

علاقة تعرض الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية في قناتي رؤيا والمملكة باتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

أ. آلاء تركي المغيض*
إشراف: أ.د. وسام نصر**

ملخص الدراسة:-

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على علاقة تعرض الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية في قناتي رؤيا والمملكة باتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وقد اعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم اختيار عينة عمدية حصرية قوامها (٥٠٠) مبحوث من محافظات المملكة الأردنية الهاشمية (عمان - اربد - الكرك)، وتوصلت الدراسة لارتفاع معدل مشاهدة الجمهور الأردني لقناتي رؤيا والمملكة، وتبين زيادة اهتمام الجمهور الأردني بمتابعة القضايا الاقتصادية المقدمة في قناتي رؤيا والمملكة، وقد تصدرت قضية ارتفاع أسعار السلع والخدمات (السلع الأساسية، وخدمات المياه والكهرباء، والمشتقات النفطية) القضايا الاقتصادية بنسبة ٥١.٢% وذلك لتأثيرها على أوضاع المواطنين المعيشية بشكل مباشر، أما عن أسباب اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية، حيث تصدر (السبق الإخباري في تناول قضايا الاقتصاد الأردني) أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القناتين في الحصول على المعلومات بنسبة ٤٨.٤%، خاصة في قناة المملكة، وجاءت نسبة ٤١.٦% من المبحوثين ممن يتقنون بمصادقية المعلومات الاقتصادية بدرجة عالية، في مقابل ٣٧.٦% ممن يتقنون بمصادقية المعلومات بدرجة متوسطة.

الكلمات المفتاحية: الجمهور الأردني، القضايا الاقتصادية، القنوات التلفزيونية، الاتجاهات.

* باحثة دكتوراه - كلية الاعلام جامعة القاهرة - قسم الاذاعة والتلفزيون.

** الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة- ووكيلة الكلية لشؤون الدراسات العليا والبحوث.

The relationship between the Jordanian public's exposure to economic issues on the Roya and Al-Mamlaka TV channels and their attitudes towards the government's economic performance.

Alaa Turki Al-Mughayd*

Supervision: Prof. Dr. Wissam Nasr**

Abstract:-

"The study aims to identify the role of news coverage of Jordanian economic issues on Roya and Al-Mamlaka channels in shaping Jordanian public opinion on the government's economic performance. It is based on the Media Dependence Theory and utilized a purposive sample of 500 respondents from the Jordanian governorates of Amman, Irbid, and Karak. The study found a high rate of viewership for Roya and Al-Mamlaka channels among Jordanians, with an increased interest in following the economic issues presented on these channels. The issue of rising prices of goods and services (basic goods, water and electricity services, and fuel derivatives) topped the economic issues, accounting for 51.2%, due to its direct impact on citizens' living conditions. As for the reasons for the Jordanian public's reliance on Roya and Al-Mamlaka channels for economic information, the primary reason was 'exclusive news coverage of Jordanian economic issues,' which was cited by 48.4% of the respondents, particularly for Al-Mamlaka. Additionally, 41.6% of respondents trusted the credibility of economic information to a high degree, compared to 37.6% who trusted the information to a moderate degree."

Keywords: The Jordanian public, economic issues, tv channels, public opinion

* Doctoral researcher - Faculty of Mass Communication, Cairo University - Department of Radio and Television

** Professor of Radio and Television - and Vice Dean of the College for Postgraduate Studies and Research

مقدمة:

يُعدّ الاقتصاد الأردني واحداً من اقتصادات الشرق الأوسط المفتوح على العالم الخارجي، والذي يعاني بشكل جلي من تداعيات الأزمات الدولية والإقليمية والمحلية؛ وبالتالي فهو محاط بالعديد من التحديات التي تؤثر فيه بشكل كبير من أهمها: عجز الموازنة العامة، وارتفاع الدين العام الداخلي والخارجي، وأزمة اللجوء السوري، إضافةً إلى ملف الطاقة والكهرباء، فضلاً عن مشكلتي الفقر وارتفاع معدلات البطالة، وغيرها من القضايا الأخرى. منذ هيمنة جائحة فيروس كورونا على العالم خلال عامي ٢٠٢٠-٢٠٢١، مرّ الأردن بالأزمة الاقتصادية العالمية كباقي دول العالم، والتي تمثلت في نقص مدخلات الإنتاج الأساسية، وارتفاع أسعار المواد الغذائية، وعدم الاستقرار في أسعار النفط والمحروقات، وتراجع إيرادات قطاع السياحة والاستثمار، وتذبذب العرض والطلب في أسواق الاستيراد والتصدير الخارجية، والانكماش الاقتصادي.

ونكتسب قضايا الاقتصاد الأردني أهميتها من المكانة الإقليمية والدولية الاستراتيجية للأردن، حيث يتأثر السوق الأردني بتداعيات الأزمات الإقليمية المحيطة به، وأبرزها الأزمة السورية الممتدة لأكثر من أحد عشر عاماً، فقد ارتبط الشمال الأردني بالجنوب السوري بعلاقة تجارية تاريخية منذ عقود، وأثقلت الأزمة بتداعياتها التجارية والحدودية الكاهل الاقتصادي للبلدين، في ظل تراجع مستوى دعم الدول المانحة والمساعدات الخارجية لخطوة استجابة الأردن للأزمة السورية. حيث انخفضت النسبة من ٦٩% من تغطية الاحتياجات المحددة في الخطة في عام ٢٠١٦، إلى ٣١% في عام ٢٠٢١. واستقبل الأردن منذ بداية الأزمة السورية ما يصل إلى مليون و٣٠٠ ألف لاجئ سوري وفقاً للتصريحات الحكومية^١.

وعانى الأردن خلال السنوات العشر الأخيرة من زيادة المديونية العامة، وتباطؤ معدلات النمو الاقتصادي التي بلغت حوالي ٢% خلال السنوات الماضية، ورافق هذا التباطؤ زيادة سكانية مضطربة وارتفاع معدلات البطالة. وتسببت جائحة كورونا في انكماش الاقتصاد الأردني بنسبة ١.٦%- في عام ٢٠٢٠، مما أدى إلى تراجع الإيرادات مقابل النفقات، وزيادة الأجر الضريبي على القطاعات الاقتصادية. ومع بدايات عام ٢٠٢٢، تأثر الاقتصاد الأردني بتداعيات الحرب الروسية على أوكرانيا، وأدى ذلك إلى تباطؤ عجلة النمو الاقتصادي، وبالرغم من محدودية الروابط التجارية للأردن مع أوكرانيا وروسيا إلا أن الارتفاع المستمر والمتسارع في أسعار السلع الأساسية والتباطؤ في النمو الاقتصادي العالمي شكلاً أخطار محدودة على الاقتصاد الأردني، وفقاً لتقرير البنك الدولي الصادر في أبريل/ ٢٠٢٢ حول الآفاق الاقتصادية للأردن.

وألقت التوترات الدولية والإقليمية بظلال سلبية على الاقتصاد الأردني في نهايات عام ٢٠٢٣، فمنذ العدوان الإسرائيلي الأطول على قطاع غزة عقب أحداث ٧ أكتوبر، انعكست الاضطرابات المحيطة بالأردن على معدلات النمو ونسب البطالة والصادرات والسياحة وغيرها من المؤشرات الاقتصادية.

مشكلة الدراسة:

تولي القنوات التلفزيونية الأردنية ومنها قناتا "رؤيا" و"المملكة" ومنصاتها الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي اهتماماً واسعاً لقضايا المجتمع الأردني لا سيما الاقتصادية منها، وتسهم السياسية التحريرية لهذه القنوات، ونمط الملكية، في تفاوت المعالجة الإعلامية لقضايا الاقتصاد الأردني، وهو ما يتطلب دراسة وتحليل التأثير الذي تتركه هذه المعالجة على

الجمهور الأردني بشأن هذه القضايا، وتشكيل اتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة. وهنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي: ما دور التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي "رؤيا" و"المملكة" في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؟

أهمية الدراسة: تتحدد أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

١-تتطلب أهمية الدراسة من أهمية التعرف على مستوى الوعي الاقتصادي لدى الجمهور الأردني، ومدى متابعته للأحداث والأزمات الاقتصادية العالمية التي يتأثر بها الاقتصاد الأردني.

٢-تكتسب الدراسة أهميتها من دراسة وتحليل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وذلك من خلال تعرضهم للبرامج والنشرات الإخبارية عينة الدراسة في قناتي "رؤيا" و"المملكة".

٣-تسلط الدراسة الضوء على قضايا الاقتصاد الأردني، وهي قضايا تنسم بالجدلية ويكثر حولها النقاش ويحرص المشاهد الأردني على متابعتها.

٤-تسهم الدراسة في تقييم الخدمة الإعلامية المقدمة للجمهور من خلال الوقوف على جوانب الضعف والقوة في التغطية الإخبارية التي تقدمها قناتا "رؤيا" و"المملكة" لقضايا الاقتصاد الأردني، والتوصل إلى توصيات مقترحة للنهوض بأدائها الإعلامي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو أداء الحكومة. ويشتمل الهدف الرئيس على الأهداف الآتية:

١-التعرف على مدى اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية.

٢-التعرف على حجة ثقة الجمهور الأردني بمصادقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القناتين.

٣-التعرف على اتجاهات الجمهور الأردني نحو التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في القناتين.

