

# تأثير معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية على الجمهور الأردني: دراسة ميدانية

أ. عصام زعل عبد الرحمن السلايطة\*

إشراف: أ.د. عادل فهمي بيومي\*\*

## ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة لقياس وتحديد الدور الذي تؤديه الفضائيات والمواقع الإلكترونية في تشكيل معارف ووجدان وسلوكيات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية، حيث اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والتأثيرات، ويتحدد مجتمع الدراسة في الجمهور الأردني المتابع للقنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، ونظرًا لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الجمهور الأردني، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع كثافة متابعة القضايا الأمنية على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، وجاء في الصدارة تأكيد عينة الدراسة على متابعة القضايا الأمنية عبر كلا الوسيلتين بشكل مرتفع، وجاء في الصدارة التقييم المرتفع لتحقيق التأثيرات الاتصالية من متابعة كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، حيث جاء بنسبة 61.3% من العينة مع وسيلة الفضائيات وبنسبة 66% من العينة مع المواقع الإلكترونية، وثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية ودوافع التعرض للفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الأردني، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

**الكلمات المفتاحية:** الفضائيات- المواقع الإلكترونية- القضايا الأمنية- الجمهور الأردني- الاستخدامات والتأثيرات.

\* باحث دكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة

\*\* الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام-جامعة القاهرة

## The Impact of Processing Satellite Channels and Electronic Platforms on Security Issues on the Jordanian Audience: A Field Study

### Abstract:

**The aim of the study** is to measure and identify the role played by satellite channels and electronic platforms in shaping the knowledge, emotions, and behaviors of the Jordanian public towards security issues. The study relies on the Uses and Gratifications theory. The study population consists of Jordanian audiences who follow satellite channels and electronic platforms. Due to the large size of the study population, a purposive sample of 400 individuals was drawn from the Jordanian public.

The study found a high density of security issues being followed on both satellite channels and electronic platforms. The study sample emphasized a high level of following security issues through both means. The study also revealed a high assessment of the communicative impacts achieved by following both satellite channels and electronic platforms, with 61.3% of the sample preferring satellite channels and 66% preferring electronic platforms. Additionally, there was a statistically significant correlation between the reliance of the Jordanian public on satellite channels and electronic platforms in obtaining information about security issues and their motivations for exposure to satellite channels and electronic platforms. There was also a statistically significant correlation between the reliance of the Jordanian public on both satellite channels and electronic platforms in obtaining information about security issues and the cognitive, emotional, and behavioral impacts achieved by satellite channels and electronic platforms among members of the Jordanian public.

**Keywords:** Satellite channels, electronic platforms, security issues, Jordanian audience, Uses and Gratifications

## المقدمة:

تطورت وسائل الاتصال في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرين، فأصبحت تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المجتمعية المختلفة، كما أصبحت مصدرًا رئيسيًا يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته حول كافة القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية وانتشارها الواسع. كما أصبحت مصدرًا مهمًا من مصادر التوعية وبناء الفكر المجتمعي، وتكوين الرأي الجماهيري، وتكوين اهتمامات أفراد الجمهور وتوجهاتهم الفكرية والسياسية.

استمر الإعلام في أداء هذا الدور مع تغير المشهد الإعلامي بفضل التطورات التكنولوجية الحديثة؛ حيث ظهرت المواقع الإلكترونية كأداة إعلامية استطاعت نقل عملية الإخبار والإعلام إلى آفاق غير مسبوقه، واتسعت مجالاتها وتنوعت تأثيراتها، كما استطاعت جذب فئات جماهيرية مختلفة، لما توفره من معلومات آنية ومعارف مختلفة، وإمكانات تتيح التفاعلية مع أفراد الجمهور، وفيما بينهم أيضًا. ورغم هذه التطورات التقنية المتلاحقة وتعدد وسائل الإعلام، استطاع التلفزيون أن يحتفظ بمكانته لدى أفراد الجمهور، فظل من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وأكثر الأجهزة الإعلامية تأثيرًا في المتلقي، كما تعددت القنوات الفضائية التي نُبث من خلاله، واستطاعت أن تجذب المشاهدين وتؤثر فيهم من خلال الكلمة والصورة، والصوت والحركة.

امتد دور وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها ليشمل مختلف المجالات والقطاعات داخل المجتمع، أبرزها المجال الأمني، وتعد العلاقة بين الأمن والإعلام علاقة وثيقة، حيث استطاعت الوسائل الاتصالية على مر التاريخ أن تقوم بدور مهم في مجال الأمني، وشمل هذا الدور التغطية الإعلامية للقضايا الأمنية، وشرح مختلف أبعاد هذه القضايا وتحليلها، وتعريف المواطن بأسبابها وتأثيراتها، إلى جانب نشر الوعي بها، كما أصبح الإعلام أداة فعالة من أدوات الأمن لإيجاد حلقة من التواصل مع الجماهير، وتبصيرها بالمخاطر وكيفية الوقاية منها، بما يؤدي إلى تدعيم العلاقة بين الأجهزة الأمنية والجمهور. ويأتي هذا الدور لخدمة المجتمع وحماية الوطن والحفاظ على أمن الدولة واستقرار المجتمع وأمان أفرادها.

وفي المملكة الأردنية الهاشمية يوجد العديد من القنوات الفضائية، وكذلك العديد من التلفزيونات ذات البث الأرضي تنتشر في الأراضي المملكة الأردنية الهاشمية، وجميع تلك القنوات الفضائية والأرضية لعبت دوراً كبيراً في تغطية ما يجري من قضايا وأحداث أمنية في الساحة المملكة الأردنية الهاشمية، وانطلاقاً مما سبق، تأتي هذه الدراسة للبحث في دور الفضائيات والمواقع الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية.

