

التعطية الإخبارية الأردنية للانتخابات اللامركزية "2022" الموقع الرقمي ومنصات
التواصل الاجتماعي لقناة "المملكة" أنموذجاً

**Jordanian News Coverage of the Decentralization Elections
"2022" Almamlaka TV Website and Social
Media Platforms as a Model**

إعداد

محمد ماجد حمد القرعان

إشراف

الدكتورة منى عيد أبو جامع

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2023

ب

تفويض

انا محمد ماجد حمد القرعان، افوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا والكترونيا للمكتبات او المنظمات والمؤسسات العنية بالابحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: محمد ماجد حمد القرعان

التاريخ: 2023/01/24

التوقيع:



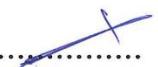
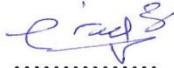
قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ : التغطية الإخبارية الأردنية للانتخابات اللامركزية 2022 الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة "المملكة" أمنونجا.

للباحث: محمد ماجد حمد القرعان.

وأُجازت بتاريخ: 2023/01/24.

أعضاء لجنة المناقشة

| الاسم | الصفة | جهة العمل | التوقيع |
|--------------------------|------------------------------|--------------------|---|
| د. مني عيد أبو جامع | مشرقاً | جامعة الشرق الأوسط |  |
| د. أحمد علي عريقات | عضوً من داخل الجامعة ورئيساً | جامعة الشرق الأوسط |  |
| د. محمود أحمد الرجبي | عضوً من داخل الجامعة | جامعة الشرق الأوسط |  |
| د. إبراهيم فؤاد الخساونة | عضوً من خارج الجامعة | جامعة البترا |  |

شكر وتقدير

"قال رسولنا العظيم صلى الله عليه وسلم " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظمي سلطانك اللهم لك الحمد حتى ترضى حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه حمداً وشكراً مليء السموات و مليء الأرض ومليء ما بينهما ومليء ما شئت سبحانك يا ارحم الراحمين وقد توفقت بحمد الله بإنجاز رسالتى هذه لنيل درجة الماجستير .

اتوجه بالشكر والتقدير لمشرفتي الدكتورة الفاضلة منى عيد أبو جامع لتكريمها بالإشراف على هذه الدراسة ولما ابدته من جهود علمية واراء سديدة وعلى ما اعطتني من وقتها وفkerها وتوجيهاتها .

وأقدم بالشكر والتقدير وعظيم الامتنان الى رئيس لجنة المناقشة الدكتور احمد عريقات والاعضاء الأفضل الدكتور محمود الرجبى عضواً داخلياً والدكتور إبراهيم الخساونة عضواً خارجياً لهم مني كل الشكر والتقدير.

كما واشكر كل من مد لي يد العون من قريب او بعيد ...

جزاهم الله كل خير.

الإهداء

على خطاك رسمت أولى خطواتي وابحترت تحت ظلك حتى رست بي الايام نحو
نجاح يتلوه نجاح ... بفضل ارشادك وحكمتك ...
الي والدي قدوتي ومنارة دربي ...

الى لمسة الحنان وبسمة الامل وجنتي ... والدتي الغالية

والى زوجتي رفيقة دربي وسلوى فؤادي

اهديكم هذا العمل ... والله الموفق

فهرس المحتويات

| | الصفحة | | الموضوع |
|--------|--------|--|--------------------------------|
| أ..... | | | العنوان |
| ب..... | | | تفويض |
| ج..... | | | قرار لجنة المناقشة |
| د..... | | | شكر وتقدير |
| و..... | | | فهرس المحتويات |
| ح..... | | | قائمة الجداول |
| ط..... | | | قائمة الأشكال |
| ك..... | | | قائمة الملحقات |
| ل..... | | | الملخص باللغة العربية |
| م..... | | | الملخص باللغة الإنجليزية |

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

| | |
|--------|--------------------------------------|
| 1..... | أولاً: المقدمة |
| 3..... | ثانياً: مشكلة الدراسة |
| 3..... | ثالثاً: أهداف الدراسة |
| 4..... | رابعاً: أهمية الدراسة |
| 6..... | خامساً: أسئلة الدراسة |
| 7..... | سادساً: حدود الدراسة ومحدداتها |
| 8..... | سابعاً: مصطلحات الدراسة |

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

| | |
|----------|--|
| 12 | أولاً: النظريات المستخدمة في الدراسة |
| 16 | ثانياً: الأدب النظري |
| 28 | ثالثاً: الدراسات السابقة |
| 37 | التعليق على الدراسات السابقة |

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

| | |
|----------|---------------------------|
| 38 | منهج الدراسة |
| 39 | مجتمع وعينة الدراسة |

| | |
|---|----------------------------------|
| 39 | أداة الدراسة..... |
| 40 | فئات التحليل ووحداته..... |
| 45 | صدق أداة الدراسة..... |
| 45 | ثبات الأداة..... |
| 46 | المعالجة الإحصائية..... |
| 46 | إجراءات الدراسة..... |
| الفصل الرابع: نتائج الدراسة | |
| 48 | نتائج السؤال الأول |
| 52 | نتائج السؤال الثاني |
| 59 | نتائج السؤال الثالث |
| 64 | نتائج السؤال الرابع |
| 65 | نتائج السؤال الخامس |
| 68 | نتائج السؤال السادس |
| الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات | |
| 78 | أولاً: مناقشة نتائج الدراسة..... |
| 82 | ثانياً: التوصيات |
| 84 | المراجع |
| 90 | الملاحق |

قائمة الجداول

| رقم الصفحة | المحتوى | رقم الفصل - رقم الجدول |
|------------|---|------------------------|
| 48 | حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022 بأنماطها المختلفة، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي | 1-4 |
| 52 | الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي | 2-4 |
| 59 | القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي | 3-4 |
| 68 | مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على منصة توينتر | 4-4 |
| 69 | مستوى تفاعل الجمهور مع الأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على منصة توينتر | 5-4 |
| 70 | مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على منصة فيسبوك | 6-4 |
| 71 | مستوى تفاعل الجمهور مع الأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على منصة فيسبوك | 7-4 |
| 73 | مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على منصة يوتيوب | 8-4 |
| 74 | مستوى تفاعل الجمهور مع الأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022" على منصة يوتيوب | 9-4 |
| 76 | مستوى مهنية تغطية الانتخابات الالامركية 2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالاستدامة لمختلف الموضوعات | 10-4 |

قائمة الأشكال

| رقم الصفحة | المحتوى | رقم الفصل - رقم الشكل |
|---------------|---|--------------------------|
| 49 | حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022 بأنماطها المختلفة، على الموقع الرقمي | 1-4 |
| 50 | حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022 بأنماطها المختلفة، على منصة فيسبوك | 2-4 |
| 50 | حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022 بأنماطها المختلفة، على منصة توينتر | 3-4 |
| 51 | حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022 بأنماطها المختلفة، على منصة يوتيوب | 4-4 |
| 54 | الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022، على الموقع الرقمي | 5-4 |
| 56 | الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022، على منصة فيسبوك | 6-4 |
| 57 | الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022، على منصة توينتر | 7-4 |
| 58 | الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022، على منصة يوتيوب | 8-4 |
| 61 | القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022" الموقع الرقمي" | 9-4 |
| 62 | القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022" على منصة فيسبوك" | 10-4 |
| 63 | القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022" منصة توينتر" | 11-4 |
| 64 | القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022" على منصة يوتيوب" | 12-4 |
| 65 | الأساليب الاقناعية التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركية 2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي | 13-4 |

| رقم الصفحة | المحتوى | رقم الفصل - رقم الشكل |
|---------------|--|--------------------------|
| 66 | مستوى مهنية تغطية الانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة | 14-4 |
| 67 | مستوى مهنية تغطية الانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالشمول | 15-4 |

قائمة الملحقات

| رقم الصفحة | المحتوى | رقم الملحق |
|------------|------------------------|------------|
| 90 | قائمة بأسماء المحكمين | 1 |
| 91 | استماراة تحليل المضمون | 2 |

التفطية الإخبارية الأردنية للانتخابات اللامركزية "2022" الموقع الرقمي ومنصات

التواصل الاجتماعي لقناة "المملكة" أنمودجا

إعداد: محمد ماجد حمد القرعان

إشراف: الدكتورة منى عيد أبو جامع

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التغطية الإخبارية الأردنية للانتخابات اللامركزية "2022" ، وتم اختيار قناة المملكة أنمودجا كونها قناة تلفزيونية للخدمة الإعلامية العامة تعنى بالإسهام في تثقيف وتوسيعة أفراد المجتمع بمفهوم اللامركزية والانتخابات الخاصة بها.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت صحفية تحليل المضمون للمواد الإخبارية التي نشرت على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة، خلال الفترة 2021/01/01 - 2022/06/30، لتشمل ثلاثة فترات زمنية ، الأولى من 2021/01/01 إلى يوم الصمت الانتخابي الموافق 2022/03/21، الثانية يوم الإقتراع 2022/03/22، والثالثة بعد إعلان النتائج اي من 2022/03/23 إلى 2022/06/30، وشملت عينة الدراسة (121) مادة إعلامية على الموقع الرقمي، و(116) مادة على منصة الفيسبوك، و(113) مادة على منصة توينتر، و(73) مادة على منصة يوتوب.

وتلخصت النتائج فيما يلي:

ركزت القناة على موضوع الاقتراع بنسبة (27.3%)، فيما لم تحظ الموضوعات الأخرى والتي يعول عليها ترسیخ الوعي السياسي والتثقيف ومعالجة القضايا التي تهم المرشحين والناخبين على حد سواء بالاهتمام الكافي. كذلك المتعلقة بمفهوم اللامركزية ومتطلباتها وأهدافها وعلاقتها بالإدارة المحلية ومجالس المحافظات، ودراسة احتياجات المناطق وتحديدها وتخصيص الموازنة ومتابعة التنفيذ، فهذه المعلومات تسهم في إقناع الأفراد بالمشاركة في الانتخابات، والتي لم يتعد نصيبها (2.66%) من اجمالي عينة الموضوعات، والأمر ذاته بالنسبة لموضوعات النزاهة والمال السياسي، واستخدام خطاب الكراهية والعنصرية في الحملات الانتخابية، وقضايا الفئات الهشة، وحق الظهور الإعلامي للمرشحين لعرض برامجهم الانتخابية ومناقشة ناخبيهم.

أما عن الجهات الفاعلة فقد ركزت القناة على الهيئة المستقلة للانتخابات كونها جهة فاعلة ومصدر معلومات بنسبة (22.13%) وهي الجهة المنظمة للعملية الانتخابية، لكن لم تعط اهتماماً كافياً للفئات الأخرى من حقوقين ومراقبين ومواطنين، ومرشحين، وأعضاء مجالس المحافظات أنفسهم، والذين بدورهم يؤدون دوراً كبيراً في العملية الانتخابية.

وتعاملت القناة بمستوى مهني جيد فيما يتعلق بالشمول المكاني، واستدامة المعالجة، فشملت مضمamins المواد الإخبارية لكافة المحافظات فيما تناولت ببعض الخصوصية محافظات معينة بحسب حالات طلب ذلك، ومن حيث التوقيت الزمني فقد توزع المضمون بشكل جيد ومنطقي على الفترات الثلاث التي صنفتها الدراسة، كما جاءت الأنماط و Mahmahia الموضوعات مناسبة لطبيعة احتياجات الفترات الثلاث.

وعن تفاعل أفراد المجتمع الأردني مع المضمamins محل الدراسة على منصات التواصل الاجتماعي، تصدرت منصة الفيسبوك أعلى نسب التفاعل، يليها توينتر ومن ثم يوتوب، وهي تعكس واقع خصائص الجمهور الأردني المعروفة تجاه المنصات حيث يفضل الفيسبوك.

وقد كان موضوع المخالفات واستخدام العنصرية وخطاب الكراهية أكثر الموضوعات تفاعلاً رغم انخفاض حصتها من التغطية. أما بخصوص الأنماط فكان أعلى متوسط للمشاهدات للبرامج الحوارية.

الكلمات المفتاحية: اللامركزية، الانتخابات، قناة المملكة، التغطية الإخبارية، الإعلام الرقمي، الانتخابات اللامركزية 2022، الأردن، منصات التواصل الاجتماعي.

Jordanian News Coverage of the Decentralization Elections "2022"

Almamlaka TV Website and Social Media Platforms as a Model

Prepared by: Mohammad Majed Al-Quraan

Supervised by: Dr. Mona Eid Abu Jamea

Abstract

This study aimed to assess the Jordanian media's coverage of the decentralized elections "2022". Al-Mamlaka channel was chosen as a model, as it is a public service station concerned with contributing to educating community members about the concept of decentralization and its elections .

The study relied on the descriptive approach, and used the content analysis sheet tool for the media materials that were published on the website and social media platforms of the channel, during the period 01/01/2021 - 30/06/2022, to include three periods of time that enable the researcher to evaluate.

The study sample included (121) media items on the website, (116) items on Facebook platform, (113) items on Twitter platform, and (73) items on YouTube platform.

The results are summarized as follows :the channel focused on the issue of voting by (27.3%), while other issues on which it is relied on to establish political awareness, education, and addressing issues of concern to candidates and voters alike, did not receive sufficient attention, such as those related to the concept of decentralization, its requirements, objectives, and its relationship to local administration and provincial councils; studying the needs of regions, defining them, allocating the budget, and following up on implementation.

These information contribute to persuading individuals to participate in the elections, whose share did not exceed (2.66%) of the total sample of subjects. The same applies to issues of integrity and political money, the use of hate speech and racism in electoral campaigns, issues of vulnerable groups, and the right of media appearance for candidates to present their electoral programs and debate their voters.

Al-Mamlaka TV focused also on the Independent Elections Commission as an actor and source of information by (22.13%) as it is the organizing body for the electoral process, but did not pay enough attention to other groups of human rights activists, observers, citizens, candidates, and members of the provincial councils themselves, who in turn play a major role in the electoral process.

The channel dealt also with a good professional level with regard to comprehensiveness and sustainability: the contents of the media subjects were directed to all governorates, while they dealt with some privacy in certain governorates according to specific cases that required it.

In terms of timing, the content was distributed well and logically over the three periods that the study classified.

Patterns and subjects were also appropriate to the nature of the needs of the three periods.

Facebook platform topped the highest interaction rates by the Jordanian public, followed by Twitter and then YouTube, and this reflects the reality of the Jordanian public's well-known characteristics towards the platforms where Facebook is preferred.

The topic of violations, the use of racism and hate speech was the most interactive topics, despite their low share of coverage. As for patterns, the highest average was for digital video views.

Keywords: **Digital Media, News Coverage, Decentralized Elections, Social Media Platforms, Al-Mamlaka Channel, Jordan.**

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

تعد الانتخابات من الوسائل الأساسية التي تؤهل الناس للمشاركة في إدارة الشؤون العامة في مجتمعاتهم، والتي بدورها تعتبر حقاً أساسياً من حقوق الإنسان التي طالما كافحت الشعوب من أجلها. ويعد حق الانتخاب في الدول الديمقراطية من أهم الممارسات السياسية التي يتم من خلالها نقل السلطة من شخص إلى آخر، أو مجموعة إلى أخرى بطريقة سلمية.

ويؤدي الإعلام دوراً كبيراً في حسن سير العمل الديمقراطي، وينظر إليه كمراقب إذا ما أتاح النقد وتسلیط الضوء على كامل العملية الديمقراطية. ووسائل الإعلام بإمكانها إعلام الناخب بتفاصيل تلك العملية، وهي من تسهم في تسهيل عملية المشاركة في الاقتراع والتسويق لها من خلال تقييف الناخبين بكيفية ممارستهم لذلك الحق، إضافة إلى تغطية ومراقبة الحملات الانتخابية، وإعطاء الأحزاب والقوى المتنافسة حق إيصال رسائلها إلى جمهور الناخبين، وإعطاء حق التناظر لتلك القوى.

والمتابعة عن قرب والتأكد من العدالة وسلامة العملية الانتخابية من خلال مراقبة عمليات الفرز وإعلان النتائج، ويفحذ بذلك التغطية لأحد معايير تقييم شرعية تلك العملية. على أن هذا الدور لا يتوقف بانتهاء الانتخابات، بل إن الدور الفاعل هو مراقبة أداء وإنجازات من تم انتخابهم وهو الأساس في عملية الإصلاح والتغيير. (عبدالعاطي واخرون، 2012)

وتعد اللامركزية الشريك الأوثق للحكومات في تنفيذ جداول أعمال التنمية على المستويين الوطني والعالمي، وتعزيز الحوار الدولي مع السلطات المحلية بشأن القضايا الإنمائية وخاصة تنفيذ أهداف

التنمية المستدامة، فإذا تم تطبيقها ستحقق مشروعات تنموية في المحافظات تخفف من عبء ضغط طلبات التوظيف على الحكومة المركزية وتسهم في الحد من مشكلتي الفقر والبطالة. (ابوهبيب، 2014)

ومن خلال مجالس المحافظات التي أنشئت لهذا الغرض يعني توفير المناخ الملائم لتشجيع الاستثمار، والمحافظة على ممتلكات الدولة وتطويرها في المحافظات، والعمل على توفير أفضل الخدمات للمواطنين، واتخاذ التدابير الازمة لحماية الصحة العامة والبيئة والتنسيق في حالات الطوارئ، وتنفيذ سياسة الدولة.

ويعد الإعلام الرقمي ناقلاً للأخبار ومنبراً للحوار بين كافة الأطراف في المجتمع، حيث الإسهام في توعية الجمهور بالقضايا المجتمعية كافة. وتسهم المواقع الإخبارية وصفحات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في ذلك وحيث سهولة الاستخدام والتفاعل والتعليق ومشاركة الآراء.

ومع اتساع مهام وأهداف اللامركزية بموجب قانون اللامركزية رقم (49) لسنة 2015 بتشكيل مجلسين؛ المجلس التنفيذي، ومجلس المحافظة، وإناطة أدواراً جديدة بكل منهما، بات من الأهمية أن تخضع تغطية الإعلام لتلك المهام للمراجعة والتقييم والتأكد من مدى قدرته على الإسهام في تحقيق التنمية وممارسة دوره في توعية الجمهور الأردني، وفي كونه منبراً للحوار، والرقابة أيضاً.

ويهدف هذا البحث إلى التعرف على التغطية الإخبارية الأردنية متمثلة في الموقع الإخباري لقناة المملكة وصفحات التواصل الاجتماعي، (فيسبوك، توينتر، يوتوب) لانتخابات اللامركزية في دورتها الثانية والتي جرت في 22/03/2022.

ثانياً: مشكلة الدراسة

إن أعمال اللامركزية بأبعادها الثلاثة؛ السياسي والمالي والتنموي ونجاحها في تحقيق أهدافها ، يتطلب تهيئة الأوضاع الوطنية وتعزيز حماية نظام سياسي واجتماعي واقتصادي مناسب لمستلزمات تلك التنمية، الأمر الذي يعني أن الجهد المطلوب من المنظومة الإعلامية لا يقف عند ما تبذله في توعية الجمهور عن اللامركزية وأهمية مشاركته في العملية الديمقراطية، بل المراقبة لما بعد تلك العملية، والتي تشمل بعد تحديد الجمهور المتاثر بالتنمية ونتائجها واحتياجاتهم التي يعدها المجلس التنفيذي ويقرها مجلس المحافظة، مراقبة جداول تلك الاحتياجات وفهم الأطر التاريخية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية التي قادت للشكل الأخير من هذه الإدارة المحلية والهيكل الجديد لها ومهام مجالسها والعلاقة بينها وبين الإدارة المركزية متمثلة في الحكومة ومجالس الأمة، ليصبح الإعلام ليس مجرد ناقل للمعلومات بين أفراد المجتمع وتلك المجالس بل أساسا في إنجاح تلك العملية من خلال التغطية المعمقة ومتابعة تنفيذ المجالس لما ورد في دليل الاحتياجات التنموية، على أن تكون تلك التغطية شاملة للموضوعات والفئات والمواضف كافة.

وتحدد إشكالية الدراسة إلى التعرف التغطية الإخبارية الأردنية لانتخابات اللامركزية، وممارسة الوظائف والمهام المنوطة به للإسهام في تحقيق اهداف التنمية المستدامة من خلال الانتخابات.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام الأردني في تغطيته لانتخابات اللامركزية "2022" ، والمتمثل في الموقع الرقمي لقناة "المملكة" وصفحات التواصل الاجتماعي، وهذا يعني أن الدراسة تهدف إلى :

1. معرفة الأنماط المختلفة للتغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة

"المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

2. معرفة الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على

موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

3. معرفة القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع

قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

4. معرفة الأساليب الإعلامية المستخدمة في تغطية الانتخابات اللامركزية "2022" على موقع

قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها.

5. معرفة مستوى مهنية تغطية الانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي

وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة والشمول.

6. معرفة مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات والأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية

للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل

الاجتماعي الخاصة بها.

رابعاً: أهمية الدراسة

أُجري في الأردن دورتان للانتخابات اللامركزية، وبعد أن اكتفت التجربة الأولى العديد من

السلبيات، حيث كانت تجربة حديثة العهد وأحيط القانون المنظم لهذه الانتخابات بالعديد من الشكوك

الأمر الذي انعكس في نسبة المشاركة والتي لم ت تعد 31.7 بالمئة بحسب الهيئة المستقلة للانتخاب.

تقاءل بعض المشاركين بأن تكون الدورة الثانية، أفضل حظاً مع زيادة معرفة الناس بماهية اللامركزية

وأهميتها وما تحقق له مجتمعاتهم ومحافظاتهم، إلا أنها لم تكن كذلك، فقد تدنت نسبة المشاركة إلى

29.6 حيث لاتزال الشكوك لدى الرأي العام وعدم قناعته بقدرة تلك المجالس على تنفيذ ما أنيط بها من مهام. (ابوحمود، 2021)

ويرجع المراقبون ذلك لعدة أسباب، يأتي على رأسها عدم معرفة المواطنين بماهية هذه المجالس ومهمتها وطرق تنفيذها وأالية محاسبتها إلى غيرها من أمور، وعدم نصوح هذه المنظومة في فكر وقناعات المجتمع الأردني. وإن يعد الإعلام شريكاً إلى جانب المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني في توطين هذه المنظومة الديمقراطية الحديثة، تكمن أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

الأهمية العلمية

تعد الانتخابات الامرکزية تجربة حديثة في الأردن ولم تحظ التغطية الإخبارية لهذه الانتخابات بدراسات أكاديمية إلا دراسة واحدة في حدود علم الباحث، وإن كان هناك دراسات للانتخابات النيابية، فرغم تشابه الانتخابات فيما يتعلق بمدونة السلوك والأسس العامة، إلا أن الاختلاف الرئيس يمكن في طبيعة الامرکزية ذاتها، الأمر الذي يفرض على الصحفيين الذين يغطون تلك الانتخابات فهمها بشكل كاف لنقل المعلومات المتعلقة بها للمواطنين. ويؤمل أن تضيف نتائج هذه الدراسة تراكماً معرفياً يتعلق بالمهام المسندة إلى الصحفي في تغطية الانتخابات الامرکزية من حيث أهميتها وطرق ممارستها والموضوعات التي يجب أن تتضمنها تلك التغطية، خاصة التغطية المستدامة، المتعلقة بفترة ما بعد الانتخابات ومراقبة الأداء. وهذا التطور المنشود في التراكم المعرفي سيكون مرحلة انتقالية وربما أساساً لدراسات أكاديمية أخرى من شأنها العمل على تطوير هذه المنظومة الحديثة نسبياً على المجتمع الأردني. وتحقيق أهداف التنمية المستدامة حيث ترسّيخ هذه المنظومة - منظومة الامرکزية - يعني التغيير والإصلاح المنشود، وهذا ما تسعى له الجامعات منربط أبحاثها ودراساتها الأكاديمية بواقع مجتمعاتها واحتياجاتهم والعمل على حل المشاكل وإيجاد الحلول.

الأهمية التطبيقية

1- القائم بالاتصال: يؤمل أن تسهم نتائج الدراسة في توفير مرجعاً للمهام والموضوعات والأسس والجهات التي تتطلبها تغطية الانتخابات اللامركزية والتي لم يعهد لها الصحفيين في تغطيتهم للانتخابات الأخرى. إضافة إلى التعرف على ما قامت به مؤسستهم من خلال مقارنة ما سيرد من نتائج هذه الدراسة مع التغطية الخاصة بهم. والاستفادة من المقترنات والتوصيات التي يمكن التوصل لها، سواء ما يتعلق بالمضمون أو بتسويق المضمون لدى الجمهور.

2- الجهات المراقبة ومؤسسات المجتمع المدني، والتي تعد شريكاً في ترسیخ هذه المنظومة الحديثة، ويؤمل أيضاً أن تسهم نتائج هذه الدراسة في تحسين وتطوير إدارة العلاقة بينهم وبين الصحافة بحيث يكون العمل بينهما متكاملاً وفي صالح أفراد المجتمع والمناطق التي يمثلونها.

خامساً: أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس كيفية التغطية الإخبارية الأردنية عينة الدراسة للانتخابات اللامركزية؟ وهل تساهم في تحقيق التنمية المستدامة؟

وهذا يعني الإجابة عن التساؤلات الفرعية أدناه

1. ما حجم الأنماط المختلفة للتغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة

المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟

2. ما الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع

قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟

3. ما القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية للاحتجاجات الالامركية "2022" على موقع قناة

"المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟

4. ما الأسلوب الإقناعية المستخدمة في تغطية الاحتجاجات الالامركية "2022" على موقع قناة

"المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟

5. ما مستوى مهنية تغطية الاحتجاجات الالامركية "2022" على موقع قناة "المملكة" الرقمي

وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة والشمول؟؟؟

6. ما مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات والأنمط التي تضمنها التغطية الإخبارية

للاحتجاجات الالامركية "2022" على موقع قناة "المملكة" الرقمي وصفحات التواصل

الاجتماعي الخاصة بها؟

سادساً: حدود الدراسة ومحدداتها

الحدود الزمنية

أجريت الدراسة على الفترة الممتدة من 2021/1/1 2022/6/30 وحتى 2021/01/01 الى 2022/03/21، على مضمرين

المحتوى الإعلامي المتعلق بلاحتجاجات الالامركية على الموقع الرقمي لقناة "المملكة" وقنوات

التواصل الاجتماعي الخاصة بها، لتشمل ثلاثة فترات زمنية، الأولى من 2021/01/01 الى يوم

الصمت الانتخابي الموافق 2022/03/22، والثانية يوم الإقتراع 2022/03/22، والثالثة بعد إعلان

النتائج اي من 2022/03/23 الى 2022/06/30. حيث تمكّن هذه المدة الزمنية من دراسة التغطية

والمعالجة الإخبارية لمعطيات الاحتجاجات الالامركية المختلفة، ومن ثم الإجابة عن أسئلة الدراسة،

خاصة فيما يتعلق بمستوى مهنية التغطية من حيث تقسيم فترات التغطية المستدامة التي تحقق

الأهداف والوظائف المنوط بها.