٤-التعرف على دور قناتي رؤيا والمملكة في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات قياس أثر معالجة القنوات الفضائية للقضايا المجتمعية على الجمهور،

وجاءت النتائج كما يلي:

سعت دراسة (أحمد محمود أحمد، 2023)^٣ إلى معرفة معالجة القنوات الفضائية العراقية لقضايا الأمن الاقتصادي وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو الحكومة، والتعرف إلى اتجاهات المعالجة ازاء ما تتناوله من موضوعات وقضايا اقتصادية. وتوصلت الدراسة لاهتمام قناتي (الشرقية نيوز) و(العراقية الإخبارية) عبر نشراتها الإخبارية بقضايا الأمن الاقتصادي وأن أهم قضايا الأمن الاقتصادي لدى الباحثين، هي قضايا الأمن الغذائي وقد يعود ذلك الى أن أغلبهم من ذوي الدخل المتوسط والمنخفض، وهذه المستويات عادة ما تهتم

بشكل أكبر بالجانب الغذائي، كونه يمثل الأولوية لهم ويمس حياتهم بشكل مباشر كما هدفت دراسة (إبراهيم مصطفى، 2022) تحليل المعالجة الإخبارية المتناولة لأزمة ارتفاع الأسعار، وقياس معارف واتجاهات الرأي العام المصري نحوها، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في الجمهور المتعرض لقناة النيل للأخبار وقناة CBC Extra News، وتم تطبيق الاستبيان على أربعة محافظات (محافظه القاهرة، محافظه الإسكندرية، محافظه الدقهلية، محافظه بني سويف). وتوصلت إلى أن درجة الاعتماد على نشرات الأخبار للحصول على المعلومات الاقتصادية متوسطة، في حين يعتمد الجمهور عينة الدراسة على مستوى اعتماد المبحوثين على نشرات الأخبار لمعرفة قضية ارتفاع الأسعار لما بعد تعويم الجنيه بشكل دائم، وتتميز النشرات الإخبارية بثراء معلوماتها وارتفاع موثوقيتها ومصداقيتها نظرًا لاعتمادها على بيانات رسمية وآراء خبراء اقتصاديين وأساتذة جامعيين متخصصين في التمويل والاستثمار والاقتصاد. كما أكدت النتائج ارتفاع مستوى معرفة المبحوثين عينة الدراسة لأزمات ارتفاع الأسعار، وأشارت إلى أهمية قضية ارتفاع الأسعار بالنشرات الإخبارية عينة الدراسة، حيث احتلت تلك القضية مراكز متقدمة بالنشرات الإخبارية عينة الدراسة نظرًا لأهمية تلك القضية لحياة المشاهد اليومية.

استهدفت دراسة (فاتن الطنباري، سكرة البريدي، مروة عفيفي، وإيمان أبو غنيم 2022) التعرف على مصداقية الخطاب الإعلامي الموجه بالقنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالأمن الفكري لدى الجمهور المصري، ودرجة الإدراك والاهتمام التي يوليها الجمهور للقنوات الفضائية وعلاقتها بالأمن الفكري لدى الجمهور. وأجريت الدراسة الميدانية على مجموعة اختيرت عشوائيًا قوامها 400 مفردة من الجمهور. وخلصت الدراسة إلى أن "الخبر" جاء في مقدمة الفنون المستخدمة في عرض المضمون الوارد بالبرامج الحوارية، ثم "الحوار على الهاتف" وفي الترتيب الثالث "التقرير". كما أشارت النتائج إلى أن ترتيب القضايا الاقتصادية التي تفضل عينة الدراسة الميدانية مشاهدتها في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية جاءت كالاتي: جاءت قضية "المبادرات الرئاسية المختلفة" في مقدمة القضايا بوزن مؤوي 20.23٪، ثم "دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة" بوزن مؤوي 19.90٪، وفي الترتيب الثالث "التحول الرقمي" بوزن مؤوي بلغ 14.24٪، واستكشفت دراسة (Omar A Al-Hamadani, Wisam F Radhi 2022) دور النشرات الإخبارية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية في تزويد الجمهور بالمعارف الاقتصادية، ومدى اعتماده على هذه النشرات وانعكاساتها التي تسهم في تشكيل اتجاهاته نحو مختلف القضايا الاقتصادية، وتم تطبيق عينة الدراسة على 381 من النخبة الاقتصادية في المجتمع العراقي وتوصلت الدراسة لاعتماد عينة الدراسة بدرجة كبيرة على النشرات الإخبارية الاقتصادية في القنوات العراقية كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات حول الأحداث الاقتصادية الراهنة، بنسبة 63٪ من المبحوثين. وأشارت النتائج إلى تأكيد الجمهور عينة الدراسة أن ما يبحث عنه عادة من خلال تعرضه لنشرات الأخبار الاقتصادية في القنوات العراقية هو (المعلومات)، بنسبة 43.68٪ من المبحوثين. كما خلصت نتائج الدراسة إلى أن أهم التأثيرات المعرفية للمراتب الثلاث الأولى من وجهة نظر عينة الدراسة جاءت على النحو الآتي: المرتبة الأولى (نشرات الأخبار الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية

تسهم في توسيع اهتمامي بالعديد من القضايا والأحداث ذات الطبيعة الاقتصادية)، وفي المرتبة الثانية (نشرات الأخبار الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية تسهم في توسيع معرفتي وتنمية وعيي بالأحداث والقضايا الاقتصادية في المجتمع)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فقرة (النشرات الإخبارية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية تسهم في خلق صورة محددة للواقع الاقتصادي).

وسعت دراسة (Mohammed R Al-Essa, 2020)^٧ إلى التعرف لدور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في الترويج لمفهوم الشمول المالي ضمن استراتيجية البنك المركزي العراقي للأعوام (٢٠١٦-٢٠٢٠). والتعرف إلى مستويات وأنماط التعرض للبرامج التلفزيونية الاقتصادية ودورها في تزويد الجمهور بالمعلومات الاقتصادية المتعلقة بمفهوم الشمول المالي وتحقيق الأمن والاستقرار الاقتصادي، ومدى ثقة الجمهور بالمعلومات التي تقدمها البرامج الاقتصادية. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتستخدم المنهج المسحي، وقد طبقت الدراسة على عينة مكونة من 60 عضو هيئة تدريس في أقسام العلوم المالية والمصرفية في الجامعات الحكومية في مدينة بغداد. وأظهرت نتائج الدراسة أن (الشمول المالي يسهم في النمو الاقتصادي والاستقرار الأمني) احتل المرتبة الأولى بين القضايا المقدمة في مضامين البرامج الاقتصادية وبنسبة 23.94٪، وفي المرتبة الثانية (تطوير المؤسسات المصرفية وتعدد منتجاتها المالية) بنسبة 13.50٪، حيث أسهمت المضامين المقدمة في البرامج الاقتصادية في رفع الوعي المالي وتعزيز مفهوم الشمول المالي الذي يؤدي إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي ورفع مستوى معيشة الطبقات الضعيفة اقتصادياً. وأشارت النتائج إلى أن (الشمول المالي يسهم في تقديم منتجات مالية أرخص) احتل المرتبة الثالثة بنسبة 12.13٪، من خلال زيادة الوعي باستخدام الصراف الآلي والتثقيف المالي لجمهور البرامج التلفزيونية الاقتصادية.

وفيما يتعلق بمعالجة برامج الرأي التلفزيونية لقضايا الاقتصاد، تحددت المشكلة البحثية لدراسة (ميرال عبد الفتاح، ٢٠١٩)^٨ في تحليل كيفية معالجة برامج الرأي التلفزيونية للقضايا الاقتصادية المصرية ودور تلك المعالجة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي والأداء الحكومي بشكل عام، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية بلغت ٤٠٠ مبحوثاً من الجمهور المصري. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن أهم القضايا الاقتصادية التي تناولتها تلك البرامج كانت برامج الحماية الاجتماعية، وآليات وصول الدعم لمستحقيه. وجاء في الترتيب الثاني ملف تحفيز الاستثمار، وفرص الاستثمار في المدن الجديدة. وعكست النتائج تصدر الاتجاه الإيجابي لتغطية برامج الرأي التلفزيونية محل الدراسة للقضايا الاقتصادية.

وحول الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية في إمداد الجمهور بالمعارف الاقتصادية، سعت دراسة (رباب هاشم، ٢٠١٨)^٩ للتعرف على الدور الذي تقوم القنوات التلفزيونية في إمداد الجمهور المصري بالمعارف الاقتصادية، وتشكيل إدراكهم لواقع الاقتصاد المصري. حيث أجرت الباحثة دراسة مسحية على عينة غير احتمالية من الجمهور العام المصري بمحافظات القاهرة الكبرى في الفئة العمرية ١٨ عاماً فأكثر، قوامها ٣٠٠ مبحوث، باستخدام صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وبالاعتماد على المقابلة الشخصية خلال الفترة

من ٢٠١٨/١/١٠ إلى ٢٠١٨/١/٢٥. وخلصت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين (٨٨%) يحرصون على متابعة تطورات الوضع الاقتصادي المصري المقدمة بالقنوات التلفزيونية بشكل منتظم وشبه منتظم. وعلى مستوى أسباب متابعة الجمهور المصري لتطورات الوضع الاقتصادي، توصلت الدراسة إلى أن أهم هذه الأسباب هي: تأثير الوضع الاقتصادي على شراء احتياجاتهم الأساسية، ومتابعة آخر المستجدات وزيادة الثقافة العامة.

وناقشت دراسة (Daniel Hopkins, Eunji Kim, Soojong Kim 2018) تأثير التغطية الإعلامية على التصورات العامة عن الاقتصاد لدى المواطنين الأمريكيين، حيث أشارت الدراسة إلى أنه يمكن للتصورات الاقتصادية المجردة للجمهور أن تشكل سلوكهم السياسي والاقتصادي، مما يجعل أسس تكوين هذه التصورات مسألة مهمة. وتختبر الدراسة فرضية أن التغطية الإعلامية هي مصدر مركزي لتكوين الاتجاهات العامة، مع النظر في الفرضية المقابلة التي تنص على أن التغطية الإعلامية ترسخ التصورات العامة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التغطية الإعلامية لا تسبق بشكل منهجي التصورات العامة للاقتصاد لدى الجمهور، وأن لدى الجمهور تصورات المستمدة من الواقع حول القضايا الاقتصادية. وفيما يتعلق بتقييم النخب الاقتصادية للمعالجة الإعلامية لقضايا الاقتصاد، أشارت دراسة (رشا لطفى، ٢٠١٧) إلى اتجاهات رجال الأعمال المصريين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية المقدمة عبر البرامج وال فقرات الاقتصادية في القنوات التلفزيونية المصرية، والتعرف إلى مدى إدراكهم لواقع هذه القضايا. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الفقرة الاقتصادية في برنامج (صباح الخير يا مصر) ونشرة (التاسعة مساءً) على الفضائية المصرية الأولى من أبرز البرامج وال فقرات على القنوات الحكومية، بينما جاء برنامج (هنا العاصمة) على قناة سي بي سي من أبرز برامج القنوات الخاصة التي تهتم بسوق المال والأعمال من وجهة نظرهم. وجاءت وجهة نظر رجال الأعمال نحو المعالجة التلفزيونية في الفضائيات المصرية للقضايا الاقتصادية سلبية.