## أولاً: مشكلة الدراسة:

وإذا كان الإعلام الأمني أحد شرائح الإعلام التي تهتم المجتمع الأردني بأكمله والتي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام باقتدار وكفاءة عالية، فإن قيام الأجهزة الأمنية في المجتمعات المختلفة بالتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام في تحقيق هذا الدور يأتي في مقدمة أولويات التعاون بين

الطرفين. وفي إطار حرص وسائل الإعلام على استقاء المعلومات من مصادرها الأمنية ومناقشة هذه المعلومات وتحليلها لتقديم المعلومات الكاملة والدقيقة تجنباً للشائعات وحملات الهمس والمبالغات التي تتجاوز حقائق الأحداث، تأتي هذه الدراسة لقياس وتحديد الدور الذي تؤديه الفضائيات والمواقع الإلكترونية في تشكيل معارف ووجدان وسلوكيات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية.

#### ثانياً: أهمية الدراسة:

1- ترصد هذه الدراسة تأثير القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية على أفراد الجمهور، في ظل محدودية الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية.

2- تبرز أهمية الدراسة فيما تثيره من تساؤلات حول طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية وتأثير ذلك في اتجاهات أفراد المجتمع الأردني نحو الأحداث والقضايا الأمنية.

3- أهمية دراسة دور الفضائيات والمواقع الإلكترونية في التأثير في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته تجاه القضايا الأمنية.

4- أهمية دور المواقع الإلكترونية باعتبارها مجالاً عاماً يتيح حيزاً أعلى من التفاعلية، مما يجعلها وسيلة ملائمة لطرح تعليقات وأفكار واتجاهات الأفراد حول القضايا الأمنية في المملكة الأردنية الهاشمية.

#### ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتحدد في التعرف على دور الفضائيات والمواقع الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية، ويترجم تحت هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

1. التعرف على كثافة متابعة عينة الدراسة من الجمهور الأردني للأخبار الأمنية على الفضائيات والمواقع الإلكترونية.
2. التعرف على مدى اعتماد الباحثين من الجمهور الأردني-عينة الدراسة- على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.
3. تحديد أهم دوافع التعرض للفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى الباحثين من الجمهور الأردني.
4. تحديد التأثيرات الاتصالية (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) نتيجة متابعة القضايا الأمنية على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية.

#### رابعاً: الدراسات السابقة:

اطلع الباحث على العديد من الدراسات والابحاث السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتنقسم هذه الدراسات إلى محورين رئيسيين، تضمننا دور الفضائيات والمواقع الإلكترونية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته. ويستعرض الباحث هذه الدراسات السابقة من خلال المحورين التاليين:

##### المحور الأول: دراسات تناولت دور الفضائيات في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته

اهتمت كثير من الدراسات العربية والأجنبية بالبحث في علاقة الفضائيات بتشكيل معارف أفراد الجمهور واتجاهاتهم؛ وركزت عديد من الدراسات على القنوات الفضائية الجمهورية مصر العربية، منها دراسة (سامح محمد عبدالبدیع، 2019)<sup>(1)</sup> التي أكدت على أن أهم أسباب مشاهدة البرامج بالقنوات الفضائية تتحدد في متابعة آخر الأخبار، ثم متابعة الأحداث والأزمات التي قد تحدث فجأة وتؤثر على البلد، ثم زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية. تتفق معهما دراسة (حسين على أبو عمر، 2015)<sup>(2)</sup> التي أكدت ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الحوارية في الفضائيات الجمهورية مصر العربية ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعي الجمهورية مصر العربية واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة في جمهورية مصر العربية خلال الفترة 30 يونيو 2011 إلى 30 يونيو 2013، حيث أكدت في نتائجها أن نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية التليفزيونية بصفة دائمة 39.8% من جملة الطلاب والطالبات عينة الدراسة، وأن 67% من المبحوثين يشاهدون الفضائيات لأكثر من أربعة أيام في الأسبوع.

بالتركيز على الفضائيات العراقية، أكدت نتائج دراسة (إحسان رمضان عباس، 2009)<sup>(3)</sup> بخصوص تأثير العلاقة بين أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية كما تعكسها البرامج الحوارية محل الدراسة لدى الجمهور العراقي بطبيعة أو نوع القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة، كما أثبتت تأثير ترتيب الأولويات من القضايا العامة كما تعكسها القناة الفضائية وترتيب هذه القضايا لدى الجمهور العراقي محل الدراسة. تتفق معها دراسة (محمد وهيب ياسين، 2018)<sup>(4)</sup> أن غالبية المبحوثين يشاهدون البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية أحياناً، لأنها تساعد على معرفة ما يجري من أحداث في العراق والمنطقة، أما عن القنوات الفضائية العربية في الولايات المتحدة، فقد توصلت دراسة (Erefa Abeer، 2009)<sup>(5)</sup> إلى أن القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى عينة الدراسة هي قناة الجزيرة الإخبارية، كما تتعدد الدوافع التقليدية المرتبطة بمشاهدة التلفزيون، لتشمل تمرير الوقت والرفقة، وهي من الدوافع الطقوسية.

