting participation and increasing trust. Additionally, live dialogue sessions with specialists should be organized to discuss the latest developments and address public inquiries. Professional use of graphic techniques, such as employing graphs and infographics, is also advised.

Keywords: Facebook, Unemployment Issue, Jordanian Public Opinion.

* PHD Researcher at the Faculty of Mass Communication , Cairo University

مقدمة:

يطور الإنترنت وإمكانياته اللامحدودة مواقع التواصل الاجتماعي لتصبح واحدة من أهم مصادر المعلومات على مستوى إنتاجها ونشرها ووصولها للجمهور في مختلف القضايا المجتمعية، حيث ساهمت مواقع التواصل في فتح مجالات متنوعة للنقاش المجتمعي، حيث أصبح أفراد المجتمع جزءاً من توليد المحتوى والتعبير عن آرائهم بشكل فوري وأني، حيث مكنت الشبكات الاجتماعية الجمهور من طرح كافة توجهاتهم وآرائهم وتصوراتهم في العديد من القضايا والموضوعات التي تمس حياتهم بشكل مباشر، وفتحت لهم أفقاً واسعاً لتكوين الرأي العام عبر وسائط الاتصال المتعددة والمتنوعة بكل يسر فضلاً عن تمتعه بسهولة الوصول لأي معلومات مرتبطة بطرح القضية التي تشكل مجال الاهتمام العام، كما تتضمن مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الثمرات والفوائد التي تعود على الفرد والمجتمع في كل جانب من جوانب الحياة، بشرط أن تستخدم هذه الوسائل استخداماً إيجابياً، فالاستخدامات السلبية لهذه المواقع يترتب عليها تأثيرات سلبية على المجتمع، فبالرغم من فساحة هذا العالم وتلك التقنية، يشعر المستخدم بالقلق والاضطراب من آثار الاستخدام السيء لها.⁽¹⁾

وأصبح بإمكان أي فرد في المجتمع ممارسة حقه الكامل في المشاركة في كافة القضايا التي تمس المجتمع بمختلف أنواعها، وقد شاع استخدامها بشكل واسع مما ساهم في تشكيل الرأي العام، ونتج عنه مشاركات فاعلة في حل مناقشة بعض المواضيع والقضايا التي تهم الفرد داخل كيانه الاجتماعي، وبرز استخدام الفيسبوك بشكل واضح في الحياة الاجتماعية منذ فترة طويلة، لذا يعد من أشهر المواقع الإلكترونية ذو الشعبية الكبيرة التي يحظى بها من طرف المستخدمين، ومن بين المواضيع التي تطرق إليها موقع الفيسبوك ظاهرة (البطالة بالأردن)، والتي تعد من القضايا الاجتماعية الأكثر انتشاراً في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت بكل المعايير المجتمعية تشكل مشكلة متفاقمة وآفة اجتماعية أثارت الرأي العام الأردني، وتفاعلت مع مجريات تطورها وسائل الاتصال الاجتماعية مما دفعت عدداً من النشطاء في العالم الافتراضي لإنشاء صفحات على الفيسبوك؛ للتوعية المجتمعية وتنمية الاتجاهات الوقائنية، خاصة وأن الوعي المجتمعي يمثل صمام الأمان للمجتمع ضد أي مشكلة اجتماعية. وعليه ستهتم الدراسة بمعرفة الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية بصفة عامة وموقع الفيسبوك بصفة خاصة في تشكيل توجهات الرأي العام الأردني إزاء قضية البطالة.

أولاً: مشكلة الدراسة:

أصبح موقع الفيس بوك رافداً أساسياً في تعزيز الديمقراطية والنقد على اختلاف أنواعه، وخلفت جماعات افتراضية تكونت حولها مشاغل مشتركة فهي وسائل اتصال ثرية بالمعلومات، وتنوع المضامين المقدمة من خلالها وتميزها بسرعة رد الفعل، ويستخدم الجمهور الأردني مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك لأنه يعالج المضامين التي تمس جميع نواحي الحياة سواء كانت سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ومن أهم الموضوعات وأبرزها ظاهرة البطالة التي تعبر من أهم القضايا التي شغلت الرأي العام الأردني، وصارت محط أنظار الكثير من الباحثين والمتخصصين في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، وتعد ظاهرة البطالة من أخطر الظواهر التي تمس حياة أفراد المجتمع واستقرارهم، ومما سبق تحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي المتمثل في ما تأثير معالجة الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك نموذجاً) لقضايا البطالة بالمجتمع الأردني على الصعيد المعرفي والوجداني والسلوكي؟

ثانياً: أهمية الدراسة: تتمثل في النقاط التالية:

- تعد الدراسة إضافة للاتجاه البحثي الهادف إلى الكشف عن خصائص الإعلام الجديد في معالجة القضايا المجتمعية من حيث تناولها وطبيعة القضايا التي تركز عليها ومعدلات تفاعل الجمهور معها مما يعين في الوقوف على سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية تأثر المواطنين بالأخبار المتعلقة الشأن العام الأردني التي يتم نشرها على هذه الشبكات، حيث أن الوقوف على المعالجات المتنوعة لمواقع التواصل الاجتماعي لما يخص قضايا المجتمع الأردني يعدّ موضوعاً حديثاً وحيوياً؛ لما له من دور كبير وبارز في نشر المعلومات بشتى أشكالها وصورها والتي تؤثر بالتبعية في تشكيل الرأي العام.

- تعتبر الشبكات الاجتماعية اليوم أحد مصادر المعلومات المهمة، التي يبني عليها اتجاهات الرأي العام اتجاه الأحداث الجارية سواء بالقبول أو الرفض، لذا تفيد الدراسة الحالية الجهات الرسمية الأردنية المعنية إلى مضاعفة جهودها الإعلامية في تشكيل الرأي العام من أجل عملية البناء والتنمية في الأردن وتحديدًا مع قضية البطالة باعتبارها من القضايا المؤثرة مجتمعيًا.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل توجهات الرأي العام الأردني إزاء قضايا البطالة "الفيس بوك نموذجاً، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية كما يلي:

1. التعرف على معدل استخدام الأردنيين للصفحات التي تتناول قضية (البطالة) على موقع الفيس بوك.
2. أسباب اعتماد عينة الدراسة الأردنيين على موقع الفيس بوك الذي يتناول قضية (البطالة).
3. أشكال تفاعل الأردنيين مع الصفحات التي تتناول قضية (البطالة) على موقع الفيس بوك.
4. توضيح الأثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للأردنيين نتيجة تفاعلهم مع الصفحات التي تتناول قضية (البطالة) على موقع الفيس بوك.

رابعاً: الدراسات السابقة:

أبرزت عدد من الدراسات الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في مقاومة القيم السلبية وتعزيز القيم الاجتماعية الإيجابية بما يحقق ترابط نسيج المجتمع وتماسكه، حيث جاءت دراسة (حسن، 2022)² تهدف للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الانتماءات لدى الشباب المصري 2022 حيث تم رصد وتحليل تأثير موقعي الفيس بوك واليوتيوب على التفاعل الاجتماعي للأفراد، وتمثلت عينة الدراسة في الشباب المصري من الذكور والإناث من سن 18 إلى 35 سنة، وتوصلت إلى أن الفيس بوك واليوتيوب موقعين لهم دور في تدعيم انتماء الفرد للجماعات المرجعية المختلفة كالزملاء والأصدقاء، وهو ما يؤكد على ضرورة الاستفادة من الدور الذي تلعبه الشبكات في تطوير أنماط التفاعل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين وأقرانهم وطبيعة الحوارات والنقاشات التي تتم في هذا المجتمع الافتراضي، كما بحثت دراسة Kwon (2021)³ في كيفية تأثير الاستخدام المحلي لوسائل التواصل الاجتماعي على الحياة المدنية في المجتمعات المحلية، وتشير نتائج دراسة استقصائية وطنية للبالغين في الولايات المتحدة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

المحلية يزيد من الثقة الشخصية، وأن الثقة في المنظمات المجتمعية والثقة في السياسة المحلية تلعب دور الوسيط الأكثر أهمية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية والمشاركة المدنية، والجدير بالذكر أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية ذات الدوافع الاجتماعية له تأثير أقوى على الثقة والمشاركة المدنية من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المحلية ذات الدوافع الإعلامية.

وقد أبرز عدد من الدراسات الدور الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي في الوعي المجتمعي بشتى مجالاته وقضاياها، حيث كشفت دراسة (خنة، سيفون، 2023)⁴ عن معالجة شبكات التواصل الاجتماعي الجزائرية للأخبار المحلية لولاية المسيلة عبر الفيس بوك وتوصلت إلى أن الأنواع الإخبارية المعالجة هي الاجتماعية والسياسية والأمنية والدينية والثقافية وغيرها، وأبرز المواضيع كانت الفوز بالمسابقة الوطنية لتاج القرآن، مناصرة المنتخب الوطني بالكاميرون، بالنسبة للمصادر المعتمدة نجد الفيسبوك والويب والفضائيات والمصادر المحلية، أما عن نوع الصور المرفقة كانت عامة وشخصية والأهداف المرجوة هي الإخبارية والدعائية والتعليمية، والميزات المقدمة نجد الوسائط التقنية والروابط الرقمية، وتعود أهمية الدراسة إلى تقديم إضافة أكاديمية للبحث العلمي وسوسيو اقتصادية لممارسي الإعلام في الجزائر، وفي ذات السياق، جاءت دراسة أسامة المدني (2016)⁵ للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، حيث تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور مهم في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ويؤكد ذلك الإقبال المتزايد من قبل شرائح المجتمع المختلفة لتلك الشبكات، واعتمد الباحث المنهج المسحي، ودرس جمهور المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من الشباب في جامعة أم القرى، من خلال استبانة مكونة من (20 سؤالاً) وزعت على عينة الدراسة من المبحوثين. وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته 41.86% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 55.23% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى متوسط في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 2.91% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى منخفض في تشكيل الرأي العام، وكشفت الدراسة أيضاً عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلاب تبعاً لاختلاف مستويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وكذلك تناولت دراسة أميمة فتحي (2015)⁶ الكشف عن مؤشرات الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت النتائج أن هناك دور بارز وملحوظ لشبكات التواصل الاجتماعي في تكوين آراء الجمهور نتيجة لسماع هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية، متجاوزة في ذلك الكثير من المعوقات المادية والمعنوية، فقد حررت العقل من القبول بالواقع من جانب واحد وسط خيارات عديدة يستطيع من خلالها التمييز بين ما هو حقيقي وما يشوبه الكذب والتزوير، الأمر الذي أدى إلى انسحاب واضح من قبل الجمهور واتجاهه نحو الشبكات الاجتماعية والوسائل الحديثة، التي تعد فرصة ملائمة لمساعدة الدول