الحدود المكانية

تجرى الدراسة على الموقع الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي لقناة "المملكة" ومقرها الأردن.

الحدود الموضوعية

تجرى الدراسة على مضمون المحتوى الإعلامي المتعلق بالانتخابات اللامركزية على الموقع الرقمي لقناة "المملكة" ومنصات التواصل الاجتماعي الخاصة بها خلال فترة الدراسة.

محددات الدراسة

ترتبط محددات الدراسة بمدى صدق أداة الدراسة ودرجة ثباتها، ونتائج هذه الدراسة تتعلق بقناة المملكة وهي قناة خدمة عامة، ويمكن تعميم النتائج على المحطات ذات الطبيعة المشابهة فقط

سابعاً: مصطلحات الدراسة

التغطية الإخبارية

توفير المعلومات المتعلقة بموضوع أو قضية أو حدث ما بما يتناسب مع سياسة المؤسسة وضمن قوانين الدولة بهدف إيصال الحقيقة أو المعرفة للمتلقي. (الحتو، 2012)

إجرائياً: تمثل التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية في هذه الدراسة كافة المعلومات المتعلقة بكافة القضايا والموضوعات ذات العلاقة بالانتخابات اللامركزية في الأردن، ويقصد بها التغطية المستدامه وليس التغطية الإخبارية، أي ليست تلك المرتبطة بفترة الاقتراع، وإنما المستمرة والتي يمكن من خلال المهام التي تقوم بها من تشريف وتقسيم وتكوين رأي عام تجاه العملية الديمقراطية أن تسهم في ترسیخ أهمية المشاركة السياسية ودورها في تحقيق الديمقراطية والتنمية المستدامة.

الاعلام الرقمي: الاعلام الرقمي بأنه الاعلام الذي يتخذ شبكة الانترنت وسيطاً إتصالياً، والرقمي جاء تسميته من 01 أي التقنية الرقمية التي تعمل بها معظم الأجهزة الاتصال والبث في إرسال الرسائل الاتصالية، وتتضمن الكتاب تحديات الذكاء الاصطناعي والإنتernet وظهور الجيل الخامس من الإنترنэт والتطبيقات ودورها في العمل الاعلامي. (الدبيسي, 2021)

ويشير إلى الاعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل موقع الويب، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتداولون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة. وهو بهذا يشمل التلفزيون التفاعلي أو التلفزيون غير التفاعلي. (ابوحريرة، 2015)

الانتخابات

الانتخاب من فعل نخب، وأنilih الشيء اختياره، والنخبة ما اختاره منه ونخبة القوم ونخبتهم خيارهم، والنخب النزع والانتخاب الانتزاع والانتخاب الاختيار والانتقاء من النخبة.

أما اصطلاحاً فيعرف الانتخاب بأنه اختيار شخص من بين عدد من المرشحين ليكون نائباً يُمثل الجماعة التي ينتمي إليها، وكثيراً ما يطلق على الانتخاب اسم (اقتراع) أي الاقتراع على اسم معين، ويعد الانتخاب حقاً عاماً للمواطنين وليس لسلطة من السلطات أن تحرم المواطن من ممارسته ما دام مستوفياً شروط السن والعقل واعتبارات الشرف "ليس مجرماً محكوماً عليه"، فضلاً عن شرط الجنسية. (فوزي، 2000)

إجرائياً: الانتخابات الامرکزية التي عقدت بتاريخ 2022/03/22.

اللامركزية

اللامركزية تنظيم إداري يعتبر من أهم مبادئ حكم الأكثريات التي تقوم عليها الديمقراطية، وهي نقىض المركزية، وهي عملية توزيع الوظائف، والسلطات، والأشخاص أو الأشياء بعيداً عن الموقع أو السلطة المركزية. (دايش، 2016)

وتعرف بأنها إعادة توزيع المسؤوليات والمهام داخل الدولة بحيث لا تتركز داخل المركز (العاصمة)، ويكون هناك مشاركة في المسؤوليات على المستوى الوطني والمحلي (المحافظات). (cdfj، 2017)

قناة المملكة

قناة تلفزيونية للخدمة الإعلامية العامة، تأسست بموجب نظام خاص بتاريخ 10 يوليو 2015، وانطلق بثها الفضائي والرقمي في 16 يوليو 2018. وتبث برامجها عبر تقنية الـ SD و HD على قمر عرب سات على تردد 12054 عمودي، وعلى نايل سات على التردد 11958 أفقي، و 12034 عمودي، وعلى شبكة قنوات OSN قناة رقم 454، بالإضافة إلى الموقع الرقمي وموقع التواصل الاجتماعي. (المملكة، 2018)

منصات التواصل الاجتماعي: هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت وتمكنهم أيضاً من التواصل الصوتي والمرئي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم، ومنها فيسبوك، وإنستغرام، وتويتر، ... إلخ. (الدليمي ع.، 2011)

وتعرف أيضاً بأنها الشبكات الاجتماعية، وهو مصطلح يشير إلى تلك الصفحات على شبكة الانترنت التي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (web) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها

في بيئه أو مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتمائهم (جامعة - بلد - شركة ... الخ).

(حسونة، 2014)

وإجرائياً: الصفحات الرسمية الخاصة بوسيلة الإعلام محل الدراسة (قناة المملكة) على موقع الويب التالية: (فيسبوك - تويتر - يوتوب) حيث أن قناة المملكة هي من يدير هذه الصفحات وتقوم بنشر المواد الإعلامية والإخبارية الخاصة بها من خلالها.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

يتضمن هذا الفصل الإطار النظري للدراسة، وعرضًا للدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة.

أولاً: النظريات المستخدمة في الدراسة

تستند هذه الدراسة إلى نظريتي؛ فاعلية المعلومات السياسية، ونظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، وفيما يلي عرض يوضح أهم فروض النظرية وعلاقتها بالدراسة.

نظريّة فاعلية المعلومات السياسيّة

تحتخص هذه النظرية برصد المظاهر ذات العلاقة بدور الإعلام في تفعيل العمل السياسي، أي التثقيف والتنشئة السياسية، سواء بالمشاركة أو العزوف، وسواء في بناء الأيديولوجيات الحزبية أو الفردية أو حتى تخطيها. ومن أهم فروض هذه النظرية..:

(عكاشه، 2006)

1. إن توفر المعلومات يزيد منوعي الأفراد بالعمل السياسي ويشجعهم على المشاركة فيه، فيما يؤدي نقصها إلى ضعف المشاركة خصوصاً مع عدم الثقة.

2. إن التطور في مجال الانترنت واستخدامه من قبل الوسائل الإعلامية إضافة للمنصات جعل الاتصال السياسي ليس من الأعلى للأسفل فقط، أي ليس من الحكومات والنخب إلى المواطنين فقط، بل من المواطنين إلى الحكومة والنخب ويوفر النقاش وتبادل الحوار.

3. تمثل ثقة الفرد في ذاته وفي مؤسسات العمل السياسي الدافع الأساسي في مشاركة المواطنين في الانتخابات والتعبير عن الرأي وال موقف، وترتبط المعلومات (الاعلام) بين هذا الدافع من ناحية وبين السلوك العملي من ناحية أخرى.

4. التفاعلية التي يوفرها الانترنت للشباب تزيد من رغبته في المشاركة السياسية حيث يتاح له

النقد والتعليق

5. حرية النقاش والإعلانات السياسية تسهم في زيادة وعي الأفراد وتقلل من الاختلاف في الرأي بين الحكومات والمواطنين، فالمعلومات المعالجة الموجودة على الفضاء الرقمي تعد وسيلة للتربية، وهي مصدر للتأييد والاتفاق كما يمكن أن تكون مصدراً للمعارضات والثورات.

6. إن الانترنت يحرك الصمت، فمن خلال المعلومات التي يوفرها الإعلام غالباً لا يغرس شيئاً جديداً لدى الأفراد، ولكن يحرك الموقف لديهم، ولا يتجاوز الانتماءات السياسية والمصالح والخبرات والاندماج وإنما يتاح الاختيار.

7. إن فاعلية المعلومات عبر الانترنت أوجدت أطراف أخرى تعنى بالقضايا السياسية المطروحة للنقاش، كالناشطين وهم أفراد لديهم القدرة على التعبئة، ولكن هم غير معروفين كقادة الرأي المعتاد عليهم، وقد تتوافق معلوماته مع المواطن أو مع السلطة، ولكنها في كل الأحوال أوجدت هذه المعلومات بعدها آخر في الحوار.

8. إن توفر كم معين من المعلومات قد يكون سبب الاحتباط عند المواطنين، فيتولد الاحتقان السياسي لديهم بسبب شعورهم بالعجز وعدم القدرة على المشاركة، وهذا ما يضر بالديمقراطية و يجعل الأفراد يتربكون من لا يستحق في السلطة.

وتنسند الدراسة الحالية في طرحها الأساسي إلى هذه النظرية فهي تختص بتحليل مضمون المعلومات التي وفرتها قناة "المملكة" عبر موقعها الرقمي وعبر منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بها، فيما يتعلق بموضوع الانتخابات الالامركزية، والتي يمكن أن تكون دافعاً لرفع نسبة المشاركة وأن تحدث حراكاً ايجابياً لدى المواطنين في سبيل عدم إبقاء من لا يستحقون، والاسهام في توفير كم من المعلومات يتعلق بمفهوم الالامركزية ومهامها وآلية عملها والفائدة المتحققة منها للمجتمعات في قضياتهم المختلفة المؤدية إلى تحقيق تنمية شاملة وعادلة، حيث تغيير أسس الانتخاب لدى الأفراد، بناء على المعلومات التي تم توفيرها لهم.

نظريّة ثراء الوسيلة الإعلامية

تفسر هذه النظرية العلاقة بين وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، من خلال تناول العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية، حيث تركز على المبادرة الإعلامية بدلاً من الرسالة الإعلامية كونها نقطة بداية لها وعلى الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة. وتتلخص فكرتها الأساسية أن وسائل الاتصال تختلف في قدرتها على تسهيل عملية الفهم، فوسائل الاتصال يمكن أن تصنف كوسائل عالية أو منخفضة الثراء، بناء على تحديد الوسيلة الأكثر ملائمة لكل موقف اتصالي ودرجة غموض موضوع الاتصال.

وتنسند هذه النظرية إلى قاعدة أساسها أن الوسائل الإعلامية تمتلك قدرًا من البيانات والمعلومات كبيرة ومتعددة من حيث المضمون الأمر الذي يمكنها من القدرة على تبديد الغموض وعدم اليقين الذي يمكن أن يكون موجوداً لدى المتعلمين عند التعرض لها (الطرابيشي، 2006)

ويعد كل من ريتشارد دافت Robert H. Lengel وروبرت لينجل Richard L. Daft أول من صاغ مصطلح ثراء الوسيلة، وكان ذلك عام 1986، والذي يشير إلى قدرة الوسيلة الإعلامية

على تحسين الفهم بقليل عدم التأكيد، وتقسير الغموض، أي شرح المفردات وتقسير الأحداث، الأمر الذي يساعد منتج الرسالة الإعلامية على استخدام الوسيلة الملائمة للموقف الاتصالي وفق درجة غموض الموضوع. وقد تم الربط بين الثراء والتعلم من الرسالة الاتصالية، إذ يعد الاتصال أكثر ثراء كلما استطاع التغلب على الأطر المرجعية وتوضيح المسائل الغامضة التي تؤدي إلى تغيير الفهم.

ويمكن توضيح ذلك أكثر من خلال تحديد مفهوم المصطلحات الأساسية للنظرية:

الثراء Richness، ويميز هذا المفهوم بين وسائل الإعلام الثرية والضعيفة المستوى بناء على مدى اتساع وتعدد ملامح كل وسيلة، بمعنى مدى قدرتها على تطوير معنى مشترك وتوضيح القضايا الغامضة بطريقة سريعة، بما يقلل من حالة عدم التأكيد بتقديم كمية كبيرة من المعلومات مع تخفيف ازدواجية المعنى باستخدام الوسيط الاتصالي المناسب. وأما عدم التأكيد **Uncertainty**، فيقصد به الفرق بين كمية المعلومات المطلوبة لإتمام المهمة وايصال الرسالة وكمية المعلومات التي تمتلكها المؤسسة بالفعل، فالمؤسسات عليها أن تصل إلى كميات هائلة من المعلومات لتقليل عدم التأكيد لدى الجمهور.

فيما يشير الغموض **Ambiguity**: إلى سيطرة عدد من الأفكار المتناقضة والمختلفة عن نفس الموقف لدى المواطنين، ووسائل الاتصال التي تمتلك إمكانية تقليل الغموض وعدم التأكيد تتمتع بالقدرة المتعاظمة على تعزيز معلومات ثرية.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متعددة وتسهل عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة، أما معايير الثراء فتتمثل في الفورية وسرعة ردود الأفعال على الوسيلة الإعلامية، وقدرتها على تمكين المرسل من استقبال رد فعل فوري للاتصالات التي يجريها. وتعدد الرموز بما يمكن من نقل المعلومات بأشكال وتعبيرات

مختلفة. فالوسائل التي تستخدم عدد قليل من الرموز تتسم بأنها وسائل لا تساعد على التفاعل الشخصي وتقوية العلاقات بين الأفراد، فتعد وسائل أقل حميمية وأقل ثراء. والذي يدعم ذلك أيضا استخدام اللغة الطبيعية المساعدة بين أفراد المجتمع والتي تيسّر عملية التواصل بين المرسل والمستقبل. ومع التطورات التي طرأت على الوسائل الإعلامية أضيف لمعايير الثراء التوجه المتعدد أي قدرة الوسيلة على نقل المعلومات بشكل متزامن، كما يعني تمنع الوسيلة بإمكانية استهداف عدة أشخاص. وإمكانية تسجيل العملية الاتصالية وإمكانية أرشفة المعلومات والرسائل، والقدرة على استعمال السمات الرقمية مثل أدوات البحث في المعلومات المخزنة والتحليل في عملية الاتصال وتنظيم وإدارة الاتصال الرقمي، والتزامن من خلال نقل المعلومة من مصدر لأكثر من شخص في صورة متزامنة وبشكل فوري وتفاعلية.

ويعد استخدام قناة "المملكة" للنشر على الموقع الرقمي ومنصات التواصل، محاولة لزيادة ثراء هذه الوسيلة حيث استخدام كافة هذه المعايير لإيصال مضامين الرسائل الاتصالية التي تشمل كم من المعلومات التي تم توفيرها وطرحها للنقاش وال الحوار، في محاولة رفع مستوى المشاركة في الانتخابات الالامركزية، وسيتم التعرض لاحقاً لتحليل هذه المعلومات والتفاعل معها.

ثانياً: الأدب النظري

تناول الدراسة مفهوم كل من الإدارة المحلية، واللامركزية وأهميتها وعلاقتها بالتنمية المستدامة، والانتخابات الالامركزية، ومفهوم الخدمة العامة وعلاقة الإعلام (قناة المملكة) بتغطية هذه الانتخابات، مما يسهم في تحسين التجربة الديمقراطية وتنقيف أفراد المجتمع بمفهوم الالامركزية وحثهم على المشاركة.

مفهوم اللامركزية

اللامركزية هي تنظيم إداري يعتبر أحد أهم مبادئ حكم الأكثريّة التي تقوم عليها الديمقراطية، وهي نقىض مفهوم المركزية، يتم فيها توزيع السلطات، والأشخاص، والوظائف، بعيداً عن مركز السلطة. وعرفت أيضاً بأنها تشتت للسلطة وتوزيعها بين السلطات المركزية والمستويات السياسيّة المختلفة، فهي نقل السلطة من المستويات الحكومية المركزية التشريعية كانت أو التنفيذية إلى المستويات الحكومية المحليّة الأقل المتوجّدة منها أو الدنيا. ويتعلّق نظام اللامركزية السياسيّة بالتنظيم الدستوري للدولة. ويتمثل هذا النّظام بالولايات والمقاطعات والأقاليم في الدول المتوجّدة اتحاداً مركزيّاً أو الدول ذات النّظام الفيدرالي. ولقد اكتسبت أهميّتها كونها تسمح باتخاذ قرارات أكثر واقعية وأقرب إلى مصدر المشكلة، وبالتالي إدارة أكثر كفاءة، وأيضاً تمكن من اتخاذ القرارات أكثر شمولية، إذ أن صنع القرار من قبل إدارة محلية قريبة من فكر وعادات المجتمع المحلي أو الإقليم، يعني بالضرورة دراية وفهم أعمق للمشكلات التي تواجه المجتمع وتناسب احتياجاتهم وتطبعاتهم. (دايش،

(2016

وتتضّح أهميّة اللامركزية في سلاسة ويسر العملية الاتصالية، عمودياً كان أو أفقياً بين المركز والوحدات المحليّة، واستحداث استراتيجيات وخطط إدارية للوحدات المحليّة، وسرعة الوصول إلى البيانات والمعلومات، وتقليل نسبة الوقع في الأخطاء وتجنبها، إضافة إلى اشتراك المنتفعين من الخدمات في عملية صنع القرار، (الزعبي، 2016)

وللامركزية عدة أنواع السياسيّة والماليّة والوظيفيّة والإداريّة، وتخّص هذه الدراسة بالأخرى، وتتمثل في منح الدولة نوع من الاستقلالية للسلطات الأدنى في المحافظات أو الأقاليم أو القرى (البلديّات ومجالس المحافظات والمؤسسات العامة) لإدارة شؤونها الداخلية مع توفير الموارد الماليّة

اللزمرة لتحقيق التنمية، ويكون ذلك تحت إشراف ورقابة السلطة المركزية في الدولة، ولا يتعلق نظام اللامركزية الإدارية بنظام الحكم السياسي وإنما بكيفية مباشرة الوظيفة الإدارية. (سليمان، 2021)

حيث نقل بعض الصلاحيات إلى هيئات مستقلة لتمارسها بالحدود التي يسمح بها القانون دون أن تفقد الهيئة المركزية رقتبها على الهيئات المستقلة المنشأة ودون أن تفقد الدولة ترابطها ووحدتها.

ويتيح هذا النظام مرونة وسهولة في اتخاذ القرارات الإدارية من قبل مؤسسات أو أشخاص على دراية وخبرة أفضل بالأمور والشؤون المحلية من سلطات المركز والقائمين عليها. ويمكن اعتماد هذا النظام لاعتبارات عديدة مختلفة من اقتصادية أو جغرافية أو ديمografية. (دايش، 2016)

ويمكن أن نخلص إلى أن اللامركزية الإدارية تشمل أي عمل تنقل الحكومة بموجبه السلطة والمسؤولية رسمياً إلى الجهات الفاعلة والمؤسسات ذات المستوى الأدنى في التسلسل الهرمي السياسي والإداري والمناطقي. وبذلك تتمكن الأقاليم من تنفيذ أعمال الدولة فيما يخص تنفيذ ومتابعة الاستثمارات العمومية، على أن يصاحب نقل السلطة تزويد الأقاليم بالوسائل المالية اللازمة لتحقيق التنمية المحلية المرجوة.

اللامركزية في الأردن

أجريت الانتخابات المحلية في الأردن بتاريخ 12 أغسطس/آب من عام 2018 وأطلق عليها (انتخابات مجالس المحافظات اللامركزية)، ليتاح للأفراد فرصة المشاركة في اتخاذ القرار على مستوى محافظاتهم. (كيرك، 2017)

وتشمل منظومة اللامركزية في الأردن أربعة مجالس مقسمة على النحو: مجلسان على مستوى منطقة البلدية وهما المجلس المحلي والمجلس البلدي. وعلى مستوى المحافظة المجلس التنفيذي ومجلس المحافظة.

وتعتبر وزارة الإدارة المحلية أن تجربة اللامركزية هي تجربة جديدة وناشرة، إذ واجهت عند تطبيقها عدداً من التحديات والمعيقات كان من أهمها ضعف تقويض ونقل الصالحيات من الحكومة المركزية إلى المستوى المحلي، وتعدد المرجعيات الحكومية للإدارات المحلية حيث كانت وزارة الشؤون البلدية (وزارة الإدارة المحلية حالياً) هي المظلة للمجالس المحلية والمجالس البلدية، كما كانت وزارة الداخلية هي المظلة للمجالس التنفيذية، ومجالس المحافظات كانت قانونية تحت مظلة وزارة الداخلية، عملياً تحت مظلة وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية، مما أدى إلى ضعف في التنسيق بين هذه المجالس. لذا ظهرت الحاجة الملحة إلى معالجة هذه التغرات وتجاوز المعيقات، فتم استحداث وزارة الإدارة المحلية لتكون المرجعية والمظلة الموحدة للإدارات المحلية في الأردن، كما ظهرت الحاجة أيضاً إلى إعادة النظر في الإطار التشريعي للإدارة المحلية، وذلك من خلال وضع قانون جديد للإدارة المحلية يكون بديلاً عن قانوني البلديات رقم 41 لسنة 2015، واللامركزية رقم 49 لسنة 2015. وكذلك الاستمرار في عملية نقل الصالحيات إلى الإدارات المحلية واقتصر دور الحكومة المركزية على الرقابة والإشراف. (mola, 2021)

قانون اللامركزية

يسمى قانون "اللامركزية"، قانون مجالس المحافظات، ويهدف إلى إيجاد مجالس في المحافظات تعنى بتوفير المناخ الملائم لتشجيع الاستثمار، والمحافظة على ممتلكات الدولة وتطويرها في المحافظات، والعمل على توفير أفضل الخدمات للمواطنين، واتخاذ التدابير الازمة لحماية الصحة

العامة والبيئة والتنسيق في حالات الطوارئ، وتنفيذ سياسة الدولة، بحسب المادة الثالثة من مسودة مشروع القانون. (الخوالدة.ع، 2017)

وبحسب الخوالدة فإن أهم الإيجابيات التي يمكن أن تتحقق في حال تطبيق قانون اللامركزية رقم (٤٩)، كانت كما يلي: (الخوالدة، 2018)

إيجابيات قانون اللامركزية

تكمّن الأهداف الأساسية في تبني اللامركزية الإدارية في أنها تعمل على تفعيل الممارسة الديمocrاطية بمشاركة السكان المحليين في صنع القرار التنموي. ولكن يجب ألا نغفل حقيقة أن للامركزية إيجابيات سلبية، فمن حيث الإيجابيات فهي تعمل على:

- 1- مشاركة الشعب في الحكم وصنع القرار التنموي.
2. الاستقلال المالي والإداري ومنح شخصية اعتبارية ومستقلة لمجالس المحافظات بإشراف الهيئة المستقلة للانتخاب.
- 3- اعتماد كشوفات الناخبين التي تصدر من دائرة الأحوال المدنية.
- 4- التخلص من نظام الصوت الواحد الذي كان سائدا في المجلس، إذ تم منح الناخب صوت واحد إذا كان في المجلس مقعد واحد، وصوتان إذا تواجد أكثر من مقعد.
- 5- منح المرأة الأردنية الحق في الترشح للعضوية في مجالس المحافظات وإعطاءها حق انتخاب أعضاء نائب أعضاء مجالس المحافظات.
- 6- خصصت مقاعد الكوتا النسائية الذي نص عليه القانون بحيث أصبحت النسبة المخصصة للمرأة 15% من إجمالي عدد أعضاء مجالس المحافظات.
- 7- تشديد العقوبات المتعلقة بالجرائم الانتخابية.

سلبيات قانون اللامركزية

1- لا ينتخب أعضاء مجالس المحافظات بشكل كامل لكافة المقاعد، إنما حدد القانون نسبة

85% من مجالس المحافظات لانتخاب و15% يتم تعيينهم من قبل الحكومة.

2- لم يبين القانون الأسس المتبعة في تقسيم الدوائر الانتخابية.

3- محدودية صلاحية مجالس المحافظات في علاقتها مع البلديات، من خلال اطلاعها فقط

على موازنة البلديات دون حق مجالس المحافظات بالقبول أو الرفض.

4- لم تمنح مجالس المحافظات حق محاسبة الدوائر، على العكس في مجلس النواب الذي منح

ذلك الحق.

5- تستخدم اللامركزية نظام الصوت المحدود في العملية الانتخابية أي أن لمن ينادي صوت واحد

إذا كان هناك مقعد واحد، وصوتان إذا كان أكثر من مقعد في الدائرة الانتخابية، ويتم اختيار

الفائز عن طريق الأغلبية البسيطة.

ورغم هذه السلبيات إلا أن العديد من الجهات والمنظمات الإقليمية والأميةأشادت بإيجابيات

اللامركزية في حال طبقت بشكل سليم. وفي يوليو من عام 2021، شرعت اللجنة النيابية المشتركة

القانونية والإدارية في إقرار مواد مشروع قانون البلديات واللامركزية لسنة 2021، والذي تم فيه تغيير

اسم القانون ليصبح قانون الإدارة المحلية بدلاً من قانون البلديات واللامركزية. (المنسي، 2021)

وزارة الإدارة المحلية

تعتبر الوزارة المستشار الفني والمالي والإداري لكافة المجالس المحلية في المملكة، كما أنها

تشرف على أعمال المجالس البلدية ومجالس الخدمات المشتركة للتأكد من أن أعمال هذه المجالس

مطابقة للقوانين والأنظمة والتعليمات المعمول بها. وتنسق نشاطات وخطط هذه المجالس لتكون منسجمة ومواكبة لأحداث التنمية في كافة أنحاء المملكة.

أما مهامها فتتمثل في إنشاء ودعم وتطوير المجالس المحلية فيما يتعلق بتوفير التمويل اللازم للمشروعات الضرورية والحيوية الخدمية والتنموية والتي لا تستطيع موازنات البلديات الخاصة تحمل تكاليفها. وكذلك تقديم المشورة الفنية فيما يتعلق بمشروعات الإنشاءات الجديدة ووضع وثائق التصميم والمواصفات الفنية ووثائق العطاءات لهذه المشروعات والإشراف على مراحل تنفيذها والإتفاق عليها. وتوجيه الميزانية لكل بلدية بحيث تعد إدارة تنفيذية لسياسة بعيدة المدى، وتحطيط وبرمجة المشروعات الخدمية والانمائية، وكذلك المساعدة في توفير الكفاءات عن طريق عقد الدورات والندوات التدريبية، وتعيين مواعيد الانتخابات البلدية وتحديد عدد أعضاء المجالس البلدية وعند الضرورة التنسيب بحل المجالس. وإعداد المخططات الهيكلية التنظيمية للمدن والقرى والتجمعات السكانية، والمساعدة في إعداد المخططات التفصيلية أو تعديلها لجميع مدن وقرى المملكة وإجراء المسوح والدراسات الميدانية الازمة لذلك. ومتابعة المشاريع والبرامج الدولية الخاصة بتطوير العمل البلدي في الأردن.

وتسعى هذه المهام التي تعد خارطة الطريق لتنفيذ استراتيجية وزارة الإدارة المحلية للسنوات 2021 – 2024، وإلى تكريس نهج الامرکزية الإدارية من خلال تمكين الإدارات المحلية من أداء عملها بكفاءة وفعالية وبأعلى درجة ممكنة من التكامل والتنسيق. والتي أصبحت تمثل المرجعية الموحدة لعمل الإدارات المحلية في الأردن سواء كانت مجالس محلية أو بلدية أو مجالس محافظات، ساعية لتحقيق التنمية المحلية الشاملة المستدامة.