ركزت دراسات أخرى على استخدام القنوات الفضائية لشبكة الإنترنت، وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي، منها دراسة (الحمزة حسن محمد، 2020)<sup>(6)</sup> التي أكدت نتائجها أن صفحات التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً في الحراك السياسي بالدول العربية، كما أسهمت بشكل ملحوظ في تطوير العمل السياسي وفتح مجالات للمشاركة في القضايا العامة عن طريق الاستفادة من وسائله وأدواته، وأضافت تأثير صفحات التواصل الاجتماعي للقنوات الفضائية على تنمية الوعي السياسي حول الأحداث السياسية. تتفق معها دراسة (يادكار على محمد،

(2020) (7) حيث أكدت في نتائجها اهتمام النخبة الإعلامية الكردية بقراءة الأخبار بالمواقع الإلكترونية للفضائيات الكردية، حيث تمدهم بالمعلومات والأخبار على مدار الساعة ولما تتميز به من تفاعلية.

تتفق مع النتائج السابقة دراسة (أسام الدين أنور، 2021) (8) في تأكيد تأثيرات التعرض للمواقع الإخبارية، لكن بالتركيز على فئة المراهقين، حيث استهدفت رصد معالجة مواقع القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية للفضايا السياسية العربية وعلاقتها بإدراك المراهقين لها، بالاعتماد على منهج المسح وأداتي تحليل المضمون والاستبيان، فأكدت ارتباط كثافة مشاهدة المراهقين لمواقع القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية بمدى إدراكهم لمعالجة الفضايا السياسية العربية التي تناولتها هذه المواقع، كما جاء اعتماد المراهقين على مواقع القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية مؤثراً في مدى إدراكهم لمعالجة الفضايا السياسية العربية التي تناولتها هذه المواقع.

#### المحور الثاني: دراسات تناولت دور المواقع الإلكترونية في تشكيل المعارف والاتجاهات

أكدت عديد من الدراسات دور المواقع الإلكترونية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته، فركزت على فئات جماهيرية متنوعة، تصدرتها فئة الشباب، حيث اهتمت دراسة (اليسون نيكول – Nicole Ellison، 2020) (9) بالبحث في تنمية وتهذيب العلاقات، وأكدت الدراسة في نتائجها أن موقع الفيسبوك يوفر مصادر مهمة للتعارف بين الأصدقاء الذين تتوافر لديهم خصائص مشتركة، مثل السن والتخصص، مما يحافظ على استمرار العلاقات عبر موقع الفيس بوك. تتفق معها دراسة (إسراء محمد إبراهيم قميحة، 2018) (10) التي أكدت تأثير تعرض الشباب الجامعي للأخبار السلبية على المواقع الإلكترونية على اتجاهاتهم نحو العنف.

رغم هذه التأثيرات السلبية الموضحة أعلاه، جاءت دراسة (إيمان السيد جمعه رمضان، 2016) (11) لتؤكد دور المواقع الإلكترونية في تنمية الوعي السياسي واتجاهات الشباب نحو الأحداث باستخدام منهج المسح وأداة الاستبيان، كما أشارت إلى اعتماد النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة على قراءة الموضوعات السياسية سواء بشكل انتقالي أو كأجزاء متفحصة أو قراءة كاملة، حيث يلتمسون المعلومات السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي. وجاءت أيضاً دراسة (سعدية فوزي محمود، 2016) (12) لتؤكد دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب الجمهورية مصر العربية في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في جمهورية مصر العربية، وأشارت في نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية والتأثيرات المعرفية الناتجة عن تعرضهم لتلك المواقع، مع وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين مستوى تعرض المبحوثين للمواقع الإخبارية والتأثيرات الوجدانية الناتجة عن تعرضهم لتلك المواقع.

أكدت دراسات أخرى دور هذه المواقع في تحفيز المواطنين على المشاركة في الحراك الجماهيري، منها دراسة حاتم (سليم العلاونة، 2019) (13) التي سعت إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين المملكة الأردنية الهاشمية للمشاركة في الحراك الجماهيري المطالب بالإصلاح السياسي، بالاعتماد على منهج المسح، وقد أظهرت هذه الدراسة أن (74,7%) من النقيبين يشاركون في مواقع التواصل الاجتماعي

و(25,3%) لا يستخدمونها، لأنها تحوي دعاوى تحريض تسعى إلى نشر الفتن بين أبناء الوطن الواحد، كما أظهرت النتائج أن دوافع استخدام النقابيين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (24,3%).

أثبتت دراسات أخرى ارتفاع فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، منها دراسة يوان **yacong Yuan (2011)** (14) التي بحثت في الاستخدامات والإشباع المتحققة من المواقع الإلكترونية في الصين، حيث جاءت أهم نتائجها لتوضح اختلاف الاستخدام والإشباع المتحقق من تلك المواقع تبعاً لمتغيرات الجنس والنوع والسن واختلاف الإشباع المتحقق من تلك الوسائل تبعاً لأهداف الاستخدام لتلك المواقع. تتفق معها دراسة **quan-haase** وال **young (2010)** (15) التي بحثت في الاستخدامات والإشباع المتحققة من استخدام المواقع الإلكترونية وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي حققت الإشباع الذي حاول الصحفي الوصول إليه من خلال وسائل الإعلام التقليدية، كما وجد فرق كبير بين الإشباع التي يمكن تحقيقها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والوسائل التقليدية.