في تحقيق مساعيها نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي من خلال الاستجابة لمطالب الجمهور والعمل على الاستفادة مما يكتب على مواقع التواصل الاجتماعي. اتجهت بعض الدراسات السابقة للكشف عن مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد والمؤسسات لكي تتفاعل مع جمهورها المستهدف، حيث أكدت دراسة (بريكي، ياسين، 2023)⁷ على تعاظم استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت جزء من حياتهم اليومية، وإحدى الطرق الأساسية لتبادل الرسائل والمعلومات والصور، حيث يدي فيها المستخدمين -بمختلف الأجناس والأعمار- بمعطياتهم ومعلوماتهم الشخصية وصورهم وأرقام هواتفهم وبريدهم الإلكتروني، وأشارت دراسة (أميرة عبد الكريم مختار، 2022)⁸ أن صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في رفع مستوى الوعي بقضايا حقوق المرأة ومناهضة كافة أشكال العنف تجاهها، بل يتم تفضيل صحافة المواطن كمصدر للمعلومات حول القضايا المجتمعية، وأوصت الدراسة بحتمية مراعاة الأخلاق والمهنية للقائمين بالنشر في قضايا العنف ضد المرأة ومراعاة الحالة النفسية للمعنفات والابتعاد عن كل من شأنه التأثير السلبي عليهن وعدم التشهير بهن، كما رصدت دراسة **صدام حسين (2021)**⁹ التعرف إلى الدور الذي يلعبه المواطن الصحفي في توجيه وتكوين الرأي العام من خلال ما ينتجه وينشره من قصص إخبارية تمس كل مجالات الحياة عبر شبكة الفيس بوك، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي الوصفي باستخدام استمارة الاستبيان على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر. وتوصلت نتائج الدراسة إلى تعاظم قدرة المواطنين الصحفيين على إحداث التغيير في كل المجالات وتكوين وتشكيل وتوجيه الرأي العام حول قضية معينة، وهذا بتوظيف المهارات المكتسبة من ممارسة صحافة المواطن وتجنيد الجماهير التي تعودت على تلقي ومتابعة المحتويات والمضامين التي ينتجها وينشرها المواطنون الصحفيون عبر شبكة الفيس بوك.

وكشفت دراسة **منصور أحمد (2021)**¹⁰ في ضوء التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدى الرأي العام، وبالتطبيق على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من المقيمين في القاهرة الكبرى من المتعرضين لوسائل التواصل الاجتماعي والمهتمين بقضايا الانتماء والهوية والمواطنة، عن وجود علاقة عكسية دالة إحصائياً بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي. ووجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وممارسة المواطنة، أي أنه كلما زاد معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كلما زادت ممارسة عملية المواطنة والتي تتضمن المشاركة السياسية والإحساس بالهوية والشعور بالانتماء، حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها، وأكدت دراسة عبد الله العساف (2020) 11 أن الرأي العام السعودي يستخدم شبكة تويتر بكثافة لاستقاء المعلومات حول قضايا الهوية الوطنية سواء ما يتعلق منها بالاكشافات الأثرية. وأشارت النتائج إلى أن تويتر كان لها تأثيرات معرفية، ووجدانية، وسلوكية ملموسة في الرأي العام السعودي بما يتفق مع التراث العلمي السابق الذي يؤكد أن تلك الشبكة قد أحدثت تغييراً في واقع المجتمع السعودي، وأسهمت في مزيد من مشاركة الرأي العام السعودي في مناقشة القضايا المجتمعية المهمة

ومن أبرزها قضايا الهوية الوطنية. وتبين أن الرأي العام السعودي كانت لديه توجهات سلبية نحو تلك الشبكة فيما يتعلق بوجود خلط بين الرأي والخبر حال عرضها للموضوعات المتعلقة بالهوية الوطنية السعودية، وكذلك غياب المسؤولية المهنية والأخلاقية لدى القائمين على تويتر عن التعرض للقضايا الخلافية التي ترتبط بقضايا الهوية الوطنية بالمملكة. كما أكدت نتائج الفروض العلمية للدراسة وجود ارتباطات إيجابية بين اعتماد الرأي العام على تويتر وتوجهات ه نحو معالجتها أي شبكة تويتر لقضايا الهوية الوطنية السعودية مما يعكس مستويات الوعي المتزايدة لدى الرأي العام السعودي بالإشكاليات المرتبطة بعدم دقة المعلومات التي تتداولها الشبكات الاجتماعية حول القضايا المهمة في المملكة.

أكدت عدد من الدراسات السابقة على الدور الحيوي لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التماسك المجتمعي وترابطه من خلال تشكيل توجهات الرأي العام أو الرأي الخاص لفئات متجانسة من المجتمع، حيث هدفت دراسة (سمير وآخرون، 2023)¹² التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في التماسك الاجتماعي لدى لاعبي كرة السلة في المملكة الأردنية الهاشمية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع لاعبي كرة السلة في الأردن والبالغ عددهم (٤٠٠) لاعب حسب القوائم الصادرة عن الاتحاد الأردني لكرة السلة، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة حجمها (١١٥) لاعب، وأظهرت النتائج أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في التماسك الاجتماعي لدى لاعبي كرة السلة في المملكة الأردنية الهاشمية جاءت بدرجة متوسطة في جميع المجالات وفي الأداة ككل، باستثناء مجال الانتماء للجماعة جاء بدرجة مرتفعة، كما هدفت دراسة (جابر، 2020)¹³ التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب، وأكدت على ضرورة تثقيف الشباب وتوعيته بإيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال عقد المحاضرات والندوات العلمية في رحاب الجامعات المعاصرة، وعقد مؤتمرات علمية بهدف صياغة أخلاقيات المواطنة الرقمية الصالحة بما يتفق ومبادئ الدين الإسلامي الحنيف، وفي ذات السياق، ناقشت دراسة (Olviia and Svitlana, 2018)⁽¹⁴⁾ "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام وسلوك الشباب في أوكرانيا، وقد اتبعت الدراسة المنهج الكمي والمنهج النوعي من خلال استخدام استبانة ومقابلة كأداتين لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة التي تضمنت (1100) فرداً من العاملين في جامعة أوكرانيا التقنية الوطنية "معهد إيغور سيكورسكي كيف للفنون التطبيقية"، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك عدد قليل من مواضيع المحتوى الأكثر شيوعاً (السياسة والحرب في شرق أوكرانيا والاحتياجات الأساسية) التي تسبب انتشار المعلومات، بالإضافة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على الرأي العام الأوكراني واتجاهات الشعب نحوه، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في تصرفات وسلوكيات الشباب الأوكراني.

وأضافت دراسة (أحمد، عبد العزيز، 2015)¹⁵ بخصوص معرفة كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، وإقبالهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بأن جاء مواقع التواصل الاجتماعي في صدارة ترتيب مصادر المعلومات والأخبار من حيث الأفضلية بنسبة 64% تلاه التلفزيون بنسبة 16%، وأوصت بفرض نوع من أنواع الرقابة سواء الحكومية، أو المجتمعية، أو العائلية، أو حتى

الذاتية على الموضوعات وما يعرض على مواقع التواصل الاجتماعي، والتيقظ إلى أن الكثير من أساليب توجيه وتكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا تأتي بصورة مباشرة وواضحة، بل قد تكون متخفية في هيئة موضوعات اجتماعية أو ترفيهية أو حتى أخبار وصور عابرة، وأن يكون هناك إدراك لدور الفرد في تكوين الرأي العام، فقد أصبح الفرد الواحد قادراً على أن يوصل رأيه إلى آلاف الأصدقاء بل إلى العالم كله.

ويضاف لما سبق، أن هناك دراسات ركزت على توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام المحلي مع التركيز على دور قادة الرأي، حيث هدفت دراسة (محمد، 2023)¹⁶ معرفة دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتبنت الدراسة نموذج انسياب المعلومات على مرحلتين Two – step flow of communications، وبما يتوافق وطبيعة وسائل التواصل الاجتماعي واختلافها الجذري

عن وسائل الاتصال الجماهيري، كما استعانت بنظرية دوامة الصمت Spiral of Silence وشارك في الاستبيان 2463 فرداً، وتوصلت الدراسة إلى أن تويتر هو أكثر وسائل التواصل استخداماً بين السعوديين، وأن أهم الموضوعات والقضايا متابعة هي: القضايا المحلية، والأخبار العامة، ثم معلومات وحقائق، كما أكدت الدراسة على أهمية تويتر وتأثيره في الرأي العام السعودي، كما أكدوا على انتشار الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ثم رأوا تأييد الحكومات في عمل رقابة على وسائل التواصل الاجتماعي، ثم اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي متنفساً حقيقياً للشباب والفئات في المملكة. وأكدت النتائج اقتناع المشاركين في الدراسة بتأثير قادة الرأي فيهم، وبدور هذه الوسائل في تعزيز أداء أجهزة الدولة، وتحسين الحياة للمواطن والمقيم، وتأثير هذه الوسائل في الرأي العام، وهدفت دراسة **حفصة الحديفي (2019)**¹⁷ التعرف على توجهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي، وصُممت استبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، التي تكونت من (346) من الإناث و (211) من الذكور من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مكة المكرمة في السعودية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن غالبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتصفحونها بشكل مكثف يصل إلى 7 ساعات فأكثر يومياً بنسبة 1.35%، وأن تطبيق (الواتس أب) حصل على المركز الأول من حيث استخدامه بنسبة 76.9%، يليه موقع (تويتر) بنسبة 70.1%، وتبين أسباب استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، جاء في مقدمتها "سرعة الوصول للمعلومة"، وبينت الدراسة اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، على الترتيب الأول بدرجة موافقة (غالبا) بنسبة 54.3%، وأن لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الشائعات، وجاءت الأخبار مجهولة المصدر في المقدمة كأهم أساليب نشر الشائعات عبرها، وتبين حصول تأثيرات معرفية، ووجدانية، وسلوكية على الأفراد نتيجة تعرضهم للشائعات، وأضافت دراسة (Ashraf, Awais, Saeed, 2018)⁽¹⁸⁾ حول "دور وسائل التواصل الاجتماعي في صنع الرأي المحلي وتحديد الاتجاه"، الكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في السياسة والتجارة، التدريب والتطوير، والعلاقات الشخصية، واتبعت الدراسة أسلوب مراجعة التقارير المتعلقة بعدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الإعلامية الأخرى، وأظهرت نتائج الدراسة أن (74%) من