اللامركزية والتنمية المستدامة

إن نجاح التنمية المستدامة مرهون بنجاح تجربة اللامركزية الإدارية في المجتمعات، والتي تهدف إلى توفير اقتصاد تموي متكامل، أساسه الموارد البشرية والطبيعية التي تتمنع بها المناطق والمحافظات، وعماده التركيز على الميزة التافسية لكل دائرة محلية، أو لكل محافظة، مع ضرورة التكامل مع المحافظات المجاورة من جهة، ومع الخطة الاقتصادية التنموية الكلية للدولة، من جهة أخرى. فهي شيء أساسي لتحقيق العدل في توزيع الثروات وعوائد التنمية عبر الأجيال، وتوزيع الخدمات في كافة الأقاليم حتى لا تتركز في المدن الكبيرة فقط. (الوزني، 2019)

أما التنمية المستدامة فتعرف بأنها القدرة على تلبية متطلبات وحاجات سكان العالم من غير إلحاق الضرر بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتهم مع الحفاظ على صحة كوكب الأرض. حيث تضم التنمية المستدامة المحور الاجتماعي والاقتصادي والبيئي. وتسعى التنمية المحلية (اللامركزية) لتحقيق أهداف تنموية تعود بالنفع على سكان المحافظات الذين يعتبرون من الفاعلين في تنمية الإقليم المحلي، التي تسعى لتحسين الظروف العامة للإقليم، بتلبية احتياجات ومتطلبات الأجيال الحاضرة دون الإخلال بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها. (زرنوخ، 2005)

وتعتبر هذه التنمية استراتيجية مأمونة لزيادة قدرات وإمكانات أعضاء المجتمع من خلال عملية المشاركة من داخل المجتمع نفسه في كافة مراحل العمل وهكذا تهتم بأمرین، الأول تحقيق أهداف ملموسة، والثاني دعم الخصائص الاجتماعية داخل المجتمع والتي قد يكون أهمها دعم القدرات القيادية من المواطنين داخل المجتمع. (خاطر، 2005)

وتشمل التنمية عدة أبعاد أو مجالات تتمثل في

1- المجال الاقتصادي

يتطلب تنمية الإقليم أو المحافظة اقتصادياً البحث عن القطاعات الاقتصادية التي يمكن أن تتميز بها المنطقة، سواء الزراعي أو الصناعي أو الحرفي، للتمكن من النهوض به وتوفير فائض القيمة عن طريق المنتجات المتحققة، بالإضافة إلى دمج أفراد المجتمع الباحثين عن فرص العمل في النشاط الاقتصادي، وامتصاص البطالة من جهة، وتوفير المنتجات الاقتصادية المختلفة التي تتميز بها المنطقة من جهة أخرى، سواء كان ذلك للاستهلاك المحلي أو التصدير. وتعتمد التنمية المحلية على بناء البنية التحتية لمنطقة والتي تمهد المناخ المناسب لأفراد المجتمع المقيمين عليها، وتستقطب أصحاب رؤوس الأموال المتواجدون في المحافظات والمناطق الأخرى من أجل الاستثمار في هذه المنطقة. (غريبي، 2010)

2- المجال الاجتماعي

يعد المجال الاجتماعي أحد الأبعاد التي تسعى لتحقيقها الإدارة المحلية، فلا فائدة من زيادة الدخل الفردي دون تحسن مستويات المعيشة، في مجالات التعليم، والصحة، والأمن والسكن اللائق، حيث الاهتمام بالعدالة الاجتماعية، ومكافحة الفقر وتوفير الخدمات الاجتماعية لجميع الأفراد داخل المجتمع، إلى جانب ضمان الديمقراطية من خال مشاركة الشعوب في اتخاذ القرار بكل شفافية، ودمج كافة طاقات المجتمع لتطوير الثروة والعمل على زيادة القيمة المضافة. وانحسار الجريمة وتحقيق الانتماء الوطني. (غريبي، 2010)

3- المجال الثقافي

تتمتع المناطق والمحافظات بخصوصيتها الثقافية التي تحدد مسار التنمية المحلية. فالتنمية هي انعكاس لطبيعة الثقافة السائدة في المجتمع، فهي من تحكم في الأسلوب الذي ينتجه الأفراد والقائمين على التنمية المحلية في تسيير وتدبير مواردهم المادية والبشرية، وفي معالجة إشكالية التنمية المطروحة، حيث تؤثر العادات والتقاليد والأعراف التي تحكم العديد من الأفكار والسلوك لدى الأفراد. (جندى، 2015)

4- المجال السياسي

لا يمكن تحقيق تنمية مستدامة بدون تحقيق الاستقرار في النظام السياسي، والتنمية السياسية تتحقق بمدى استجابة النظام السياسي للتغيرات في البيئة المجتمعية والدولية، خصوصاً استجابة النظام لتحديات بناء الدولة والأمة والمشاركة وتوزيع الأدوار، على سبيل المثال الانتخابات الالامركية. وذلك لن يتم إلا بالمشاركة الشعبية والتمثلة في حق المواطنين في اختيار من يمثلونهم لتولى السلطة كاختيار النخب الحاكمة أو اختيار أعضاء البرلمان والمجالس التشريعية أو المحلية وغيرها. (خنفرى، 2010)

إعلام الخدمة العامة

ووصف منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم "اليونيسكو" مؤسسات الخدمة العامة الإعلامية بأنها أداة لضمان التعددية والاندماج الاجتماعي وتنمية المجتمع المدني ووسيلة لتزويد المجتمع بالمعلومات الأساسية التي تمكن الأفراد من اتخاذ قرارات رشيدة حول واقعهم ومستقبلهم. (ESCO، 2005)

كما أقر الاتحاد الأوروبي للإذاعة والتلفزيون مدونة لقيم المرجعية للخدمة العامة تتمثل في الشمولية والاستقلالية والتميز، والمساءلة، والتنوع، والتجديد، حيث نفاذ كل المواطنين بما في ذلك ذوي الإعاقة، للخدمة الإعلامية عبر تغطية كافة مناطق الوطن بوسائل البث، وتضمين قيم التنوع والتجدد والتميز في رسائل إلى مختلف فئات الجمهور دون أي نوع من أنواع التمييز، كما تفرض الاستقلالية والمساءلة نماذج تنظيمية وآليات تنفيذية محددة. (Ebu, 2016)

كما أن وجود خدمة عامة يوفر إعلاماً قوياً يحظى بتمويل جيد هو مؤشر على وجود ديمقراطية قوية في تلك المنطقة أو الدولة، بحسب دراسة أجراها الاتحاد الأوروبي للإذاعة والتلفزيون (UER)، والتي أظهرت أيضاً أن الجمهور يثق في الإذاعة والتلفزيون أكثر من الصحف المكتوبة. (ebu.reserch) (2016)

قناة "المملكة"

تأسست "المملكة" لتكون محطة مستقلة وقناة خدمة عامة بموجب نظام خاص بتاريخ 10 تموز 2015. ويقع مقر القناة في عمان في الأردن. وانطلق البث الفضائي والرقمي للقناة يوم الإثنين 16 تموز 2018، وببدأت القناة بثها بنشرة الأخبار الرئيسية الساعة السابعة مساءً بتوقيت الأردن.

تبث قناة المملكة بتقنية الـ SD و HD على الأقمار عرب سات على تردد 12054 عامودي ونايل سات على التردد 11958 أفقي و 12034 عامودي وعلى شبكة قنوات OSN قناة رقم 454 بالإضافة إلى تغطية متكاملة على موقع قناة المملكة الرقمي وموقع التواصل الاجتماعي والهاتف المحمول بما يضمن سرعة التغطية.

وهي أيضاً الخدمة الإعلامية العامة المملوكة للقطاع العام، والممولة من موازنة الدولة العامة، والممثلة لأطياف المجتمع كافة، الضامنة للتعددية والمشاركة، التي تعكس اهتمامات المواطنين كلهم

ومخاطبتهم دون استثناء، أو إقصاء، أو تهميش لفئة، أو جهة منهم. وتسعى المحطة لأن تضطلع بدورها في تحقيق التنمية المستدامة وساعية والإسهام في التنشئة بكافة مجالاتها، وفيما يختص بـمجال هذه الدراسة هذه التنشئة السياسية والعمل على زيادة الوعي السياسي والذي يعد في الفترة الراهنة ضرورة كونه يرتبط بواقع الإنسان واهتمامه ومشاكله، وهو أحد أهم مخرجات التنشئة السياسية بوجه عام، لما له من دور في الحياة السياسية للمجتمع والأفراد. ويشكل من خلال إدراك الفرد لذاته ولذوات الآخرين، وللأوضاع والبيئة المحيطة من حوله، ليكون رؤية معينة تعد عنصر أساسياً للمشاركة السياسية، والتفاعل السياسي للفرد. (الفردي، 2010)

ويقصد بالوعي السياسي مدى اهتمام وإدراك ومعرفة الناس بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على مختلف المستويات، المحلية والقومية والدولية". (بدوي، 1986) ويكون هذا الوعي من خلال عدة مراحل بدءاً من الأسرة ثم المدرسة والأصدقاء، والجامعة والمسجد والعمل، وكذلك وسائل الإعلام، وأيضاً الانضمام للجمعيات أو النقابات أو الأحزاب، وهذه المعايشة تؤدي بالضرورة إلى إكسابه الكثير من المعلومات والمعارف والقيم والمعايير والاتجاهات التي تؤثر على سلوكه السياسي إما سلباً أو ايجاباً وعلى نحو مباشر أو غير مباشر. (الفردي، 2010)

وأصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور حيوي وفعال في تنمية الوعي السياسي لا سيما المواقع الرقمية موقع التواصل الاجتماعي من خلال قدرتها على تقديم خبرات متعددة وثرية ومتلك جاذبية للفرد في جميع المراحل العمرية. (عفيفي، 1992)

تم اختيار قناة المملكة كونها قناة خدمة عامة تعنى بالإسهام في تحقيق الوعي السياسي الخاص بالانتخابات اللامركزية ومحاولة تشريف الناس بأهمية ذلك

ثالثاً: الدراسات السابقة

اطلاع الباحث على الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة وكانت كالتالي:

1- دراسة (عبد الفتاح، 2017)، **الخطاب الإعلامي للموقع الإلكتروني للقنوات الإخبارية الدولية في تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية.**

سعت الدراسة لتحليل خطاب المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الدولية في تغطيتها للانتخابات البرلمانية المصرية، لاستبطاط التوجهات الأيديولوجية لهذه المواقع، ولما تقوم به المواقع الإخبارية الدولية من دور في تشكيل اتجاهات الرأي العام العالمي تجاه الأوضاع المصرية.

وفي هذا الإطار فقد قامت الباحثة بتحليل خطاب الانتخابات البرلمانية المصرية في المواقع الإخبارية لقنوات الجزيرة والعربية وروسيا اليوم والحررة، حيث تمثل هذه المواقع توجهات فكرية وأيديولوجيات سياسية متباعدة. وتحدد الإطار الزمني للدراسة منذ بدء الدعاية الانتخابية في 2015/9/30 وحتى إعلان النتيجة النهائية للانتخابات في 2015/12/18.

وقد توصلت الدراسة إلى أن خطاب المواقع الإخبارية محل الدراسة اتسم بالتباعد في الأطروحات والمقولات الرئيسية التي يهدف منتج الخطاب لترويجها وإقناع المتلقين بها.

على الرغم من وجود تواافق بين المواقع محل الدراسة في رصد الإقبال على الانتخابات ولكن كان هناك اختلافات نوعية في اتجاهات تقديم هذا الطرح.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

أن المواقع الإخبارية محل الدراسة ركزت على بعض الجوانب عند طرحها لأسباب ضعف الإقبال على الانتخابات وأغفلت جوانب أخرى لتأكيد المقولات الرئيسية التي يستهدفها منتج الخطاب.

كما توصلت الدراسة إلى تعدد القوى الفاعلة في خطاب الموضع الإخبارية محل الدراسة، واختلاف السمات والأدوار المنسوبة لهذه القوى الفاعلة بما يتلاءم مع الأطروحتات الخاصة بكل موقع.

كما ظهرت آليات متعددة ومتنوعة كمسارات برهنة للتدليل على صحة المقولات التي تبنتها الموضع الإخبارية محل الدراسة.

2- دراسة (العزوي، 2011)، الخطاب الإعلامي لقناتي (العربية والجزيرة) الفضائيتين في التغطية الإعلامية للانتخابات العراقية 2010: دراسة ميدانية.

وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى قدرة الخطاب الإعلامي لقناتين من خلال التغطية الإعلامية للانتخابات التشريعية العراقية التي أجريت في آذار من العام 2010، على توجيه الناخب العراقي ومدى موضوعية وحيادية القناتين، وإلى أي مدى كانت متابعة المشاهد العراقي لهما، وما هي درجة ثقته بخطابها وهل اعتمدتها مصدرًا مهما لاستقاء المعلومات عن الكيانات السياسية المرشحة لخوض الانتخابات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي في الدراسة والاستبانة كونها أداة علمية لاستطلاع آراء الجمهور العراقي بمضمون الخطاب الإعلامي لقناتين. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج في مقدمتها أن نسبة مشاهدة الجمهور العراقي لقناتي العربية والجزيرة أثناء تغطيتهما للانتخابات العراقية كانت متفاوتة بشكل كبير. بسبب حاجة الجمهور للتعرض لأغلب القنوات الفضائية للحصول على المعلومات. وأن الجمهور العراقي يرى أن تغطية قناتي العربية والجزيرة للانتخابات العراقية كانت عادلة إلى حد ما وأن أداءهما كان حياديًا واعتباريًا. وقد حظي خطايبهما بثقة الجمهور ويعزى ذلك لقدرة القناتين على الاستحواذ على اهتمام المشاهد العراقي وبناء جسور تواصل تفاعلية لما تقدمه له.

وبينما أشارت نتائج قدرة الخطاب الإعلامي للقناتين على التأثير في خيارات الناخب العراقي بدرجة كبيرة، وأن القناتين قدمتا أكثر من نوع من الفنون الصحفية، وأن الجمهور العراقي اعتمد هما من المصادر الاعتيادية.

أوصت الدراسة بإجراء دراسات مقارنة تتناول الخطاب الإعلامي للقنوات الفضائية العراقية المحلية قياساً مع النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة لبيان تأثير القنوات الأخرى في ذات الموضوع. كما توصي بالتفعيل الم موضوعية وعدم التحيز في أي انتخابات مقبلة وضرورة إيلاء التوازن في طرح وجهات النظر المختلفة، وتدعو أيضاً لتفعيل دور مراكز الدراسات الموجودة في القناتين أو استحداثها في حال عدم وجودها لتقديم بحوث مجتمعات البلدان التي تريد تغطية انتخاباتها إعلامياً والاستفادة منها في بناء خطابها الإعلامي.

3- دراسة (Catherine Happer, Greg Philo) (دور الإعلام في بناء المعتقد العام والتغيير الاجتماعي) (2013) وعنوانها:

The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change

هدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير وسائل الإعلام في بناء المعتقدات والآراء العامة وعلاقتها بالتغيير الاجتماعي. وذلك باستخدام تحليل مضمون التقارير الإخبارية، بالاعتماد على النتائج المستخلصة من مجموعة من الدراسات التجريبية، قام الباحثان بالنظر في تأثير التغطية الإعلامية في مجالات مثل الإعاقة وتغير المناخ والتنمية الاقتصادية. وتظهر النتائج الطريقة التي تشكل بها وسائل الإعلام النقاش العام من حيث وضع جداول الأعمال وتركيز المصلحة العامة على مواضيع معينة.

وتبيّن أن وسائل الإعلام تحد بشدة من المعلومات التي يفهم بها الجمهور هذه القضايا وأن الحلول البديلة للمشاكل السياسية يتم إزالتها بشكل فعال من النقاش العام. أما فيما يخص دراسة التقارير الإخبارية لتغيير المناخ فقد قام الباحثان بتبني الطريقة التي بنت بها وسائل الإعلام حالة عدم اليقين حول هذه القضية وكيف أدى ذلك إلى فك الارتباط فيما يتعلق بالتغييرات المحتملة في السلوكيات الشخصية. وفي النهاية ناقش الباحثان الآثار المترتبة على الاتصالات والسياسة وكيف يمكن لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة أن تساعدها في تطوير نقاش عام مستثير بشكل أفضل.

4- دراسة (Oscar Luengo and Jesper Framing and election news coverage in Spain and Sweden) وعنوانها: (التأثير والتغطية الإخبارية للانتخابات في إسبانيا والسويد)

هدفت الدراسة إلى التحقيق في تغطية الأخبار الانتخابية في إسبانيا والسويد. واعتمد الباحثان في الدراسة على مفهوم التأثير من خلال تحليل المحتوى الكمي للتغطية الإخبارية الانتخابية في ثلاثة صحف في إسبانيا وثلاث صحف في السويد؛ في الفترة الزمنية الممتدة في ثلاثة أسابيع قبل الانتخابات السويدية في عام 2002 والانتخابات الإسبانية في عام 2004.

أظهرت النتائج أنه لا يوجد فرق كبير بين عدد المرات التي تطبق فيها الصحف الإسبانية والسويدية صياغة السياسة باعتبارها لعبة استراتيجية.

وتنظر أيضًا أن هناك فرقاً كبيراً في استخدام التأثير السياسي. في حين يهيمن التأثير العرضي في حوالي ثلثي المقالات السويدية؛ أي (9638) من المقالات الإسبانية.

وعليه؛ فإنّ صحفة أخبار الانتخابات السويدية لديها ميل أقوى للتركيز على أحداث فردية ومعزولة؛ فيما تميل الصحافة الإسبانية لوضع القصص الإخبارية في سياقات أوسع تعامل مع

معانيها أو تداعياتها على المجتمع بما يتجاوز الأحداث الفردية التي ربما تكون قد أثارت القصص الإخبارية.

5- دراسة (مكاوي، 2017) تغطية موقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية للانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016 م.: دراسة في إطار نظرية الأطر الخبرية ومدخل التسويق السياسي

هدفت الدراسة للتعرف على التغطية الإخبارية للموقع التابعة للقنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية للانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016 م.

اعتمد الدراسة على نظرية الأطر الخبرية ومدخل التسويق السياسي، واستخدمت المنهج المسحي. وجاءت الأدوات متمثلة في تحليل المضمون الكمي والكيفي للمادة الخبرية بموقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية، بالإضافة إلى تحليل بعض الاستراتيجيات التسويقية التي استخدمتها تلك المواقع في تناولها لتلك الانتخابات، وتم تطبيقها على عينة من القنوات الإخبارية وهم BBC العربية وروسيا اليوم والحرقة الأمريكية.

وبيّنت الدراسة اعتماد موقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية الثلاثة بشكل كبير على التقارير الإخبارية في عرض أخبارها مما يعطي لها الفرصة لعرض التفاصيل والخلفيات المتعمقة عن الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016 م، وهي في ذلك تتشابه مع وسائل الإعلام في الدول النامية التي أثبتت الدراسات الإعلامية إنها تقدم أخباراً مطولة حيث يعني طول الخبر إمداد المشاهد بمعلومات أكبر عن الخبر.

وقد خلصت الدراسة إلى حرص المادة الخبرية بمواقع القنوات الثلاثة أثناء تغطيتها الانتخابات الأمريكية على إعطاء تفسيرات أكثر للخبر من خلال المقابلات المباشرة أو المسجلة مع المحللين والخبراء أو بالاتصال المباشر بالخبراء والمحللين وبالمراسلين.

6- دراسة John Downey & David Deacon 2017 وعنوانها (الحملة الإعلامية: القضايا والشخصيات الذين حددوا الانتخابات)

The media campaign: the issues and personalities who defined the election

هدفت الدراسة التعرف إلى تغطية وسائل الإعلام البريطانية الرئيسية للحملة الانتخابية؛ استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون للنشرات التلفزيونية والصحف الوطنية. وتوصلت إلى أن القضايا الجوهرية المهيمنة على التغطية هي: الضرائب والاقتصاد والوضع الدستوري؛ وعكست تقارير وسائل الإعلام الإخبارية نظام الأحزاب المتزايد. إذ أن الحزب القومي الأسكتلندي وحزب استقلال المملكة المتحدة تاقت كميات غير مسبوقة من التغطية في الانتخابات البريطانية الواسعة. إلا أن معظم الصحف أبدت دعمها للمحافظين في علاقتهم الأكثر تفضيلاً والواسعة للحزب من حيث سياساته وممثليه.

7- دراسة (النشاش، 2017) تغطية الواقع الإخبارية الأردنية لمجلس النواب السابع عشر: دراسة تحليلية مقارنة

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية تغطية الواقع الإخبارية الأردنية لمجلس النواب السابع عشر، والتعرف إلى الأطر الرئيسية والفرعية التي استخدمتها الواقع في تغطيتها. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المحسّي، وفي إطار هذا المنهج استخدمت "تحليل المضمون"، لجمع البيانات من خلال استمارة "تحليل مضمون"، لتحليل مضمون أربعة مواقع هي: "الغد" و"الرأي" و"عمون" و"اليوصلة".

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- كانت الأخبار أكثر الفنون الصحفية استخداماً خلال تغطية مجلس النواب، واعتمدت المواقع

بالدرجة الأولى على المندوبين كمصدر لتغطية المجلس.

- غلب الطابع السلبي على تغطية المواقع للمجلس، فيما كانت أكثر القيم الإخبارية الواردة خلال

التغطية هي "الجدة أو الحادة".

- جاء "إطار المنافسة" بالمرتبة الأولى ضمن الأطر الرئيسية المستخدمة، وجاء إطار "العلاقة

بين الحكومة ومجلس النواب" بالمرتبة الأولى من بين الأطر الفرعية.

- كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري "نوعية ملكية الموقع الإخباري" و"تبعة

الموقع الإخباري لصحيفة مطبوعة"، والأطر الرئيسية المستخدمة في التغطية.

8- دراسة (الخزاعي, 2020) التغطية الإخبارية لقضايا المكونات العراقية المواقع الإلكترونية

للقنوات الفضائية: دراسة تحليلية لموقعي www.aljazeera.net & www.alalamtv.net

يتناول البحث التغطية الإخبارية لقضايا المكونات العراقية في المواقع الإخبارية الإلكترونية

للفضائيات العربية والموجهة، وذلك للتعرف عن طبيعة تغطية هذه القضايا في المحظوظين العربي

والإقليمي وأدبيات التغطية لكل منها إرثها ابن سيطرة تنظيم (داعش) الإرهابي على عدد من المدن

العراقية ما بين عامي 2014-2017. ويعد البحث وصفياً من حيث النوع، فضلاً عن استخدام

المنهج المحيطي التحليلي. وتحددت موضوعة البحث بقضايا (المكونات العراقية أثناء سيطرة تنظيم

داعش الإرهابي على عدد من المدن العراقية - المكون الأيزيدى انماذجاً) وحدد المجتمع البحث

بالموقع الإخبارية للقنوات الفضائية العربية والإقليمية الموجهة، بينما حددت العينة بموقعي

(www.aljazeera.net & www.alalamtv.net)

السياسي كل منها يوجه خطاب أعلامي معادي للأخر ويستغلان أخبار العراق ومكوناته الاجتماعية

طرف في الصراع بينهما. وتوصل البحث إلى أبرز النتائج بتصدر التغطية التفسيرية والنمط المحدد وبروز الإطارين الأخلاقي والاهتمامات الإنسانية، ورجحان آليتي عرض وجهة نظر واحدة والتضخيم لآليات التأثير المستخدمة، وتصدر تنظيم داعش القوى الفاعلة للتغطية.

٩- دراسة (ابعاه، 2020)، تغطية الواقع الإلكترونية للموضوعات المتعلقة بمجالس المحافظات ودورها في تشكيل معارف الجمهور نحو مفهوم اللامركزية).

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى تغطية الواقع الإلكترونية للموضوعات المتعلقة بمجالس المحافظات ودورها في تشكيل معارف الجمهور نحو مفهوم اللامركزية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت أداة الاستبانة، واستخدمت استماراة تحليل لأربعة مواقع إخبارية وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها:

١. أنّ درجة استقادة المبحوثين من المعلومات التي تعرضها الواقع الإلكترونية حول قضايا اللامركزية كانت بدرجة متوسطة بنسبة (49.1%).

٢. أن الآثار السلوكية المتحققة لدى المبحوثين تمثلت بالمشاركة بالنقاشات المتعلقة باللامركزية وبمتوسط حسابي بلغ (2.21)، المساهمة في ممارسة النشاط السياسي وبمتوسط حسابي بلغ (2.05). والعزوف عن المشاركة بالانتخابات المقبلة وبمتوسط حسابي بلغ (2.08).

٣. ركزت موقع الدراسة على عدة موضوعات أبرزها: انتخابات اللامركزية بنسبة (28.8%) والتعريف باللامركزية (22%) في حين لم ترکز على موضوعات مثل الطعون في الانتخابات بنسبة (3.3%) ، وموازنة مجالس المحافظات بنسبة (2.3%).

٤. غالب استخدام الخبر بدرجة كبير في موقع الدراسة حيث جاء أولاً بنسبة (70%)، تلاه المقال الصحفي بنسبة (15%)، من ثم التقرير الصحفي بنسبة (13%)، وفي المرتبة الأخيرة الحديث الصحفي بنسبة (2%).

10- دراسة (عبد الغفار, 2021) دور المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية في إمداد الجمهور بالمعلومات الأمنية وتشكيلها على الرأي العام المصري

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور المواقع الرقمية لفضائيات في العمل على تزويد الجمهور في المعلومات الأمنية ودورها في تشكيل الرأي العام المصري.

عرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن الأعلام الأمني، المواقع الرقمية للقنوات الفضائية.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح. وتمثلت أدوات الدراسة في استماراة استبانة.

طبقت الدراسة على عينة عددها (400) شخص من الجمهور المشاهد للقنوات الفضائية وبرامجهما على شبكة الإنترنت وممن يفضلون المشاهدة لأكثر من مرة أو المشاهدة في أي وقت مع سهولة ويسر التواعد لهذه البرامج بأرشيف الموقع على شبكة الإنترنت.

وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على وجود فروق بين الذكور والإناث في مدى متابعتهم للمواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية.

ووجود فروق بين الذكور والإناث في عدد الساعات التي يقضونها في متابعة المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية.

وأوصت الدراسة بالاهتمام بإعداد الكوادر الأمنية الإعلامية المزودة بالقدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة.

التعليق على الدراسات السابقة

- تمت مراجعة الدراسات السابقة والمتعلقة بـ تغطية الاعلام للانتخابات، وإن كانت تتعلق بالانتخابات الحزبية أو النيلية، سواء كانت لمحطات عربية أم دولية، والتي استخدمت أداة الاستبانة أو تحليل المضمون، وتعدهت أهداف الدراسات بين معرفة دور القناة في تنقيف الناخبين، ومدى قدرتها على توجيه الناخبين وثقتهم بموضوعية وحيادية تلك المحطات، والمواضيع والقضايا التي غطتها المحطات وسعت لإبرازها والقوالب المستخدمة.