توسعت هذه الدراسات لتشمل تأثير مواقع التواصل على التحصيل الأكاديمي، منها دراسة **Aren Karbnsky (2013)** (16) التي اهتمت بالبحث في العلاقة بين الاشتراك بموقع الفيس بوك والتحصيل الأكاديمي لطلبة الجامعات، بالتطبيق على (219) طالباً من جامعة أوهايو، حيث أكدت الدراسة أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المشتركين في موقع الفيس بوك أدنى بشكل واضح من تلك التي يحصل عليها أقرانهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، وأنه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع تدنت علاماته في الامتحانات، حيث اعترف 79% من الطلاب الذين شملتهم الدراسة أن اشتراكهم في الموقع أثر سلبياً في تحصيلهم الدراسي.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من مراجعة الدراسات والبحوث السابقة في جوانب عديدة أضافت أبعاداً جديدة للدراسة، ويمكن تحديد جوانب الاستفادة فيما يلي:

- 1- اهتمت غالبية الدراسات بتطبيق المعايير العلمية الحديثة، واستفاد الباحث منها في تحديد منهج البحث، وأدوات جمع البيانات، والإطار النظري الملائم للدراسة.
- 2- التعرف على الأساليب التطبيقية لهذه الدراسات، ونوعية عيناتها البحثية وكيفية سحبها.
- 3- تحديد تساؤلات الدراسة وفروضها، ومتغيراتها وأهدافها.
- 4- التعرف على المراجع العربية والأجنبية التي استخدمتها الدراسات السابقة، والتي يمكن الاستفادة منها في هذه الدراسة.
- 5- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

### خامساً: الإطار النظري للدراسة: مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

في فترة الأربعينيات من القرن العشرين، أظهر التوجه البحثي تحوُّلاً نحو فحص مشكلات الاختلافات الفردية، إلى جانب التباين الاجتماعي، وفحص السلوكيات المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام وأثر ذلك، مما أدى لظهور بدايات جديدة في الأبحاث العلمية، تتعامل مع الجمهور بأنه يُعدُّ عنصرًا فعَّالاً نشطاً بدلاً من أن يُنظر إليه على أنه عنصر سلبي متلقي لما يبث له دون أن يكون للعمليات الانتقائية الخاصة به أي تأثير،<sup>17</sup> بالتالي جاء تركيز منظور نظرية الاستخدامات والتأثيرات على تحليل استخدام الفرد لوسائل الإعلام أيا كانت طبيعتها وأثر رسائلها عليه، مما يجعلها تتمحور حول دراسة الاتصال الجماهيري كمجال دراسي يركز على الوظائف والتنظيم.<sup>(18)</sup>

ويقوم المدخل حسب ما حدده كل من كاتز وبلومر وجورفيتش ( Blumer،Kats، Guervitch) منقولاً عن (Klapper, 2001, p: 20-32) على أن حاجات أفراد المجتمع التي تحتاج إلى إشباع عن طريق استعمال وسائل الإعلام أو غيرها هي:<sup>(19)</sup>

1-الحاجات المعرفية: Cognitive Needs وهي الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة المحيطة، وهي تستند إلى الرغبة في فهم البيئة والسيطرة عليها وهي تشبع حاجة حب الاستطلاع والاكتشاف.

2-الحاجات العاطفية: Affective needs وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية، والبهجة والعاطفة لدى الأفراد، ويعتبر السعي للحصول على البهجة والترفيه من الدوافع العامة التي يتم إشباعها عن طريق وسائل الإعلام.

3-حاجات الاندماج الشخصي: Needs Personal Integrative وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصادقية، والثقة، والاستقرار، ومركز الفرد الاجتماعي، وتتبع هذه الحاجات من رغبة الأفراد في تحقيق الذات.

4-حاجات الاندماج الاجتماعي: Needs Social Integrative وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء، والعالم، وهي حاجات تتبع من رغبة الفرد للانتماء إلى الجماعة.

5-الحاجات الهروبية: Escapist Needs وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد في الهروب، وإزالة التوتر، والرغبة في تغيير المسار بعيداً عن الآخرين.

وبالتالي يتركز جوهر " الفرض الأساسي " للمدخل حول اعتبار المتلقي فعَّالاً وإيجابياً ونشطاً في سلوكه الاتصالي مع الوسائل الإعلامية، فهو يختار المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له في التوقيت والمكان المناسب له أيًا كان طبيعته لإشباع احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية وغيره، فالجمهور وفقاً لهذا المدخل هو أساس عملية الاتصال،<sup>20</sup> إذ يقوم المتلقي باستمرار بالانتقاء للرسائل الإعلامية التي تتناسب مع توقعاته واحتياجاته من بين الكم الكبير للرسائل الإعلامية التي يتعرض لها كل ثانية من مختلف الوسائل التقليدية أو الرقمية،<sup>21</sup> بل في ظل ثورة الإنترنت أصبح المواطن شريكاً في صنع المحتوى الإعلامي في بعض الأحيان مما ترتب عليه بروز مسمى صحافة المواطن، وبالتالي يتم الوضع في الاعتبار



عند بناء الرسائل الإعلامية احتياجات الجمهور المتنوعة<sup>22</sup>، والتي بناء عليها يقوم الجمهور بترجمتها وتفسيرها وفقاً لدوافع التعرض لها لتحقيق إشباعات معينة وبناءً على هذه التفسيرات للرسائل الإعلامية تحدث تأثيرات مختلفة<sup>23</sup>، كما تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سبباً في عملية التعرض لوسائل الإعلام، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلافات الثقافات<sup>24</sup>.