التجارة في الوقت الحاضر تعتمد بشكل رئيسي على مواقع التواصل الاجتماعي، كما ان معظم الأفراد يفضلون معرفة المتغيرات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد وسلوكياتهم وتصرفاتهم في المجتمع، كما اتجهت دراسة⁽¹⁹⁾ (فاضل، 2017) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017". لبيان ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الرأي العام المحلي في العراق خلال الفترة 2014-2017، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي عبر إجراء دراسة معمقة للأدب النظري والدراسات السابقة وآراء العلماء والمنظرين فيما يتعلق بموضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام، وأظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر جراءة في طرح قضايا كبيرة وحساسة تهم الرأي العام، كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتفاعل الجماعي حيث أنها قربت البعيد وقصرت المسافات بشكل كبير، بالإضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لديها بعض السلبيات كالإدمان الناتج من كثرة الاستعمال، وضيق الوقت، وجهل الكثيرين من خلال الكشف عن خصوصياتهم.

وناقشت عدد من الدراسات السابقة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو عدد من الظواهر المجتمعية،⁽²⁰⁾ (الدبيسي والطاهات، 2013) حول "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، فقد سعت لمعرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات؛ من خلال استخدام منهج المسح الوصفي عن طريق تصميم استبانة وزعت على عينة قوامها (300) طالباً وطالبة من طلبة الجامعات الأردنية. وخلصت الدراسة إلى انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي منشأها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

1. تحديد المنهج العلمي وصياغة أسئلة الدراسة وفرضياتها وأهدافها.
2. المساعدة في اختيار أداة الدراسة المناسبة، لتحقيق أهداف الدراسة.
3. المساعدة في اختيار مجتمع الدراسة وعينتها.
4. المساعدة في تحديد المعالجات الإحصائية المناسبة.
5. الاستفادة من الدراسات السابقة في ربطها مع نتائج الدراسة الحالية.

خامساً: الإطار النظري للدراسة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تهتم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجالات البحث المتخصصة بالإعلام الرقمي وعلاقته بالجمهور في شتى المجالات سواء في الأوقات العادية أو الأزمات، وتنعكس أهمية وسيلة الإعلام أو التقنية الرقمية نتيجة زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل القضايا، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن القضايا المجتمعية أيا كانت طبيعتها لدى الجمهور وكذلك تشكيل اتجاهاته، ففي أوقات عدم الاستقرار يزداد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات بل وإن وسائل الإعلام قد تكون ربما المصدر الوحيد الذي يعتمد عليه الجمهور.²¹

تفترض النظرية أن الجمهور يلجأ لوسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة، ومن الأهداف الرئيسية للنظرية هو الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثار قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، وهنا بالتطبيق على صفحات موقع الفيس بوك الذي يتناول قضايا الرأي العام مثل البطالة، لذا تم توظيف هذه النظرية في الدراسة الحالية، للتعرف على التأثيرات الاتصالية التي تحدث للجمهور الأردني نتيجة الاعتماد على هذه المواقع، حيث تشير النظرية إلى أن التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم ووسائل الإعلام تعكس العلاقة بين درجة الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك للأفراد باعتبارها مجالات التأثير الناتج عن هذا الاعتماد، وتتمثل هذه التأثيرات الاتصالية في (التأثيرات المعرفية، الوجدانية، السلوكية).²²

سادساً: تساؤلات وفروض الدراسة:

أ- تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما معدل استخدام الأردنيين للصفحات التي تتناول قضية (البطالة) على موقع الفيس بوك؟
2. ما أسباب اعتماد عينة الدراسة الأردنيين على موقع الفيس بوك الذي يتناول قضية (البطالة)؟
3. ما أشكال تفاعل الأردنيين مع الصفحات التي تتناول قضية (البطالة) على موقع الفيس بوك؟
4. ما اعتماد أفراد عينة الدراسة على الموضوعات المتعلقة بقضية "البطالة" في موقع الفيس بوك؟
5. ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للأردنيين نتيجة تفاعلهم مع الصفحات التي تتناول قضية (البطالة) على موقع الفيس بوك؟

2: فروض الدراسة: تسعى الدراسة الحالية إلى اختبار الفرضيات الآتية:

1. الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية (البطالة) وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات.
2. الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية (البطالة) والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية في تشكيل الرأي العام لديهم نحوها.

تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. **نوع الدراسة:** تعد الدراسة من البحوث الوصفية التحليلية والتي ترتبط بمفهوم شرح وتوضيح المواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة مجتمعية مجال الدراسة والاهتمام ذات المتغيرات المتشعبة، حيث وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها،²³ مما يعين في نهاية الأمر على تحليل الواقع الفعلي للظاهرة المجتمعية مجال الدراسة وتقديم وصف تفريري وتحليلي للأسباب الظاهرية والتوجهات المرتبطة بالظاهرة مجال الدراسة، وبالتالي الوصول لاستنتاجات منطقية تسهم في طرح حلول للظاهرة مجال الدراسة²⁴، وهنا تهتم الدراسة بتفسير دور الشبكات الاجتماعية التي تتناول قضايا الرأي العام الأردنية عامة وبشكل خاص قضية (البطالة) على الجمهور الأردني المستخدم لهذه الشبكات والمتفاعل معها مما يترتب عليه التأثير على توجهات الجمهور الأردني نحو هذه القضية معرفياً ووجدانياً وسلوكياً، وبالتالي من شأن هذه الدراسة أن تعمل على ترسيخ تلك القيم والمفاهيم، مما يعطي صورة واضحة عن الشبكات الاجتماعية في تشكيل توجهات الرأي العام الأردني.

2. **منهج الدراسة:** استخدم الباحث منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، والذي يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، لذا يُعتبر هذا المنهج رئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي،²⁵ لذلك فإن الباحث اعتمد منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي في جمع البيانات عن طريق أساليب وطرق الاحصاء الوصفي وتحويلها الى بيانات كمية قابلة للتعامل الاحصائي²⁶، ويستهدف منهج المسح في الدراسة الوقوف على تأثير تناول الشبكات الاجتماعية (الفييس بوك) لقضايا الرأي العام الأردني وبالتركيز على قضية البطالة في تشكيل وعيه وتحفيزه على المشاركة المجتمعية، وتمثل المنهج المستخدم في مسح الجمهور: والذي يشمل عينة من جمهور الأردني المتفاعل مع الشبكات الاجتماعية، من مختلف الخصائص الاجتماعية والتعليمية والاقتصادية والعمرية والنوع.

3. **مجتمع الدراسة:** يُعرف مجتمع البحث على أنه "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته بعد سحب العينة منه نظراً لكبر حجمه وصعوبة التطبيق الشامل على كافة مفرداته، وقد تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور الأردني المتفاعل مع الشبكات الاجتماعية.

4. **عينة الدراسة الميدانية:** اختار الباحث عينة المتاحة وهي نوع من أنواع العينات غير الاحتمالية ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلاً، حيث الوصول لعينة الدراسة التي ينطبق عليها الشروط وفي فترة زمنية محددة وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة وهو الجمهور الأردني الذي يتفاعل مع صفحات الشبكات الاجتماعية وتحديد موقع الفييس بوك والذي يتناول قضايا الرأي العام الأردني وهنا بالتحديد

قضية البطالة، تم سحب عينة بلغ حجمها 400 مفردة من هذا المجتمع، وكانت خصائص عينة الدراسة كما يلي:

- بلغ عدد الذكور عينة الدراسة 229 مفردة، مما يشكل نسبة 57.3% من إجمالي العينة، في حين بلغ عدد الإناث 171 مفردة، بنسبة 42.8%. هذا التوزيع يشير إلى تفوق نسبي لعدد الذكور في العينة، مما قد يعكس بعض الفروقات في التفاعل مع قضايا البطالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- يتوزع المشاركون في الدراسة على عدة فئات عمرية، حيث شكلت الفئة العمرية من 25 إلى أقل من 35 سنة النسبة الأكبر بـ 233 مفردة، أي 58.3% من العينة. تليها الفئة العمرية من 35 إلى أقل من 45 سنة بنسبة 23.0% (92 مفردة)، ثم الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 25 سنة بنسبة 13.5% (54 مفردة)، وأخيراً الفئة العمرية الأكبر من 45 سنة بنسبة 5.3% (21 مفردة). هذا التوزيع يعكس اهتماماً كبيراً من قبل الشباب بقضية البطالة ومناقشتها عبر الفيسبوك.

- تشير البيانات إلى أن نحو نصف المشاركين يحملون شهادة البكالوريوس، حيث بلغ عددهم 188 مفردة بنسبة 47.0%. بينما يحمل 141 مفردة شهادة الماجستير (35.3%)، و56 مفردة يحملون شهادة الدكتوراه (14.0%). وبلغ عدد المشاركين من حملة الدبلوم المتوسط 15 مفردة فقط، بنسبة 3.8%. يوضح هذا التوزيع أن العينة تمتلك مستوى تعليمياً مرتفعاً، مما قد يؤثر على كيفية تناولهم ومناقشتهم لقضية البطالة.