كما هدفت دراسة (محمود عبد الحليم، ٢٠١٧) إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية. وأشارت الدراسة إلى أن تعرض الجمهور لنوعيات معينة من المعالجات والمضامين التي تقدمها القنوات الفضائية الإخبارية والصحف الإلكترونية تؤدي إلى تشكيل تقييمات أو اتجاهات إما إيجابية أو سلبية لديهم، وظهرت الدراسة أن غالبية الشباب الجامعي عينة الدراسة يعتقدون بأن القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية مصدرًا مهمًا للحصول على المعلومات حول المشروعات القومية. ويثق غالبية الشباب الجامعي عينة الدراسة بصدق وموضوعية في القنوات الفضائية الإخبارية فيما يتعلق بالمشروعات القومية المصرية.

وكشفت دراسة (لمياء سيد، 2016) عن دور القنوات التلفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقته بتشكيل معرفة الشباب، وتم تطبيقها على عينة من الشباب الجامعي قوامها (400) مبحوث من جامعات القاهرة الكبرى الحكومية مثل جامعة القاهرة وعين شمس وأكاديمية الفنون ثم الخاصة مثل جامعة الاهرام الكندية ومصر للعلوم والتكنولوجيا والجامعة الألمانية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنه كلما زاد

مستوى الاهتمام بالقضايا الاقتصادية لدى الشباب كلما زاد مستوى اعتمادهم على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة القضايا الاقتصادية. كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى الاعتماد على القنوات التليفزيونية المصرية في متابعة مشروع محور قناة السويس والتأثيرات المعرفية الناتجة عن هذا الاعتماد. وأوصت الدراسة بعمل بحوث مستقبلية مثل الدراسات التي تعمل على معالجة القضايا والمشكلات الاقتصادية في القنوات التليفزيونية.

الاستفادة من الدراسات السابقة

١- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في فهم وتحليل التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي الحكومة.
٢- أفادت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة المشكلة البحثية، وصياغة فروض وتسؤلات الدراسة وإرشادها لاستخدام الإجراءات المنهجية المناسبة، والوقوف على الجوانب التي لم تنطرق لها تلك الدراسات.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم النظرية على أنه كلما أشبع الفرد حاجاته ومتطلباته من وسائل الإعلام أصبحت هذه الوسائل تشكل دوراً مهماً في حياته وازداد حجم تعرضه لها، لدورها في إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لتصور الأحداث وفهمها، ومن ثم يكون لها أثر في تشكيل قناعاته ومواقفه. وبناءً عليه فإن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات وإيصالها للمتلقي، واكتسابها ثقته باعتبارها مصدراً من مصادر معلوماته الموثوقة. وانطلاقاً من هذه الرؤية تتجلى العلاقة المباشرة بين مقدار الاعتماد على وسائل الإعلام و بين درجة أهمية هذه الوسائل، وتأثيرها في تشكيل اتجاهات الجمهور،^{١٤} وتتحدد مجالات التأثير لنظرية الاعتماد بالأمر الآتية:^{١٥}

١- التأثير المعرفي: يرتبط هذا التأثير بدور وسائل الإعلام في إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لتصور الأحداث وفهمها، والتأثير على الجمهور بحسب أهمية القضايا التي يتم نشرها.

٢- التأثير الوجداني: تركز النظرية في هذا الجانب على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في محاكاة مشاعر الجمهور وأحاسيسهم، مثل زيادة الخوف تجاه العنف.

٣- التأثير السلوكي: يتمثل هذا التأثير بالحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك عني، ويكون هذا التأثير ناتج عن التأثير المعرفي والتأثير الوجداني.

وتمكن الباحثون من تحديد الطرق التي تترك وسائل الإعلام فيها آثارها على اتجاهات الجمهور:^{١٦}

١- تمكين الجمهور من الإحاطة بما يجري في العالم من أحداث.

٢- تحديد القضايا والأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية المهمة والرائحة من خلال أسلوب ترتيب الأحداث.

٣- لعب دور تأثيري في تحديد الأشخاص الذين يلعبون دوراً مهماً على الأصدعة السياسية والاقتصادية وغيرها، م خلال المواضيع والأحداث التي توردتها المضامين الإخبارية.

٤- اعتماد أسلوب التأثير على الخيارات والتوجهات السياسية للجمهور من خلال الإقناع.

وتفيد النظرية في التعرف إلى درجة تأثير التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي "رؤيا" و"المملكة" على تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، ومعرفة إلى أي مدى تزود البرامج والنشرات الإخبارية محل الدراسة في قناتي رؤيا والمملكة أفراد العينة وهم الجمهور الأردني بالمعلومات المتعلقة بقضايا الاقتصاد. والتعرف إلى نوع وحجم التأثيرات المعرفية، والوجدانية، والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات المرتبطة بقضايا الاقتصاد.

تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ١- ما اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية؟
- ٢- ما حجة ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القناتين؟
- ٣- ما اتجاهات الجمهور الأردني نحو التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في القناتين؟
- ٤- ما دور قناتي رؤيا والمملكة في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة؟

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة مشاهدة الجمهور الأردني لقناتي رؤيا والمملكة، واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية، واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.
- ٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في قناتي رؤيا والمملكة، واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة ومنهجها: تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية (Descriptive Studies) ، وتهدف إلى توصيف العلاقة بين التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي "رؤيا" و"المملكة"، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو أداء الحكومة. وتستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي من خلال مسح "الجمهور والمضمون" على حد سواء.

مجتمع الدراسة: أفراد الجمهور الأردني ممن يشاهدون قناتي "رؤيا" و"المملكة" في محافظات المملكة الأردنية الهاشمية ممن تزيد أعمارهم عن ١٨ عام.

عينة الدراسة: تم اختيار عينة عمدية حصصية قوامها (٥٠٠) مبحوث من محافظات المملكة الأردنية الهاشمية التالية (عمان - اربد - الكرك) ممن تبلغ أعمارهم ١٨ سنة فأكثر، بواقع اختيار (٢٧٠) مبحوث من محافظة عمان، ١٥٢ مبحوث من محافظة إربد، ٧٨ مبحوث من محافظة الكرك)، وذلك في الفترة من مايو إلى أغسطس ٢٠٢٤.

أدوات جمع البيانات للدراسة: تمثلت في استمارة الاستبيان التي تعد أحد الأساليب المستخدمة كأداة لجمع البيانات والمعلومات استناداً إلى آراء المبحوثين بطريقة منهجية من العينة المختارة.

إجراءات الصدق والثبات

أولاً: اختبار الصدق: تم إجراء الصدق من خلال عرض الاستبيان على (٧) من السادة المحكمين الأساتذة في مجال الإعلام والاقتصاد للتأكد فيما إذا كانت الأسئلة أو العبارات تقيس الظاهرة أو المتغير محل الدراسة، وهو ما يعرف بالصدق الظاهري وتم الأخذ بأرائهم وملاحظاتهم حتى اكتمل الاستبيان في صورته النهائية.^{١٧}

ثانياً: اختبار الثبات: باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (spss) تم التأكد من ثبات أداة الدراسة، عن طريق احتساب الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ (ألفا) للجزء المتعلق بالفقرات والعبارات، لقياس شدة الفقرات وارتباطها ببعضها. وبلغ معامل الاتساق الداخلي للأداة (0.91) حيث أشارت النسبة إلى تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الثبات، واعتبرت مناسبة لغايات إجراء هذه الدراسة.

الأساليب الإحصائية للدراسة: تتم عملية المعالجة الإحصائية بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، وسيتم تفريغ البيانات ومعالجتها إحصائياً من خلال استخدام البرنامج الإحصائي SPSS وتتضمن المعالجة الإحصائية التكرارات الإحصائية والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعامل الارتباط بيرسون (Person) لقياس شدة العلاقة الارتباطية بين متغيرين، ومعامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) لقياس شدة الثبات بين أسئلة الفقرات وتناسقها، وقياس صدق وثبات أسئلة الاستبيان، ومربع كاي (X²).

نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية:

المحور الأول: متابعة الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات

١- مدى متابعة الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات:

جدول رقم (١): مدى متابعة الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية

الترتيب	النسبة المئوية	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		القنوات المتابعة
			ك	%	ك	%	
١	٤٥.٤	٢٢٧	٩٩	٤٦.١	١٢٨	٤٤.٩	دائماً
٢	٣٥.٢	١٧٦	٧٣	٣٣.٩	١٠٣	٣٦.٢	أحياناً
٣	١٩.٤	٩٧	٤٣	٢٠	٥٤	١٨.٩	نادراً
ن	١٠٠	٥٠٠	٢١٥	١٠٠	٢٨٥	١٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى متابعة الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات، وقد جاءت نسبة ٤٥.٤% من المبحوثين ممن يتابعون القضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات بشكل دائم، في مقابل ٣٥.٢% لمن يتابعون القضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات أحياناً، ونسبة ١٩.٤% لمن يتابعون القضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات نادراً، وقد تفوقت قناة (رؤيا) في معدل متابعة الجمهور الأردني للقضايا الاقتصادية بإجمالي تكرارات ٢٨٥، مقابل ٢١٥ تكراراً لقناة (المملكة)، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (سهام السيد، ٢٠٢١)، والتي أكدت على ارتفاع معدل متابعة المبحوثين للقضايا الاقتصادية المقدمة عبر شاشات القنوات. واستناداً لما سبق، تستنتج الباحثة زيادة اهتمام الجمهور الأردني

بمتابعة القضايا الاقتصادية المقدمة بالقنوات، باعتبارها إحدى القضايا الحيوية في المجتمع الأردني ومثار الاهتمام والجدال والنقاش المجتمعي، فضلاً عن أهميتها البالغة وتأثيرها الكبير على الرأي العام الأردني، وارتباطها بالأحوال والأوضاع المعيشية للأفراد، وهو ما انعكس على زيادة حرص الجمهور على متابعة هذه القضايا على شاشات القنوات الفضائية، لمعرفة تطورات هذه القضايا، وتداعياتها المختلفة على المجتمع الأردني.