وانطلاقاً مما سبق، يعتبر هذا المدخل نقطة تحول في مفاهيم دراسات الإعلام مرتكزاً على تغير طبيعة التساؤل البحثي من "ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟" إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟"<sup>25</sup>، مما يوفر مجالاً رحباً لاختبار سلوك الفرد في التعامل مع وسائل الإعلام،<sup>26</sup> حيث فتح المدخل المجال أمام الدراسة المتعمقة لفحص تفاعلات الجمهور مع وسائل الإعلام الجديدة وكذلك وسائل الإعلام التقليدية في ظل تكاملها مع الإعلام الرقمي وتطوير إمكاناتها.<sup>27</sup>

كان أحد ثمار الإعلام الرقمي واندماج وسائل الإعلام التقليدية معه هو توفر خاصية التفاعلية التي أصبحت سمة أساسية تسعى كافة الوسائل الإعلامية لتوفيرها للجمهور، عبر تنوع وسائل الاتصال والمشاركة المتاحة أمام الجمهور معها سواء من بريد إلكتروني، أو اتصال هاتفي، أو رسائل المحمول SMS، أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي - التي تعد هنا مجال الدراسة- والتي أتاحت مؤخراً مساحة كبيرة من الحرية في التعبير عن الرأي أو تطبيقات الرقمية، حيث أن الثورة الرقمية تطلبت معه وجود نشاط فعلي من قبل المستخدم، وبالتالي أصبح هناك دور وظيفي جديد لم يتطرق له المدخل في بداياته في ظل الإعلام التقليدي فقط هو أن وسائل الإعلام أصبحت منبراً لتعبير الجمهور عن ذاتهم ومجالاً لنشاطهم الاجتماعي<sup>28</sup>، وهو الأمر الذي يعني أيضاً تضاعف السيطرة على العملية الاتصالية وتضاعف دور حارس البوابة أو تغير مفهومه،<sup>29</sup> حيث أن الطبيعة التفاعلية لشبكة الإنترنت تتطلب مشاركة المستخدم بشكل مرتفع وأن يرفع من مهاراته للتعامل مع تحديثاتها وتطوراتها المستمرة، فالاستخدام هنا قائم على فكرة التفاعل النشط واختيار المضمون الذي يرغب في التعرض له خلال مواقع الإنترنت.<sup>30</sup>

إن الباحثين المؤيدين للنظرية يعبروا عن إمكانية قياس تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام عبر فحص معدل استخدامه للوسيلة وكثافة ذلك (عدد ساعات وأيام الاستخدام وكذلك فترات الاستخدام والأماكن)، بالإضافة إلى حجم العائد أو الإشباع المتحصل عليه من هذا الاستخدام، وترى هذه النظرية أن الجمهور أصبح يقوم بانتقاء واختيار الرسائل الإعلامية التي يرغب بها ويفضلها، فرسائل الإعلام بالنسبة للجمهور تعمل على الاستجابة لرغبات ودوافع الجمهور وتوقعاته<sup>(31)</sup>.

وتقوم نظرية الاستخدامات والتأثيرات على الفروض التالية<sup>(32)</sup>،<sup>(33)</sup>:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
4. الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
5. الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
6. الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.
7. يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلقة بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم.

تتركز اهتمام الباحثين في دراسات القرن الواحد والعشرين أساساً على فهم دوافع وإشباع وتأثيرات الإنترنت كوسيلة إضافية للاتصال الشخصي، نظراً لقدرته على الوصول إلى فئات واسعة من الأفراد على حدة.<sup>34</sup> يُعتبر الاتصال الرقمي، بمختلف وسائله، بديلاً وخياراً يستخدمه الجمهور لتلبية احتياجاته والتأثيرات التي يتوقعها، وذلك من خلال اختياره في استخدام وسائل الإعلام. أصبحت وسائل الاتصال الرقمي مثل البريد الإلكتروني والردشة وتصفح مواقع الويب أسلوباً يستحوذ على وقت الفرد بغرض تلبية حاجاته الاجتماعية والتواصل مع الآخرين. وفي هذا السياق، تحتل بحوث استخدام الاتصال الرقمي، وخاصة الإنترنت، مركز الصدارة في جميع الدراسات والأبحاث المنجزة في هذا المجال. يتمحور هذا التركيز حول فهم كيفية استخدام الأفراد للوسائل الرقمية وتأثيرات هذا الاستخدام على تحقيق احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية.<sup>35</sup>

كما أكدت الدراسات على أهمية توظيف وسائل الإعلام لمواقع التواصل الاجتماعي سواء بالاستفادة منها كمصدر للأخبار وكأداة لبناء أجندة الموضوعات أو بإنشاء حسابات تحص الوسائل الإعلامية لتحقيق أعلى تأثير ممكن للرسالة الإعلامية والتواصل مع الجماهير، فالإعلام الجديد صنع رابطاً مكن الجمهور من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، كما استفاد الإعلام التقليدي من الإعلام الجديد في توسيع القاعدة الجماهيرية له، وفي الحصول على المعلومات، وإمكانية متابعة ما يتم تقديمه في الوقت الذي يناسب الجمهور، وإتاحة قدر أكبر من التفاعل مع الجمهور.<sup>36</sup>

وبالتطبيق على الدراسة الحالية فقد تم الاستفادة من المدخل النظري في الوقوف على نشاط الجمهور الأردني في التفاعل مع المواقع الإلكترونية الأردنية الصحفية وكذلك مواقع القنوات الفضائية الأردنية على الإنترنت بهدف الحصول على المعلومات المتعلقة بالشأن الأمني الأردني والإشباع المتحققة له وتأثيرات ذلك عليه معرفياً وجدانياً وسلوكياً والتي تحققت

استجابة لدوافع النفعية والطفوسية، وأخيراً ما سبق يشكل توجهات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية الأردنية.

سادساً: تساؤلات الدراسة والفروض:

1: تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما كثافة متابعة الأخبار الأمنية على الفضائيات والمواقع الإلكترونية؟
2. ما اعتماد عينة الدراسة على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية في متابعة القضايا الأمنية؟
3. ما دوافع متابعة عينة الدراسة للأخبار الأمنية على الفضائيات والمواقع الإلكترونية؟
4. ما إدراك عينة الدراسة لخصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر الفضائيات والمواقع الإلكترونية؟
5. ما التأثيرات الاتصالية (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) نتيجة متابعة القضايا الأمنية على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية؟

2: فروض الدراسة الميدانية:

**الفرض الرئيسي الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية ودوافع التعرض للفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الأردني.