- من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي، يتبين أن أكثر من نصف العينة (56.5%) ينتمون إلى الفئة الاقتصادية الاجتماعية المرتفعة، حيث بلغ عددهم 226 مفردة. في المقابل، ينتمي 93 مفردة إلى الفئة الاقتصادية الاجتماعية المنخفضة بنسبة 23.3%، و81 مشاركاً ينتمون إلى الفئة المتوسطة بنسبة 20.3%. يعكس هذا التوزيع هيمنة واضحة للفئة الاقتصادية العليا، مما قد يشير إلى تفاعل أكبر مع القضايا الاجتماعية والاقتصادية عبر الفيسبوك.

5. **أداة الدراسة الميدانية:** يعد الاستبيان من الأدوات الرئيسية في جمع البيانات من الباحثين لتحقيق الهدف من الدراسة²⁷، وتم تصميم الاستبيان الخاص بالدراسة في ضوء تساؤلات البحث وأهدافه، والإطار النظري ليكون وافي قدر الإمكان، وصياغة تتلاءم ومفهوم المتغير المراد قياسه، بهدف معرفة مدى استخدام الشبكات الاجتماعية في تشكيل توجهات الرأي العام الأردني إزاء قضايا البطالة.

6. **اختبارات الصدق والثبات:** تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبار الثبات والصدق لها،²⁸ وذلك على النحو التالي:

أ- **اختبار الصدق (Validity):** يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، وقد قام الباحث بعرض أدوات جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والسياسية والإحصاء لإبداء الرأي والحكم على فئات الاستمارة من حيث تحقيق الأهداف، وإجراء التعديلات سواء أكان من حيث اللغة أو بالإضافة أو الحذف، وتم تحديد الاتفاق فيما بينهم ومن ثم الوصول للشكل النهائي للاستمارة.

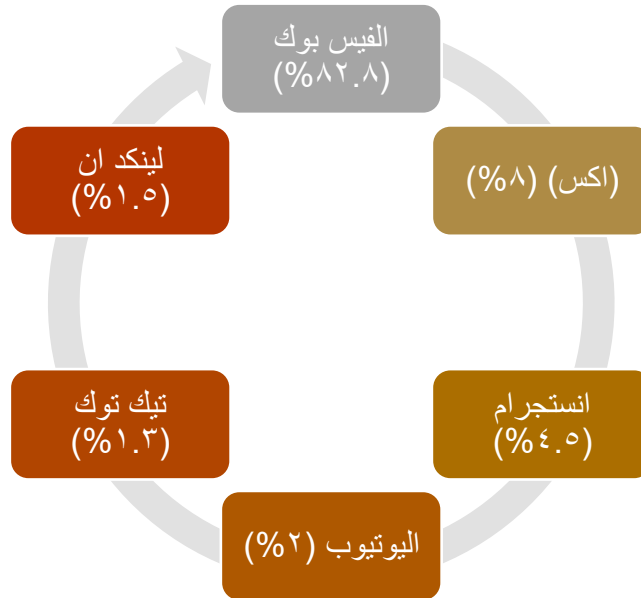
ب- اختبار الثبات (Reliability): يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث،²⁹

تاسعاً: المعالجة الإحصائية للدراسة: قام الباحث بالاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

عاشراً: نتائج الدراسة الميدانية:

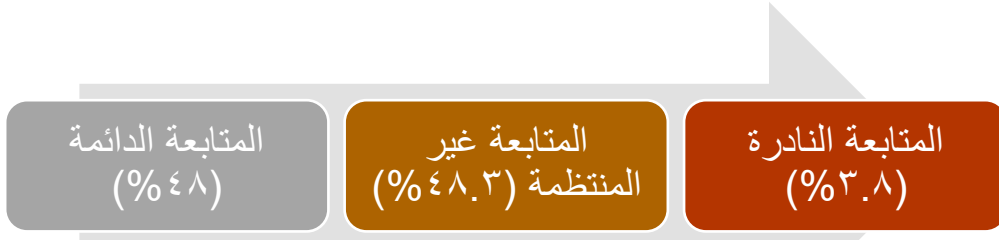
المحور الأول: متابعة العينة لتطور قضية البطالة عبر الشبكات الاجتماعية وتحديدًا الفيس بوك:

شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة لمعرفة تطور قضايا البطالة:



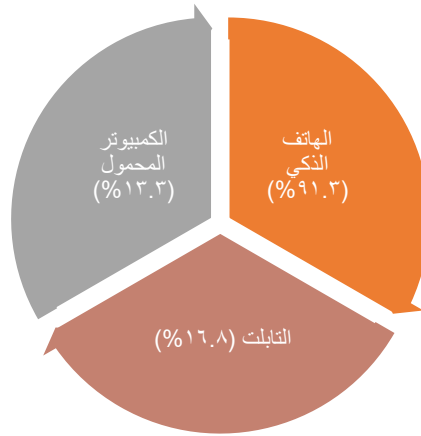
شكل رقم (1)- شبكات التواصل الأكثر تفضيلاً لمتابعة عينة الدراسة عبرها لقضايا البطالة يعكس نتائج الشكل السابق توزيع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في مناقشة موضوع البطالة، حيث يهيمن فيسبوك بشكل كبير بنسبة 82.8% من إجمالي العينة، ويمكن تفسير هذه الهيمنة بشعبية فيسبوك الواسعة وسهولة الوصول إليه بين شرائح المجتمع المختلفة، مما يجعله المنصة الرئيسية للتعبير عن القضايا الاجتماعية والاقتصادية. ويأتي تويتر (أو إكس) في المرتبة الثانية بنسبة 8.0%، وهو ما يعكس دوره كمنصة للنقاشات السريعة والمختصرة. تساهم انستجرام والفيوتوب وتيك توك بنسب أقل (4.5%، 2.0%، و1.3% على التوالي)، وهذا قد يشير إلى أن هذه المنصات تُستخدم بشكل أكبر للمحتوى

البصري والترفيهي بدلاً من النقاشات الجادة. ويأتي لينكد إن في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.5%، مما يعكس طبيعته المهنية وتركيزه على المواضيع المتعلقة بسوق العمل بشكل أكثر تخصصاً.
مستوى متابعة عينة الدراسة لموقع فيس بوك كمصدر للمعلومات عن قضايا البطالة:



شكل رقم (2)- مستوى متابعة العينة لموقع فيس بوك كمصدر للمعلومات عن قضايا البطالة

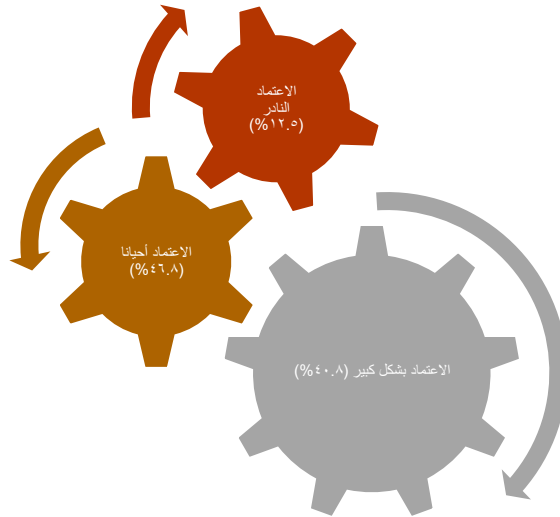
تشير نتائج الشكل السابق إلى أن موضوع البطالة يحظى بمتابعة مستمرة بين الجمهور، حيث يتابع 48.0% من الناس هذه القضية دائماً، مما يعكس أهميتها البالغة وتأثيرها الكبير على حياتهم اليومية. كما أن 48.3% يتابعون القضية أحياناً، مما يشير إلى أن هذا العدد الكبير من العينة يهتم بالموضوع ولكنه قد لا يتابع كل التطورات بشكل دائم. في المقابل، نسبة قليلة جداً، 3.8%، يتابعون موضوع البطالة نادراً، وهو ما قد يدل على أن هذه الفئة قد تكون أقل تأثراً أو مهتمة بقضايا أخرى. بشكل عام، تعكس هذه النتائج الوعي العالي والاهتمام الكبير بموضوع البطالة وتأثيره على المجتمع.
الوسائط التكنولوجية التي يتم من خلالها متابعة قضايا البطالة:



شكل رقم (3)- الوسائط التكنولوجية التي يتم من خلالها متابعة قضايا البطالة

تشير نتائج الشكل السابق أن الهواتف الذكية هي الوسيلة الرئيسية لمتابعة موضوع البطالة، حيث يستخدمها 91.3% من العينة، مما يعكس انتشار الهواتف الذكية وسهولة الوصول إلى المعلومات من خلالها. يأتي التابلت في المرتبة الثانية بنسبة 16.8%، وهو ما يعكس استخدامه بشكل أقل مقارنة بالهواتف الذكية، وربما يكون ذلك بسبب حجم الجهاز أو تكلفته. أما الكمبيوتر المحمول فيأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 13.3%، مما يشير إلى استخدامه بشكل أقل لمتابعة الأخبار والمستجدات حول موضوع البطالة. هذه النتائج تعكس تحول الناس إلى الأجهزة المحمولة والأكثر سهولة في الاستخدام لمتابعة القضايا الهامة في حياتهم اليومية.

اعتماد عينة الدراسة على الموضوعات المتعلقة بقضية "البطالة" في موقع الفيسبوك:



شكل رقم (4)- اعتماد العينة على مناقشة قضية البطالة في موقع الفيس بوك

تشير نتائج الجدول إلى أن نسبة كبيرة من الناس يعتمدون بشكل كبير أو أحياناً على وسائل معينة لمتابعة موضوع البطالة، حيث أن 40.8% يعتمدون بشكل كبير و46.8% يعتمدون أحياناً. هذا يوضح أن هناك اهتماماً كبيراً ومتابعة نشطة لموضوع البطالة من قِبَل الغالبية. في المقابل، نسبة قليلة تبلغ 12.5% يعتمدون نادراً على هذه الوسائل. وجاء المتوسط الحسابي للاعتماد على وسائل المتابعة بـ 2.28، مع انحراف معياري قدره 0.674، مما يعكس تبايناً معتدلاً في مستويات الاعتماد بين الأفراد. كما بلغ الوزن النسبي للاعتماد على هذه الوسائل بقيمة 76.0، مما يؤكد على الأهمية الكبيرة التي يوليها العينة لمتابعة موضوع البطالة عبر هذه الوسائل مما يعكس قلق العينة البالغ حول البطالة وحرصهم على متابعة المستجدات المتعلقة بها بشكل دوري.