٢- أهم القضايا الاقتصادية التي يحرص على متابعتها الجمهور الأردني:

جدول رقم (٢): أهم القضايا الاقتصادية التي يحرص على متابعتها الجمهور

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		القنوات
			%	ك	%	ك	
١	٥١.٢	٢٥٦	٢٧.٤	١٣٧	٢٣.٨	١١٩	ارتفاع أسعار السلع والخدمات (السلع والمياه والمشتقات النفطية)
٢	٤٤.٨	٢٢٤	٢٣.٠٨	١١٩	٢١	١٠٥	رؤية التحديث الاقتصادي لقطاعات الدولة
٣	٣٧.٨	١٨٩	١٩	٩٥	١٨.٨	٩٤	التشجيع على الاستثمار
٤	٣٤.٦	١٧٣	١٦.٤	٨٢	١٨.٢	٩١	الحروب وأثارها الاقتصادية على الدولة (الحرب على غزة، الحرب الروسية الأوكرانية)
٥	١٧	٨٥	٨.٨	٤٤	٨.٢	٤١	التبادل التجاري (الصادرات والواردات)
٦	١٤.٨	٧٤	٧	٣٥	٧.٨	٣٩	الاقتصاد الرقمي والمعاملات المالية
٧	١٣.٢	٦٦	٦	٣٠	٧.٢	٣٦	دعم عمليات الاقتصاد الأخضر بالمدن الأردنية
٨	٨.٨	٤٤	٤.٨	٢٤	٤	٢٠	تنشيط الحركة السياحية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم القضايا الاقتصادية التي يحرص على متابعتها الجمهور الأردني عبر القنوات، وقد تصدرت قضية (ارتفاع أسعار السلع والخدمات كالسلع الأساسية، والمياه والكهرباء والمشتقات النفطية) للقضايا الاقتصادية بنسبة ٥١.٢%، خاصة في قناة المملكة، تليها قضية (رؤية التحديث الاقتصادي لقطاعات الدولة) بنسبة ٤٤.٨%، تليها قضية (التشجيع على الاستثمار) بنسبة ٣٧.٨%، تليها قضية (الحروب وأثارها الاقتصادية على الدولة كالحرب على غزة والحرب الروسية الأوكرانية) بنسبة ٣٤.٦%، تليها قضية (التبادل التجاري كالصادرات والواردات) بنسبة ١٧%، تليها قضية (الاقتصاد الرقمي والمعاملات المالية) بنسبة ١٤.٨%، تليها قضية (دعم عمليات الاقتصاد الأخضر بالمدن الأردنية) بنسبة ١٣.٢%، وأخيراً قضية (تنشيط الحركة السياحية) بنسبة ٨.٨% من إجمالي العينة، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة التحليلية التي أكدت على تصدر قضية ارتفاع أسعار الخدمات (المشتقات النفطية وفواتير المياه) لإجمالي القضايا الاقتصادية التي تناولتها التغطية الإخبارية للقناتين.

وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (فاتن الطنباري، مروة عفيفي، ٢٠٢٢)، والتي أشارت إلى تصدر (المبادرات الرئاسية في القطاع الاقتصادي) لأبرز القضايا الاقتصادية التي يحرص على متابعتها المبحوثون عبر شاشات القنوات المصرية، كما اختلفت مع دراسة (ميرال عبدالفتاح، ٢٠١٩)، والتي أشارت إلى تصدر (برامج الدعم الاقتصادي

والاجتماعي) لأبرز القضايا الاقتصادية التي يحرص على متابعتها المبحوثون عبر البرامج المقدمة بالقنوات المصرية.

وفى ضوء ما سبق، تستنتج الباحثة اهتمام الجمهور الأردني بمتابعة مختلف القضايا الاقتصادية المعروضة على شاشات القنوات الفضائية، خاصة القضايا المرتبطة بتوفير الدعم والخدمات الأساسية التي يحتاجها المواطنين، لضمان تمتعهم بحياة كريمة وأمنة، وتلبية احتياجاتهم المختلفة من خدمات النفط والمياه، والذي يؤثر ارتفاع أسعارها على منظومة دعم المواطنين، ويمثل تهديدًا حقيقيًا للأوضاع الاقتصادية السائدة في البلاد.

٣- مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات الاقتصادية: جدول رقم (٣): مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		القنوات
			%	ك	%	ك	
١	٣٨	١٩٠	٢٨.٧	٨٩	٥٣.٢	١٠١	اعتمد عليها بدرجة عالية
٢	٣٤.٢	١٧١	٣٩.٧	١٢٣	٢٥.٣	٤٨	اعتمد عليها بدرجة متوسطة
٣	٢٧.٨	١٣٩	٣١.٦	٩٨	٢١.٥	٤١	اعتمد عليها بدرجة منخفضة
ن	١٠٠	٥٠٠	١٠٠	٣١٠	١٠٠	١٩٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات الاقتصادية، وقد جاءت نسبة ٣٨% من المبحوثين ممن يعتمدون على القنوات بدرجة عالية، في مقابل ٣٤.٢% لمن يعتمدون على القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٧.٨% لمن يعتمدون على القنوات بدرجة منخفضة، وقد تفوقت قناة (المملكة) في مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات الاقتصادية بإجمالي تكرارات ٣١٠، مقابل ١٩٠ تكرارًا لقناة (رؤيا)، وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (ابراهيم مصطفى، ٢٠٢٢)، والتي أشارت إلى أن درجة اعتماد المبحوثين على القنوات في الحصول على المعلومات الاقتصادية جاءت متوسطة.

وفى ضوء ما تقدم، تستنتج الباحثة زيادة حجم التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات، واهتمام القنوات بعرض تطوراتها وجوانبها المختلفة، وإفرادها لمساحات كبيرة من البث التليفزيوني لتغطية هذه القضايا وإبراز أطرافها المختلفة، وتوعية الجمهور الأردني بدور الدولة في مواجهتها، مما دفع الجمهور إلى زيادة اعتماده على هذه القنوات في الحصول على الأخبار والمعلومات المرتبطة بالقضايا الاقتصادية المحيطة به.

٤- أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات الاقتصادية: جدول رقم (٤): أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		أسباب الاعتماد
			%	ك	%	ك	
١	٤٨.٤	٢٤٢	٢٨.٢	١٤١	٢٠.٢	١٠١	السبق الإخباري في تناول قضايا الاقتصاد الأردني
٢	٤٥.٤	٢٢٧	٣١	١٥٥	١٤.٤	٧٢	التركيز على القضايا الاقتصادية المهمة والمؤثرة في الرأي العام الأردني
٣	٣٦.٨	١٨٤	١٨.٢	٩١	١٨.٦	٩٣	تحري الدقة في نشر الأخبار والمعلومات الاقتصادية

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		أسباب الاعتماد
			%	ك	%	ك	
٤	٣٣.٦	١٦٨	١٧.٨	٨٩	١٥.٨	٧٩	تعدد القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا الاقتصادية
٥	٢١	١٠٥	١٣.٤	٦٧	٧.٦	٣٨	القدرة على جعل المشاهد أكثر قرباً من الأحداث والقضايا الاقتصادية
٦	١٥.٤	٧٧	٨.٨	٤٤	٦.٦	٣٣	استخدام تقنيات حديثة تزيد من وضوح المعلومات الاقتصادية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات الاقتصادية، وقد تصدر (السبق الإخباري في تناول قضايا الاقتصاد الأردني) لأسباب اعتماد الجمهور الأردني على القنوات بنسبة ٤٨.٤%، خاصة في قناة المملكة، يليه (التركيز على القضايا الاقتصادية المهمة والمؤثرة في الرأي العام الأردني) بنسبة ٤٥.٤%، يليه (تحري الدقة في نشر الأخبار والمعلومات الاقتصادية) بنسبة ٣٦.٨%، يليه (تعدد القوالب الفنية المستخدمة في عرض القضايا الاقتصادية) بنسبة ٣٣.٦%، تليه (القدرة على جعل المشاهد أكثر قرباً من الأحداث والقضايا الاقتصادية) بنسبة ٢١%، وأخيراً (استخدام تقنيات حديثة تزيد من وضوح المعلومات الاقتصادية) بنسبة ١٥.٤% من إجمالي العينة، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسة التحليلية التي أكدت على تصدر (التعريف بالقضايا وعرض المعلومات الاقتصادية) لوظائف التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات.

وبناءً على ما سبق، تستنتج الباحثة الأهمية الكبيرة التي تحظى بها القنوات لدى قطاعات عريضة من الجمهور الأردني، نظراً لاهتمامها بتقديم القضايا الاقتصادية حديث الساعة، واهتمامها بجذب انتباه الجمهور من خلال تغطية القضايا الاقتصادية وعرضها في قوالب فنية مختلفة، وتوظيفها لتقنيات البث التلفزيوني في زيادة وضوح ودقة المعلومات الاقتصادية، وسهولة وصولها إلى الجمهور.