**الفرض الرئيسي الثاني:** توجد فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لإدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية والفضائيات.

**الفرض الرئيسي الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

سابعاً: الإطار المنهجي للدراسة:

**أولاً: نوع الدراسة:** تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية (Descriptive Studies) التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، من أجل الوصول إلى استنتاجات مفيدة، بغرض تصحيح هذا الواقع أو تطويره في الوقت الحالي أو في المستقبل<sup>(37)</sup>، حيث تستهدف الدراسة التعرف على دور الفضائيات والمواقع الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية، ووصف وتحليل أساليب تأثير هذه الوسائل على اتجاهات ومعارف الجمهور المملكة الأردنية الهاشمية نحو القضايا الأمنية.

**ثانياً: منهج الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة، فهو من

أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة البحوث الوصفية (38). وبذلك فإن هذه الدراسة توظف منهج مسح جمهور المبحوثين وخصائصهم وأنماط تعرضهم للفضائيات والمواقع الإلكترونية وتأثير هذا التعرض على اتجاهاتهم نحو القضايا الأمنية ووعيهم الأمني.

### ثالثاً: خصائص مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

يتحدد مجتمع الدراسة في الجمهور الأردني المتابع للقنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة عمديه قوامها 400 مفردة من الجمهور الأردني، وقد تمثلت خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

- جاء نسبة 60% من عينة الدراسة ذكوراً في مقابل نسبة 40% من عينة الدراسة إناث.
- جاء مشاركة الفئة العمرية من (36 لأقل من 45 عاماً) في المقدمة بنسبة 43% في مقابل مشاركة الفئة العمرية من (46 لأقل من 55 عاماً) بنسبة 23.5% تلاه الفئة العمرية من (25 سنة فأقل) بنسبة 15.5% تلاه الفئة العمرية من (26 لأقل من 35 عاماً) بنسبة 13%، وأخيراً الفئة العمرية (56 سنة فأكثر) بنسبة 5%.
- جاء مشاركة نسبة 34% من عينة الدراسة ذات مؤهل ثانوية عامة فأقل في مقابل مشاركة نسبة 33.3% من عينة الدراسة من ذي المؤهل الجامعي بكالوريوس أو ليسانس، ونسبة 21.3% في مرحلة التعليم "دراسات عليا" وأخيراً جاء نسبة 11.5% من عينة الدراسة من حاملي مؤهل دبلوم كلية مجتمع.

رابعاً: أداة جمع البيانات: تعتمد الدراسة بشكل أساسي على أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالجمهور المملكة الأردنية الهاشمية، وهو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق أو أفكار أو آراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات. (39)

### خامساً: نتائج اختبار صدق مقاييس الدراسة وثباتها:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبائي الثبات والصدق لها، (40) وذلك على النحو التالي:

- اختبار الصدق (Validity): الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي، حيث تم عرض أداة جمع البيانات (صحف الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والاجتماع والإحصاء والتكنولوجيا، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة

وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

- اختبار الثبات (Reliability). يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وتم تطبيق اختبار الثبات في الدراسة الميدانية على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستقصاء بواقع (50 مفردة) ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين والمبحوثات بعد أسبوعين من الاختبار الأول، وتم حساب الثبات باستخدام معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الأول والثاني) وقد بلغت قيمة الثبات (90.3%) مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

#### ثامناً: المعالجة الإحصائية للبيانات:

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

#### تاسعاً: نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في متابعة القضايا الأمنية:

#### - كثافة متابعة القضايا الأمنية على الفضائيات والمواقع الإلكترونية:

جدول رقم (1) مستويات المقياس العام لكثافة متابعة عينة الدراسة للقضايا الأمنية على الفضائيات والمواقع الإلكترونية

كثافة متابعة القضايا الأمنية		الفضائيات		المواقع الإلكترونية	
ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	69	17.3	35	8.8	
متوسط	143	35.8	129	32.3	
مرتفع	188	47.0	236	59.0	
الإجمالي	400	100.0	400	100.0	

يكشف الجدول السابق عن كثافة متابعة القضايا الأمنية على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، وجاء في الصدارة تأكيد عينة الدراسة على متابعة القضايا الأمنية عبر كلا الوسيلتين بشكل مرتفع، حيث جاء بنسبة 47% من العينة تفضل متابعة الأخبار الأمنية في الفضائيات وبنسبة 59% من عينة الدراسة تفضل متابعة الأخبار الأمنية عبر المواقع الإلكترونية، ويلاحظ أن التفوق للمواقع الإلكترونية من حيث جاذبيتها للانتظام لمتابعة الأخبار الأمنية عليها عن الفضائيات، وجاء في الترتيب الثاني المتابعة بمستوى متوسط للقضايا الأمنية ثم المتابعة المنخفضة.

## - اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات:

جدول رقم (2) اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية

مستوى الاعتماد	الفضائيات		المواقع الإلكترونية	
	ك	%	ك	%
منخفض	13	3.3	9	2.3
متوسط	145	36.3	131	32.8
مرتفع	242	60.5	260	65.0
الإجمالي	400	100.0	400	100.0

يكشف الجدول السابق عن مستويات المقياس العام لاعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية، وجاء في الصدارة تأكيد عينة الدراسة على اعتماده المرتفع لمتابعة القضايا الأمنية عبر كلا الوسيطين بشكل مرتفع، حيث جاء بنسبة 60.5% من العينة ارتفاع الاعتماد على متابعة الأخبار الأمنية في الفضائيات وبنسبة 65% من العينة الاعتماد مع المواقع الإلكترونية.