ويتشابه بعض أهداف هذه الدراسات مع هدف الدراسة الحالية خصوصاً معرفة القضايا والمواضيع التي تطرح للنقاش وال الحوار خلال المعالجة لموضوع الانتخابات الامريكية، حيث التوصل لمدى إدراك القائم بالاتصال لتفاصيل الامريكية وقدرتها على تنقيف الجمهور المتلقى. وكذلك القوالب المستخدمة التي تعكس الاهتمام بالتحليل والتفسير أم الاكتفاء بالإخبار.

- وفيما عرضت دراسة واحدة عن تغطية الانتخابات الامريكية في الأردن واستخدمت أداة الاستبانة لاستطلاع الرأي وتحليل الواقع الاخباري. فإن الدراسة الحالية والتي تهتم بقناة تلفزيونية لكنها تقوم بتحليل الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي التابعة لها كأسلوب اتبنته القناة لزيادة ثراء القناة ومحاولة الوصول بشكل أكبر للجمهور المتلقى، والذي يمكننا من معرفة مستوى التفاعل تجاه المضامين المختلفة المطروحة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي استخدمت في هذه الدراسة، من حيث المنهج المستخدم ومجتمع الدراسة والعينة، والأدوات المستخدمة في جمع البيانات، وكيفية بنائها وإجراءات تطبيقها، والتأكد من صدقها وثباتها، ووصف الطريقة الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل بيانات هذه الدراسة لاستخلاص النتائج النهائية.

منهج الدراسة

تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي، وهو الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تحكم فيها واستخلاص النتائج وتعليمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها. ويساعد هذا المنهج على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع. ويرصد ويتابع الظاهرة بطريقة كمية أو نوعية في مدة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون والوصول إلى نتائج وتعليمات تساعده في فهم الواقع وتطوريه (المشهداني، 2017)

واعتمدت الدراسة على تحليل مضمون المحتوى المتعلق بالانتخابات الالامركذية الأردنية 2022 في كافة المواد الإعلامية بقوالبها المختلفة المنشورة على الموقع الرقمي لقناة "المملكة" وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها في الفترة الممتدة من 1/1/2021 إلى 30/6/2022.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الموقع الرقمي لقناة المملكة ومنصات التواصل الاجتماعي التابعة لها.

وتمثلت عينة الدراسة بالفترة الزمنية الممتدة من تاريخ 2021/01/01 الى 2022/06/30 ،
لتشمل ثلاثة فترات زمنية، الاولى من 2021/01/01 الى يوم الصمت الانتخابي الموافق
2022/03/21، والثانية يوم الإقتراع 2022/03/22، والثالثة بعد إعلان النتائج اي من
2022/03/23 الى 2022/06/30

تم حصر كافة المواد المتعلقة بالانتخابات اللامركزية والمنشورة على الموقع الرقمي ووسائل
ال التواصل الاجتماعي لقناة المملكة (فيسبوك، يوتوب، توينتر). وتم اختيار العينة لهذه الفترة ليتمكن
الباحث من الوقوف بشكل دقيق على ماهية التغطية بمراحلها المختلفة ومتطلباتها التي تحقق وتسهم
في تعميم الوعي السياسي.

أما عن اختيار قناة "المملكة"، فهي القناة الأردنية المصنفة قناة خدمة عامة، والتي من أهم
سماتها الاضطلاع بالقضايا المجتمعية والتركيز على تحقيق التنمية والتنشئة السياسية أحد أهم أبعاد
التنمية المستدامة. وقد تم جمع (121) مادة إعلامية على الموقع الرقمي، و(116) على منصة
الفيسبروك، و(113) على منصة توينتر، و(73) على منصة يوتوب.

أداة الدراسة

يعد تحليل المضمون أسلوباً للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون
الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتجاجات البحثية
المصاغة في تساؤلات البحث طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث. ويقوم هذا الأسلوب

على فهم منظم ودقيق لمحتوى ومضمون النصوص المكتوبة أو المسموعة أو المرئية بعد أن تم تحديد موضوعات الدراسة وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة التي سيتم اختيار الحالات الخاصة منه لدراسة مضمونها وتحليله. ويشترط في مثل هذا الأسلوب عدم تحيز الباحث عند اختيار عينة النصوص المراد دراستها سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مكتوبة، إذ لا بد أن تمثل بشكل موضوعي الدراسة المستهدفة. (الدريني، 2000)

وبعد أن تم جمع البيانات والمعلومات حول الانتخابات المركزية الأردنية 2022، ودراسة مستلزمات التغطية الإعلامية الجيدة للموضوعات المتعلقة بها، والجهات الفاعلة، وكذلك الفئات المستهدفة بالرسائل والمضامين الإعلامية للتوعية بأهمية المركزية والداعمة إلى المشاركة بالانتخابات الخاصة بها، تم بناء استماره وكشف التحليل التي تتضمن وصفاً وتحديداً للفئات الرئيسية والفرعية والتي من خلال احتساب تكرارها ونسبها سيتم الإجابة عن أسئلة الدراسة، وعرضت على عدد من المحكمين. وقد قسمت الدراسة وحدات وفئات التحليل كما يلي:

فئات التحليل ووحداته

وحدات التحليل

تعتمد هذه الدراسة على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وهي (المادة الإعلامية) باعتبارها أنساب الوحدات التي تلائم طبيعة وأهداف الدراسة وذلك في تحليل المحتوى المتعلق بالانتخابات المركزية الأردنية 2022.

تحديد فئات التحليل

تشعر هذه الدراسة إلى تحليل مضمون المحتوى المتعلق بالانتخابات المركزية الأردنية 2022، فإن فئات التحليل التي استخدمت بالدراسة هي كما يلي:

الفئات المتعلقة بماذا قيل؟ ويندرج منها الفئات الثانوية التالية:

- أولاً: فئة الموضوع:** تصنيف الفئات من خلال تحديد المواضيع الرئيسية المرتبطة بموضوع الدراسة بشكل دقيق بعد المسح الأولي للعينة. وبحيث تشمل فئات المواضيع الرئيسية كافة مفردات عينة الدراسة والمواضيع ذات العلاقة وهي كالتالي:
- 1.1 قانون الانتخابات اللامركزية وتعديلاته: الموضوعات ذات العلاقة بـ قانون اللامركزية وتعديلاته.
 - 1.2 قانون الإدارة المحلية: الموضوعات ذات العلاقة بـ قانون الإدارة المحلية.
 - 1.3 الإدارة المحلية ومجالس المحافظات: الموضوعات التي تناولت الإدارة المحلية ومجالس المحافظات.
 - 1.4 مفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها: الموضوعات ذات العلاقة بـ مفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها، التعريف بها او ذكرها بأي شكل.
 - 1.5 أهمية المشاركة في الانتخابات: الموضوعات التي تطرقـت لأهمية المشاركة في الانتخابات
 - 1.6 عملية الاقتراع: الموضوعات التي تتعلق بعملية الاقتراع او التي تطرقـت لـ يوم الاقتراع.
 - 1.7 عملية الترشح: الموضوعات التي تطرقـت لعملية الترشح من كافة الزوايا.
 - 1.8 الفئات الهشة: كل ما تم طرحـه ويتعلق بالفئات الهشة في المجتمع حقوقها والواجبات والمشاركة. الخ
 - 1.9 برامج المرشحين: اي موضوع تطرقـ للبرامج الانتخابية للمرشحين بأي شكل كان.
 - 1.10 النزاهة والمال السياسي: الموضوعات التي تطرقـت لاستخدام المال السياسي كافة خلال العملية الانتخابية او بشكل يؤثر عليها.

1.11 الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها: الموضوعات التي تطرقـت للحملات الدعائية

للمرشحين.

1.12 المخالفات: الموضوعات ذات العلاقة بالمخالفات كافة اثناء وقبل وبعد يوم الاقتراع.

1.13 العنصرية وخطاب الكراهية: الموضوعات التي تطرقت لأي شكل من اشكال العنصرية

او خطاب الكراهية خلال العملية الانتخابية.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل): تم تحديد (فئة النمط) وتهدف للتعرف على الأنماط الصحفية

التي استخدمتها قناة المملكة لكافة مواضيع المواد الإخبارية، ويندرج منها الفئات التالية:

أولاً: فئة النمط: تصنيف المواد الإخبارية من خلال تحديد الأنماط الصحفية الرئيسة بشكل دقيق

بناءً على المسح الأولي للعينة. مع الحرص على شمول جميع الأنماط المستخدمة في عينة الدراسة

وهي كالتالي:

2.1 خبر: المواد الإخبارية التي لا تحتوى على مادة فيلمية، أي انها نص او صورة فقط.

2.2 تقرير: مادة إعلامية فيلمية يعدها مراسل القناة يعرض منفصل او خلال البرامج المختلفة.

2.3 برنامج حواري: البرامج التي يوجد فيها ضيف أو أكثر داخل الاستوديو.

2.4 فيديو رقمي: مادة فيلمية مصممة بواسطة برامج المونتاج انفوجرافيك مثلًا.

2.5 مقابلة: يعدها مراسل القناة مع ضيف خارج الاستديو.

2.6 مداخلة هاتفية اسکایپ: مقابلة هاتفية او مداخلة او مقابلة مصورة عبر سکایپ لضيف او

أكثـر.

ورغم أن تصنيف الأنماط فيما يتعلق بالمنصات الرقمية يعتمد الغفات؛ نص، صورة، لقطات

صوتية أو مرئية...إلخ، إلا أن الباحث وجد أن وضع التصنيف بالصيغة أعلاه (خبر، تقرير...)

سيعطي مدلولاً ومؤشرات قد تكون أشمل وأكثر تحديداً للنتائج المطلوبة للإجابة عن سؤال الدراسة، فعلى سبيل المثال يمكن أن يستخدم توיתر نصاً مختصراً للتقرير ويرفق برابط للتقرير الأساسي على الموقع أو على منصة يوتوب، أو نصاً يلخص أهم ما جاء في مقابلة معينة، ويرفق بالرابط أيضاً، وهكذا.

أما عن إمكانية وجود تقرير داخل البرنامج، أو مقابلة داخل التقرير فهو أمر وارد بطبيعة الحال. لكن هذا التصنيف من شأنه أن يعكس ماهية وعمق المعالجة للمحتوى الذي تم تقديمها فهناك فرق بين المقابلة السريعة للسؤال عن التجهيزات للانتخابات، وبين استخدامها ضمن تقرير متكامل يتناول نقاط عدّة ويسلط الضوء على تفاصيلها.

ثانياً: الشخصيات الفاعلة: الشخصيات المؤثرة في المادة الإخبارية والتي عبرت عن وجهة نظرها

3.1 الهيئة المستقلة للانتخاب: ما يصدر باسم الهيئة او من رئيسها او الأشخاص المخولين بالتصريح.

3.2 المشرع: مجلس النواب والاعيان: أعضاء مجلس النواب ومجلس الاعيان.

3.3 وزارة الإدارة المحلية: وزير الإدارة المحلية، الناطق الإعلامي، تصريح باسم الوزارة.

3.4 المواطنون: المواطنون بالتعبير عن آرائهم في البرامج الحوارية او المقابلات او التقارير.

3.5 المرشحون: الذين قاموا بترشيح أنفسهم لخوض الانتخابات في الفترة الزمنية قبل يوم الاقتراع.

3.6 مراقبون من الداخل: الجهات المعتمدة والمراقبون المعتمدون من الهيئة والمقيمين في الأردن.

3.7 مراقبون من الخارج: الجهات المعتمدة والمراقبين المعتمدين من الهيئة من غير المقيمين في الأردن.

3.8 مؤسسات مجتمع مدني: المنظمات الثقافية والعلمية، الجمعيات الخيرية، نقابات عمالية ...

الخ.

3.9 أحزاب: ممثلي الأحزاب القائمة في الأردن، منتسبي الأحزاب القائمة والممعترف بها.

3.10 أعضاء مجالس المحافظات: الأعضاء المنتخبين او المعينين في مجالس المحافظات.

3.11 اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية: رئيس اللجنة، أعضاء اللجنة، بيان باسم

اللجنة.

3.12 وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية: الوزير، الناطق الإعلامي، شخص مخول، بيان باسم

الوزارة.

ثالثاً: الإستمارات المستخدمة: الاستمارات المستخدمة للتأثير في متلقي المادة الإخبارية

4.1 عقلية: العقلية والمنطقية، تعتمد على مخاطبة العقل والمنطق وتقوم على تقديم الحجج.

4.2 عاطفية: الوجданية والعاطفية، تعتمد على مخاطبة مشاعر ووجادن المتلقي ومخاطبة حواسه.

4.3 تخويف: إثارة عاطفة المتلقي بشكل شديد لتحفيزه للاستجابة للمادة الإخبارية.

4.4 مختلطة: نوعين أو أكثر بنفس المادة الإخبارية.

رابعاً: تحديد الجمهور المستهدف في المادة الإخبارية او المعنى بها.

5.1 جميع المحافظات: المواد الإخبارية الموجهة لجميع المحافظات او التي تُعنى بجميع

المحافظات.

5.2 محافظة محددة: المواد الإخبارية الموجهة لمحافظة محددة او التي تعنى بمحافظة محددة.

خامساً: التوقيت: ويقسم إلى 3 فترات زمنية، قبل الانتخابات واثنائها وبعدها

6.1 قبل العملية الانتخابية: أي المواد الإخبارية من تاريخ 2021/01/01 إلى 2022/03/21.

6.2 يوم الاقتراع: أي المواد الإخبارية في تاريخ 22/03/2022.

6.3 بعد العملية الانتخابية: أي المواد الإخبارية من تاريخ 23/03/2022 إلى 2022/06/30.

سادساً: فئة حجم التفاعل مع المنصات محل الدراسة من إعجاب ومشاهدات وتعليقات لكل من تويتر وفيسبوك ويوتيوب.

صدق أداة الدراسة

تم عرض أداة الدراسة وهي صحيفة تحليل المحتوى بعد أن تم تطويرها لتشمل الفئات الخاضعة للتحليل، على عدد من المحكمين المختصين في مجال الإعلام (ملحق 1). لأجل التحقق من الصدق الظاهري للأداة، أي مدى قابلية الأداة لقياس ما وضعت لقياسه، وتمت دراسة الملاحظات والاستفسارات التي قدمها المحكمون، ومناقشتها معهم، وتعديل بعض البنود لتكون أكثر وضوحاً وأكثر تعبيراً عما يبحث عنه الباحث.

ثبات الأداة

يقصد بثبات الأداة بأن تؤدي إلى النتائج نفسها في حال تم تطبيقها في فترات زمنية مختلفة من قبل الباحث نفسه، أو تم تطبيقها من قبل أكثر من باحث في الوقت نفسه، ويقاس إما بقياس الاتساق بين القائمين بالتحليل كل على حدة، وتوصل كل منهم إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل ووحداته على المضمون نفسه، أو أن يقاس بناء على الاتساق الزمني حيث يتوصل القائمين بالتحليل إلى نفس النتائج بتطبيق فئات التحليل ووحداته لو أجري في أوقات مختلفة (الدبيسي ع.، 2017)

وتم قياس ثبات التحليل لهذه الدراسة بطريقة الاتساق الزمني بين القائمين بالتحليل كل على حدة، بمعنى ضرورة توصل القائمين بالتحليل إلى النتائج نفسها بتطبيق فئات التحليل، ووحداته على المضمون نفسه فيما لو أجري في أوقات مختلفة. (حسين، 1996)

وخلصت نتيجة قياس الثبات إلى أن الفئات التي حصلت على اتفاق تام في مرتبة التحليل، كان عددها 35 فئة من مجموع الفئات التي تم تصنيفها، وترميزها في مرتبة التحليل البالغ عددها + 37، وعند تطبيق معادلة (هولستي) لقياس الثبات بلغت قيمة معامل الثبات 93% وهي درجة ثبات عالية، وتوضح المعادلة التالية ذلك:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات المتافق عليها}}{\text{مجموع فئات الترميز}}$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{35 \times 2}{38+37}$$

$$\text{معامل الثبات} = 0.93$$

المعالجة الإحصائية

للإجابة على أسئلة الدراسة قام الباحث باحتساب التكرارات والنسب وايجاد العلاقات بين بعض الفئات.

إجراءات الدراسة

1. قام الباحث بدراسة الأدب النظري لموضوع الدراسة، وهو الانتخابات اللامركزية للوقوف على أهمية هذا الموضوع للمجتمع الأردني ولأهمية اسهام الإعلام في تنفيذ الأفراد به، وذلك بعد ملاحظته ومن خلال النقاشات الدائرة حول مشاركة أفراد المجتمع الأردني في الانتخابات

وعن دور الإعلام في ذلك. كما تم الاطلاع على الدراسات السابقة لمعرفة المنهجيات التي

اتبعتها وأسئلة التي تم طرحها وصولاً إلى النتائج ليتمكن من البناء عليها.

2. تم تحديد المشكلة البحثية، وصياغة لأسئلة التي يسعى الباحث للإجابة عليها.

3. تم عمل مسح قبلى لمحلى الوسائل الإخبارية المتعلقة بموضوع الانتخابات الالامركزية، وتم

اختيار موقع قناة المملكة الرقمي كونها قناة خدمة عامة، وهي معنية بشكل أكبر بموضوع

اللامركزية..

4. تم عمل مسح لمحلى الموقع الرقمي لقناة المملكة ووسائل التواصل الاجتماعي المرتبطة به

والاطلاع على المواد المتعلقة بموضوع الدراسة، لمعرفة مدى إمكانية إجراء الدراسة، وتم

تحديد حدودها الزمنية ونوع العينة، لتكون حصرية.

5. تم رصد الموضوعات والقضايا المختلفة التي تناولتها المواد المنشورة، إضافة للمصادر والقوى

الفاعلة، وكذلك تفاعل الجمهور معها، ومن ثم تم وضع الفئات وترميزها.

6. تم وضع أسئلة الدراسة التي تحقق الهدف منها.

7. تم تطوير استماراة تحليل المحتوى وعرضها على المحكمين وإجراء اختبار الصدق والثبات.

8. قام الباحث بالتحليل، وتصنيف النتائج، والإجابة على الأسئلة.

9. تم تحليل البيانات من خلال احتساب التكرارات والنسب.

10. تم عرض ومناقشة النتائج النهائية والتوصيات التي تم التوصل إليها، وربطها بأسئلة الدراسة

وبالنظريات التي تم الاعتماد عليها.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل نتائج تحليل المواد عينة الدراسة باستخدام استماره تحليل المضمنون.

السؤال الأول: ما حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامركزية 2022 بأنماطها المختلفة، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي؟

للاجابة على هذا السؤال تم استخراج النسب المئوية والتكرارات لفئة النمط على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة

الجدول رقم (1)

حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامركزية 2022 بأنماطها المختلفة، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي

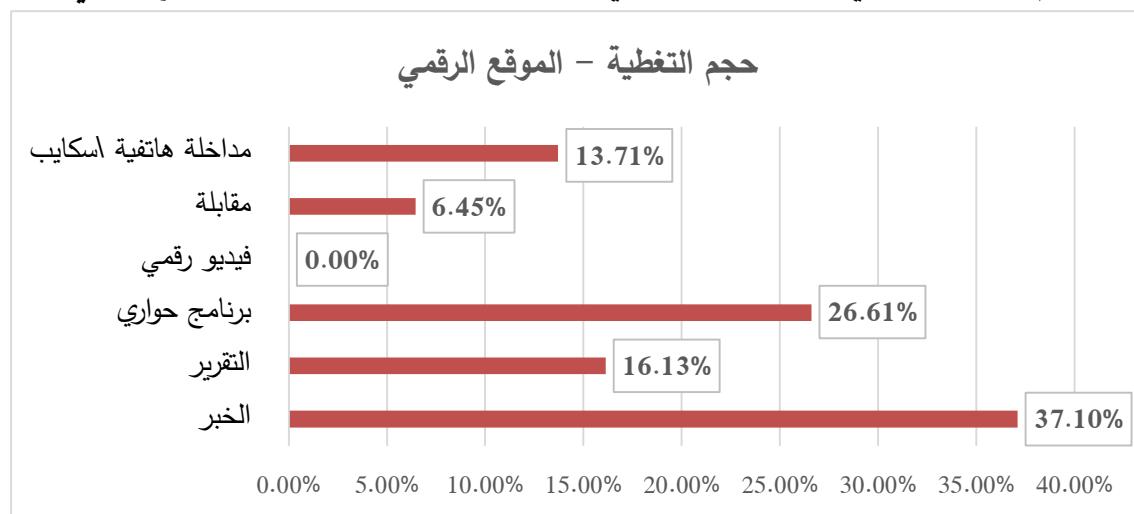
| الرتبة | المجموع | | الموقع | | يوتيوب | | تويتر | | فيسبوك | | فئة النمط |
|--------|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------------------------|
| | النسبة | النوع | النسبة | النوع | النسبة | النوع | النسبة | النوع | النسبة | النوع | |
| 1 | 25.73% | 193 | 37.10% | 46 | - | - | 58.33% | 91 | 17.28% | 56 | الخبر |
| 4 | 16.53% | 124 | 16.13% | 20 | 16.05% | 22 | 13.46% | 21 | 18.82% | 61 | التقرير |
| 2 | 20.72% | 152 | 26.61% | 33 | 44.52% | 61 | 10.89% | 17 | 12.65% | 41 | برنامج حواري |
| 6 | 7.33% | 55 | 0.00% | 0 | 3.65% | 5 | 5.76% | 9 | 12.65% | 41 | فيديو رقمي |
| 5 | 12.40% | 93 | 6.45% | 8 | 7.29% | 10 | 5.12% | 8 | 20.67% | 67 | مقابلة |
| 3 | 17.73% | 133 | 13.71% | 17 | 30.65% | 42 | 10.25% | 16 | 17.90% | 58 | مداخلة هاتفية ١ سكايب |
| | 100% | 750 | 100% | 124 | 100% | 140 | 100% | 162 | 100% | 324 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (1) عدد المواد التي نشرت على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة بمختلف الأنماط خلال فترة الدراسة، حيث بلغت (750) مادة، توزعت بحسب الرتبة بين الخبر (193) تكرار وبنسبة (25.73%)، والبرنامج الحواري (152) تكرار وبنسبة (20.72%)، والمدخلات الهاتفية ١ سكايب (133) تكرار وبنسبة (17.73%)، والتقرير (124) تكرار وبنسبة (16.53%)، وبرنامج حواري (33) تكرار وبنسبة (44.52%)، مقابلة (8) تكرار وبنسبة (7.29%)، مداخلة هاتفية ١ سكايب (16) تكرار وبنسبة (10.25%)، فيسبوك (58) تكرار وبنسبة (17.90%)، فيسبوك (9) تكرار وبنسبة (5.76%)، تويتر (21) تكرار وبنسبة (13.46%)، تويتر (22) تكرار وبنسبة (18.82%)، يوتيوب (61) تكرار وبنسبة (16.05%)، يوتيوب (20) تكرار وبنسبة (16.13%)، والخبر (46) تكرار وبنسبة (37.10%).

تكرار وبنسبة (16.53%)، والمقابلة (93) تكرار وبنسبة (12.40%)، وفيديو رقمي (55) تكرار وبنسبة (7.33%).

تم اعدام رسوم بيانية للتوضيح حجم التغطية بشكل منفصل لـ الموقع الرقمي، ومنصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتوب)

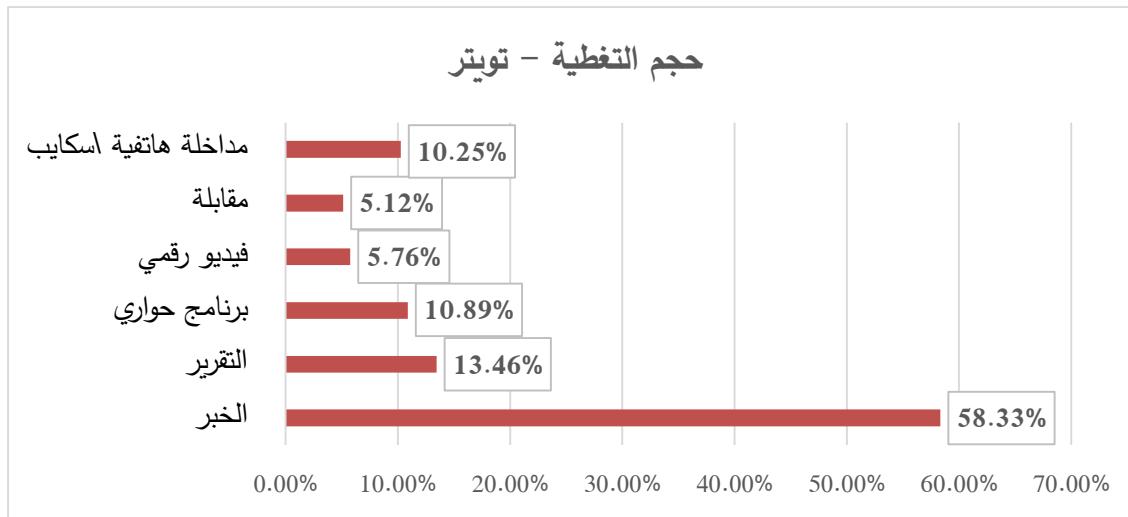
الرسم البياني رقم (1)
حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الالكترونية 2022 بأنماطها المختلفة، على الموقع الرقمي



يوضح الرسم البياني رقم (1) النسبة المئوية لتكرار الأنماط المستخدمة على الموقع الرقمي للقناة خلال فترة الدراسة والتي بلغ مجموعها (124) مادة كما يتضح في الجدول رقم (1)، حيث توزعت بحسب الرتبة بين الأخبار بنسبة (37.10%)، والبرنامج الحواري بنسبة (26.61%)، والتقرير بنسبة (16.13%)، والمدخلات الهاتفية اسكايب بنسبة (13.71%)، والمقابلة بنسبة (6.45%).