المحور الثاني: اتجاهات الجمهور الأردني نحو التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات

٥- حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القنوات:

جدول رقم (٥): حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		القنوات
			%	ك	%	ك	
١	٤١.٦	٢٠٨	٣٩.٨	٩٤	٤٣.٢	١١٤	أثق بها بدرجة عالية
٢	٣٧.٦	١٨٨	٣٨.١	٩٠	٣٧.١	٩٨	أثق بها بدرجة متوسطة
٣	٢٠.٨	١٠٤	٢٢.١	٥٢	١٩.٧	٥٢	أثق بها بدرجة منخفضة
ن	١٠٠	٥٠٠	١٠٠	٢٣٦	١٠٠	٢٦٤	

تشير بيانات الجدول السابق إلى حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القنوات، وقد جاءت نسبة ٤١.٦% من المبحوثين ممن يتفون بمصداقية المعلومات الاقتصادية بدرجة عالية، في مقابل ٣٧.٦% لمن يتفون بمصداقية المعلومات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٠.٨% لمن يتفون بمصداقية المعلومات بدرجة منخفضة، وقد تفوقت قناة (رؤيا) في حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية بإجمالي

تكرارات ٢٦٤، مقابل ٢٣٦ تكرارًا لقناة (المملكة). وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (محمود عبدالحليم، ٢٠١٧)، والتي أشارت إلى ارتفاع ثقة المبحوثين بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القنوات المصرية، في تغطيتها للمشروعات القومية. واستنادًا إلى ما سبق، تستنتج الباحثة وجود اتجاهات محايدة لدى الجمهور الأردني نحو التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في القنوات، واعتمادها على مصادر مختلفة لنقل المعلومات، واهتمامها بعرض الرأي والرأي الآخر، وتحري الدقة في الأخبار والمعلومات الصادرة عنها، مما انعكس على زيادة ثقة الجمهور الأردني بالمحتوى الاقتصادي الذي تقدمه هذه القنوات، وزيادة توافر عوامل المصداقية والموضوعية المهنية في نقل الأخبار والمعلومات الاقتصادية.

٦- أسباب ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القنوات:

جدول رقم (٦): أسباب ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		أسباب الثقة
			ك	%	ك	%	
١	٣٧.٦	١٨٨	٨١	١٦.٢	١٠٧	٢١.٤	الشعبية والجمهورية الكبيرة التي تحظى بها لدى المجتمع الأردني
٢	٣٥.٢	١٧٦	٩٨	١٩.٦	٧٨	١٥.٦	نقلها لقضايا الاقتصاد الأردني من موقع الحدث
٣	٣١.٨	١٥٩	٨٢	١٦.٤	٧٧	١٥.٤	الحيادية أو الموضوعية في نقل الأخبار والمعلومات الاقتصادية
٤	١٨.٨	٩٤	٤١	٨.٢	٥٣	١٠.٦	اهتمامها بالصالح العام وليس المصلحة الشخصية
٥	١٦.٢	٨١	٤٣	٨.٦	٣٨	٧.٦	إبرازها لوجهات نظر مختلفة حول قضايا الاقتصاد الأردني

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى أسباب ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في القنوات، وقد تصدرت (الشعبية والجمهورية الكبيرة التي تحظى بها لدى المجتمع الأردني) لأسباب ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات الاقتصادية بنسبة ٣٧.٦% من إجمالي العينة، خاصة في قناة رؤيا، يليها (نقلها لقضايا الاقتصاد الأردني من موقع الحدث) بنسبة ٣٥.٢%، تليها (الحيادية أو الموضوعية في نقل الأخبار والمعلومات الاقتصادية) بنسبة ٣١.٨%، يليها (اهتمامها بالصالح العام وليس المصلحة الشخصية) بنسبة ١٨.٨%، وأخيرًا (إبرازها لوجهات نظر مختلفة حول قضايا الاقتصاد الأردني) بنسبة ١٦.٢% من إجمالي العينة.

ومن هنا، تستنتج الباحثة زيادة تفضيلات الجمهور الأردني للقنوات الفضائية الأردنية، وتفوقها على وسائل الإعلام الأخرى في تقديم التغطية الإخبارية المتميزة للقضايا الاقتصادية، وتركيزها على خدمة مصالح أفراد المجتمع الأردني، وكشف الحقائق والوقائع المرتبطة بتلك القضايا، من خلال النزول إلى الميدان وعمل لقاءات مختلفة مع الجمهور، لتغطية الجوانب المهمة من تلك القضايا، وعرض تطوراتها المختلفة.

٧- إيجابيات تغطية القنوات للقضايا الاقتصادية من وجهة نظر الجمهور الأردني:
جدول رقم (٧): إيجابيات تغطية القنوات للقضايا الاقتصادية

الترتيب	%	الإجمالي	قناة المملكة		قناة رؤيا		القنوات إيجابيات التغطية
			%	ك	%	ك	
١	٦٠.٦	٣٠٣	٣٣.٤	١٦٧	٢٧.٢	١٣٦	قيامها بنشر التفاصيل المرتبطة بقضايا الاقتصاد الأردني
٢	٣٨.٢	١٩١	١٧.٨	٨٩	٢٠.٤	١٠٢	اعتمادها على مصادر مختلفة لنقل المعلومات الاقتصادية
٣	٢٠.٨	١٠٤	٩.٤	٤٧	١١.٤	٥٧	التوازن في عرض قضايا الاقتصاد الأردني
٤	١٥.٤	٧٧	٥.٢	٢٦	١٠.٢	٥١	تقديمها للقضايا الاقتصادية بأبعادها الداخلية والخارجية

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى إيجابيات تغطية القنوات للقضايا الاقتصادية من وجهة نظر الجمهور الأردني، وقد تصدر (القيام بنشر التفاصيل المرتبطة بقضايا الاقتصاد الأردني) لإيجابيات تغطية القنوات للقضايا بنسبة ٦٠.٦% من إجمالي العينة، خاصة في قناة المملكة، يليه (الاعتماد على مصادر مختلفة لنقل المعلومات الاقتصادية) بنسبة ٣٨.٢%، يليه (التوازن في عرض قضايا الاقتصاد الأردني) بنسبة ٢٠.٨%، وأخيراً (تقديم القضايا الاقتصادية بأبعادها الداخلية والخارجية) بنسبة ١٥.٤% من إجمالي العينة، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسة التحليلية التي أكدت على تصدر التغطية المتعمقة لحجم التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في قناتي رؤيا والمملكة. وبناءً على ما سبق، تستنتج الباحثة اهتمام القنوات بزيادة حجم التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني، وزيادة ساعات البث المخصصة لها، وحرصها على عرض تفاصيل وخلفيات القضايا، والإشارة إليها بشكل مباشر، وتعدد وجهات النظر المثارة حولها، نتيحة لاعتمادها على مصادر مختلفة للمعلومات، تأكيداً على مهنتها ومسؤولياتها المجتمعية في تغطية قضايا الاقتصاد الأردني.

٨- مدى تأييد الجمهور الأردني لأداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية:
جدول رقم (٨): مدى تأييد الجمهور الأردني للأداء الاقتصادي للحكومة

الترتيب	%	ك	مدى التأييد
١	٥١.٨	٢٥٩	أؤيده إلى حد ما
٢	٢٥	١٢٥	لا أؤيده إطلاقاً
٣	٢٣.٢	١١٦	أؤيده إلى حد كبير
	١٠٠	٥٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى مدى تأييد الجمهور الأردني لأداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية، وقد جاءت نسبة ٥١.٨% من المبحوثين، ممن يؤيدون أداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية إلى حد ما، في مقابل ٢٥% ممن لا يؤيدون أداء الحكومة في مواجهة تلك القضايا، ونسبة ٢٣.٢% لمن يؤيدون أداء الحكومة في مواجهة القضايا إلى حد كبير.

وبالتالي، تستنتج الباحثة عدم رضا الجمهور الأردني عن أداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية في الداخل والخارج، وعدم ثقتهم في كفاءة قياداتها على التعامل الأمثل مع تلك

القضايا، أو اتخاذ التدابير اللازمة لدعم استقرار وتقدم المجتمع الأردني، والتخفيف من وطأة هذه القضايا على الأحوال والأوضاع المعيشية للمواطنين، وبالتالي غلبت الاتجاهات السلبية التي تكونت لدى الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

٩- أسباب تأييد الجمهور الأردني لأداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية: جدول رقم (٩): أسباب تأييد الجمهور الأردني للأداء الاقتصادي للحكومة

الترتيب	%	ك	أسباب التأييد
١	٣١.١	٧٥	اهتمام الدولة بمشروعات التنمية الاقتصادية في شتى القطاعات
٢	٢٧.٤	٦٦	مواجهة الدولة لتحديات كبيرة كالنمو السكاني وضعف بعض الموارد
٣	٢٤.١	٥٨	تأثر الدولة بأزمات خارجية تخرج عن نطاق سيطرتها كالحروب والصراعات والأوبئة
٤	١٧.٤	٤٢	عزوف بعض المستثمرين عن الاستثمار داخل البلاد
	١٠٠	٢٤١	المجموع

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى أسباب تأييد الجمهور الأردني لأداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية، وقد تصدر (اهتمام الدولة بمشروعات التنمية الاقتصادية في شتى القطاعات) لإجمالي أسباب التأييد بنسبة ٣١.١% من إجمالي العينة، تليه (مواجهة الدولة لتحديات كبيرة كالنمو السكاني وضعف بعض الموارد) بنسبة ٢٧.٤%، يليها (تأثر الدولة بأزمات خارجية تخرج عن نطاق سيطرتها كالحروب والصراعات والأوبئة) بنسبة ٢٤.١%، وأخيراً (عزوف بعض المستثمرين عن الاستثمار داخل البلاد) بنسبة ١٧.٤% من إجمالي العينة. وفي ضوء ما سبق، تستنتج الباحثة تركيز الأداء الإيجابي للحكومة في مواجهتها للقضايا الاقتصادية على التخطيط لمشروعات التنمية الاقتصادية في شتى القطاعات، وهو ما لاقى قبول لدى أفراد الجمهور الأردني، بصرف النظر عن جدوى إنشاء هذه المشروعات، وأهدافها المختلفة، وحجم الفرص التي تتيحها، فضلاً عن تضامن بعض الأفراد مع جهود وتحركات الدولة، نتيجة للتحديات الجسيمة التي تواجهها، وتفرض نفسها على الساحة الاقتصادية في البلاد، كالزيادة السكانية وتبعاتها الاقتصادية، واستضافة اللاجئين، والأزمات الإقليمية والدولية والصراعات الخارجية، التي تخرج عن نطاق سيطرتها.