وجاءت نتائج اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية، تبرز ارتفاع قدراتها في تقديم تغطية إخبارية تليفزيونية جيدة شكلاً إلى ثراء المضمون المعلوماتي، وجاءت تقييمات عينة الدراسة لذلك على النحو التالي:

- **جودة التغطية التليفزيونية للأخبار الأمنية شكلياً:** حيث أكدت عينة الدراسة على أن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية مناسب من حيث الشكل والإخراج بوزن 85.3 درجة، ثم كشفت عن أن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية بها تناسق بين الصوت والموسيقى المصاحبة بوزن 85 درجة.

- **ثراء التغطية التليفزيونية للأخبار الأمنية معلوماتياً:** حيث أكدت عينة الدراسة على أن مضمون المادة المعروضة يتوافق مع مستوى الحدث الأمني بوزن 84.7 درجة، وأن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية ذات مضامين إيجابية بوزن 84.3 درجة، وأن محتوى المادة الإعلامية المقدمة عن القضايا الأمنية يمتاز بالثراء المعرفي بوزن 83.3 درجة، وبالتالي فإن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية يشبع حاجاتي المعرفية بوزن 82.3 درجة.

- **وترتيب على جودة الشكل وثراء المضمون المعلوماتي، اعتبار عينة الدراسة المحتوى الإخباري الأمني ثري و ذو مصداقية ويعتمد عليه،** حيث أوضحت عينة الدراسة أن القصص المقدمة عن القضايا الأمنية تمتاز بأنها ذات طابع تفاعلي إنساني وروحي بوزن 84.7 درجة، وأنه يتم الاعتماد على المضامين التي توفرها الأخبار عن القضايا الأمنية لكونها ذات مصداقية عالية بوزن 83 درجة، كما أنه يتم الاعتماد على المادة المعروضة لمعرفة كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بوزن 81.7 درجة.

وفيما يتعلق باعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية، فقد تبين ارتفاع قدراتها في تقديم تغطية إخبارية إلكترونية جيدة شكلاً إلى ثراء المضمون المعلوماتي، وجاءت تقييمات عينة الدراسة لذلك على النحو التالي:

- **جودة التغطية التلفزيونية للأخبار الأمنية شكلياً:** حيث أكدت عينة الدراسة على أن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية مناسب من حيث الشكل والإخراج بوزن 85.7 درجة، وأن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية بها تتناسب بين الصوت والموسيقى المصاحبة بوزن 85 درجة.
- **ثراء التغطية التلفزيونية للأخبار الأمنية معلوماتياً:** حيث أكدت عينة الدراسة على أن مضمون المادة المعروضة يتوافق مع مستوى الحدث الأمني بوزن 86.7 درجة، وأن محتوى المادة الإعلامية المقدمة عن القضايا الأمنية يمتاز بالثراء المعرفي بوزن 85.7 درجة، وأن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية ذات مضامين إيجابية بوزن 85.3 درجة، وأن محتوى المادة المعروضة عن القضايا الأمنية يشبع حاجاتهم المعرفية بوزن 84.7 درجة.

- **وترتيب على جودة الشكل وثراء المضمون المعلوماتي، اعتبار عينة الدراسة المحتوى الإخباري الأمني ثري وذو مصداقية ويعتمد عليه،** حيث أوضحت عينة الدراسة أن القاصص المقدمة عن القضايا الأمنية تمتاز بأنها ذات طابع تفاعلي إنساني وروحي بوزن 85.7 درجة، وأنه يتم الاعتماد على المضامين التي توفرها الأخبار عن القضايا الأمنية لكونها ذات مصداقية عالية بوزن 84.7 درجة، وأنه يتم الاعتماد على المادة المعروضة لمعرفة كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بوزن 83.7 درجة.

**المحور الثاني: دوافع تعرض العينة للفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الأردني:**

جدول رقم (3) دوافع تعرض عينة الدراسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الأردني

المواقع الإلكترونية		الفضائيات		مستوى دوافع عينة الدراسة
ك	%	ك	%	
4	1.0	11	2.8	منخفض
137	34.3	129	32.3	متوسط
259	64.8	260	65.0	مرتفع
400	100.0	400	100.0	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن مستويات المقياس العام لدوافع متابعة الجمهور الأردني لكل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية، وجاء في الصدارة توافر دوافع متابعة عينة الدراسة للقضايا الأمنية عبر كلا الوسيلتين بشكل مرتفع، حيث جاء بنسبة 65% من العينة مع وسيلة الفضائيات وبنسبة 64.8% من العينة مع المواقع الإلكترونية.

وفيما يتعلق بدوافع تعرض عينة الدراسة للفضائيات لدى الجمهور الأردني سواء النفعية والطفوسية، والتي جاءت على النحو التالي:

أولاً: الدوافع النفعية: عبرت عينة الدراسة عن تنوع مظاهر انتفاعها من متابعة المحتوى المعلوماتي الأمني عبر القنوات الفضائية، وذلك على النحو التالي:

- أكدت عينة الدراسة على أن متابعة الأخبار الأمنية عبر الفضائيات يمددهم بالمعرفة الدقيقة والواضحة عن طبيعة الأحداث الأمنية، حيث أشارت عينة الدراسة إلى أنه يتم مشاهدة الأخبار لأجل تحقيق المعرفة الكاملة بالقضايا الأمنية بوزن 87.3 درجة، وأن متابعة الأخبار تزودهم بالمعلومات الدقيقة عن القضايا الأمنية بوزن 85.3 درجة.