الرسم البياني رقم (2)

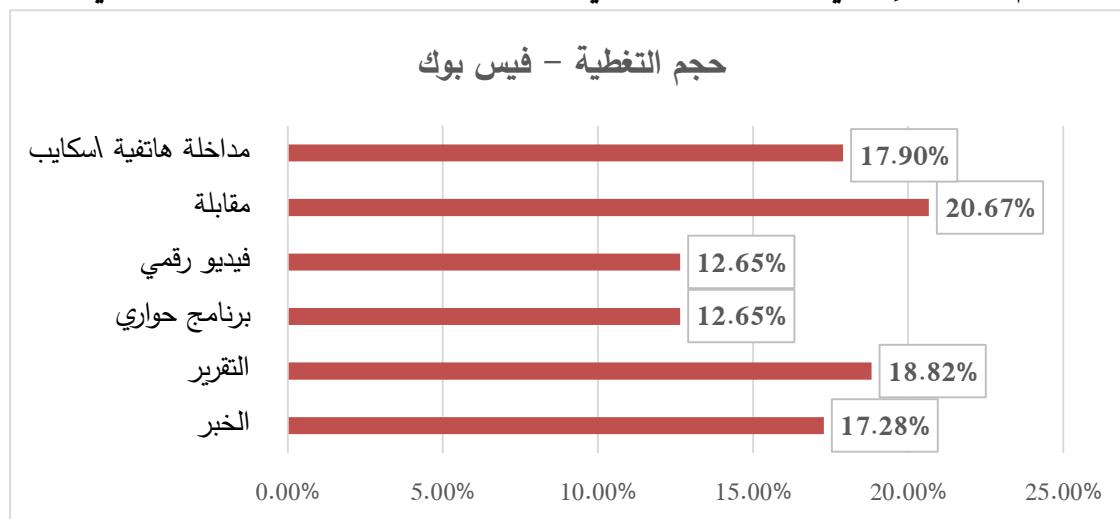
حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الالكترونية 2022 بأنماطها المختلفة، على منصة فيسبوك



يوضح الرسم البياني رقم (2) النسبة المئوية لنكرار الأنماط المستخدمة على منصة فيسبوك خلال فترة الدراسة والتي بلغ مجموعها (324) مادة كما يتضح في الجدول رقم (1)، توزعت بحسب الرتبة على مقابلة بنسبة (20%)، والتقدير بنسبة (18.82%)، والمداخلات الهاتفية ١ سكايب بنسبة (17.90%)، والتقارير بنسبة (17.28%)، فيما البرامج الحوارية والفيديوهات الرقمية بنسبة (12.65%) لكل منها.

الرسم البياني رقم (3)

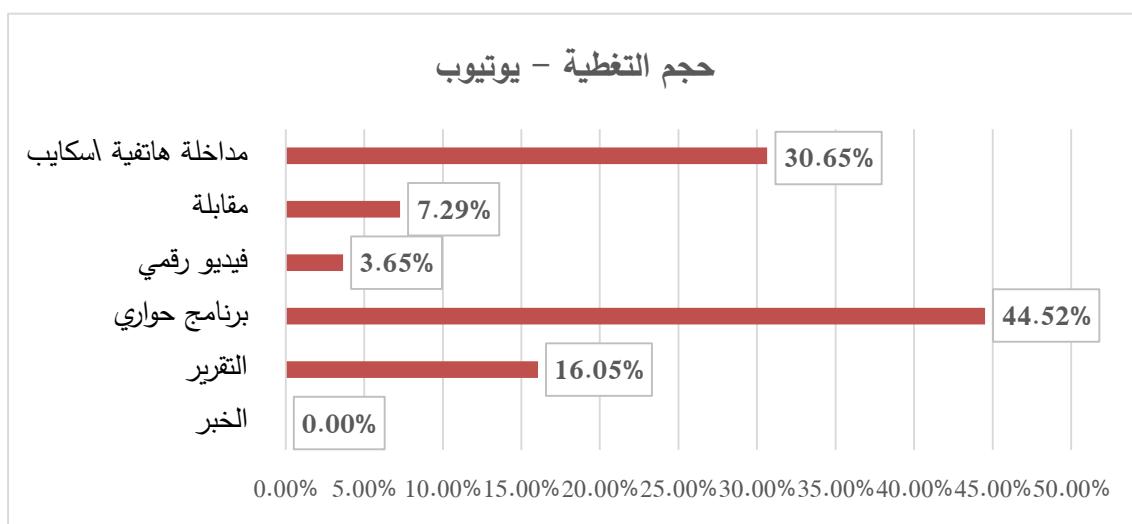
حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الالكترونية 2022 بأنماطها المختلفة، على منصة تويتر



يوضح الرسم البياني رقم (3) النسبة المئوية لتكرار الأنماط المستخدمة على منصة تويتر خلال فترة الدراسة والتي بلغ مجموعها (162) مادة كما يتضح في الجدول رقم (1)، تركز نصفها تقريباً في الأخبار بنسبة (58.33%)، يليها التقارير بنسبة (13.46%)، ثم البرنامج الحواري بنسبة (10.89%)، والمدخلات الهاتفية اسکایپ بنسبة (10.25%)، أما الفيديوهات الرقمية والمقابلات فجاءت بحسب منخفضة بلغت على التوالي (5.76%)، و(5.12%).

الرسم البياني رقم (4)

حجم التغطية الإخبارية للانتخابات الامريكية 2022 بأنماطها المختلفة، على منصة يوتوب



يوضح الرسم البياني رقم (3) النسبة المئوية لتكرار الأنماط المستخدمة على منصة يوتوب بلغ عدد المواد المنشورة عليها 140 مادة، كما يتضح في الجدول رقم (1)، توزعت بين البرامج الحوارية بالدرجة الأولى بنسبة (44.52%)، والمدخلات الهاتفية اسکایپ بنسبة (30.65%)، والتقارير بنسبة (16.05%)، والمقابلة بنسبة (7.29%)، والفيديو الرقمي بنسبة (3.65%)، فيما لم يرد أي أخبار بطبيعة الحال.

السؤال الثاني: ما الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركزية 2022، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي؟

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج النسب المئوية والتكرارات لفئة الموضوع على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة.

الجدول رقم (2)

الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركزية 2022، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي

| الرتبة | المجموع | | الموقع | | يوتيوب | | تويتر | | فيسبوك | | فئة الموضوع |
|--------|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------------------------------------|
| | النسبة | النوع | النسبة | النوع | النسبة | النوع | النسبة | النوع | النسبة | النوع | |
| 1 | 27.83% | 209 | 32.23% | 39 | 22.85% | 32 | 22.22% | 36 | 31.28% | 102 | عملية الاقتراع |
| 2 | 14.25% | 107 | 15.70% | 19 | 14.28% | 20 | 16.66% | 27 | 12.57% | 41 | الإدارة المحلية و المجالس المحافظات |
| 3 | 7.99% | 60 | 4.13% | 5 | 12.85% | 18 | 9.87% | 16 | 6.44% | 21 | قانون الإدارة المحلية |
| 4 | 7.59% | 57 | 12.40% | 15 | 12.14% | 17 | 7.40% | 12 | 3.98% | 13 | قانون الانتخابات الامركزية وتعديلاته |
| 4 | 7.59% | 57 | 10.74% | 13 | 9.28% | 13 | 11.11% | 18 | 3.98% | 13 | عملية الترشح |
| 5 | 7.32% | 55 | 2.48% | 3 | 7.40% | 9 | 7.40% | 12 | 9.50% | 31 | المخالفات |
| 6 | 5.33% | 40 | 3.31% | 4 | 7.14% | 10 | 4.32% | 7 | 5.82% | 19 | الفئات الهشة |
| 7 | 4.93% | 37 | 4.13% | 5 | 4.28% | 6 | 4.93% | 8 | 5.52% | 18 | أهمية المشاركة في الانتخابات |
| 8 | 4.79% | 36 | 2.48% | 3 | 1.42% | 2 | 3.08% | 5 | 7.97% | 26 | برامج المرشحين |
| 9 | 4.13% | 31 | 6.61% | 8 | 2.14% | 3 | 5.55% | 9 | 3.37% | 11 | العنصرية وخطاب الكراهية |
| 10 | 3.60% | 27 | 3.31% | 4 | 2.85% | 4 | 2.46% | 4 | 4.60% | 15 | السياسي والمال الزاهي |

| الرتبة | المجموع | | الموقع | | يوتيوب | | تويتر | | فيسبوك | | فئة الموضوع |
|--------|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------------------------------------|
| | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | |
| 11 | 2.66% | 20 | 0.83% | 1 | 3.57% | 5 | 3.08% | 5 | 2.76% | 9 | مفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها |
| 12 | 2.00% | 15 | 1.65% | 2 | 2.14% | 3 | 1.85% | 3 | 2.14% | 7 | الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها |
| | 100% | 751 | 100% | 121 | 100% | 142 | 100% | 162 | 100% | 326 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (2) النسبة المئوية وعدد التكرارات للموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي حيث بلغت (750) تكرار، ويبين أن:

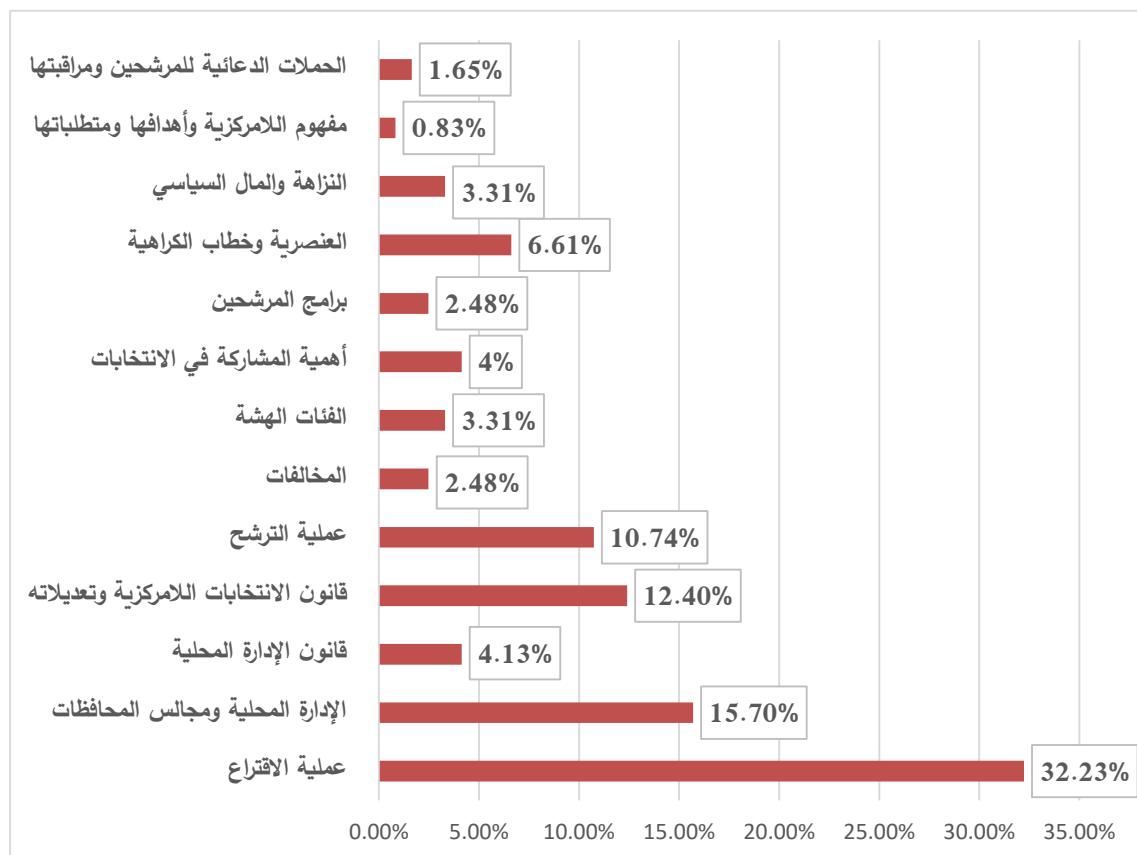
عملية الاقتراع تصدرت الموضوعات التي تناولتها المواد المنشورة على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي ، وبلغت (209) تكرار وبنسبة (27.83%)، يليها موضوع الإدارة المحلية ومجالس المحافظات ومهام كل منها ومدى تحقيقها للوظائف المنوطة بها، والمشاكل والقضايا التي تتعرض لها، وبلغت (107) تكرار وبنسبة (14.25%)، أما قانون الإدارة المحلية فجاء في المرتبة الثالثة وبلغت (60) تكرار وبنسبة (7.99%)، يليه موضوع قانون الانتخابات اللامركزية وتعديلاته وموضوع عملية الترشح بالتساوي في المرتبة الرابعة حيث بلغت عدد الموضوعات لكل منها (57) تكرار وبنسبة (7.59%), ويليه موضوع المخالفات في المرتبة الخامسة وبلغت (55) تكرار وبنسبة (7.32%), ويليه موضوع الفئات الهشة في المرتبة السادسة وبلغت (40) تكرار وبنسبة (5.33%), ويليه موضوع أهمية المشاركة في الانتخابات في المرتبة السابعة وبلغت (37) تكرار وبنسبة (4.93%), ويليه موضوع برامج المرشحين في المرتبة الثامنة وبلغت (36) تكرار وبنسبة (4.79%)

وilye موضوع العنصرية وخطاب الكراهية في المرتبة التاسعة وبلغت (31) تكرار وبنسبة (%) 4.13، وilye موضوع النزاهة والمال السياسي في المرتبة العاشرة وبلغت (27) تكرار وبنسبة (%) 3.60، وilye موضوع مفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها في المرتبة الحادية عشر وبلغت (20) تكرار وبنسبة (%) 2.66، وilye موضوع الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها في المرتبة الثانية عشر وبنسبة (15) تكرار وبنسبة (%) 2.00.

تم اعدام رسوم بيانية لتوضيح الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022 بشكل منفصل لـ الموقع الرقمي، ومنصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتوب) وهي كالتالي:

الرسم البياني رقم (5)

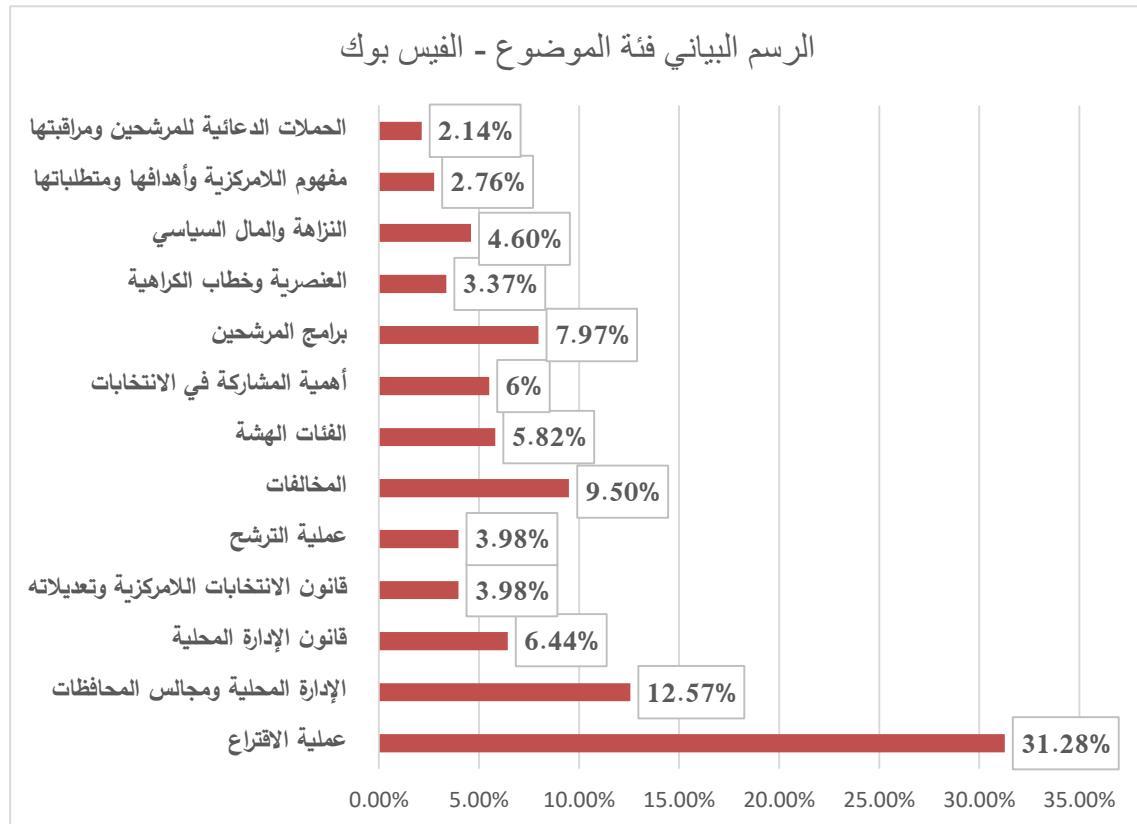
الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022، على الموقع الرقمي



يوضح الرسم البياني رقم (5) النسبة المئوية لتكرار الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية 2022، على الموقع الرقمي، حيث بلغ عدد تكرار الموضوعات (121) تكرار ، كما يتضح في الجدول رقم (2)، وجاءت كما يلي: عملية الاقتراع تصدرت الموضوعات التي تناولتها المواد المنصورة على الموقع الرقمي بنسبة (32.23%)، يليها موضوع الإدراة المحلية ومجالس المحافظات ومهام كل منها ومدى تحقيقها للوظائف المنوط بها، والمشاكل والقضايا التي تتعرض لها بنسبة (15.70%)، أما قانون الانتخابات اللامركزية فجاء في المرتبة الثالثة بواقع (%)12.40، يليه موضوع الترشح للانتخابات والمسائل المتعلقة به بنسبة (10.74%)، أما موضوع خطاب الكراهية والعنصرية التي يمكن أن تمس أي جزئية من العملية الانتخابية خصوصا في الحملات لبرامج المرشحين وخلال عملية الاقتراع فجاءت بنسبة (6.61%)، يليه موضوع قانون الإدراة المحلية فجاءت بنسبة (4.13%)، يليه موضوع وأهمية المشاركة في الانتخابات فجاءت بنسبة (4.00%)، ولم تتعذر نسبة المواد المتعلقة بموضوعي النزاهة والمال السياسي والفتات الهشة نسبة (3.31%)، وكذلك الموضوعات الخاصة ببرامج المرشحين والمخالفات بكل أشكالها وخلال الفترات الانتخابية الثلاث انخفض عدد المواد التي تناولتها لتتمثل نسبة (2.31%)، أما موضوع الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها فلم يمثل سوى (1.65%) من إجمالي المواد على الموقع، ومفهوم اللامركزية ومتطلباتها وأهدافها بنسبة (0.83%).

الرسم البياني رقم (6)

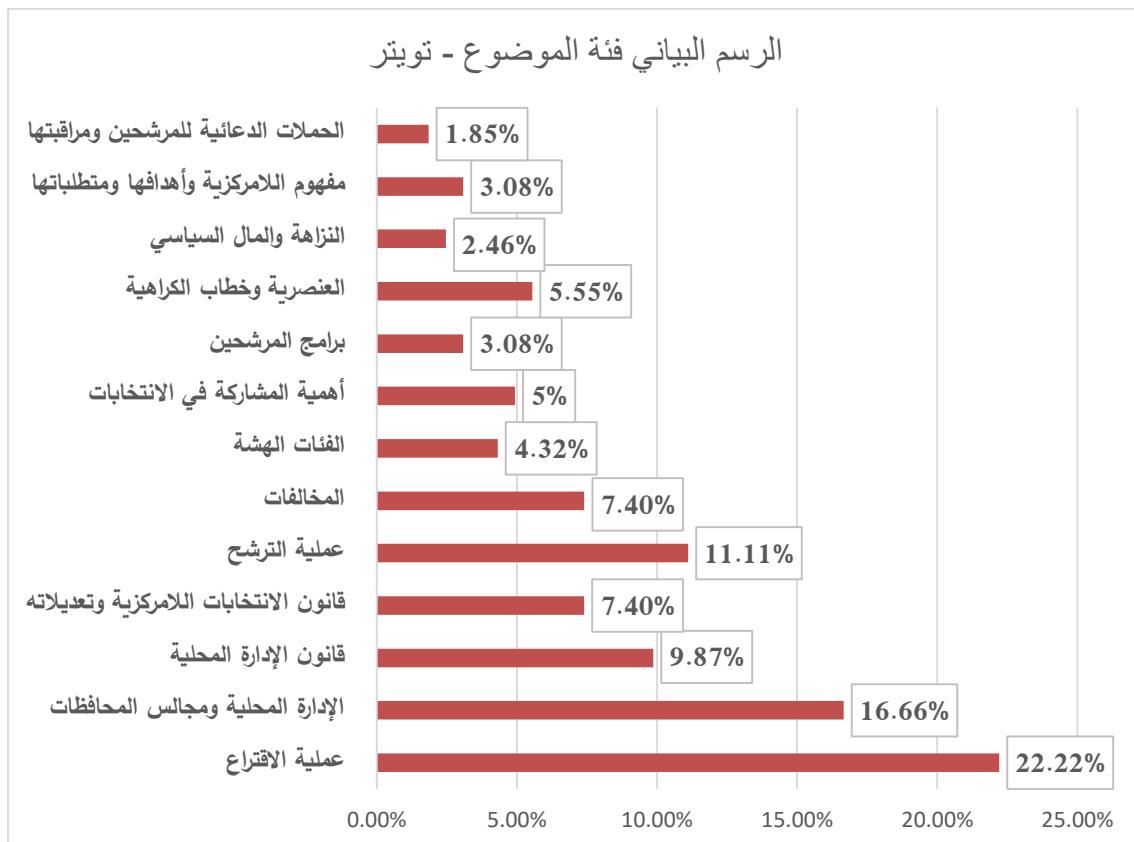
الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية 2022، على منصة فيسبوك



يوضح الرسم البياني رقم (6) النسبة المئوية لتكرار الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية 2022، على منصة فيسبوك، حيث بلغ عدد تكرار الموضوعات (326)، كما يتضح في الجدول رقم (2)، وجاءت كما يلي: كانت الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها النسبة الأقل في التكرار على منصة فيسبوك وهي نسبة 2,14% بينما تكرار الموضوعات في عملية الاقتراع كانت النسبة الأعلى حيث كانت 31,28% كما كانت النسبة الأعلى في الرسم البياني السابق للموقع الرقمي.

الرسم البياني رقم (7)

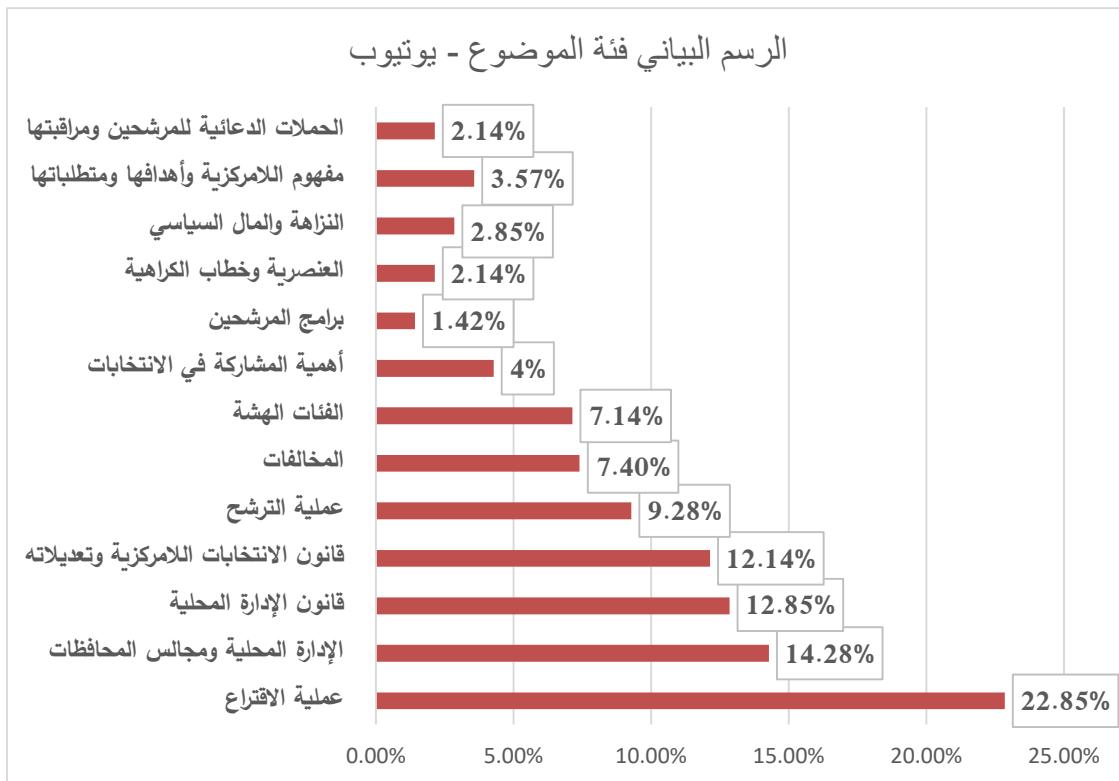
الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية 2022، على منصة تويتر



يوضح الرسم البياني رقم (7) النسبة المئوية لتكرار الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية 2022، على منصة تويتر، حيث بلغ عدد تكرار الموضوعات (162)، كما يتضح في الجدول رقم (2)، وجاءت كما يلي: كانت الحملات الدعائية هي النسبة الأقل حظاً كما كانت في منصة الفيسبروك حيث كانت نسبتها 1,85 % بينما كانت عملية الاقتراع هي النسبة الأعلى كما كانت النسبة الأعلى أيضاً على منصة الفيسبروك ويظهر ذلك في الرسم البياني السابق رقم (6) والرسم البياني الخاص بالموقع الرقمي رقم (5)

الرسم البياني رقم (8)

الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022، على منصة يوتيوب



يوضح الرسم البياني رقم (8) النسبة المئوية لنكرار الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022، على منصة يوتيوب، حيث بلغ عدد تكرار الموضوعات (142)، كما يتضح في الجدول رقم (2)، وجاءت كما يلي: كانت برامج المرشحين النسبة الأقل على منصة اليوتيوب فقد حصلت على نسبة 1,42%， أما عملية الاقتراع فحصلت على النسبة الأعلى وهي 22,85% على منصة اليوتيوب، كما كانت الأعلى في الموقع الرقمي ومنصة الفيسبوك والتويتر أيضا.