١٠- أسباب عدم تأييد الجمهور الأردني لأداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية: جدول رقم (١٠): أسباب عدم تأييد الجمهور الأردني للأداء الاقتصادي للحكومة

الترتيب	%	ك	أسباب عدم التأييد
١	٣٣.٢	٨٦	نقص الكفاءات والخبرات الاقتصادية
٢	٢٨.٩	٧٥	عدم تحقق معايير العدالة والمساواة في فرص العمل التي تتيحها المشروعات التنموية
٣	٢٠.١	٥٢	عدم الاهتمام بالمشروعات التنموية للمواطن الأردني في المقام الأول
٤	١٧.٨	٤٦	تنفيذ الحكومة الأردنية لخطط وتوجهات مؤسسات التمويل الدولية
	١٠٠	٢٥٩	المجموع

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى أسباب عدم تأييد الجمهور الأردني لأداء الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية، وقد تصدر (نقص الكفاءات والخبرات الاقتصادية) لإجمالي أسباب عدم التأييد بنسبة ٣٣.٢% من إجمالي العينة، يليه (عدم تحقق معايير العدالة والمساواة في فرص العمل التي تتيحها المشروعات التنموية) بنسبة ٢٨.٩%، يليه (عدم الاهتمام بالمشروعات التنموية للمواطن الأردني في المقام الأول) بنسبة ٢٠.١%، وأخيراً (تنفيذ الحكومة الأردنية لخطط وتوجهات مؤسسات التمويل الدولية) بنسبة ١٧.٨% من

إجمالي العينة. ومن هذا المنطلق، تستنتج الباحثة عدم اقتناع بعض أفراد الجمهور الأردني بكفاءة الإجراءات الحكومية في مواجهة القضايا الاقتصادية، وعدم توافق تخطيط المشروعات التي تقوم بها الدولة مع الاحتياجات الأساسية والمصالح العامة للمواطنين، وعدم تحقق معايير العدالة والمساواة في الفرص التي تتيحها المشروعات التنموية من وجهة نظر الجمهور، مع تأثر الحكومة الأردنية بتوجيهات وقرارات المؤسسات الدولية، التي تقوم على تقديم خدمات الإقراض والتمويل لمثل هذه المشروعات، وهو ما يستدعي ضرورة مشاركة المواطن الأردني في عمليات التنمية الاقتصادية في البلاد.

١١- تأثير القنوات في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة:

جدول رقم (١١): تأثير القنوات في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني

الترتيب	%	ك	تأثير القنوات
١	٣٧.٨	١٨٩	دعمت اتجاهاتي السلبية عنه
٢	٣١.٤	١٥٧	دعمت اتجاهاتي الإيجابية عنه
٣	٣٠.٨	١٥٤	ظلت لدي اتجاهات محايدة عنه
	١٠٠	٥٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول والشكل البياني السابق إلى تأثير القنوات في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وقد جاءت نسبة ٣٧.٨% من المبحوثين، ممن دعمت القنوات اتجاهاتهم السلبية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣١.٤% لمن دعمت القنوات اتجاهاتهم الإيجابية، ونسبة ٣٠.٨% لمن ظلت لديهم اتجاهات محايدة نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وهو ما يتعارض مع نتائج الدراسة التحليلية التي أكدت على غلبة الاتجاهات الإيجابية على اتجاهات التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في قناتي رؤيا والمملكة. وفي ضوء ما تقدم، تستنتج الباحثة غلبة الاتجاهات السلبية التي تكونت لدى الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، نتيجة لعدم ثقتهم في صحة القرارات التي تتخذها الحكومة في التعامل مع القضايا الاقتصادية المثارة، وتوزيع المناصب والصلاحيات على أساس غير عادل، وعدم اهتمام المشروعات التي تنفذها الحكومة بتوفير فرص العمل للمواطنين الأردنيين بشكل ملموس، وعدم تطبيق السياسات الاقتصادية الأمثل للتعامل مع هذه القضايا، وعجز الحكومة عن تحسين الأوضاع الاقتصادية في البلاد.

١٢- استجابات الجمهور الأردني نحو دور القنوات (قناتي رؤيا والمملكة) في تشكيل اتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة:

جدول رقم (١٢): مقياس استجابات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

م	الاستجابات التأثيرات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
		ك	%	ك	%	ك	%			
	١- نجحت القنوات في توسيع النقاش حول القضايا الاقتصادية الأردنية ودور الحكومة في مواجهتها	٢٨٦	٥٧.٢	٨٩	١٧.٨	١٢٥	٢٥	٢.٤	٧٩.٥١	٣٣١٢.٩٢
	٢- لم تهتم القنوات بابرار الأداء الاقتصادي للحكومة الأردنية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى	١٧٦	٣٥.٢	١٤٥	٢٩	١٧٩	٣٥.٨	١.٩	٤٠.٦٨	٢١٤١.٠٥
	٣- أسلوب تغطية القنوات للأداء الاقتصادي للحكومة الأردنية سطحي ولا يضيف أي جديد إلى الجمهور	١١٨	٢٣.٦	١٦٣	٣٢.٦	٢١٩	٤٣.٨	١.٧	٤٨.٧٦	٢٨٦٨.٢٣
	٤- تحرص القنوات على التوعية المستمرة للجمهور الأردني بجهود الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية	٢٠٦	٤١.٢	١٥١	٣٠.٢	١٤٣	٢٨.٦	٢.٢	٤٢.٤٨	١٩٣٠.٩١

تأثيرات معرفية

م	الاستجابات التأثيرات	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
	١- نجحت القنوات في زيادة تعاطفي مع الجهود الاقتصادية التي تبذلها الحكومة الأردنية	٢٣٠	١٣٧	٢٧.٤	٢٦.٦	٢.٢	٢٢٠٨.٦٤
	٢- استخدام تقنيات الصورة والمونتاج يزيد من قلقي حول مصداقية المعلومات الاقتصادية المقدمة بالقنوات	١٠٦	١٧٥	٣٥	٤٣.٨	١.٧	٣٠١٢.٩٤
تأثيرات وجدانية	٣- متابعني للتغطية في القنوات أدت إلى زيادة مخاوفي حول قدرة الحكومة الأردنية على مواجهة القضايا والأزمات الاقتصادية	٣١٢	١٠٩	٢١.٨	١٥.٨	٢.٦	٣٩٥٢.٣١
	٤- أشعر بالضيق من تحيز القائمين على القنوات لإبراز الوجه الحسن للحكومة الأردنية في مواجهة القضايا الاقتصادية	٨٠	١٣٥	٢٧	٥٧	١.٥	٥٦٥٠.٠١
تأثيرات سلوكية	١- أغفلت التغطية الإخبارية للقنوات أهمية مشاركة المواطن	٢٣٦	١٦١	٣٢.٢	١٠.٣	٢.٣	٢٣٢٢.٦١

بالضيق من تحيز القائمين على القنوات لإبراز الوجه الحسن للحكومة الأردنية في مواجهة القضايا الاقتصادية) بأعلى قيمة للانحراف المعياري عن مركز القيم (المتوسط الحسابي)، حيث بلغت نحو (٥٦٥٠.٠١)، تليها عبارة (متابعتي للقنوات أدت إلى زيادة مخاوفي حول قدرة الحكومة الأردنية على مواجهة القضايا والأزمات الاقتصادية) بانحراف معياري بلغ نحو (٣٩٥٢.٣١).

أما عبارة (تحرص القنوات على التوعية المستمرة للجمهور الأردني بجهود الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية) فجاءت أقل العبارات في قيمة الانحراف المعياري عن مركز القيم، حيث بلغت نحو (١٩٣٠.٩١)، تليها عبارة (لا تهتم القنوات بإبراز الأداء الاقتصادي للحكومة الأردنية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى) بانحراف معياري بلغ نحو (٢١٤١.٠٥). ومن هنا تستنتج الباحثة غلبة التأثيرات المعرفية المترتبة على مشاهدة الجمهور الأردني للقنوات، تليها التأثيرات السلوكية، ثم الوجدانية، فضلاً عن نجاح القنوات في زيادة وعي الجمهور الأردني بالقضايا الاقتصادية المثارة في المجتمع، وتقييمه لأداء الحكومة في مواجهة تلك القضايا، مع الحاجة إلى زيادة التغطية الإخبارية لتلك القضايا على شاشات القنوات، وضرورة إبراز الرأي والرأي الآخر، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Omar) (AL Hamadani, 2022)، والتي أشارت إلى تصدر (التأثيرات المعرفية) لإجمالي التأثيرات المترتبة على مشاهدة الجمهور للقنوات التي تتناول القضايا الاقتصادية العراقية.