أبرز الصفحات التي تستخدمها على موقع الفيسبوك وتتناول قضية (البطالة):

جدول رقم (1)

- أبرز الصفحات التي تستخدمها على موقع الفيس بوك وتتناول قضية البطالة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		البطالة
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.3	0.619	2.56	6.8	27	31.0	124	62.3	249	صفحة قناة المملكة
78.7	0.665	2.36	10.5	42	42.5	170	47.0	188	صفحة قناة رؤيا
63.7	0.688	1.91	28.5	114	52.0	208	19.5	78	صفحة موقع الوكيل الإخباري
60.7	0.71	1.82	35.8	143	46.5	186	17.8	71	صفحة جريدة الغد
60.7	0.666	1.82	32.8	131	52.5	210	14.8	59	صفحة عمون الإخبارية

تشير نتائج الجدول إلى تفاوت مستويات الاعتماد على الصفحات الإخبارية المختلفة لمتابعة موضوع البطالة. تعتبر صفحة قناة المملكة الأكثر متابعة، حيث يتابعها دائماً 62.3% من الأفراد، مما يعكس الثقة العالية والمصداقية التي تتمتع بها هذه القناة كما يلاحظ أن نسبة 31.0% يتابعونها أحياناً و6.8% نادراً، مع متوسط متابعة قدره 2.56 وانحراف معياري 0.619، مما يدل على استمرارية عالية في المتابعة.

تأتي صفحة قناة رؤيا في المرتبة الثانية، حيث يتابعها دائماً 47.0% وأحياناً 42.5%، مما يعكس اهتماماً كبيراً، وإن كان أقل من قناة المملكة، ثم تأتي صفحات موقع الوكيل الإخباري وجريدة الغد وعمون الإخبارية تحصل على نسب متابعة أقل بشكل ملحوظ، حيث يتابعها دائماً 19.5%، و17.8%، و14.8% على التوالي، مع انخفاض في المتوسط والوزن النسبي، مما يشير إلى تفضيل الجمهور للصفحات التلفزيونية على المواقع الإلكترونية والصحف التقليدية في متابعة موضوع البطالة. هذا التفاوت يعكس تنوع مصادر المعلومات واهتمامات الجمهور المختلفة بحسب الوسيلة الإعلامية.

أسباب متابعة عينة الدراسة لموقع "الفيس بوك" الذي يناقش قضايا البطالة:

جدول رقم (2)

- أسباب متابعة عينة الدراسة لموقع "الفيس بوك" الذي يناقش قضايا البطالة

%	ك	الأسباب
39.8	159	لجاذبية الشكل والمحتوى للمنشورات المتعلقة بالقضية
30.8	123	لمراعاة إبراز أهمية الحدث المتعلق بالقضية
29.8	119	لمتابعة تطورات الإجراءات المتخذة لمعالجتها بالقضية
19.5	78	لتفضيلها في مشاهدة المحتوى المعلوماتي المرتبط بالقضية مجال الاهتمام الخاص بي
24.0	96	لتميز القصص المقدمة بأنها ذات طابع تفاعلي إنساني
20.3	81	لتميز المحتوى بتقديم مضامين إيجابية وتحفز على تعزيز المشاركة المجتمعية المرتبطة بالقضية
19.8	79	للاعتياد على متابعتها لأنها من القضايا المجتمعية الهامة والمصيرية
30.5	122	لسهولة التعرض للمحتوى المنشور عن القضية عبر الفيس بوك
16.8	67	للشعور بالألفة مع الوسيلة عند متابعة القضية عبر الفيس بوك
	400	الإجمالي

يشير جدول رقم (2) إلى تعدد الأسباب التي تدفع عينة الدراسة لمتابعة قضايا البطالة عبر "الفيس بوك". وجاء السبب الأكثر شيوعاً هو جاذبية الشكل والمحتوى للمنشورات، حيث

يفضل 39.8% من العينة هذه المنصة بسبب تصميمها الجذاب والمحتوى المثير للاهتمام. يلي ذلك مراعاة إبراز أهمية الحدث بنسبة 30.8%، مما يعكس حرص المتابعين على البقاء مطلعين على المستجدات الهامة. ثم تأتي سهولة التعرض للمحتوى المنشور في المرتبة الثالثة بنسبة 30.5%، مما يبرز دور سهولة الوصول والتفاعل الفوري في جذب المستخدمين.

كما تشير النتائج إلى أن نسبة 29.8% من العينة يتابعون "الفيس بوك" لمتابعة تطورات الإجراءات المتخذة لمعالجة قضايا البطالة، و24.0% يفضلون القصص التفاعلية الإنسانية التي تقدمها المنصة. ثم جاء تفضيل مشاهدة المحتوى المعلوماتي المرتبط بمجال الاهتمام الخاص بالمتابعين بشكل سبباً بنسبة 19.5%، ويليهما الاعتياد على متابعة القضايا المجتمعية الهامة بنسبة 19.8%. بالإضافة إلى ذلك، يفضل 20.3% من المستخدمين المحتوى الذي يحفز على تعزيز المشاركة المجتمعية، بينما يشعر 16.8% بالألفة مع الوسيلة. هذه النتائج تعكس تنوع اهتمامات المستخدمين وأسباب متابعتهم لقضايا البطالة عبر "الفيس بوك"، مما يشير إلى دور المنصة في تلبية احتياجات متعددة وجذب جمهور واسع.

المحور الثاني: تفاعل عينة الدراسة مع موقع الفيس بوك لمناقشة قضايا البطالة:
الأهداف المتحققة من متابعة عينة الدراسة لموقع "الفيس بوك" الذي يناقش قضايا البطالة:

جدول رقم (3)

الأهداف المتحققة من متابعة العينة لموقع الفيس بوك لمناقشة قضايا البطالة

البيانات	البيانات	البيانات	معارض		محايد		موافق		البيانات
			%	ك	%	ك	%	ك	
الوزن النسبي	الاتحاف المعياري	المتوسط							
85.7	0.562	2.57	3.5	14	36.0	144	60.5	242	يساعد النشر عبر موقع الفيس بوك في اكتساب مادة تصبح جزءاً من النقاش مع الآخرين حول القضية
84.0	0.579	2.52	4.3	17	39.8	159	56.0	224	يمتاز محتوى المادة المقدمة بالثراء المعلوماتي مما يكسبني معرفة إيجابية عن تطورات هذه القضية
83.3	0.621	2.5	6.8	27	36.8	147	56.5	226	تتصف المعالجة بأنها تعمل على توجيهي نحو السلوك الصحيح لتحقيق المشاركة المجتمعية للحد من هذه الظاهرة
82.7	0.621	2.48	6.8	27	38.8	155	54.5	218	اعتمد على المادة المقدمة عبر موقع الفيس بوك في التعرف على اتجاهات الرأي العام للمجتمع الأردني بخصوص تقييمه لإجراءات الدولة للحد من الظاهرة
81.7	0.627	2.45	7.3	29	40.5	162	52.3	209	يمكن موقع الفيس بوك من الاسترخاء والاستمتاع بالمكان الذي أستمع أو

البيانات	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك			
أشاهد فيه									
يسهم موقع الفيس بوك في أن أكون رؤيتي الخاصة بخصوص القضية بالمجتمع الأردني	47.3	189	47.0	188	5.8	23	2.41	0.599	80.3
تساعدني معالجة الفيس بوك على فهم الأسباب الحقيقية وراء تفاقم الظاهرة بالمجتمع الأردني	45.0	180	51.0	204	4.0	16	2.41	0.568	80.3
اعتمد على موقع الفيس بوك في متابعة القضية كنوع من التسلية والترفيه	49.5	198	41.5	166	9.0	36	2.4	0.65	80.0
اعتمد على موقع الفيس بوك لكي أتمكن من التعامل مع المواقف الصعبة التي تحدث نتيجة ما يتم نشره عليها فيما يخص تطورات القضية	47.8	191	43.5	174	8.8	35	2.39	0.643	79.7

تشير نتائج الجدول إلى أن النشر عبر موقع "الفيس بوك" يلعب دورًا هامًا في مناقشة قضايا البطالة بين الأفراد حيث يتفق 60.5% من المشاركين على أن النشر يساعد في اكتساب مادة تصبح جزءاً من النقاش، مع متوسط 2.57 وانحراف معياري 0.562، مما يعكس وزناً نسبياً عالياً (85.7%) لهذا السبب. يليه محتوى المادة المقدمة، حيث يعتبر 56.0% من المشاركين أنه يمتاز بالثراء المعلوماتي مما يكسبهم معرفة إيجابية، بمتوسط 2.52 وانحراف معياري 0.579، ووزن نسبي 84.0%، كما أشار 56.5% إلى أن معالجة الفيس بوك توجههم نحو السلوك الصحيح لتحقيق المشاركة المجتمعية، مما يعكس أهمية المحتوى التوجيهي بمتوسط 2.5 وانحراف معياري 0.621 ووزن نسبي 83.3%.

ثم جاء الاعتماد على الفيس بوك للتعرف على اتجاهات الرأي العام وتقييم إجراءات الدولة للحد من الظاهرة كان محل اتفاق 54.5% من المشاركين، بمتوسط 2.48 وانحراف معياري 0.621 ووزن نسبي 82.7%، بالإضافة إلى ذلك، يجد 52.3% من المشاركين أن الفيس بوك يمكنهم من الاسترخاء والاستمتاع بالمكان الذي يستمعون أو يشاهدون فيه المحتوى، بمتوسط 2.45 وانحراف معياري 0.627 ووزن نسبي 81.7%. بينما يرى 47.3% أن الفيس بوك يسهم في تكوين رؤيتهم الخاصة بالقضية، بنفس المتوسط والوزن النسبي. تُظهر النتائج أيضاً أن 45.0% يرون أن معالجة الفيس بوك تساعدهم على فهم الأسباب الحقيقية وراء تفاقم الظاهرة، بينما يعتمد 49.5% على الفيس بوك كنوع من التسلية والترفيه، و47.8% يعتمدون عليه للتعامل مع المواقف الصعبة التي تنشر حول تطورات القضية.