السؤال الثالث: ما القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للاحتجاجات الالكترونية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟

لإجابة على هذا السؤال تم استخراج النسب المئوية والتكرارات لفئة القوى الفاعلة على الموقع

الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة

الجدول رقم (3)

القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للاحتجاجات الالكترونية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي

| الرتبة | المجموع | | الموقع | | يوتيوب | | تويتر | | فيسبوك | | القوى الفاعلة |
|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | النسبة | |
| 1 | 22.13% | 193 | 24.70% | 41 | 17.94% | 35 | 23.70% | 50 | 22.11% | 67 | الهيئة المستقلة للانتخاب |
| 2 | 13.88% | 121 | 11.45% | 19 | 16.41% | 32 | 13.74% | 29 | 13.53% | 41 | المشرع (مجلس النواب) |
| 5 | 8.49% | 74 | 9.04% | 15 | 6.66% | 10 | 14.69% | 31 | 5.94% | 18 | وزارة الإدارة المحلية |
| 4 | 9.17% | 80 | 4.22% | 7 | 6.66% | 13 | 5.69% | 12 | 15.84% | 48 | الموطنون |
| 10 | 2.98% | 26 | 0.00% | 0 | 2.05% | 4 | 6.16% | 13 | 2.97% | 9 | المرشحون |
| 3 | 12.39% | 108 | 12.65% | 21 | 12.30% | 24 | 7.58% | 16 | 15.51% | 47 | حقوقيون ومراقبون من داخل الأردن |
| 11 | 2.75% | 24 | 3.61% | 6 | 4.61% | 7 | 2.37% | 5 | 1.98% | 6 | حقوقيون ومراقبون من خارج الأردن |
| 6 | 6.65% | 58 | 9.64% | 16 | 10.25% | 20 | 4.27% | 9 | 4.29% | 13 | نقابات ومؤسسات مجتمع مدني |
| 9 | 4.47% | 39 | 4.22% | 7 | 3.59% | 9 | 5.21% | 11 | 3.96% | 12 | الأحزاب |

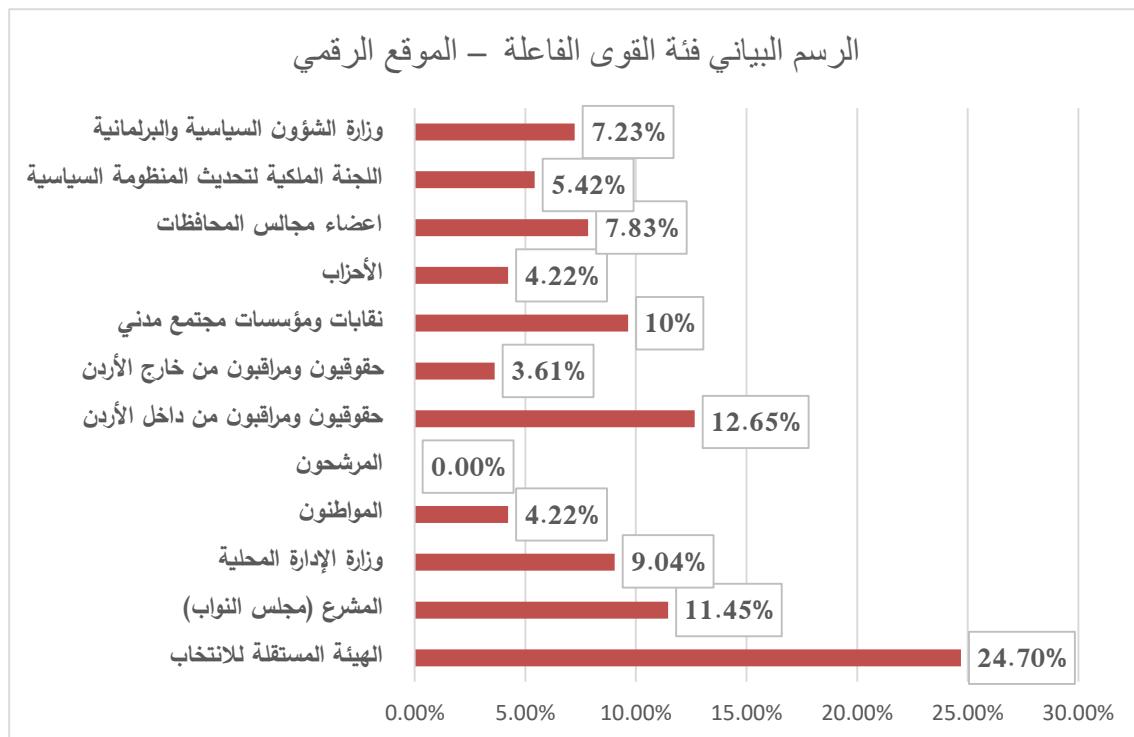
| الرتبة | المجموع | | الموقع | | يوتيوب | | تويتر | | فيسبوك | | القوى الفاعلة |
|--------|---------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|---------------------------------------|
| | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | النسبة | النكرار | |
| 8 | 5.39% | 47 | 7.83% | 13 | 7.17% | 14 | 4.74% | 10 | 3.30% | 10 | أعضاء مجالس المحافظات |
| 8 | 5.39% | 47 | 5.42% | 9 | 5.64% | 11 | 6.16% | 13 | 4.62% | 14 | لجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية |
| 7 | 6.31% | 55 | 7.23% | 12 | 6.66% | 13 | 5.69% | 12 | 5.94% | 18 | وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية |
| | 100.00% | 872 | 100% | 166 | 100% | 192 | 100% | 211 | 100% | 304 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (3) النسبة المئوية وعدد التكرارات لفئة القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركزية 2022، على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي حيث بلغت (872) تكرار، وكانت كالتالي: الفئة الفاعلة الأهم هي الهيئة المستقلة للانتخاب، حيث تواجدت في (22.13%) من إجمالي الفئات في المواد، ويليهم المشرع (مجلس النواب) بنسبة (13.88%)، ويليهم الحقوقيون والمراقبون من داخل الأردن بنسبة (12.39%)، ويليهم المواطنين بنسبة (9.17%)، ويليهم وزارة الإدارة المحلية بنسبة (8.49%)، ويليهم النقابات ومؤسسات المجتمع المدني بنسبة (6.65%)، ويليهم وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية بنسبة (6.31%)، ويليهم أعضاء مجالس المحافظات واللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية بالتساوي بنسبة (5.39%)، ويليهم الأحزاب بنسبة (4.47%)، ويليهم المرشحون بنسبة (2.98%).

تم اعدام رسوم بيانية لتوضيح القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الامركزية "2022" بشكل منفصل لـ الموقع الرقمي، ومنصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) وهي كالتالي:

الرسم البياني رقم (9)

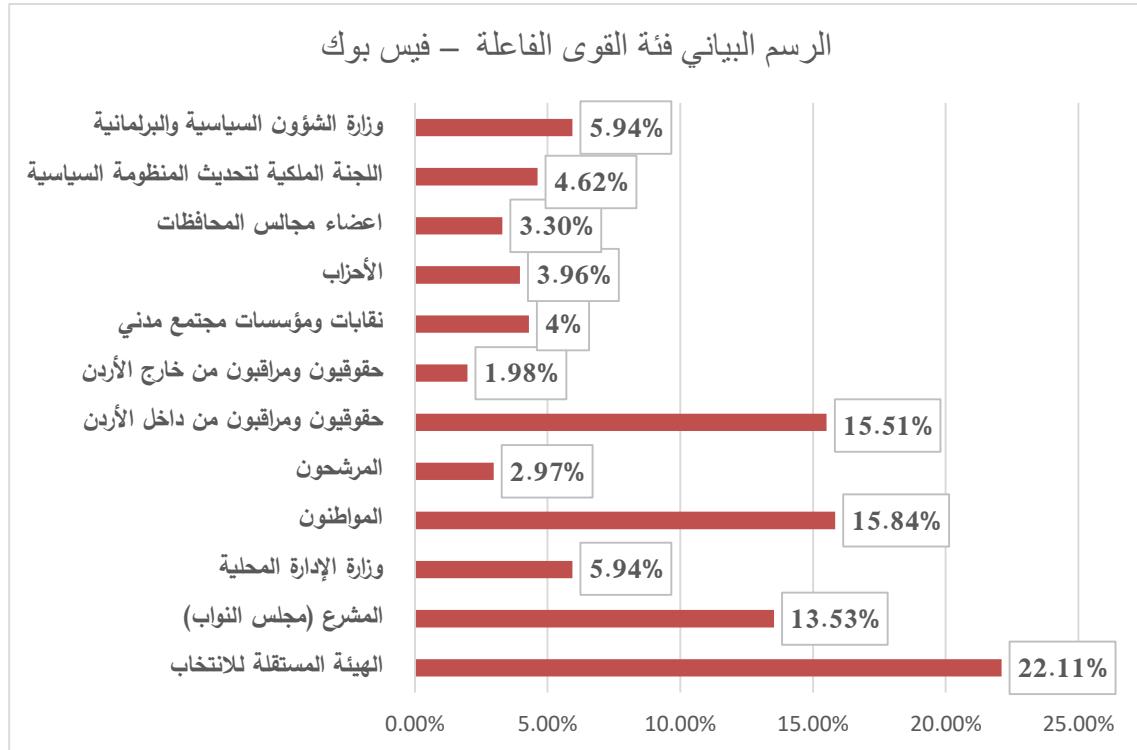
القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" الموقع الرقمي



يوضح الرسم البياني رقم (9) النسبة المئوية لتكرار القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" في الموقع الرقمي حيث بلغ عدد تكرار القوى الفاعلة (166)، كما يتضح في الجدول رقم (3)، وجاءت كما يلي: كانت الفئة الفاعلة الأهم هي الهيئة المستقلة للانتخاب، حيث تواجدت في (24.70%) من إجمالي الفئات في المواد، يليهم الحقوقيون والمراقبون من داخل الأردن بنسبة (12.65%)، أما النواب فكان وجودهم في المواد ذات العلاقة بنسبة (11.45%)، فيما النقابات ومؤسسات المجتمع المدني بنسبة (9.04%)، وأعضاء وزارة الإدارة المحلية بنسبة (7.83%)، وأعضاء مجالس المحافظات بنسبة (7.23%)، فيما جاء اشراك المواطنين بنسبة (4.22%)، وكذلك السياسة والبرلمانية وكانت بنسبة (3.61%)، بينما الحقوقيون من خارج الأردن بنسبة (4.22%)، ولم يحظ المرشحون بأي الأحزاب بنسبة مماثلة، بينما الحقوقيون من خارج الأردن بنسبة (3.61%)، ولم يحظ المرشحون بأي مادة على الموقع الرقمي.

الرسم البياني رقم (10)

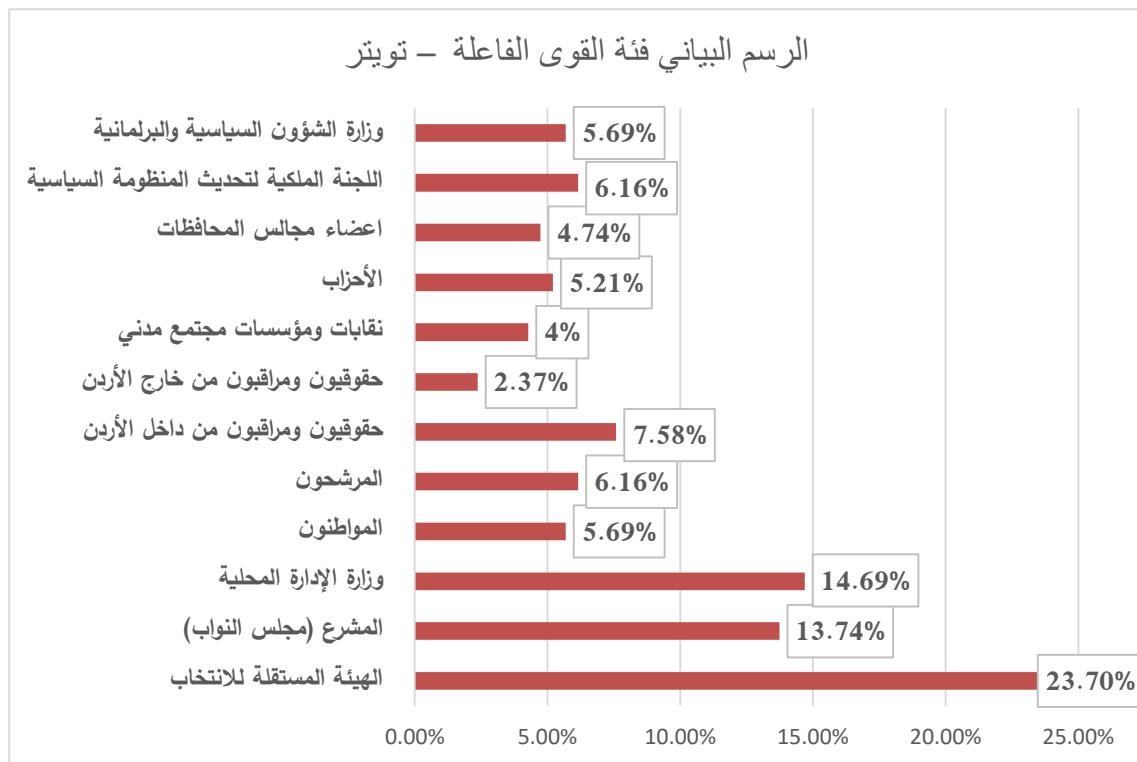
القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية "2022" على منصة فيسبوك



يوضح الرسم البياني رقم (10) النسبة المئوية لتكرار القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية "2022" في منصة فيسبوك حيث بلغ عدد تكرار القوى الفاعلة (304)، كما يتضح في الجدول رقم (3)، وجاءت كما يلي: الهيئة المستقلة للانتخاب في المرتبة الأولى (22.11%)، الحقوقيون من داخل الأردن والمواطنون بالدرجة الثانية وبنسبة مقاربة (15.84%) و(15.51%)، مجلس النواب بنسبة (13.53%)، وزاري الإدراة المحلية والشؤون السياسية والبرلمانية بنسبة (5.94%) لكل منهما، تلتها اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية (4.62%)، فالنقابات ومؤسسات المجتمع المدني (3.96%)، الأحزاب وأعضاء مجالس المحافظات (3.30%)، و(330) على التوالي، وحظي المترشحون بنسبة بسيطة جدا (2.97%) بينما الحقوقيون من خارج الأردن (1.98%).

الرسم البياني رقم (11)

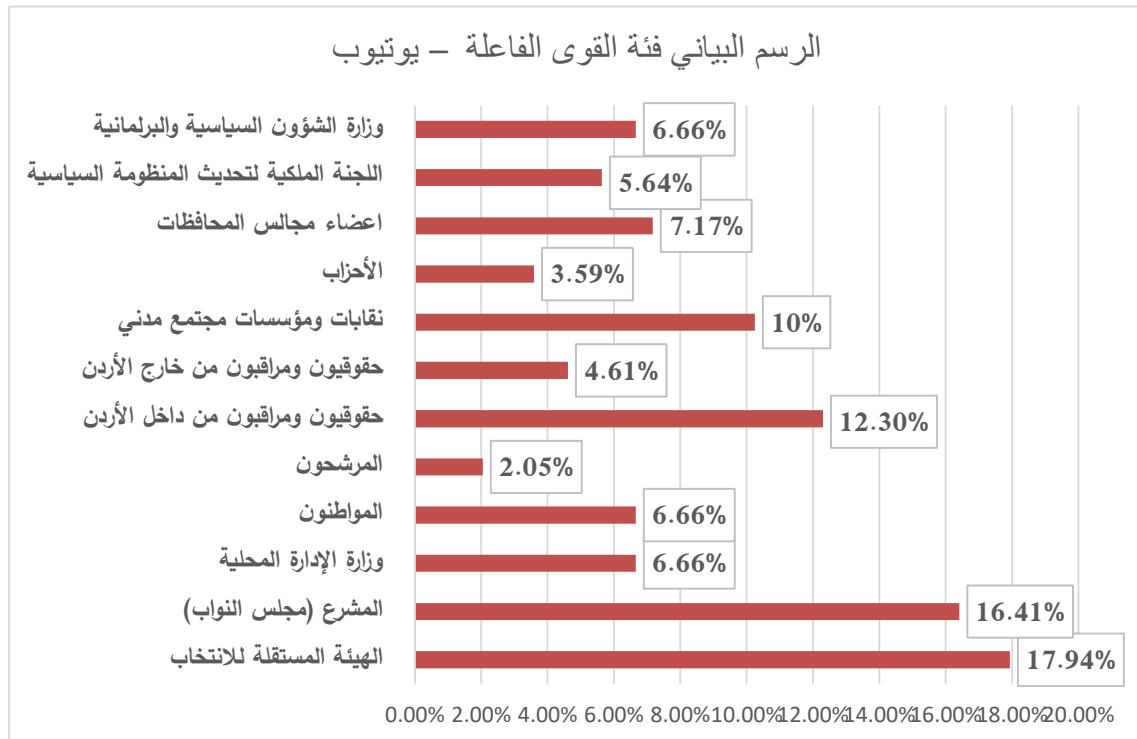
القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لانتخابات الامركزية "2022" منصة تويتر



يوضح الرسم البياني رقم (11) النسبة المئوية لتكرار القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية لانتخابات الامركزية "2022" في منصة تويتر حيث بلغ عدد تكرار القوى الفاعلة (211)، كما يتضح في الجدول رقم (3)، وجاءت كما يلي: كانت النسبة الأقل هي المرشحون ونسبتها 2,37% بينما حصلت الهيئة المستقلة للانتخاب على نسبة 23,70% على منصة تويتر كما كانت الأعلى أيضاً على منصة الفيسبوك والموقع الرقمي في الرسوم السابقة.

الرسم البياني رقم (12)

القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على منصة يوتيوب



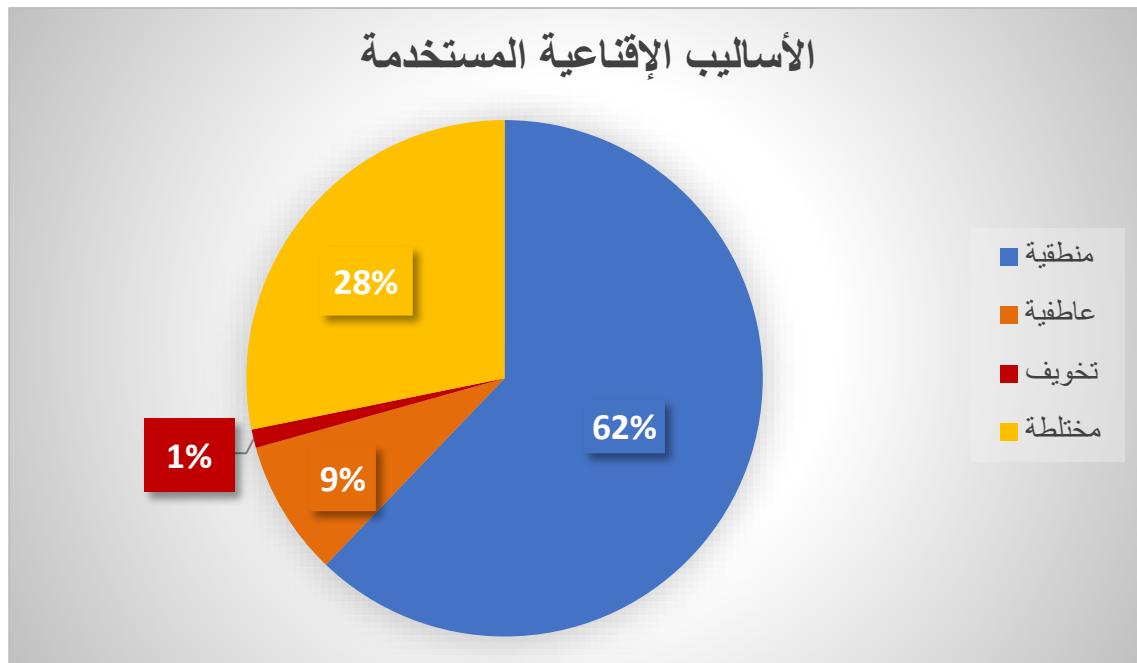
يوضح الرسم البياني رقم (12) النسبة المئوية لتكرار القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" في منصة يوتيوب حيث بلغ عدد تكرار القوى الفاعلة (192)، كما يتضح في الجدول رقم (3)، وجاءت كما يلي: كانت النسبة الأقل هي المرشحون ونسبتها 2,05% بينما حصلت الهيئة المستقلة للانتخاب على نسبة 17.94% على منصة توينر كما كانت الأعلى ايضاً على منصة الفيسبوك والموقع الرقمي في الرسوم السابقة.

السؤال الرابع: ما الأساليب الإقناعية المستخدمة في تغطية للانتخابات اللامركزية "2022" على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة؟

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج النسب المئوية والتكرارات الاستعمالات على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة

الرسم البياني رقم (13)

الأساليب الإقناعية التي اعتمدت عليها التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي



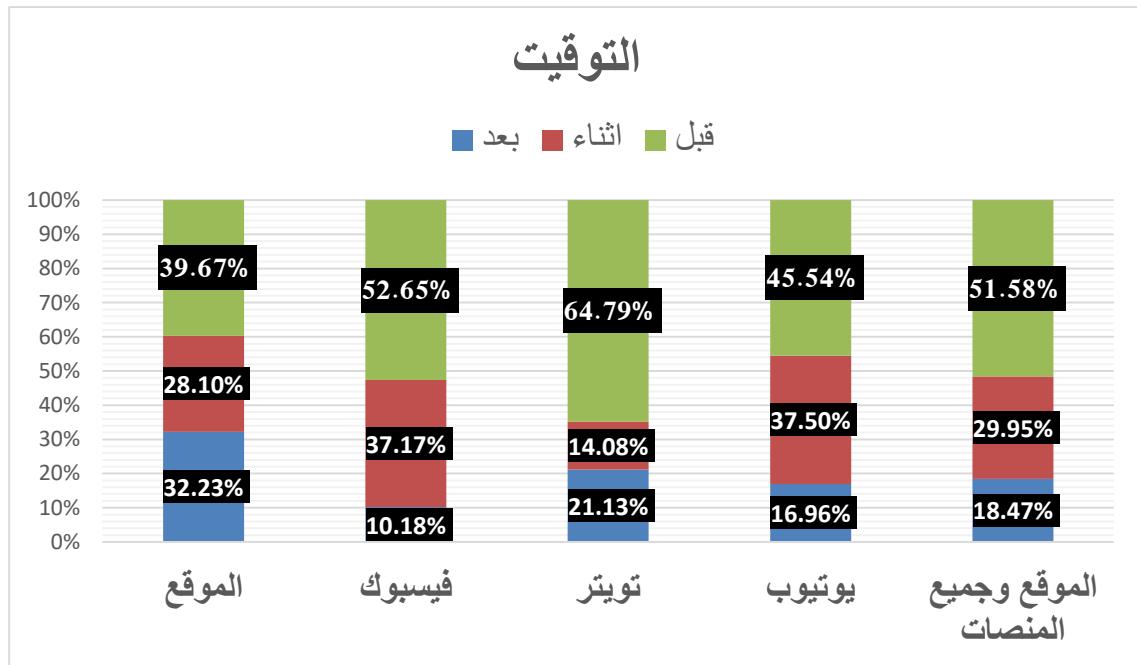
يوضح الرسم البياني رقم (13) النسبة المئوية للأساليب الإقناعية المستخدمة في التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية "2022" على الموقع الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة، حيث جاءت كما يلي: تم استخدام الاستمالة المنطقية والعاطفية في تغطية الانتخابات الالامركية، وكان الاعتماد بشكل اكبر على الاستمالة المنطقية بنسبة (62%) بشكل منفرد، فيما كانت الاستمالة العاطفية بنسبة (9%) في مواد أخرى، واستخدم بعضها مزيجاً من النوعين بنسبة (28%)، أما استمالة التخويف فلم تتعذر (1%).

السؤال الخامس: ما مستوى مهنية تغطية الانتخابات الالامركية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة والشمول؟؟

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج توقيت النشر والجمهور المستهدف للمواد الإخبارية على الموقع الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة.

الرسم البياني رقم (14)

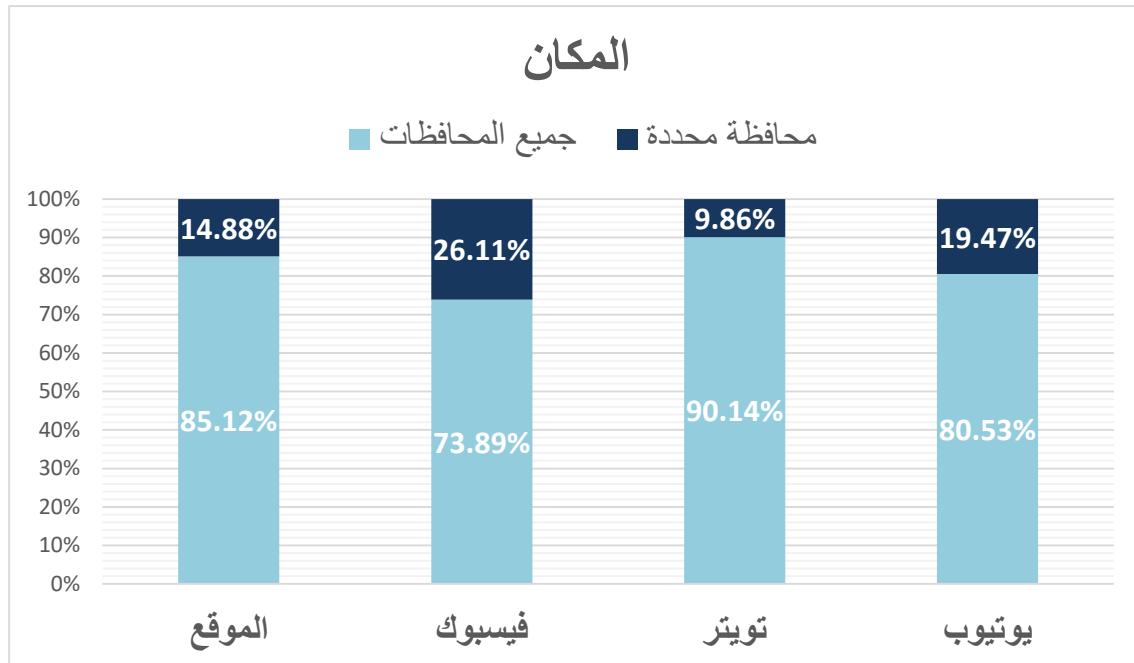
مستوى مهنية تغطية الانتخابات الامركية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة



يوضح الرسم البياني رقم (14) النسبة المئوية لتوقيت النشر في التغطية الإخبارية للانتخابات الأمريكية "2022" على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة، حيث جاءت كما يلي: جميع المواد التي نشرت على الموقع الرقمي وكافة منصات التواصل الاجتماعي قبل العملية الانتخابية أي قبل عملية الاقتراع كانت بنسبة (51%) فيما أثناء العملية الانتخابية وهو يوم الاقتراع 2022/03/22 فكانت بنسبة (29%) وبعد العملية بنسبة (18%)، أما بشكل تفصيلي فكانت كالتالي: الموقع الرقمي قبل العملية الانتخابية كانت بنسبة (39%) فيما أثناء العملية الانتخابية بنسبة (28.10%) وبعد العملية بنسبة (32.23%). أما منصة الفيسبوك فبُثت (52.65%) من المواد قبل العملية الانتخابية، و(37.17%) أثناءها، و(10.18%) بعدها. فيما تويتر (64.79%) قبل العملية و(21.13%) أثناءها و(14.9%) بعدها، وبخصوص يوتيوب (45.54%) قبلها، (37.50%) أثناءها، و(16.96%) بعدها.

الرسم البياني رقم (15)

مستوى مهنية تغطية الانتخابات الامركية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالشمول



يوضح الرسم البياني رقم (15) النسبة المئوية للجمهور المستهدف في التغطية الإخبارية للانتخابات الامريكية "2022" على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة، حيث جاءت كما يلي: في الموقع الرقمي تم استهداف الجمهور في جميع المحافظات بنسبة (85.12%)، وتم استهداف الجمهور في محافظة محددة بنسبة (14.88%)، اما في منصة فيسبوك تم استهداف الجمهور في جميع المحافظات بنسبة (73.89%)، وتم استهداف الجمهور في محافظة محددة بنسبة (26.11%)، اما في منصة تويتر تم استهداف الجمهور في جميع المحافظات بنسبة (90.14%)، وتم استهداف الجمهور في محافظة محددة بنسبة (9.86%)، اما في منصة يوتيوب تم استهداف الجمهور في جميع المحافظات بنسبة (80.53%)، وتم استهداف الجمهور في محافظة محددة بنسبة (19.47%).