نتائج اختبارات صحة الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الجمهور الأردني للقنوات التي تتناول القضايا الاقتصادية (رؤيا والمملكة) واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

جدول رقم (١٣) العلاقة بين كثافة المشاهدة واتجاهات الجمهور نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

درجة الحرية	٢كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		الاتجاهات
			ك	%	ك	%	ك	%	
٤	٦.٥١ (غير دالة)	١٩٤	٨٠	٤٢.٣	٥٠	٣٢.٥	٦٤	٤٠.٨	كثافة المشاهدة عالية
			٦٧	٣٥.٥	٦٠	٣٨.٩	٤٧	٢٩.٩	متوسطة
			٤٢	٢٢.٢	٤٤	٢٨.٦	٤٦	٢٩.٣	منخفضة
			١٨٩	١٠٠	١٥٤	١٠٠	١٥٧	١٠٠	المجموع

٢كا = ٦.٥١ مستوى المعنوية = ٠.٠٥ درجة الحرية = ٤

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٣) إلى العلاقة بين كثافة مشاهدة الجمهور الأردني للقنوات التي تتناول القضايا الاقتصادية (رؤيا والمملكة) واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، ويتضح من بيانات الجدول أن ٤٠.٨% من المبحوثين، ممن يشاهدون القنوات الفضائية بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات إيجابية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٢٩.٩% لمن يشاهدون القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٩.٣% لمن يشاهدون القنوات بدرجة منخفضة، كما جاءت نسبة ٣٢.٥% من المبحوثين، ممن يشاهدون القنوات

بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات محايدة نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣٨.٩% لمن يشاهدون القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٨.٦% لمن يشاهدون القنوات بدرجة منخفضة، ثم جاءت نسبة ٤٢.٣% من المبحوثين، ممن يشاهدون القنوات بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات سلبية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣٥.٥% لمن يشاهدون القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٢.٢% لمن يشاهدون القنوات بدرجة منخفضة، وهو ما يعكس عدم تأثير متغير كثافة المشاهدة على اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة. وبحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق وُجد أنها = ٦.٥١، وهي قيمة أقل من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد عدم وجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة الجمهور الأردني للقنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة. وبالتالي: لم تثبت صحة الفرض القائل بأنه: " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة مشاهدة الجمهور الأردني للقنوات الفضائية واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة".

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
جدول رقم (١٤) العلاقة بين اعتماد الجمهور الأردني على القنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

درجة الحرية	٢كا	الإجمالي	سلبية		محايدة		إيجابية		الاتجاهات الاعتماد
			ك	%	ك	%	ك	%	
٤	٩.٥٦ (دالة)	١٩٠	٤٦.٦	٨٨	٣٢.٥	٥٠	٣٣.١	٥٢	عالي
		١٧١	٢٩.٦	٥٦	٣٥.٧	٥٥	٣٨.٢	٦٠	متوسط
		١٣٩	٢٣.٨	٤٥	٣١.٨	٤٩	٢٨.٧	٤٥	منخفض
		٥٠٠	١٠٠	١٨٩	١٠٠	١٥٤	١٠٠	١٥٧	المجموع

٢كا = ٩.٥٦ مستوى المعنوية = ٠.٠٥ درجة الحرية = ٤

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٥٨) إلى العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، ويتضح من بيانات الجدول أن ٣٣.١% من المبحوثين، ممن يعتمدون على القنوات في الحصول على المعلومات بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات إيجابية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣٨.٢% ممن يعتمدون على القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٨.٧% ممن يعتمدون على القنوات بدرجة منخفضة، كما جاءت نسبة ٣٢.٥% من المبحوثين، ممن يعتمدون على القنوات بدرجة عالية قد تكونت لديهم اتجاهات محايدة نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣٥.٧% ممن يعتمدون على القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٣١.٨% ممن يعتمدون على القنوات بدرجة منخفضة، ثم جاءت نسبة ٤٦.٦% من المبحوثين، ممن يعتمدون على القنوات بدرجة عالية قد تكونت لديهم اتجاهات سلبية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٢٩.٦% ممن يعتمدون على القنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٣.٨% ممن يعتمدون على القنوات بدرجة منخفضة، وهو ما يعكس ارتباط اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة بمدى اعتماده على القنوات في الحصول على

المعلومات. وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق وُجد أنها = ٩.٥٦، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة. وبالتالي: ثبتت صحة الفرض القائل بأنه: " توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة".

جدول رقم (١٥) معامل ارتباط بيرسون لقياس قوة وشدة العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

معامل ارتباط بيرسون		اتجاهات الجمهور الأردني	
		معامل الارتباط	الدالة
مدى الاعتماد		٠.٢٨٩	٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٥) إلى قوة وشدة العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢٨٩)، عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يعكس قوة العلاقة بين مدى اعتماد الجمهور الأردني على القنوات في الحصول على المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، ونجاح التغطية الإخبارية للقنوات في زيادة الوعي المعرفي للجمهور حول القضايا الاقتصادية المحيطة به، ومن ثم تكوين اتجاهاته نحوها، وتقييمه لأداء الحكومة في مواجهة هذه القضايا.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة
جدول رقم (١٦) العلاقة بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

الاجتهادات حجم الثقة	إيجابية		محايدة		سلبية		الإجمالي	كا	درجة الحرية
	ك	%	ك	%	ك	%			
عالي	٦٣	٤٠.١	٦٠	٣٨.٩	٨٥	٤٤.٩	٢٠٨	١٩.٢١ (دالة)	٤
متوسط	٧٧	٤٩.١	٥٢	٣٣.٨	٥٩	٣١.٣	١٨٨		
منخفض	١٧	١٠.٨	٤٢	٢٧.٣	٤٥	٢٣.٨	١٠٤		
المجموع	١٥٧	١٠٠	١٥٤	١٠٠	١٨٩	١٠٠	٥٠٠		

كا = ١٩.٢١ مستوى المعنوية = ٠.٠٥ درجة الحرية = ٤

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٦) إلى العلاقة بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، ويتضح من بيانات الجدول أن ٤٠.١% من المبحوثين، ممن يتقون بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات إيجابية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٤٩.١% لمن يتقون بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ١٠.٨% لمن يتقون بمصداقية المعلومات بدرجة منخفضة، كما جاءت نسبة ٣٨.٩% من المبحوثين، ممن يتقون بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات

محايدة نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣٣.٨% لمن يتفون بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٧.٣% لمن يتفون بمصداقية المعلومات بدرجة منخفضة، ثم جاءت نسبة ٤٤.٩% من المبحوثين، ممن يتفون بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات بدرجة عالية، قد تكونت لديهم اتجاهات سلبية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣١.٣% لمن يتفون بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٣.٨% لمن يتفون بمصداقية المعلومات بدرجة منخفضة، وهو ما يعكس تأثير متغير حجم الثقة بمصداقية المعلومات على اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

وبحساب قيمة كا ٢١ من الجدول السابق وُجد أنها = ١٩.٢١، وهي قيمة أكبر من قيمتها الجدولية عند درجة حرية (٤) ومستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

وبالتالي: ثبتت صحة الفرض القائل بأنه: "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات المقدمة بالقنوات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة".

جدول رقم (١٧) معامل ارتباط بيرسون لقياس قوة وشدة العلاقة بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة

معامل ارتباط بيرسون		اتجاهات الجمهور الأردني
معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط
٠.٢٨٦	٠.٠٥	حجم الثقة

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٧) إلى قوة وشدة العلاقة بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (٠.٢٨٦)، عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، وهو ما يعكس قوة العلاقة بين حجم ثقة الجمهور الأردني بمصداقية المعلومات واتجاهاته نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، حيث تأثرت اتجاهات الجمهور بمدى ثقتهم بمصداقية هذه المعلومات، على الرغم من عدم تأييدهم للأداء الاقتصادي للحكومة الأردنية، وعجزها عن التعامل الأمثل مع القضايا الاقتصادية التي تمس حياة المواطنين اليومية مثل ارتفاع الأسعار، وتوفير فرص العمل، ورفع الحد الأدنى للأجور وغيرها من القضايا، وبالتالي سيطرت الاتجاهات السلبية لدى الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.

خلاصة وتوصيات:

- ارتفاع معدل مشاهدة الجمهور الأردني لقناتي رؤيا والمملكة، وأشارت إلى أن نسبة ٣٨.٨% من المبحوثين يشاهدون قناتي رؤيا والمملكة بشكل دائم في مقابل ٣٤.٨% ممن يشاهدون القناتين أحياناً. وقد تفوقت قناة (المملكة) في كثافة مشاهدة الجمهور الأردني للقناتين بإجمالي تكرارات ٢٩٢، مقابل ٢٠٨ تكراراً لقناة (رؤيا).

- بينت النتائج زيادة اهتمام الجمهور الأردني بمتابعة القضايا الاقتصادية المقدمة في قناتي رؤيا والمملكة، وقد تصدرت قضية ارتفاع أسعار السلع والخدمات (السلع الأساسية، وخدمات المياه والكهرباء، والمشتقات النفطية) القضايا الاقتصادية بنسبة ٥١.٢% وذلك لتأثيرها على أوضاع المواطنين المعيشية بشكل مباشر، تليها قضية (رؤية التحديث

الاقتصادي لقطاعات الدولة) بنسبة ٤٤.٨%، تليها قضية (التشجيع على الاستثمار) بنسبة ٣٧.٨%، ثم قضية (الأثار الاقتصادية للحروب على الدولة مثل الحرب على غزة والحرب الروسية الأوكرانية) بنسبة ٣٤.٦%.

-كشفت النتائج عن أسباب اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية، حيث تصدر (السبق الإخباري في تناول قضايا الاقتصاد الأردني) أسباب اعتماد الجمهور الأردني على القناتين في الحصول على المعلومات بنسبة ٤٨.٤%، خاصة في قناة المملكة، يليه (التركيز على القضايا الاقتصادية المهمة والمؤثرة في الرأي العام الأردني) بنسبة ٤٥.٤%، ثم (تحري الدقة في نشر الأخبار والمعلومات الاقتصادية) بنسبة ٣٦.٨%.