توضح هذه النتائج أن الفيس بوك يعتبر منصة هامة ليس فقط لمتابعة وتقييم قضايا البطالة، ولكن أيضاً للمساهمة في النقاشات المجتمعية وتوجيه السلوكيات. كما يعكس الدور المتنوع للفيس بوك في تقديم محتوى غني بالمعلومات، توجيهي، ترفيهي، ومساعد في التعامل مع التحديات.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات السابقة مقياساً عامًا للأهداف المتحققة من متابعة عينة الدراسة لموقع الفيس بوك الذي يناقش قضايا البطالة:

جدول رقم (4)

- مستويات المقياس العام للأهداف المتحققة من متابعة العينة لموقع الفيس بوك لمناقشة قضايا البطالة

المستويات	ك	%
منخفض	5	1.3
متوسط	172	43
مرتفع	223	55.7
الإجمالي	400	100

تشير نتائج جدول رقم (4) إلى أن غالبية عينة الدراسة تجد أن الأهداف المتحققة من متابعة موقع "الفيس بوك" لمناقشة قضايا البطالة تتراوح بين المتوسطة والعالية. حيث يرى 55.7% من المشاركين أن الأهداف المتحققة مرتفعة، مما يعكس رضاهم الكبير عن المحتوى والمناقشات المتعلقة بالبطالة على هذه المنصة. بالإضافة إلى ذلك، يعتبر 43% من العينة أن الأهداف المتحققة متوسطة، مما يشير إلى تحقيق بعض الفوائد والمعرفة ولكن ليس بشكل كامل. نسبة قليلة جدًا، بلغت 1.3%، ترى أن الأهداف المتحققة منخفضة، مما يعكس وجود فئة صغيرة غير راضية عن المحتوى المقدم. بشكل عام، تعكس هذه النتائج الدور الهام الذي يلعبه "الفيس بوك" في تزويد المستخدمين بالمعلومات والمناقشات الفعالة حول قضايا البطالة، وقدرته على تحقيق أهدافهم واهتماماتهم بشكل كبير. هذا يبرز أهمية المنصة كأداة للتواصل والتوعية بالقضايا الاجتماعية والاقتصادية الهامة.

أنماط تفاعل الجمهور الأردني مع متابعتهم للمستجدات المرتبطة بقضية البطالة عبر موقع الفيس بوك:

جدول رقم (4)

أنماط تفاعل الجمهور الأردني مع متابعتهم للمستجدات المرتبطة بقضية البطالة عبر موقع الفيس بوك

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		البطالة
			%	ك	%	ك	%	ك	
87.0	0.556	2.61	3.5	14	32.0	128	64.5	258	احرص على معرفة التنويهات عبر ما يقدمه موقع الفيس بوك حول القضية
86.0	0.561	2.58	3.5	14	35.3	141	61.3	245	إذا لم أتمكن من فهم المواد المتعلقة بالقضية بشكل جيد أقوم بحفظه لمعاودة قراءته مرة ثانية
84.7	0.547	2.54	2.5	10	41.0	164	56.5	226	أحدث مع الآخرين حول جوانب القضية بعد قراءتها ومتابعتها عبر التغطيات الإخبارية المتنوعة عبر المواقع المختلفة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		البطالة
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.0	0.562	2.52	3.3	13	42.0	168	54.8	219	أقوم بمقارنة ما تم قراءته بخصوص القضية ومستجداتها بمصادر ووسائل إعلامية أخرى تقوم بتناولها
82.7	0.613	2.48	6.3	25	39.0	156	54.8	219	أركز في التفاصيل التي يتم تقديمها عن المستجدات الخاصة بالقضية عبر موقع الفيس بوك
82.7	0.621	2.48	6.8	27	38.5	154	54.8	219	أكتفي بالإعجاب على محتوى القضية على موقع الفيس بوك
81.3	0.695	2.44	11.8	47	32.0	128	56.3	225	أقوم بمشاركة محتوى القضية على موقع الفيس بوك مع الآخرين
80.0	0.653	2.4	9.3	37	41.5	166	49.3	197	أقوم بالتعليق وإبداء الرأي بالصفحات المخصصة في مناقشة القضية على موقع الفيس بوك
78.0	0.701	2.34	13.3	53	39.3	157	47.5	190	لا أستطيع فعل أي شيء آخر أثناء قراءة المحتوى الخاص بالقضية حتى لا يغيب عني أي معلومة عنهما
77.0	0.723	2.31	15.3	61	38.0	152	46.8	187	دعوة الأصدقاء لمتابعة المحتوى الخاص بالقضية عبر موقع الفيس بوك
75.3	0.696	2.26	14.5	58	44.8	179	40.8	163	إرسال رسالة للقائمين على إدارة صفحات موقع الفيس بوك التي تتناول القضية لإبداء الرأي

تشير النتائج إلى أن أنماط تفاعل الجمهور الأردني مع متابعة مستجدات قضية البطالة عبر موقع الفيس بوك تنسم بالاهتمام والتفاعل النشط. النسبة الأكبر من العينة (64.5%) يحرصون على معرفة التنويهات المتعلقة بالقضية، مما يعكس حرصهم على البقاء مطلعين على آخر التطورات. كذلك، نسبة كبيرة منهم (61.3%) يحتفظون بالمحتويات التي لم يفهموها جيداً لمراجعتها لاحقاً، مما يدل على اهتمامهم العميق بالفهم الكامل للمادة. وجاء نسبة 56.5% من العينة يتحدثون مع الآخرين حول جوانب القضية بعد متابعتها، مما يعكس دور الفيس بوك كمنصة للنقاش المجتمعي. نسبة قريبة (54.8%) يقومون بمقارنة ما قرأوه مع مصادر إعلامية أخرى، مما يشير إلى رغبتهم في الحصول على صورة شاملة ودقيقة حول القضية.

ثم جاء كل من التركيز على التفاصيل (54.8%) والإعجاب بالمحتوى (54.8%) يظهران اهتماماً عالياً بالمحتوى المنشور على الفيس بوك. كذلك، 56.3% من المشاركين يقومون

بمشاركة المحتوى مع الآخرين، مما يعكس رغبتهم في نشر الوعي والمعلومات بين مجتمعهم.

من ناحية التفاعل المباشر، فقد جاء نسبة 49.3% من العينة يعلقون ويبادرون بإبداء آرائهم على الصفحات المخصصة لمناقشة القضية، مما يعكس انخراطاً عالياً في النقاشات. كما أن 47.5% يركزون تماماً على قراءة المحتوى دون القيام بأي شيء آخر، مما يدل على اهتمامهم الشديد وعدم رغبتهم في تقوية أي معلومات هامة.

ثم جاء دعوة الأصدقاء لمتابعة المحتوى (46.8%) وإرسال رسائل للفائمين على إدارة الصفحات (40.8%) مما يعكسان رغبة المشاركين في تعزيز التفاعل المجتمعي والمشاركة في النقاشات بشكل أوسع. بشكل عام، تعكس هذه الأنماط تفاعلاً كبيراً واهتماماً عالياً من قبل الجمهور الأردني في متابعة قضية البطالة عبر الفيس بوك، مما يبرز أهمية المنصة في نشر الوعي وتوفير مساحة للنقاش المجتمعي حول القضايا الهامة.

المحور الثالث: التأثيرات الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي "موقع الفيس بوك" وأثره في تشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا البطالة:

جدول رقم (5)

التأثيرات الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي "موقع الفيس بوك" وأثره في تشكيل اتجاهاتهم نحو قضايا البطالة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة عالية		البطالة
			%	ك	%	ك	%	ك	
التأثيرات المعرفية									
83.7	0.566	2.51	3.5	14	42.5	170	54.0	216	تسهل المعلومات الخاصة بتناول القضية في تمكيني من تحليل كافة المعلومات ذات العلاقة بمستجداتها
81.3	0.602	2.44	5.8	23	44.3	177	50.0	200	تؤثر المعلومات على قدرتي في التنبؤ بتطورات القضية مستقبلاً
79.7	0.6	2.39	6.0	24	48.5	194	45.5	182	يتوافق المضمون المطروح حول القضية بموقع الفيس بوك مع مستوى تفاصيل الأحداث الخاصة بتناول القضية
79.0	0.586	2.37	5.5	22	52.0	208	42.5	170	يؤثر ما يقدم في موقع الفيس بوك حول القضية في تنمية معلوماتي عن التطورات السابقة المرتبطة بالقضية والتي أدت للوضع الحالي
78.7	0.624	2.36	8.0	32	48.5	194	43.5	174	يحظى ما يقدم بموقع الفيس بوك حول القضية بقبولي
78.0	0.608	2.34	7.3	29	51.8	207	41.0	164	يؤثر ما يقدم في موقع الفيس بوك في تشكيل موافقي نحو تداعيات وأحداث القضية
77.3	0.612	2.32	7.8	31	52.3	209	40.0	160	أستطيع اتخاذ قراراتتي نحو القضية عبر خبرتي المتراكمة من متابعة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة عالية		البطالة
			%	ك	%	ك	%	ك	
									تغطياتها عبر موقع الفيس بوك
التأثيرات الوجدانية									
85.7	0.553	2.57	3.0	12	37.3	149	59.8	239	تسهم الموضوعات المطروحة بخصوص القضية على موقع الفيس بوك في رفع مستوى التعاطف مع أطراف هذه القضايا
81.3	0.602	2.44	5.8	23	44.8	179	49.5	198	تحفزني المعلومات المطروحة عن القضية لمتابعتها
79.7	0.655	2.39	9.5	38	42.3	169	48.3	193	أقبل الأفكار الجديدة المقدمة عن القضية بحماس وجدية
78.7	0.606	2.36	6.8	27	50.3	201	43.0	172	تسهم المضامين المقدمة حول القضية في رسم صورة مقبولة للأحداث المرتبطة بقضايا البطالة ومنه التقييم الموضوعي
78.0	0.621	2.34	8.0	32	50.0	200	42.0	168	أتضايق من موقع الفيس بوك عند تقديمه للقضية والتي تصرح بخلوها من معلومات كاذبة ولكنها أحيانا تكون موجودة
78.3	0.624	2.35	8.0	32	48.8	195	43.3	173	أشعر بالتعاطف مع المسؤولين الذين يبذلون تضارياً جدهم في التعامل مع القضية
76.7	0.633	2.3	9.5	38	51.0	204	39.5	158	تكوين صورة إيجابية عن الأداء الحكومي في تعامله مع مستجدات وتطورات القضية
التأثيرات السلوكية									
81.7	0.564	2.45	3.5	14	48.0	192	48.5	194	تؤثر المضامين الإيجابية الواردة بالموقع في تغيير اتجاهاتهم نحو مختلف الموضوعات المرتبطة بالقضية
79.0	0.624	2.37	7.8	31	47.5	190	44.8	179	أدعم جهود الحكومة في عرض الحقائق حول القضية
78.7	0.59	2.36	5.8	23	52.0	208	42.3	169	تمكن المعالجة الإعلامية من تبني القرار السليم في التعامل مع القضية ذات الطبيعة الجدلية والمؤثرة في الرأي العام
78.7	0.63	2.36	8.3	33	47.5	190	44.3	177	تؤدي المضامين الإيجابية الواردة بالموقع دوراً في تغيير سلوكي كجزء من المنظومة ككل بأن أكون مساهماً في الحد من الظاهرة
78.3	0.616	2.35	7.5	30	49.5	198	43.0	172	تدفعني اخبار السلبية المرتبطة بالقضية للمشاركة في جهود مكافحتها