الجدول رقم (4)

مستوى مهنية تغطية الانتخابات الامرکزية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة لمختلف الموضوعات

| بعد | أثناء | قبل | فئة الموضوع |
|--------|--------|--------|--------------------------------------|
| 1.67% | 0.72% | 10.61% | عملية الاقتراع |
| 10.00% | 2.88% | 11.62% | الإدارة المحلية ومجالس المحافظات |
| 20.00% | 2.16% | 18.69% | قانون الإدارة المحلية |
| 1.67% | 0.72% | 3.51% | قانون الانتخابات الامرکزية وتعديلاته |
| 8.33% | 5.76% | 4.04% | عملية الترشح |
| 26.65% | 42.45% | 19.70% | المخالفات |
| 6.67% | 2.16% | 12.12% | الفئات المهمة |
| 3.33% | 6.47% | 4.55% | أهمية المشاركة في الانتخابات |
| 1.67% | 0.72% | 5.56% | برامج المرشحين |
| 5.00% | 8.63% | 2.02% | العنصرية وخطاب الكراهية |
| 1.67% | 5.04% | 3.03% | النزاهة والمال السياسي |
| 11.67% | 17.25% | 4.04% | مفهوم الامرکزية وأهدافها ومتطلباتها |
| 1.67% | 5.04% | 0.51% | الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها |

يوضح الجدول رقم (4) النسبة المئوية لتوقيت النشر لفئة الموضوع في التغطية الإخبارية للانتخابات الامرکزية "2022" على الموقع الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة.

السؤال السادس: ما مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات والأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات الامرکزية "2022" على موقع قناة المملكة" الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي

للاجابة على هذا السؤال تم استخراج عدد المشاهدات، وعدد الإعجاب، وعدد التعليقات لفئة الموضوع ولفئة النمط للمواد الإخبارية منصات التواصل الاجتماعي لقناة المملكة لكل منصة بشكل منفصل.

الجدول رقم (5)

مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات
اللامركزية "2022" على منصة توينتر

| فئة الموضوع | الاعجاب | % | المشاهدات | % | التعليقات | % |
|---------------------------------------|---------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| عملية الاقتراع | 415 | 28.15% | 10980 | 12.66% | 18 | 7.20% |
| قانون الانتخابات اللامركزية وتعديلاته | 188 | 12.75% | 7963 | 9.18% | 48 | 19.20% |
| الإدارة المحلية و المجالس المحافظات | 178 | 12.08% | 25603 | 29.51% | 32 | 12.80% |
| قانون الإدارة المحلية | 149 | 10.11% | 11247 | 12.97% | 9 | 3.60% |
| عملية الترشح | 147 | 9.97% | 1715 | 1.98% | 47 | 18.80% |
| أهمية المشاركة في الانتخابات | 104 | 7.06% | 2904 | 3.35% | 73 | 29.20% |
| المخالفات | 91 | 6.17% | 10021 | 11.55% | 5 | 2.00% |
| العنصرية وخطاب الكراهية | 76 | 5.16% | 5364 | 6.18% | 5 | 2.00% |
| مفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها | 43 | 2.92% | 3745 | 4.32% | 4 | 1.60% |
| الفئات الهشة | 35 | 2.37% | 2826 | 3.26% | 2 | 0.80% |
| النزاهة والمال السياسي | 28 | 1.90% | 2193 | 2.53% | 3 | 1.20% |
| الحملات الدعائية المرشحين ومراقبتها | 15 | 1.02% | 1570 | 1.81% | 2 | 0.80% |
| برامج المرشحين | 5 | 0.34% | 615 | 0.71% | 2 | 0.80% |
| المجموع | 1474 | | 86746 | | 250 | |

يوضح الجدول رقم (5) تفاعل الجمهور مع المواد المنصورة على منصة توينتر كان متباوتاً باختلاف الموضوع وكان على النحو التالي: جميع المواد محل الدراسة التي نشرت على منصة توينتر حصلت على عدد 1474 اعجاب، و86,746 ألف مشاهدة و250 تعليق. وحصلت المواد المتعلقة بعملية الاقتراع على أعلى عدد إعجابات حيث كانت نسبة الاعجاب (15.28%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصلت على نسبة (12.66%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (7.20%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق ببرامج المرشحين على أقل عدد إعجابات حيث كانت نسبة الاعجاب (0.34%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصلت على نسبة (0.71%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (0.80%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق بالإدارة المحلية ومجالس المحافظات وتعديلاته على أعلى نسبة مشاهدات حيث حصلت على نسبة (29.51%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصلت على نسبة (12.08%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (12.80%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصلت المواد التي تتعلق ببرامج المرشحين على أقل عدد مشاهدات حيث حصلت على نسبة (0.71%) من إجمالي عدد المشاهدات وحصلت على نسبة (0.34%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (0.80%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق بأهمية المشاركة في الانتخابات على أعلى نسبة تعليقات حيث حصلت على نسبة (29.20%) من إجمالي عدد التعليقات، وعلى نسبة (7.06%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (3.35%) من إجمالي عدد المشاهدات.

حصلت المواد التي تتعلق بالفنان الهشة والمادة التي تتعلق بالحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها والمادة التي تتعلق ببرامج المرشحين على أقل نسبة تعليقات حيث حصلت كل منها على (0.80%) من إجمالي عدد التعليقات.

الجدول رقم (6)

مستوى تفاعل الجمهور مع الأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية "2022" على منصة توينر

| فئة النمط | التعليقات | المشاهدات | الإعجاب | % |
|----------------------------|-----------|-----------|---------|--------|
| الخبر | 91 | 46.67% | 46.67% | 0.00% |
| برنامج حواري | 16 | 8.21% | 19349 | 26.86% |
| التقرير | 6 | 3.08% | 25586 | 35.52% |
| مداخلة هاتفية او عبر سكايب | 7 | 3.59% | 16109 | 22.36% |
| فيديو رقمي | 74 | 37.95% | 2102 | 2.92% |
| مقابلة | 1 | 0.51% | 8885 | 12.33% |

يوضح الجدول رقم (6) تفاعل الجمهور مع الأنماط المستخدمة على منصة توينر كان متباوتاً باختلاف النمط وكان على النحو التالي: نمط "الخبر" حصل على أعلى عدد إعجابات حيث كانت

نسبة الاعجاب (56.96%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصل على نسبة (0.00%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (46.67%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصل النمط "مقابلة" على أقل عدد إعجاب حيث كانت نسبة الاعجاب (3.00%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصل على نسبة (12.33%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (0.51%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصل نمط "التقرير" على أعلى عدد مشاهدات حيث كانت نسبة المشاهدات (35.52%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (11.34%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (3.08%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصل نمط "فيديو رقمي" على أقل عدد مشاهدات حيث كانت نسبة المشاهدات (2.92%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (5.67%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (37.95%) من إجمالي عدد التعليقات.

حصل نمط "الخبر" على أعلى عدد تعليقات حيث كانت نسبة التعليقات (46.67%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصل على نسبة (0.00%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (56.96%) من إجمالي عدد الإعجابات. وحصل النمط "مقابلة" على أقل عدد تعليقات حيث كانت نسبة (12.33%) من إجمالي عدد التعليقات (0.51%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (3.00%) من إجمالي عدد الإعجابات.

الجدول رقم (7)

مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات التي تضمنتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022 على منصة فيسبوك

| فئة الموضوع | الإعجاب | المشاهدات | التعليقات | % |
|---------------------------------------|---------|-----------|-----------|--------|
| قانون الانتخابات اللامركزية وتعديلاته | 24480 | 458492 | 3356 | 13.49% |
| عملية الاقتراع | 21504 | 724354 | 3720 | 21.32% |
| عملية الترشح | 20343 | 72470 | 3069 | 2.13% |
| المخالفات | 8352 | 506748 | 1755 | 14.91% |

| % | التعليقات | % | المشاهدات | % | الإعجاب | فئة الموضوع |
|--------|-----------|--------|-----------|-------|---------|--------------------------------------|
| 11.48% | 2831 | 12.76% | 433467 | 5.95% | 6055 | الإدارة المحلية و مجالس المحافظات |
| 11.39% | 2808 | 10.54% | 358226 | 4.56% | 4640 | قانون الإدارة المحلية |
| 10.42% | 2570 | 8.04% | 273231 | 3.41% | 3471 | مفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها |
| 4.04% | 996 | 3.39% | 115328 | 2.93% | 2982 | أهمية المشاركة في الانتخابات |
| 1.62% | 399 | 2.95% | 100242 | 2.44% | 2478 | النزاهة والمالي السياسي |
| 3.98% | 982 | 4.01% | 136113 | 2.34% | 2386 | العنصرية وخطاب الكراهية |
| 6.68% | 1647 | 3.26% | 110834 | 2.27% | 2314 | برامج المرشحين |
| 1.58% | 389 | 2.72% | 92300 | 2.25% | 2286 | الفئات الهشة |
| 0.56% | 137 | 0.49% | 16500 | 0.47% | 474 | الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها |
| | 24659 | | 3398305 | | 101765 | المجموع |

يوضح الجدول رقم (7) تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على منصة فيسبوك كان متباوتاً باختلاف الموضوع وكان على النحو التالي: جميع المواد محل الدراسة التي نشرت على منصة فيسبوك حصلت على عدد 101,765 ألف اعجاب، و3,398,305 مليون مشاهدة و24,659 الف تعليق. حصلت المواد المتعلقة بقانون الانتخابات اللامركزية وتعديلاته على أعلى عدد إعجاب حيث كانت نسبة الاعجاب (24.06%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصلت على نسبة (13.49%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (13.61%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصلت المواد التي تتعلق بالحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها على أقل عدد إعجابات حيث كانت نسبة الاعجاب (0.47%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصلت على نسبة (0.49%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (0.56%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق بعملية الاقتراع على أعلى نسبة مشاهدات حيث حصلت على نسبة (21.32%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصلت على نسبة (21.13%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (15.09%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصلت المواد التي تتعلق بالحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها على أقل عدد مشاهدات حيث حصلت على نسبة (0.49%)

من إجمالي عدد المشاهدات وحصلت على نسبة (0.47%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (0.56%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصلت المواد التي تتعلق بعملية الاقتراع على أعلى نسبة تعليقات حيث حصلت على نسبة (15.09%) من إجمالي عدد التعليقات، وعلى نسبة (21.13%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (21.32%) من إجمالي عدد المشاهدات. حصلت المواد التي تتعلق بالحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها أقل نسبة تعليقات حيث حصلت على (0.56%) من إجمالي عدد التعليقات، وعلى نسبة (0.47%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (0.49%) من إجمالي عدد المشاهدات.

الجدول رقم (8)

مستوى تفاعل الجمهور مع الأنماط التي ضمنتها التغطية الإخبارية لانتخابات اللامركزية 2022 على منصة فيسبوك

| نوع النمط | التعليقات | المشاهدات | الإعجاب | نسبة الإعجاب | نسبة المشاهدات | نسبة المتابعين |
|----------------------------|-----------|-----------|---------|--------------|----------------|----------------|
| الخبر | 3180 | 46471 | 33614 | %23.63 | %21.32 | %53.21 |
| برنامج حواري | 3753 | 737316 | 8528 | %27.88 | %35.13 | %13.50 |
| التقرير | 2269 | 478755 | 7308 | %16.86 | %22.81 | %11.57 |
| مداخلة هاتفية أو عبر سكايب | 2696 | 376712 | 5537 | %20.03 | %17.95 | %8.76 |
| مقابلة | 1378 | 325272 | 5366 | %10.24 | %15.50 | %8.49 |
| فيديو رقمي | 183 | 134486 | 2822 | %1.36 | %6.41 | %4.47 |

يوضح الجدول رقم (8) تفاعل الجمهور مع الأنماط المستخدمة على منصة فيسبوك كان متباوتاً باختلاف النمط وكان على النحو التالي: نمط "الخبر" حصل على أعلى عدد إعجابات حيث كانت نسبة الإعجاب (53.21%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصل على نسبة (2.21%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (23.63%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصل النمط "فيديو رقمي" على أقل عدد إعجابات حيث كانت نسبة الإعجاب (4.47%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصل على نسبة (6.41%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (1.36%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصل نمط "برنامج حواري" على أعلى عدد مشاهدات حيث كانت نسبة المشاهدات إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (13.50%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (27.88%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصل نمط "الخبر" على أقل عدد مشاهدات حيث كانت نسبة المشاهدات (2.21%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (53.21%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (23.63%) من إجمالي عدد التعليقات.

حصل نمط "برنامج حواري" على أعلى عدد تعليقات حيث كانت نسبة التعليقات (27.88%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصل على نسبة (35.13%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (13.50%) من إجمالي عدد الإعجابات. وحصل النمط "فيديو رقمي" على أقل عدد تعليقات حيث كانت نسبة التعليقات (1.36%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصل على نسبة (6.41%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (4.47%) من إجمالي عدد الإعجابات.

الجدول رقم (٩)

**مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات التي تضمنتها التغطية الإخبارية لانتخابات الامركزية
على منصة يوتوب 2022**

| فئة الموضوع | الاعجاب | المشاهدات | % | التعليقات | % | % |
|--------------------------------------|---------|-----------|--------|-----------|----|--------|
| عملية الاقتراع | 456 | 65606 | 34.49% | 43.37% | 13 | 13.68% |
| الادارة المحلية و مجالس المحافظات | 149 | 16061 | 11.27% | 10.62% | 24 | 25.26% |
| النزاهة والمال السياسي | 137 | 12803 | 10.36% | 8.46% | 11 | 11.58% |
| قانون الإدارة المحلية | 136 | 12123 | 10.29% | 8.01% | 8 | 8.42% |
| قانون الانتخابات الامرکية وتعديلاته | 132 | 12565 | 9.98% | 8.31% | 11 | 11.58% |
| عملية الترشح | 65 | 6113 | 4.92% | 4.04% | 5 | 5.26% |
| الحملات الدعائية للمرشحين و مراقبتها | 65 | 5103 | 4.92% | 3.37% | 5 | 5.26% |
| الفئات الهشة | 54 | 3746 | 4.08% | 2.48% | 7 | 7.37% |
| أهمية المشاركة في الانتخابات | 47 | 3418 | 3.56% | 2.26% | 1 | 1.05% |
| مفهوم الامرکية وأهدافها ومتطلباتها | 35 | 4491 | 2.65% | 2.97% | 1 | 1.05% |
| المخالفات | 27 | 4596 | 2.04% | 3.04% | 4 | 4.21% |
| العنصرية و خطاب الكراهية | 13 | 3578 | 0.98% | 2.37% | 3 | 3.16% |
| برامج المرشحين | 6 | 1078 | 0.45% | 0.71% | 2 | 2.11% |
| المجموع | 1322 | 151281 | | 95 | | |

يوضح الجدول رقم (9) تفاعل الجمهور مع المواد المنشورة على منصة يوتوب كان متباوت باختلاف الموضوع وكان على النحو التالي جميع المواد محل الدراسة التي نشرت على منصة يوتوب حصلت على عدد 1,322 ألف اعجاب، 151,281 ألف مشاهدة و 95 تعليق.

حصلت المواد المتعلقة بعملية الاقتراع على أعلى عدد إعجابات حيث كانت نسبة الاعجاب (34.49%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصلت على نسبة (43.37%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (13.68%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق ببرامج المرشحين على أقل عدد إعجاب حيث كانت نسبة الاعجاب (0.45%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصلت على نسبة (0.71%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (2.11%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق بعملية الاقتراع على أعلى نسبة مشاهدات حيث حصلت على نسبة (43.37%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصلت على نسبة (34.49%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (13.68%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصلت المواد التي تتعلق ببرامج المرشحين على أقل عدد مشاهدات حيث حصلت على نسبة (0.71%) من إجمالي عدد المشاهدات وحصلت على نسبة (0.45%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (2.11%) من إجمالي عدد التعليقات.

وحصلت المواد التي تتعلق بالإدارة المحلية ومجالس المحافظات على أعلى نسبة تعليقات حيث حصلت على نسبة (11.27%) من إجمالي عدد التعليقات، وعلى نسبة (25.26%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (10.62%) من إجمالي عدد المشاهدات.

حصلت المواد التي تتعلق بأهمية المشاركة في الانتخابات والمواد التي تتعلق بمفهوم اللامركزية وأهدافها ومتطلباتها على أقل نسبة تعليقات حيث حصلت كل منها على (1.05%) من إجمالي عدد التعليقات.

الجدول رقم (10)

مستوى تفاعل الجمهور مع الأنماط التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022 على منصة يوتيوب"

| % | الإعجاب | % | المشاهدات | % | التعليقات | فئة النمط |
|--------|---------|--------|-----------|--------|-----------|----------------------------|
| %29.28 | 323 | %17.69 | 29592 | %44.32 | 39 | برنامج حواري |
| %28.29 | 312 | %32.60 | 54539 | %20.45 | 18 | التقرير |
| %16.32 | 180 | %21.74 | 36369 | %4.55 | 4 | مقابلة |
| %15.32 | 169 | %9.23 | 15451 | %27.27 | 24 | مداخلة هاتفية او عبر سكايب |
| %10.79 | 119 | %18.75 | 31367 | %3.41 | 3 | فيديو رقمي |
| - | - | - | - | - | - | الخبر |

يوضح الجدول رقم (10) تفاعل الجمهور مع الأنماط المستخدمة على منصة يوتيوب كان مقاوت باختلاف النمط وكان على النحو التالي: حصل نمط "برنامج حواري" على أعلى عدد إعجابات حيث كانت نسبة الإعجاب (29.28%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصل على نسبة (%17.69) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (44.32%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصل النمط "فيديو رقمي" على أقل عدد إعجابات حيث كانت نسبة الإعجاب (10.79%) من إجمالي عدد الإعجابات، وحصل على نسبة (%)18.75 من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (%)3.41 من إجمالي عدد التعليقات.

وحصل نمط "التقرير" على أعلى عدد مشاهدات حيث كانت نسبة المشاهدات (32.60%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (28.29%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (20.45%) من إجمالي عدد التعليقات. وحصل نمط "مداخلة هاتفية او عبر سكايب" على أقل عدد

مشاهدات حيث كانت نسبة المشاهدات (9.23%) من إجمالي عدد المشاهدات، وحصل على نسبة (15.32%) من إجمالي عدد الإعجابات، وعلى نسبة (27.27%) من إجمالي عدد التعليقات.

حصل نمط "برنامج حواري" على أعلى عدد تعليقات حيث كانت نسبة التعليقات (44.32%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصل على نسبة (17.69%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (29.28%) من إجمالي عدد الإعجابات. وحصل النمط "فيديو رقمي" على أقل عدد تعليقات حيث كانت نسبة التعليقات (3.41%) من إجمالي عدد التعليقات، وحصل على نسبة (18.75%) من إجمالي عدد المشاهدات، وعلى نسبة (10.79%) من إجمالي عدد الإعجابات.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة

1- نشرت قناة "المملكة" مواد التغطية الإخبارية للانتخابات الالامركية 2022 على الموقع

الرقمي وعلى منصات التواصل الاجتماعي بشكل جيد ومدروس نسبيا، حيث تواافق النشر

مع سمات كل وسيلة ونوع القوالب التي صممت لها، وكذلك بحسب الفئات المتعلقة بكل

منصة والجمهور الذي يتبعها وفق الدراسات والتصنيفات العالمية، فنجد أن الفيسبروك مثلا

تضمن كافة الأنماط؛ الأخبار والتقارير والبرامج الحوارية والمداخلات الهاتفية أو عبر تطبيق

سكايب وكذلك الفيديوهات الرقمية والمقابلات وجميعها بنسب متقاربة، إذ أن هذه المنصة

تستوعب كافة هذه الأنماط ويتبعها جمهورا من كافة الفئات. أما توينتر فتوافق طبيعة المنصة

مع ما نشر عليها حيث الخبر بنسبة (58%) من اجمالي المواد المنشورة عليها، فالتعريفات

تتوافق أكثر مع أخبار مختصرة، أو ملخصات لمحتوى المواد الأخرى من تقارير وبرامج

ومقابلات مرفقة برابط، إما للموقع الرقمي أو للفيسبروك وربما اليوتيوب. فيما كانت الحصة

الأكبر على اليوتيوب بطبعية الحال للبرامج الحوارية كاملة وكذلك المقابلات والمداخلات.

وبهذا يمكن القول إن القناة استطاعت استغلال بعض سمات هذه المنصات لزيادة ثراء القناة

وبث ما تمتلكه من معلومات عليها وفق سماتها وطبيعتها وعدم الاكتفاء بالنشر على الموقع

الرقمي. بل إن الباحث لاحظ أيضا أن القناة استطاعت أن تزيد من ثراء الوسيلة من خلال

تكيف المواد بحسب المنصة، فليس بالضرورة أن تكون المادة الإخبارية هي ذاتها موجودة

على الموقع والمنصات، بل يتم إنتاج مواد أحيانا لنشرها على منصة بعينها دون أخرى ودون

الموقع. من جهة أخرى جاء توزيع الحصص على الأنماط للمادة الإخبارية جيد نسبيا، حيث تصدر الخبر بنسبة (25.73%)، والبرامج الحوارية بنسبة (20.72%) وهو أمر منطقي وإن كان يفضل رفع نسبة البرامج حيث المعالجة العميقه للقضايا المطروحة والمشاركة في الحوار.

2- تعدت الموضوعات التي تم تناولها من قبل قناة "المملكة" لتغطية الانتخابات الامركزية، وجميع هذه الموضوعات تعد هامة ومن الضروري طرحها ومناقشتها في الإعلام لتحسين التجربة الديمقراطية، لكن في واقع الأمر، لم يتم تناول هذه الموضوعات بالشكل المطلوب ، إذ تركزت التغطية على عملية الاقتراع وذلك سواء على الموقع الرقمي أم على المنصات، إذ استحوذ على (27.83%) من اجمالي الموضوعات البالغ عددها 13 موضوعا. وجاءت الموضوعات المتعلقة بالإدارة المحلية ومجالس المحافظات والقانون الخاص بها بالدرجة الثانية بنسبة (14.25%). وتم إهمال موضوعات تعد مهمة سواء للمواطنين أم المرشحين أنفسهم، مثل موضوع النزاهة والمال السياسي بنسبة (3.60%)، واستخدام خطاب الكراهية والعنصرية في الحملات الانتخابية، وعدم الاهتمام بالفئات الهشة وقضاياهم سواء الناخبين منهم أو المرشحين، وعدم الاهتمام بحق الظهور الإعلامي للمرشحين لعرض برامجهم الانتخابية ومناقشتها ناخبيهم بنسبة (4.79%)، إذ يفترض أن يكون الإعلام هو المنبر لشرح تلك البرامج ومناقشتها. عدا عن موضوع شرح مفهوم الامركزية ومتطلباتها وأهدافها وعلاقتها بالمجالس والإدارة المحلية، والتداخلات التي بينها وبينهم ، وآلية عملها وكيفية تنظيمها والفائدة منها وعلاقتها بدراسة احتياجات المناطق وتحديدتها وتخصيص الموازنة ومتابعة التنفيذ. ولم يتعد نصيب هذا الموضوع (2.66%) من اجمالي عينة الموضوعات. وهذه لا تتفق مع دراسة (ابعاة 2020) اذ توصلت الى ان ركزت موقع الدراسة على عدة

م الموضوعات أبرزها: انتخابات اللامركزية بنسبة (28.8%) والتعريف باللامركزية (22%) في حين لم تركز على موضوعات مثل الطعون في الانتخابات بنسبة (3.3%) ، وموازنة مجالس المحافظات بنسبة (2.3%).

- تعددت الفئات الفاعلة في العملية الانتخابية وهي التي تعد بمثابة مصادر المعلومات في هذه المواد الإخبارية، وتم تحديد 12 فئة في هذه الدراسة، تم التركيز فيها على الهيئة المستقلة للانتخاب (22.13%) وهي نتيجة منطقية كونها الجهة الرئيسية المنظمة للعملية الانتخابية والمعنية بالقوانين ذات العلاقة والتنظيم والاعلان عن المواعيد والدوائر الانتخابية إلى غيرها من أمور، لكن هذا لا يعني أن يتم اهمال فئات من المهم جدا اشراكها في الحوار وابدأ الرأي والنقاش مثل: الحقوقيون والمراقبون والمواطنون وكذلك المرشحون أنفسهم، إضافة إلى أعضاء مجالس المحافظات أنفسهم (5.39%)، والذين كان بالإمكان الاستفادة من تجربتهم ومناقشة واقع الحال في هذه التغطية الإخبارية، للوقوف على الإيجابيات والسلبيات للمركزية من خلال تقييم نتائج الدورة الأولى لها.

- أوضحت نتائج التحليل أن قناة "المملكة" تعاملت بمستوى مهني جيد فيما يتعلق الشمول والاستدامة فقد كانت المضامين في المواد الإخبارية موجهة لكافة المحافظات وشملت جميع المناطق فيما تناولت بعض الخصوصية محافظات معينة بحسب حالات معين تطلب ذلك، ومن حيث التوقيت الزمني فقد توزع بشكل جيد ومنتظم على الفترات الثلاث التي صنفتها الدراسة، فتراوحت التغطية بين (40-65%) من المواد في فترة قبل الانتخابات والتي تمتد لأشهر وهذا يعني اهتماما نسبيا على المدى الطويل بتقديف وتوعية المواطنين.

- تصدرت منصة الفيسبوك أعلى نسب التفاعل من قبل الجمهور الأردني، يليها توويتر ومن ثم يوتوب، وهي تعكس واقع خصائص الجمهور الأردني المعروفة تجاه المنصات حيث

يفضل الفيسبوك. ولاقت الموضوعات المختلفة كما من المشاهدات والاعجاب والتعليق تتضح في جدول رقم (6) حتى تلك التي لم تحظ بتغطية كبيرة وعدد المواد المتعلقة بها منخفضة إلا أنها وجدت تفاعلاً يضاهي الموضوعات الأخرى، الأمر الذي يؤكد اهتمام المواطنين بها مثل موضوع المخالفات فوصل عدد المشاهدات إلى 506748 مشاهدة وهي الأعلى من بين الموضوعات، وكذلك العنصرية وخطاب الكراهية بعدد 136113 مشاهدة.

أما بخصوص الأنماط فكان أعلى عدد للمشاهدات للبرنامج الحواري بعدد 737316 مشاهدة، وهذا يؤكد على نجاح القناة النسبي في هذا الشأن فيما يتعلق بزيادة ثراء الوسيلة والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور واشراكه في العملية الاتصالية.