-أبرزت النتائج حجم ثقة الجمهور الأردني بمصادقية المعلومات الاقتصادية المقدمة في قناتي رؤيا والمملكة، حيث جاءت نسبة ٤١.٦% من المبحوثين ممن يتقون بمصادقية المعلومات الاقتصادية بدرجة عالية، في مقابل ٣٧.٦% ممن يتقون بمصادقية المعلومات بدرجة متوسطة، ونسبة ٢٠.٨% ممن يتقون بمصادقية المعلومات بدرجة منخفضة. وتوقفت قناة (رؤيا) في حجم ثقة الجمهور الأردني بمصادقية المعلومات الاقتصادية بإجمالي تكرارات ٢٦٤، مقابل ٢٣٦ تكرارًا لقناة (المملكة).

-وحول تأثير التغطية الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، أشارت النتائج إلى أن نسبة ٣٧.٨% من المبحوثين دعمت التغطية في القناتين اتجاهاتهم السلبية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، في مقابل ٣١.٤% ممن دعمت التغطية في القناتين اتجاهاتهم الإيجابية نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، ونسبة ٣٠.٨% لمن ظلت لديهم اتجاهات محايدة نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، وبالتالي غلبت الاتجاهات السلبية على طبيعة اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي للحكومة. وجاءت أبرز أسباب عدم تأييد الجمهور الأردني للأداء الحكومي في مواجهة القضايا الاقتصادية (نقص الكفاءات والخبرات الاقتصادية) لإجمالي أسباب عدم التأييد بنسبة ٣٣.٢% من إجمالي العينة، تلتها عبارة (عدم تحقق معايير العدالة والمساواة في فرص العمل التي تتيحها المشروعات التنموية) بنسبة ٢٨.٩%، تليها (عدم الاهتمام بالمشروعات الاقتصادية التي تهتم المواطن الأردني بالمقام الأول) بنسبة ٢٠.١%، ثم (تنفيذ الحكومة لخطط وتوجهات مؤسسات التمويل الدولية) بنسبة ١٧.٨% من إجمالي العينة.

-وفيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني عينة الدراسة على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية، جاءت عبارة (نجحت التغطية الإخبارية في القناتين في توسيع دائرة النقاش حول القضايا الاقتصادية ودور الحكومة الأردنية في مواجهتها) في مقدمة التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد الجمهور الأردني على قناتي رؤيا والمملكة في الحصول على المعلومات الاقتصادية، تلتها عبارة (تحرص القناتين على التوعية المستمرة للجمهور الأردني بجهود الحكومة في مواجهة القضايا الاقتصادية). وتصدرت عبارة (متابعتي للتغطية في القنوات أدت إلى زيادة مخاوفي حول قدرة الحكومة الأردنية على مواجهة القضايا والأزمات الاقتصادية) التأثيرات الوجدانية. فيما جاءت عبارة (أسهمت التغطية الإخبارية للقناتين في

زيادة اهتمامي بالتحليلات الاقتصادية للقضايا المحلية والدولية وفهم تأثيراتها على الواقع المعاش، واتخاذ القرارات المتعلقة بالوضع الاقتصادي) في مقدمة التأثيرات السلوكية.

توصيات الدراسة:

١. ينبغي لقناتي "رؤيا" و"المملكة" زيادة تنوع القضايا الاقتصادية التي يتم تناولها في نشراتها الإخبارية، مع التركيز على مجموعة واسعة من المواضيع الاقتصادية ذات التأثير المباشر على المواطنين حيث يمكن أن يتضمن ذلك القضايا المرتبطة بالاستثمار، ودور القطاع الخاص، والسياسات المالية العامة، لتحسين الفهم الشامل لتحديات الاقتصاد الأردني. ٢. يجب على القنوات الإخبارية تعزيز دقة وشفافية المعلومات الاقتصادية المقدمة للمشاهدين مما يتطلب ذلك تحسين عمليات التحقق من المعلومات وزيادة التحقق من المصادر لتفادي التضليل وتعزيز ثقة الجمهور في المعلومات المقدمة.

٣. ينبغي لقناتي "رؤيا" و"المملكة" تقديم تحليلات أكثر تفصيلاً حول السياسات الاقتصادية وأثرها على الجمهور حيث يمكن أن يشمل ذلك تقارير تحليلية دورية ودراسات حالة عن قضايا محددة، بالإضافة إلى الاستعانة بخبراء ومحللين اقتصاديين لتقديم رؤى معمقة.

مقترحات بحثية:

١. فحص كيفية تأثير تنوع القضايا الاقتصادية التي يتم تناولها في الأخبار على تقييم الجمهور للأداء الاقتصادي للحكومة.

٢. دراسة العلاقة بين دقة المعلومات الاقتصادية ومصادقية القنوات الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور من خلال استكشاف كيف تؤثر دقة المعلومات الاقتصادية على مصداقية القنوات الإخبارية وثقة الجمهور في الأخبار الاقتصادية.

٣. تحليل دور التحليلات الاقتصادية في تعزيز فهم الجمهور للقضايا الاقتصادية من خلال فحص كيف يمكن للتحليلات الاقتصادية المفصلة أن تساعد في تحسين فهم الجمهور للقضايا الاقتصادية وتأثيرها على قراراتهم.

٤. تقييم تأثير التغطية الإخبارية على المخاوف والاهتمامات الاقتصادية لدى الجمهور من خلال دراسة كيف تؤثر التغطية الإخبارية على مشاعر الخوف والاهتمام المتعلقة بالأزمات الاقتصادية بين جمهور القنوات الإخبارية.

قائمة المراجع:

- ^١- خطة الاستجابة الأردنية للأزمة السورية للأعوام ٢٠٢٠-٢٠٢٢ /وزارة التخطيط والتعاون الدولي
accessed on 28\9\2022 /<https://www.mop.gov.jo/Ar/NewsDetails>
- ^٢- المرصد الاقتصادي للأردن- مجموعة البنك الدولي 2021
accessed <https://www.albankaldawli.org/ar/news/press-release/2021/06/28/jordan-on-28\9\2022>
- ^٣- أحمد محمود أحمد (٢٠٢٣). معالجة القنوات الفضائية العراقية لقضايا الامن الاقتصادي وانعكاسها على اتجاهات الجمهور نحو الحكومة. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة بغداد، كلية الإعلام، بغداد.
- ^٤- ابراهيم محمد مصطفى (2021). المعالجة الإخبارية لأزمة ارتفاع الأسعار وتأثيرها على الرأي العام المصري. مجلة بحوث كلية الآداب، جامعة المنوفية، مج32، ع124.4.
- ^٥- فائق الطنباري، سكرة البريدي، مروة عفيفي، إيمان أبو غنيم (2022). معالجة القنوات الفضائية للقضايا الاقتصادية وعلاقتها بالأمن الفكري لدى الجمهور. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية ، ع 33، مج10، ص151.
- ^٦- Omar Ayyed Al-Hamadani, Wisam Fadhil Radhi. "The Role Of Television - Economy News in Increasing Public Knowledge Economic Issues". **Discourse, Context & Media**, Vol. 49, 2022, PP. 1-2.
- ^٧- Mohammed R Al-Essa. "The Role Of The Economic TV Programs (Shows) in Promoting Financial Inclusion". **Utopía y Praxis Latinoamericana**, Vol. 25, 2020, Pp.50-62.
- ^٨-ميرال مصطفى عبد الفتاح (٢٠١٩). معالجة القضايا الاقتصادية في برامج الرأي التلفزيونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور للأداء الاقتصادي الحكومي. مجلة البحوث الإعلامية، مج ٥١، ص ٤٧٣-٥٣٢.
- ^٩- رباب عبد الرحمن هاشم (٢٠١٨). دور القنوات التلفزيونية في إدراك الجمهور لواقع الاقتصاد المصري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع ١٤، ص ٤٥-٤١.
- ^{١٠}- Daniel Hopkins, Eunji Kim, and soojong kim. "Does newspaper coverage influence or reflect public perceptions of the economy?". **Research and Politics journal, SAGE publications**, 2017, pp. 1-7.
- ^{١١}-رشا عادل لطفى (٢٠١٧). تقييم النخبة الاقتصادية للمعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في القنوات التلفزيونية المصرية واتجاهاتهم نحوها: دراسة حالة على رجال الأعمال المصريين. مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، مج ٢، ع ١٤، ص ٤٠٦-٤٥١.
- ^{١٢}-محمود محمد محمد عبد الحلیم (٢٠١٧). اتجاهات الشباب الجامعي نحو معالجة القنوات الفضائية الإخبارية ومواقع الصحف الإلكترونية للمشروعات القومية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ١٦، ع ٤٤، ص ٤٢٩-٤٩٦.
- ^{١٣}- لمياء سمير سيد (2016). دور القنوات التليفزيونية المصرية في طرح القضايا الاقتصادية وعلاقتها بتشكيل معرفة الشباب. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع 6، ص 355.
- ^{١٤}-صالح أبو اصبع (٢٠٠٥). "قضايا إعلامية"، عمان، دار مجدلاوي للنشر، ص ٥٦.
- ^{١٥}-عبد الحافظ صلوي (٢٠١١). "نظريات التأثير الإعلامية"، الأكاديمية العربية في الدنمارك، ص ٢٤.
- ^{١٦}-مجد الهاشمي (٢٠٠٨). "الإعلام الديبلوماسي والسياسي"، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ^{١٧}تم تحكيم استمارة الاستبيان من قبل السادة المحكمين:

- أ.د تيسير ابو عرجة، أستاذ الإعلام في جامعة البتراء - الأردن.
- أ.د محسن الكناني، أستاذ الإعلام في جامعة بغداد - العراق.
- أ.د عمر خليل، أستاذ إدارة نظم المعلومات والاقتصاد، كلية العلوم الإدارية - جامعة الكويت.
- أ.د كمال روبيح، أستاذ إدارة نظم المعلومات والاقتصاد، كلية العلوم الإدارية - جامعة الكويت.
- د أحمد العائدي، الأستاذ المشارك في كلية الإعلام، جامعة الأزهر - مصر.
- د عربي المصري، الأستاذ المشارك في كلية الإعلام، جامعة دمشق.
- د عبدالله آل مرعي، الأستاذ المشارك في قسم الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الملك خالد - السعودية.