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة عالية		البطالة
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.0	0.604	2.34	7.0	28	52.3	209	40.8	163	تدفعني الأخبار المنشورة بالموقع عن القضية للمشاركة في نشرها
78.0	0.612	2.34	7.5	30	51.3	205	41.3	165	تؤثر القضايا المرتبطة بالقضية في دعوتهم للآخرين للقيام بواجبهم نحو خدمة المجتمع وإيجاد حلول لها
77.0	0.636	2.31	9.5	38	50.3	201	40.3	161	يؤثر ما يقدم بالموقع حول القضية في اتصالي مع الآخرين وخصوصا العائلة والأصدقاء

تشير نتائج الجدول السابقة إلى تنوع التأثيرات المتحققة من متابعة قضية البطالة عبر موقع الفيس بوك وجاءت النتائج كما يلي:

أولاً: التأثيرات المعرفية: تبين أن المعلومات المتعلقة بقضية البطالة على موقع "الفيس بوك" لها تأثيرات معرفية ملحوظة على الجمهور. حيث يرى 54.0% من المشاركين أن المعلومات تسهم بشكل كبير في تمكينهم من تحليل مستجدات القضية، مما يعكس مدى استفادتهم من المحتوى المقدم. نصف المشاركين تقريباً (50.0%) يشعرون أن المعلومات تؤثر على قدرتهم في التنبؤ بتطورات القضية المستقبلية، مما يدل على أن المحتوى يساعدهم في التوقعات المستقبلية. كما يتوافق المضمون المطروح بنسبة 45.5% مع مستوى تفاصيل الأحداث، لكن هناك تباين طفيف حول تأثيره على المعلومات السابقة وتشكيل المواقف الشخصية، مع نتائج أقل في هذه الجوانب.

وبشكل عام فإن الوزن النسبي المرتفع للتأثيرات المعرفية يعكس قبولاً وتقديراً عالياً لما يقدمه الفيس بوك في تقديم معلومات تفصيلية ومؤثرة حول القضية، لكن هناك تباين في القدرة على استخدام هذه المعلومات في اتخاذ القرارات. كما تشير النتائج إلى أن المحتوى المقدم يعزز الفهم والتحليل، ولكنه قد يواجه بعض التحديات في التأثير الكامل على القرارات الشخصية والمواقف.

التأثيرات الوجدانية: تشير نتائج الجدول إلى أن المعلومات والمحتويات المتعلقة بقضايا البطالة على موقع "الفيس بوك" لها تأثيرات وجدانية ملحوظة على الجمهور حيث يعبر 59.8% من المشاركين عن ارتفاع مستوى تعاطفهم مع أطراف القضية بفضل الموضوعات المطروحة، مما يدل على قدرة المحتوى على إثارة المشاعر والتفاعل العاطفي. بينما تحفز المعلومات المطروحة 49.5% من المشاركين على متابعة القضية، ويظهر 48.3% تقبلاً حماسياً للأفكار الجديدة. مع ذلك، يشعر 43.0% أن المضامين تسهم في رسم صورة مقبولة ولكن ليست مثالية، حيث أن 42.0% يتضايقون من التناقض بين التصريحات الرسمية والمعلومات الكاذبة أحياناً. تكوين صورة إيجابية عن الأداء الحكومي يعبر عنه 39.5% فقط، مما يشير إلى تباين في تقييم الأداء الحكومي. بشكل عام، تعكس النتائج تأثيراً عاطفياً قوياً للمحتوى المنشور على "الفيس بوك"، حيث يساهم في رفع مستوى التعاطف والتحفيز

لمتابعة القضية، رغم وجود بعض التحديات في قبول المعلومات والتقييمات الموضوعية للأداء.

التأثيرات السلوكية: تشير نتائج الجدول إلى أن المعلومات والمضامين المتعلقة بقضايا البطالة على موقع "الفييس بوك" تؤثر بشكل ملحوظ على السلوكيات المتعلقة بهذه القضية. حيث يرى 48.5% من المشاركين أن المضامين الإيجابية تؤثر في تغيير اتجاهاتهم نحو الموضوعات المرتبطة بالقضية، مما يعكس قدرة المحتوى على التأثير في الرؤى الشخصية. ومع ذلك، يدعم 44.8% من المشاركين جهود الحكومة في عرض الحقائق حول القضية، بينما 42.3% يرون أن المعالجة الإعلامية تساعد في اتخاذ قرارات سليمة بشأن القضايا الجدلية.

بينما تسهم المضامين الإيجابية في تحفيز بعض المشاركين (44.3%) ليكونوا مساهمين في الحد من الظاهرة، فإن الأخبار السلبية تدفع 43.0% للمشاركة في جهود مكافحتها. كما يسهم المحتوى في دفع 40.8% من المشاركين للمشاركة في نشر الأخبار المتعلقة بالقضية، و41.3% في دعوة الآخرين لخدمة المجتمع وإيجاد حلول. يظهر 40.3% أن ما ينشر على الفييس بوك يؤثر على اتصالاتهم مع العائلة والأصدقاء، مما يعكس دور المحتوى في تعزيز الحوار الاجتماعي حول القضية، بالمجمل، تعكس هذه النتائج تأثيراً ملحوظاً للمحتوى المنشور على سلوكيات الأفراد، حيث يساهم في تغيير الاتجاهات، دعم الجهود الحكومية، وتعزيز المشاركة الاجتماعية، رغم وجود بعض التباين في الاستجابة للتأثيرات السلوكية المختلفة.

اقتراحات عينة الدراسة لتحسين معالجة قضايا البطالة عبر موقع الفييس بوك:

جدول رقم (6)

اقتراحات عينة الدراسة لتحسين معالجة قضايا البطالة عبر موقع الفييس بوك

ك	%	
185	46.3	تعزيز توظيف التقنيات الجرافيكية بشكل احترافي للتقريب
181	45.3	التفاعل الحقيقي مع آراء الجمهور
176	44.0	رفع مستوى المتابعة الدورية اليومية
120	30.0	الاهتمام باستعراض آراء المتخصصين بشكل مؤثر في رفع مستوى الوعي بالتطورات
400		الإجمالي

تشير نتائج الاقتراحات إلى أن المشاركين في الدراسة يرون أهمية تحسين معالجة قضايا البطالة عبر موقع "الفييس بوك" من خلال تعزيز توظيف التقنيات الجرافيكية بشكل احترافي، مما يساعد في جعل المحتوى أكثر جذباً ووضوحاً. كما يؤكدون على ضرورة التفاعل الحقيقي مع آراء الجمهور لتعزيز الثقة والمشاركة، ورفع مستوى المتابعة اليومية لضمان اطلاع مستمر على التطورات. بالإضافة إلى ذلك، يوصون بالاهتمام بآراء المتخصصين لرفع مستوى الوعي وزيادة مصداقية المعلومات. تعكس هذه الاقتراحات رغبة قوية في تحسين جودة المحتوى والتفاعل لتحفيز تأثير أكبر في معالجة القضية.

نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

❖ **الفرض الرئيسي الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لصفحات الفييس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات .

جدول رقم (7)

قيمة معامل ارتباط بيرسون كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات
دال	0.000	**0.224	

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.224) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات. وبذلك يتم قبول هذا الفرض الرئيسي الأول، مما يعني أنه كلما ارتفع كثافة تعرض عينة الدراسة لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة كلما ارتفع معه بالتبعية تأثير متابعة المحتوى المرئي الذي يعتمد على توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على متابعة المحتوى التقليدي.

❖ **الفرض الرئيسي الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضيتي (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم.

جدول رقم (8)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضيتي (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضيتي (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم
دال	0.000	**0.228	

يكشف الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.228) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية وضعيفة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم وبذلك يتم قبول هذا الفرض الرئيسي الثاني، مما يعني أنه كلما تنوعت أسباب تعرض عينة الدراسة لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق الآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم.

خلاصة والتوصيات:

تكشف النتائج عن توزيع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في مناقشة قضية البطالة، حيث يهيمن فيسبوك بشكل كبير بنسبة 82.8% من إجمالي الشبكات الاجتماعية حيث يتمتع فيسبوك بشعبية واسعة وسهولة الوصول إليه بين شرائح المجتمع المختلفة، مما يجعله المنصة الرئيسية للتعبير عن القضايا الاجتماعية والاقتصادية، وهو ما يتفق مع ما

توصلت له دراسة (الديبسي والطاهات، 2013)³⁰ حيث انتشر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة الأردنيين، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وأضافت دراسة (أحمد، عبد العزيز، 2015)³¹ بأن جاء مواقع التواصل الاجتماعي في صدارة ترتيب مصادر المعلومات والأخبار من حيث الأفضلية بنسبة 64% تلاه التلفزيون بنسبة 16%، كما أكدت دراسة أميمة فتحي (2015)³² أن هناك دور بارز وملحوظ لشبكات التواصل الاجتماعي في تكوين آراء الجمهور نتيجة السماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية.