أما تويتير فكانت الموضوعات التي تصدرت مشاهدة واعجاب المواطنين تتمثل في تلك المتعلقة بالإدارة المحلية ومجالس المحافظات وعدها 25603 مشاهدة يليها موضوعات قانون الإدارة المحلية ذاته والاقتراع. وكذلك بالنسبة لتويتير كان موضوع الاقتراع بالدرجة الأولى يليه النزاهة والمال السياسي وقانون الانتخابات اللامركزية.

ثانياً: التوصيات

1- توصي الدراسة بأن تركز التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية على الموضوعات التي تلامس مشاكل وقضايا المواطنين وتوضيح العلاقة بين الحلول المطروحة وبين مفهوم اللامركزية وأالية الوصول إلى حياة أفضل وتنمية مستدامة، مما يجذب الأفراد إلى المشاركة الفعلية في الانتخابات التي تخدم مجتمعاتهم المحلية، إذ يمتاز الفضاء الرقمي بعدد كبير من الرسائل الاتصالية التي تستهدف المتلقين بفئاتهم وسماتهم المختلفة، وتجد الرسائل الاتصالية ذات المضمون التموي صعوبة في الوصول والتأثير والاقناع مقارنة بغيرها، لذا يلزم أن تعمل القناة محل الدراسة والمحطات ذات الطبيعة المماثلة على إجراء الدراسات بشكل دوري، وأن تستخدم كافة الطرق الرقمية الحديثة للوصول إلى جماهيرها المستهدفة، وأن تعمل على صياغة الرسائل بطريقة جانبية على أن تكون تلك الموضوعات تلامس قضايا هذه الجماهير وتقدم حلولاً لها.

2- تمكين الكادر الإعلامي ورفع مستوى اهتمامهم الثقافي وتهيئتهم لمواكبة كافة التطورات في القضايا المجتمعية، وفي هذه الدراسة القضية هي الانتخابات اللامركزية، بحيث يستطيع أن يقدم المعلومات بشكل مركز وبسيط وجاذب في قوالب وأنماط تتوافق نمط الحياة السريع، وتواكب سمات فئة الشباب التي تعد الأكثر استهدافاً للمشاركة في هذه الانتخابات، وأن يتم التركيز على تفاصيل مفهوم اللامركزية، وأهدافها وسماتها، ومستلزمات تحقيقها، وفوائدها، وعدم الاكتفاء بطرح آلية الاقتراع وتقسيم المناطق والأمور الإدارية، بل التركيز على المفاهيم والمكاسب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وبالتالي الأمنية.

3- الاهتمام بكافة الفئات ذات العلاقة بالانتخابات اللامركزية وعدم تهميش أي فئة خلال طرح

القناة للقضايا والمشكلات ذات الصلة، سواء كانت هذه الفئات من المنظمين للانتخابات

والمراقبين لها، أو من المواطنين والناشطين والحقوقيين، وأن يتم توضيح الأدوار بشكل دقيق.

4- إعادة جدولة أو رسم خطة برامجية شاملة ومتكاملة تتضمن بشكل صريح وواضح إنتاج

محتوى إعلامي يهدف إلى تنقيف أفراد المجتمع الأردني بمفهوم اللامركزية وأهمية المشاركة

في الانتخابات، ولا ضير في الاستعانة بذوي الخبرة من علم الاجتماع والاقتصاد والبيئة

للمشاركة في تصميم هذا المحتوى.

5- استضافة المرشحين عبر برامج حوارية مفتوحة تمكّنهم من عرض برامجهم الانتخابية

ومناقشتها.

المراجع

العزاوي، و سميسم، (2011). الخطاب الاعلامي لقناتي (العربية والجزيرة) الفضائيتين في التغطية الاعلامية للانتخابات العراقية 2010: دراسة ميدانية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان.

Happer, C., & Philo, G. (2013). The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 321-336.

عبدالفتاح، ميرال مصطفى. (2017). الخطاب الإعلامي للموقع الإلكترونية لقنوات الإخبارية الدولية في تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مج 16، ع 1 ، 161 - 207 .

مكاوى، ممدوح عبدالله محمد عبداللطيف. (2017). تغطية موقع القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية للانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016 م: دراسة في إطار نظرية الأطر الخبرية ومدخل التسويق السياسي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع 58 ، 313 – 382 .

Deacon, D., Downey, J., Stanyer, J., Wring, D. (2017). *The Media Campaign: The Issues and Personalities Who Defined the Election*. In: Wring, D., Mortimore, R., Atkinson, S. (eds) *Political Communication in Britain*. Palgrave Macmillan, Cham.

النشاش، أشرف تيسير، و شاهين، عبدالباسط. (2017). *تغطية الموقع الإخبارية الأردنية لمجلس النواب السابع عشر: دراسة تحليلية مقارنة* جامعة اليرموك، إربد.

الخزعلى، محمد إسماعيل حسن. (2020). *التغطية الإخبارية لقضايا المكونات العراقية الواقع الإلكترونية لقنوات الفضائية: دراسة تحليلية لموقعي www.aljazeera.net & www.alalamtv.net*. آداب الكوفة، ع 44 ، 531 - 562 .

ابعارة، أحمد مصطفى زكي، و نجادات، علي عقلة عبدالرحمن. (2020). *تغطية الموقع الإخبارية الإلكترونية للموضوعات المتعلقة ب المجالس المحافظات ودورها في تشكيل معارف الجمهور نحو مفهوم الالمركيزية*. جامعة اليرموك، إربد.

عبدالغفار، نبيل محمد فتحي، و الجيوشي، أسماء. (2021). دور الموقع الإلكترونية لقنوات الفضائية في إمداد الجمهور بالمعلومات الأمنية وتشكيلها على الرأي العام المصري. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، ع 22 ، 641 - 685 .

أبو حمود، موفق محمد. (2021). الإصلاح السياسي في الأردن: قراءة في تجربة اللامركزية لعام 2017. *مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية*, مج 29، ع 2 ، 111 - 135.

(2017). *الدليل الإعلامي لتعطية الانتخابات اللامركزية*. تاريخ الاسترداد 17 09, 2022، من <https://cdfj.org/wp-content/uploads/2017/07/Elections-Guide-2017-Web-Version-1.pdf>

european broadcasting union Ebu .(2016) .*Community Empowerment Declaration on the Core Values of Public Service Media*.

تاريخ الاسترداد 15 09, 2022، من اتحاد البث الأوروبي ، إعلان تمكين المجتمع حول القيم الأساسية لوسائل الإعلام العامة:

https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society_EN.pdf

european broadcasting union ebu.reserch .(2016) .

بحث اجرته اتحاد البث الاوروبية يبين أن وسائل الخدمة العامة القوية تساهم في ديمقراطية صحية.

تاريخ الاسترداد 02 08 2022، من الثقة في وسائل الإعلام 2016 :

<https://www.ebu.ch/news/2016/08/ebu-research-shows-strong-public-service-media-contributes-to-a-healthy-democracy>

(2021). موقع وزارة الادارة المحلية. تاريخ الاسترداد 23 07 2022، من <https://www.mola.gov.jo/Default/Ar>

Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design Research in Organizational Behavior, Vol. 6, 1984, pp. 191-233: .R. L. Daft and R. H. Lengel (1984) .*Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design Research in Organizational Behavior*, Vol. 6, 1984, pp. 191-233: [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=218169](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=218169)

Banerjee, I. and Seneviratne, K., “Public Service Broadcasting: A best practices sourcebook” .(2005) .UNESCO من 06 10 2022، تاريخ الاسترداد .best practices sourcebook <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584e.pdf>

احمد زكي بدوي. (1986). معجم المصطلحات الاجتماعية ص 65. بيروت: مكتبة لبنان.

احمد طه العقاد ابوحريرة. (2015). الإعلام الجديد وانعكاساته على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، رسالة دكتوراه. تاريخ الاسترداد 22 12 2022، من جامعة أم درمان الاسلامية: <http://search.mandumah.com/Record/697744>

احمد غربيبي. (2010). أبعاد التنمية المحلية وتحدياتها في الجزائر. تم الاسترداد من البحث والدراسات العلمية، العدد 4 ، أكتوبر.

- أحمد مصطفى خاطر. (2005). تتميم المجتمعات المحلية: الاتجاهات المعاصرة، الاستراتيجيات. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- الدليل الإعلامي لغطية الانتخابات اللامركزية. (2017).
- السيد عبدالفتاح عفيفي. (1992). دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي، العدد 69، ص 27. القاهرة: المركز العربي للدراسات الإعلامية.
- المملكة. (2018). موقع قناة المملكة. تاريخ الاسترداد 19 09, 2022، من <https://www.almamlakatv.com>
- إمام شكري القطن. (2009). الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين . ص 133. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- أمجد ناهض سكيك. (2012). دور المشاركة المجتمعية في التنمية الحضرية المستدامة في مدينة غزة ، حالة دراسية: تجربة لجان أحياء بلدية غزة، الجامعة الإسلامية فلسطين .
- ایمن راضي. (2010). دور اللامركزية في فاعلية إدارة الصراع التنظيمي في وزارات السلطة الوطنية الفلسطينية. قطاع غزة: الجامعة الإسلامية.
- باريس ومرصد الاتصال المتوسطي بانوس. (2011). خدمة البث العامة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ، مكانية الإصلاح. باريس ومرصد الاتصال المتوسطي. تم الاسترداد من باريس ومرصد الاتصال المتوسطي.
- جاسم محمد دايش. (2016). اللامركزية وعدم تركيز السلطة. تاريخ الاسترداد 06 11, 2022، من 12/اللامركزية-السياسية-والإدارية/<https://mqqal.com/2016/12/>
- جلود رشيد. (2014). دور اللامركزية الإدارية في التنمية الحضرية مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، ع 20 المجلد الأول.
- جهاد المنسي. (2021). 1.النوابية المشتركة تقرر تغيير اسم قانون اللامركزية إلى ”الإدارة المحلية“ . تاريخ الاسترداد 11 10, 2022، من <https://alghad.com>/النوابية-المشاركة-تقرر-تغيير-اسم-قان/

- حارت الشوكاني. (2009). الفرق بين اللامركزية الإدارية واللامركزية السياسية والحلول المقترنة. تم الاسترداد من <https://nashwannnews.com/oldarticles/157417> -الفرق-بين-اللامركزية-الإدارية-واللام-2
- حسنين شفيق. (2010). الإعلام الجديد: الإعلام البديل تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية, ص 53. بغداد: دار فكر وفن.
- خالد واصف الوزني. (2019). التنمية اللامركزية 2019. تاريخ الاسترداد 04 11, 2022, من <https://alghad.com/التنمية-اللامركزية/>
- خضر خنفرى. (2010). تمويل التنمية المحلية في الجزائر . تم الاسترداد من رسالة دكتوراه , كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير ,جامعة الجزائر.
- رابح الصادق. (2011). مفهوم الخدمة العامة في التليفزيون: بين المقاربة التجارية والمنظور النقدي. مجلة الإذاعات العربية , العدد 2, 432 , ص 27-16 ، الصفحات 27-16.
- رضاء عكاشة. (2006). تأثيرات وسائل الاعلام. القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
- رواية الصمادي. (2018). قانون اللامركزية وعلاقته بالتنمية المستدامة ودور الحكومة الرقمية في تطوير التنمية المستدامة وتدعم اللامركزية. تم الاسترداد من الحوار المتمدن-العدد: 5783 - <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=588783> :2018
- زيرفان سليمان البرواري. (2006). الوعي السياسي وتطبيقاته ، الحالة الكردستانية نموذجاً ص 43. بغداد : مطبعة خاني دهوك.
- سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث الاعلامي. تاريخ الاسترداد 08 09, 2022, من <https://portal.arid.my/ar-LY/Publications/Details/6717>
- سمير محمد حسين. (1996). المضمون .. تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته ص 87, ط2. القاهرة: عالم الكتب.
- سويل كيرك. (2017). الأردن والسعى الى اللامركزية. تاريخ الاسترداد 25 12, 2022, من <https://carnegieendowment.org/sada/72906>
- صادق الأسود. (1990). علم الاجتماع السياسي أنسسه وأبعاده ص 438. بغداد: مطبعة دار الحكمة.

صالح عبدالرزاق الخوالدة. (2018). مشاركة المرأة الأردنية في الانتخابات اللامركزية لعام 2017. تاريخ الاسترداد 03, 09, 2022، من رسالة ماجستير: <https://search.mandumah.com/Record/950178>

صلاح الدين فوزي. (2000). *المحيط من النظم السياسية والقانون الدستوري*. مصر: دار النهضة العربية. تاريخ الاسترداد 13, 12, 2022، من الموسوعة السياسية: - <https://political.encyclopedia.org/dictionary/مفهوم%20الانتخابات>

عباس مصطفى صادق. (2012). *الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة*, ص 23.

عبد الرزاق محمد الدليمي. (2011). *الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية*. عمان: دار وائل للنشر.

عبد الكريم جندي. (2015). *الثقافة والتنمية المستدامة: نحو مدخل ثقافي لسؤال التنمية بالواحدات المغربية*. *الحوار المتمدن*, العدد: 4969. تم الاسترداد من الحوار المتمدن, العدد: 4969.

عبد الكريم علي الدبيسي. (2017). *دراسات اعلامية في تحليل المضمون* ص 41. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

عبدالكريم الدبيسي. (2021). *الإعلام الرقمي وتحديات الذكاء الاصطناعي*. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

عبد الله علي الفريدي. (2010). *الوعي السياسي في الإعلام* ص 112 و ص 60. دار طويق للنشر والتوزيع.

علي الخوالدة.ع. (2017). *نتائج وأهداف اللامركزية تحتاج الى وقت لتحقيقها*. تاريخ الاسترداد 07, 08, 2022، من أمين عام وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية: https://www.moppa.gov.jo/AR//NewsDetails/اج_الى_وقت_لتحقيقها

علي خميس اليماحي. (2012). *دور البرامج الحوارية في تلفزيون ابوظبي بتوعية طلبة الجامعات بالقضايا السياسية الإقليمية* ص 23. تأليف جامعة اليرموك رسالة ماجستير غير منشورة. اربد -الأردن.

عمان اليونسكو. (2015). الممارسات الجيدة في وسائل الإعلام العامة في الاتحاد الأوروبي والممارسات المعاصرة في الأردن: تحليل مقارن، (اليونسكو. *Sakr, N. Good practice in EU public service media and contemporary practice in Jordan: A comparative analysis*, p. 6-9, UNESCO, Amman, 2015)

فهد بن عبدالرحمن الشميري. (2013). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام. تم الاسترداد من <https://milunesco.unaoc.org/mil-resources/التربية-الإعلامية-كيف-نتعامل-مع-الإعلام/>

محمد سلمان الحتو. (2012). *مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها*. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

محمد ملكاوي واحمد الزعبي. (2016). أثر خصائص نظم المعلومات الإدارية على ابداع الاشرافيين في البنوك التجارية الأردنية قطاع الشمال. بحث منشور ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، 404,(3)29

محمود سليمان. (2021). اللامركزية السياسية واللامركزية الإدارية. تاريخ الاسترداد 17 09 ،2022، من <https://resalapost.com/2021/02/19/اللامركزية-السياسية-واللامركزية-الإدارية/>

مرفت الطرابيشي. (2006). *نظريات الاتصال ص 219*. القاهرة: دار النهضة العربية .

منال عبد المعطي القدوسي. (2008). دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي . تم الاسترداد من <http://search.mandumah.com/Record/543652/Description>

موقع قناة المملكة الرقمي المملكة. (2015). مفهوم محطة الإعلام المستقلة (قناة المملكة) للخدمة الإعلامية العامة. تم الاسترداد من 3 <https://www.almamlakatv.com/pages/3>

نسرين حسونة. (2014). *الاعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص*. تاريخ الاسترداد 11 10 ،2022، من <https://nisreenhassouna.wordpress.com/2014/04/08/الإعلام-الجديد-المفهوم-و-الوسائل-والخ/>

ياسمينة زرنوخ. (2005). *إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر دراسة تقييمية*، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية قرع التخطيط.

الملحق

ملحق رقم (1): قائمة بأسماء المحكمين

| الترتيب | اسم عضو الهيئة التدريسية | مكان العمل |
|---------|----------------------------|--|
| 1 | أ. د. ماجد التربان | جامعة الأقصى فلسطين |
| 2 | أ. د. أمين منصور قاسم وافي | الجامعة الإسلامية غزة - فلسطين |
| 3 | د. كامل خورشيد | جامعة الشرق الأوسط - الأردن |
| 4 | د. ناهد مخادمة | جامعة اليرموك - الأردن |
| 5 | د. مخلد النوافعة | كلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن |

ملحق رقم (2): تحكيم صحيفة مضمون

الأستاذ الدكتور المحترم

تحية طيبة وبعد،

يجري الطالب محمد ماجد الفرعان دراسة بعنوان " تغطية الإعلام الرقمي الأردني للانتخابات اللامركزية 2022 - الموقع الرقمي وقنوات التواصل الاجتماعي لقناة "المملكة" أنمونجا" ، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير من كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط. إذ تعد تجربة الانتخابات اللامركزية في الأردن تجربة حديثة، فيما بعد الإعلام شريكًا إلى جانب المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني في توطين هذه المنظومة الديمقراطية، ورغم التشابه الذي يكتنف العملية الانتخابية؛ نيابية، نقابية... فيما يتعلق بمدونة السلوك والأسس العامة، إلا أن الاختلاف الرئيس يكمن في طبيعة اللامركزية ذاتها، الأمر الذي يفرض مهاماً وأسساً على الصحفيين الذين يغطون تلك الانتخابات تختلف عن تلك المعهودة في تغطية النيلية منها. ويؤمل أن تضيف نتائج هذه الدراسة تراكماً معرفياً يتعلق بالمهام المسندة إلى الصحفي في تغطية الانتخابات اللامركزية من حيث أهميتها وطرق ممارستها والموضوعات التي يجب أن تتضمنها تلك التغطية، خاصة التغطية المستدامة، المتعلقة بفترة ما بعد الانتخابات ومراقبة الأداء .

ونظراً لما تتمتعون به من خبرة ودرأية في هذا المجال، نتمنى أن يسمح وقلكم بتحكيم استماراة تحليل المضمون التي طورها الطالب بهدف تقييم تغطية الإعلام الأردني للانتخابات اللامركزية "2022" ، ومعرفة مدى تحقق المهام المنوطة به للإسهام في تحقيق التنمية المستدامة وذلك من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة أدناه.

1. ما حجم الأنماط المختلفة للتغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة "الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟
2. ما الموضوعات التي احتوتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة "الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟
3. ما القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها التغطية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة "الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟
4. ما الأساليب الإقناعية المستخدمة في تغطية الانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة "الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟
5. ما مستوى مهنية تغطية الانتخابات اللامركزية "2022" فيما يتعلق باللغات الهشة على موقع قناة المملكة "الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها فيما يتعلق بالاستدامة والشمول؟
6. ما مستوى تفاعل الجمهور مع الموضوعات والأنمط التي تضمنتها التغطية الإخبارية للانتخابات اللامركزية "2022" على موقع قناة المملكة "الرقمي وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها؟

فَتَاتِ التَّحْلِيل

أولاً: فَتَةُ الْأَنْمَاطِ (الْقَوَالِبِ): المكتوبة والمسموعة، وهي الفئة التي تجيب عن التساؤل المتعلق بحجم الأنماط المختلفة للتغطية الإخبارية لانتخابات الامركزية 2022 والتي تعكس مدى الاهتمام بالمعالجة العميقه للقضايا ذات العلاقة وليس مجرد الإخبار بالمعلومات.

1. الخبر: المحتوى المتعلق بالإخبار بكم من المعلومات المتعلقة بحدث ما يتعلق بالانتخابات الامركزية أيا كان موضوعه.
2. التقرير: وهو المحتوى الذي يفسر حدث أو يعلق على موضوع له علاقة بالانتخابات الامركزية سواء كان ضمن نشرة إخبارية أو برنامج حواري أو منفصلًا ضمن محتوى رقمي على الموقع.
3. برنامج حواري: ويقصد به البرامج الحوارية المتخصصة سواء يومية أم أسبوعية.
4. فيديو رقمي: وهو المحتوى الذي يقدم كما من المعلومات المتكاملة (دقائق) المتعلقة بحدث أو قضية معينة ذات علاقة بالانتخابات الامركزية.
5. أخرى.

ثانياً: فَتَةُ الْمَوْضِعِ: وهي الفئة التي تجيب عن التساؤل المتعلق بماهية موضوعات التغطية الإخبارية لانتخابات الامركزية 2022، وتتضمن الفئات الفرعية:

1. قانون الانتخابات الامركزية وتعديلاته.
2. قانون الإدارة المحلية.
3. الإدارة المحلية ومجالس المحافظات (دورها، آلية عملها...)
4. مفهوم الامركزية وأهدافها ومتطلباتها (حيث آلية عملها ودراسة دليل احتياجات المناطق والمحافظات ومتابعة تنفيذها...)
5. أهمية المشاركة في الانتخابات وأثر ذلك في تحقيق الديمقراطية والتنمية المستدامة وما تشمله من تخفيض حدة الفقر وبناء البنية التحتية وتوفير الصحة والتعليم.
6. عملية الاقتراع (إدارية، الآلية، شروط المشاركة، أهمية المشاركة والضرر الناتج عن العزوف عنها....)

7. عملية الترشح (إدارية، الآلية، شروط المشاركة، أهمية المشاركة والضرر الناتج عن العزوف عنها....)

الفئات المهمشة (حقوقها، إجراءات تسهيل المشاركة في الترشح والانتخاب، إدراجها ضمن احتياجات المحافظات...)

ويقصد بالفئة المهمشة النساء، والأطفال، ذوي الاحتياجات الخاصة، وكبار السن.

8. برامج المرشحين وتقسيماتها والتي تشمل على آلية عملهم ومقرراتهم لأجل التحسين والتطوير.

9. الطعون والاعتراضات وما يكتفي به العمليات الانتخابية من فساد أو مخالفات

10. الحملات الدعائية للمرشحين ومراقبتها.

11. المخالفات وهي تلك التي يمكن أن ترتكب أثناء الحملات والاقتراع وفترة الصمت ...

12. العنصرية والتمييز وخطاب الكراهية في العملية الانتخابية بشكل عام وفي الحملات بشكل خاص.

13. أخرى

ثالثاً: القوى الفاعلة: للإجابة عن السؤال الثالث، حيث ترتبط الانتخابات الالامركية بالعديد من الجهات والتي لكل

منها دورها في انجاح العملية الديمقراطية، سواء المشرعون أو الهيئة المستقلة للانتخاب

1. الهيئة المستقلة للانتخاب

2. المشرع (مجلس النواب)

3. وزارة الإدارة المحلية

4. المواطنين

5. المرشحون

6. حقوقيون ومراقبون من داخل الأردن

7. حقوقيون ومراقبون من خارج الأردن

8. نقابات ومؤسسات مجتمع مدني

9. الأحزاب

10. أخرى

رابعاً: الاستمالة المستخدمة: وهي المتعلقة بالإجابة عن تساؤل ما الأساليب الإقناعية المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في تغطيته للانتخابات الامركزية "2022" والتي تهدف بطبيعة الحال إلى إقناع المتلقى بالرسالة الاتصالية.

1. الاستمالة العقلية أو المنطقية

2. الاستمالة الوجданية أو العاطفية

3. استمالة التخويف

4. استمالة مختلطة

5. بدون استمالة

خامساً: المكان: والمقصود المنطقة الجغرافية التي يستهدفها المضمون الإعلامي، هل تختص بكلفة الأردن أم تركز على منطقة جغرافية معينة.

1. جميع المحافظات.

2. محافظات مخصصة بعينها.

التوقيت الزمني: بحسب المختصين فإن التغطية الجيدة يجب أن تستمر لإنجاح العملية الديمقراطية وألا تقطع

1. قبل العملية الانتخابية: وهي مرحلة الترشح والدعاية الانتخابية إلى بدء فترة الصمت.

2. أثناء العملية الانتخابية: وهي الفترة المحددة من بدء فترة الصمت وحتى إعلان النتائج.

3. بعد العملية الانتخابية: وتبدأ من إعلان النتائج لحين تحديد توقيت الانتخابات المقبلة.

سادساً: أما السؤال السادس فسيتم الإجابة عليه من خلال رصد حجم ردود فعل الجمهور تجاه المحتوى، سواء مشاركات أو إعجاب أو تعليقات واتجاه تلك التعليقات فيما إذا كانت إيجابية، أم سلبية، أم محايدة. وستكون الاستماراة على الشكل أدناه.

استمارة تحليل المضمون

الموقع الرقمي لمحطة "المملكة" الإخبارية وقنوات التواصل الاجتماعي

| الرمان | المكان | الاستيمالات | | قوى الفاعلة | | | | النوعية |
|------------------------------------|-----------|-------------|---------|-------------|----------|---------|---------|----------|
| بعد العملية الانتخابية | | | | | | | | |
| أثناء العملية الانتخابية | | | | | | | | |
| قبل العملية الانتخابية | | | | | | | | |
| مماضيات مخصصة | | | | | | | | |
| جعیج المدافعان | | | | | | | | |
| بيان استيمالات | | | | | | | | |
| متناطلة | | | | | | | | |
| تفويض | | | | | | | | |
| وتجانسية | | | | | | | | |
| منطقية | | | | | | | | |
| آخر | | | | | | | | |
| حقوقيون خارج الأردن | | | | | | | | |
| نقابات ومؤسسات المجتمع | | | | | | | | |
| المرشحون | | | | | | | | |
| المواطنون | | | | | | | | |
| وزارة الإدارة المحلية | | | | | | | | |
| مجلس التواب | | | | | | | | |
| الهيئة المستقلة للانتخاب | | | | | | | | |
| النوعية | | | | | | | | |
| النوعية | الموضوعات | السلسل | | | | | | |
| آخر | | | | | | | | |
| فيسبوك | | | | | | | | |
| زنديق حواري | | | | | | | | |
| الغیر | | | | | | | | |
| الغير | | | | | | | | |
| آخر | | | | | | | | |
| خطاب الكراهية والتبيه | | | | | | | | |
| الحملات الدعائية | | | | | | | | |
| المذاقات | | | | | | | | |
| الطعون والاعتراضات | | | | | | | | |
| نظام المرشحين | | | | | | | | |
| الثبات المهمشة | | | | | | | | |
| عملية الترشح | | | | | | | | |
| عملية الاقتراع | | | | | | | | |
| المشاركة في الانتخابات | | | | | | | | |
| مفهوم اللامركزية وأهدافها | | | | | | | | |
| الإدارة المحلية والمجالس المماضيات | | | | | | | | |
| قانون الإدارة المحلية | | | | | | | | |
| قانون الانتخابات | | | | | | | | |
| السلسل | | | | | | | | |
| المنصات الرقمية | | .1 | | | | | | |
| فيسبوك | يوتيوب | .2 | | | | | | |
| تويتر | | .3 | | | | | | |
| التعليق | الإعجاب | المشاهدة | التعليق | الإعجاب | المشاهدة | التعليق | الإعجاب | المشاهدة |