ويحظى موضوع البطالة بمتابعة مستمرة بين الجمهور، حيث يتابع نسبة 48.0% من العينة هذه القضية دائمًا، مما يعكس أهميتها البالغة وتأثيرها الكبير على حياتهم اليومية كما أن نسبة 48.3% يتابعون الموضوع أحيانًا، مما يشير إلى أن هذا العدد الكبير من الأشخاص يهتم بالموضوع ولكنه قد لا يتابع كل التطورات بشكل دائم، وفي المقابل، نسبة قليلة جدًا، 3.8%، يتابعون موضوع البطالة نادرًا، وهو ما قد يدل على أن هذه الفئة قد تكون أقل تأثرًا أو مهتمة بقضايا أخرى، كما اتجهت دراسة (فاضل، 2017)⁽³³⁾ لتبرز أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر جراءة في طرح قضايا كبيرة وحساسة تهم الرأي العام، كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة للتفاعل الجماعي، حيث أكدت دراسة (Ashraf, Awais, Saeed, 2018)⁽³⁴⁾ على أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على حياة الأفراد وسلوكياتهم وتصرفاتهم في المجتمع، كما أبرزت دراسة (سمير وآخرون، 2023)³⁵ أن دور وسائل التواصل الاجتماعي في التماسك الاجتماعي لدى لاعبي كرة السلة في المملكة الأردنية الهاشمية.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج الوعي العالي والاهتمام الكبير بقضية البطالة وتأثيره على المجتمع، كما كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية البطالة وأسباب الاعتماد على هذه الصفحات، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين أسباب التعرض لصفحات الفيس بوك لمتابعة قضية (البطالة) والآثار الاتصالية في تشكيل الرأي العام لديهم، حيث كشفت دراسة منصور أحمد (2021)³⁶ عن وجود علاقة عكسية دالة إحصائية بين معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي. ووجود علاقة دالة إحصائية بين معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وممارسة المواطنة، أي أنه كلما زاد معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كلما زادت ممارسة عملية المواطنة والتي تتضمن المشاركة السياسية والإحساس بالهوية والشعور بالانتماء، حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التفاعلية والتشاركية والتعبير عن الرأي من خلالها، كما أكدت دراسة عبد الله العساف (2020)³⁷ على وجود ارتباطات إيجابية بين اعتماد الرأي العام على تويتر وتوجهاته نحو معالجتها أي شبكة تويتر لقضايا الهوية الوطنية السعودية مما يعكس مستويات الوعي المتزايدة لدى الرأي العام السعودي بالإشكاليات المرتبطة بعدم دقة المعلومات التي تتداولها الشبكات الاجتماعية حول القضايا المهمة في المملكة.

بناءً على النتائج المستخلصة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات لتحسين معالجة قضايا البطالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة "الفيس بوك". أولاً، تعزيز التفاعل والمشاركة مع الجمهور يعد أمراً ضرورياً. يجب تطوير استراتيجيات فعالة للتفاعل مع تعليقات وأسئلة الجمهور مما يعزز المشاركة ويزيد الثقة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن إنشاء جلسات حوارية مباشرة (Live) مع المتخصصين لمناقشة آخر تطورات القضية والإجابة على استفسارات الجمهور.

ثانياً، يجب استخدام التقنيات الجرافيكية بشكل احترافي. توظيف الرسوم البيانية، الإنفوجرافيكس، والفيديوهات القصيرة يمكن أن يشرح المعلومات والبيانات بشكل مبسط وجذاب. تحسين جودة التصميم البصرية للمحتوى المنشور سيجذب انتباه المستخدمين ويزيد من تفاعلهم مع المحتوى.

ثالثاً، زيادة المحتوى التثقيفي والمعلوماتي تعتبر خطوة هامة. تقديم تقارير ودراسات تحليلية حول أسباب وتداعيات البطالة وكيفية التعامل معها يمكن أن يكون مفيداً جداً. بالإضافة إلى ذلك، يمكن نشر مقالات ومقاطع فيديو تعليمية تستعرض قصص نجاح لأشخاص تمكنوا من التغلب على البطالة بطرق مبتكرة.

مراجع الدراسة:

- (1) حنان الشهري (2012) أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية: فسيبوك وتويتر أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، السعودية.
- (2) السيد لطفي حسن (2022)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير أنماط التفاعل الاجتماعي وتدعيم الانتماءات لدى الشباب المصري. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع19، ص1 - 71. مسترجع من: <http://search.mandumah.com.squ.idm.oclc.org/Record/1291486>
- (3) Kwon, K. H., Shao, C., & Nah, S. (2021). Localized social media and civic life: Motivations, trust, and civic participation in local community contexts. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(1), 55-69. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19331681.2020.1805086>
- (4) مروة باخنة. بابة سيفون (2023). معالجة شبكات التواصل الاجتماعي للأخبار المحلية في الجزائر: أخبار ولاية المسيلة عبر الفيسبوك أنموذجا. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*. الجزائر. جامعة محمد بوضياف المسيلة - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد 13. العدد 1. 2023.
- (5) أسامة غازي المدني (2016). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية : جامعة أم القرى نموذجا، *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية*، جامعة السلطان قابوس- كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد (7)، العدد (2) ن ص 395
- (6) أميمة فتحي محمد (2015). مؤشرات الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، المؤتمر الإعلامي العلمي... الخطاب الإعلامي التوعوي بين الشريعة والقانون، جامعة الزرقاء، المجلد (2)، ص 183
- (7) كروش بريكي. مقدم ياسين (2023). حماية المعطيات الشخصية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الجزائري. *مجلة الدراسات القانونية والسياسية*. جامعة عمار تليجي بالأغواط - كلية الحقوق والعلوم السياسية. المجلد 9. العدد 2.
- (8) أميرة عبد الكريم مختار (2022). علاقة صحافة المواطن بمدى الوعي بحقوق المرأة ومناهضة العنف المجتمعي تجاهها: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام)
- (9) صدام حسين فيراد (2021). دور المواطن الصحفي في توجيه وتشكيل الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المستخدمين لشبكة الفيسبوك، الجزائر، *مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، جامعة أحمد داراية أدراد، المجلد (20)، العدد (4)، ص 173-198
- (10) منصور أحمد (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في دعم قضايا المواطنة والانتماء لدي الرأي العام، القاهرة، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الاعلام بالقاهرة، المجلد (3)، العدد (57)، ص 1327
- (11) عبد الله العساف (2020). توجهات الرأي العام السعودي نحو معالجة قضايا الهوية الوطنية السعودية عبر تويتر، القاهرة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، كلية الأعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد (19)، العدد (2)، ص 676
- (12) يزن سمير، سعد بني هاني، ليث خلدون، يزن عثمان توفيق، خلف وليد (2023)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في التماسك الاجتماعي لدى لاعبي كرة السلة في الأردن. *مجلة تطبيقات علوم الرياضة*. جامعة الاسكندرية. كلية التربية الرياضية. العدد 115.
- (13) إيمان جابر حسن (2020). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب. *مجلة الخدمة الاجتماعية*. الجمعية المصرية للاخصائين الاجتماعيين. العدد 63. الجزء الاول.
- (14) Olviia, H & Svitlana F (2018). *Social Media influence on public opinion and youth behavior*. DOI: http://dx.doi.org/10.30525/978-9934-571-27-5_17.
- (15) عبد الرزاق محمد أحمد. أحمد عبد العزيز (2015). استخدامات طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المتحققة منها: دراسة تحليلية على طلبة جامعات اليرموك والبلقاء والبتراء والزيتونة

- للفترة من 2015/7/1 حتى 2015/8/30. أعمال الملتقى الثاني: مجتمع الاتصال ورهانات التنمية في الوطن العربي. الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال. لبنان.
- ¹⁶ عبد اللطيف بن ديبان مجد (2023). دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية. جامعة الكويت: مجلس النشر العلمي. العدد 43. الكويت.
- 17 حفصة الحذيفي (2019) توجهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، فلسطين، *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث*، المركز القومي للبحوث بغزة، المجلد (5)، العدد (2)، ص 27
- (¹⁸) Ashraf. M *et al* (2018) Role of Social Media in Local opinion making and Trend Setting, *International Journal of Computer Science and Network Security*, Vol. 18, No. 9, PP. 73-78.
- (¹⁹)فاضل مشتاق (2017) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، *مجلة تكريت للعلوم السياسية*، العدد 12.
- (²⁰)، عبدالكريم الدبيسي. زهير الطاهات (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. *دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية*، 40(1).
- 21 Stephen W.Litteljohn, (2002). Theories of Mass Communication, (united Kingdom:Wadsworth) p14
- ²² مرفت الطرايبشي ، عبد العزيز السيد (2009). *نظريات الاتصال*. (القاهرة: دار النهضة العربية). ص 136-142.
- ²³ راضي محمد سامي (2012) : *منهجية البحث العلمي في المجال الإداري*، الاسكندرية، دار التعليم الجامعي، ص 112
- ²⁴هدى حسان وذاح البديري، التفاعلية في المواقع الإلكترونية في الوزارات الخدمية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2018، ص10.
- ²⁵ محمد عبد الحميد. *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. (القاهرة: عالم الكتب. 1997)، ص ص 158-159.
- ²⁶بأقر موسى جاسم، الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة لدى القيادات الادارية في المؤسسات الحكومية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2008، ص9.
- ²⁷مروة فاضل عباس، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمرشح السياسي لدى النخبة الأكاديمية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، الجامعة العراقية، 2022، ص9.
- ²⁸عاطف عدلي العبد. *تصميم وتنفيذ لاستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية*. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).
- ²⁹يوسف تمار، *تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين*، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2017م، ص110.
- ³⁰ الدبيسي، الطاهات، مرجع سابق، 2013.
- ³¹عبد الرزاق محمد أحمد. أحمد عبد العزيز . مرجع سابق. (2015)..
- ³² أميمة فتحي مجد. مرجع سابق. (2015) . .
- (³³)فاضل مشتاق. مرجع سابق. (2017).
- (³⁴) Ashraf. M *et al*. *Op.Cit* (2018)
- ³⁵يزن سمير، سعد بني هاني، ليث خلدون، يزن عثمان توفيق، خلف وليد. مرجع سابق. (2023).
- 36 منصور أحمد. مرجع سابق. (2021).
- 37 عبد الله العساف. مرجع سابق. (2020).