- كما أوضحت عينة الدراسة أن مشاهدة الأخبار الأمنية تمكن من بناء معرفة بأنواع الجرائم وكيفية مكافحتها وعقوبتها، حيث أوضحت عينة الدراسة أنه يتم مشاهدة الأخبار من أجل معرفة أساليب مكافحة الجريمة على مستوى المؤسسات المعنية بوزن 85.7 درجة، كما أن مشاهدة الأخبار من أجل الاطمئنان لحسن سير العدالة وتنفيذ القانون بوزن 85 درجة، ولفهم ظاهرة العنف والجريمة في المجتمع بوزن 84.3 درجة، ولمعرفة أسلوب مكافحة الجريمة على المستوى الفردي بوزن 84 درجة.

- وقد أوضحت عينة الدراسة أثار فعالية التغطيات الإخبارية للفضايا الأمنية عليهم، حيث أشارت عينة الدراسة إلى متابعة الأخبار تزيد من فرصة نجاحهم في متابعة القضايا الأمنية بوزن 84.7 درجة، وأنها تسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الأمنية بوزن 84.3 درجة، وأن محتوى المادة الإعلامية يتوافق مع اهتماماتهم بوزن 83.7 درجة، وأنها تسهم في إقناعهم بما يكفل لهم تحقيق المصلحة الأمنية بوزن 83.7 درجة، وأنها تتيح لهم الفرصة للإبداع والابتكار الشخصي بوزن 83 درجة.

ثانياً: الدوافع الطفوسية: عبرت عينة الدراسة عن تنوع مظاهر اعتيادها على الوسيلة وكذلك متابعة المحتوى المعلوماتي الأمني عبر القنوات الفضائية والذي يمكنها من مراقبة العالم من حولها وأنها يزيد من قدراتها على التفاعل مع الآخرين إلى جانب تضييع الوقت، وذلك على النحو التالي:

- الاعتقاد على متابعة المحتوى الإخباري الأمني، حيث أوضحت عينة الدراسة أنها تتابع الأخبار من أجل معرفة الحقيقة بوزن 87.3 درجة، ومن أجل معرفة المزيد من المعلومات حول القضية الأمنية بوزن 86.3 درجة، ومن أجل معرفة مشكلات الغير بوزن 86 درجة، ومن أجل التعرف على الأحداث بالمستقبل بوزن 85.3 درجة.

- كما عبرت عينة الدراسة عن الفتها مع الوسيلة واعتيادها عليها كما أن محتواها الإخباري يمكنها من التفاعل مع الآخرين، حيث أوضحت عينة الدراسة على أن متابعة الأخبار بهدف الألفة مع الوسيلة الإخبارية بوزن 83.7 درجة، ثم من أجل التفاعل مع الوسيلة الإخبارية بوزن 82 درجة، ثم من أجل قضاء وقت الفراغ بوزن 79 درجة، ثم من أجل إشباع حاجاتهم النفسية بوزن 78.7 درجة.



وبخصوص دوافع تعرض عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الأردني سواء النفعية والطقوسية، والتي جاءت على النحو التالي:

أولاً: الدوافع النفعية: عبرت عينة الدراسة عن تنوع مظاهر انتفاعها من متابعة المحتوى المعلوماتي الأمني عبر المواقع الإلكترونية، وذلك على النحو التالي:

- أكدت عينة الدراسة على أن متابعة الأخبار الأمنية عبر الفضائيات يمدهم بالمعرفة الدقيقة والواضحة عن طبيعة الأحداث الأمنية، حيث أشارت عينة الدراسة إلى أنه يتم مشاهدة الأخبار لأجل تحقيق المعرفة الكاملة بالقضايا الأمنية بوزن 88 درجة، وأن متابعة الأخبار تزودهم بالمعلومات الدقيقة عن القضايا الأمنية بوزن 86.3 درجة.

- كما أوضحت عينة الدراسة أن مشاهدة الأخبار الأمنية تمكن من بناء معرفة بأنواع الجرائم وكيفية مكافحتها وعقوبتها، حيث أوضحت عينة الدراسة أنه يتم متابعة الأخبار لفهم ظاهرة العنف والجريمة في المجتمع بوزن 88 درجة، وأن مشاهدة الأخبار من أجل الاطمئنان لحسن سير العدالة وتنفيذ القانون بوزن 87.3 درجة، وأنه يتم مشاهدة الأخبار من أجل معرفة أساليب مكافحة الجريمة على مستوى المؤسسات المعنية بوزن 87 درجة، ولمعرفة أسلوب مكافحة الجريمة على المستوى الفردي بوزن 86 درجة.

- وقد أوضحت عينة الدراسة أثار فعالية التغطيات الإخبارية للقضايا الأمنية عليهم، حيث أشارت عينة الدراسة إلى أنها تسهم في إقناعهم بما يكفل لهم تحقيق المصلحة الأمنية بوزن 86.3 درجة، وأن محتوى المادة الإعلامية يتوافق مع اهتماماتهم بوزن 85.3 درجة، وأنها تسهم في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الأمنية بوزن 85 درجة، وأن متابعة الأخبار تزيد من فرصة نجاحهم في متابعة القضايا الأمنية بوزن 84.7 درجة، وأنها تتيح لهم الفرصة للإبداع والابتكار الشخصي بوزن 83.3 درجة.

ثانياً: الدوافع الطقوسية: عبرت عينة الدراسة عن تنوع مظاهر اعتيادها على الوسيلة وكذلك متابعة المحتوى المعلوماتي الأمني عبر المواقع الإلكترونية والذي يمكنها من مراقبة العالم من حولها وأنها يزيد من قدراتها على التفاعل مع الآخرين إلى جانب تضييق الوقت، وذلك على النحو التالي:

- الاعتقاد على متابعة المحتوى الإخباري الأمني، حيث أوضحت عينة الدراسة أنها تتابع الأخبار من أجل معرفة المزيد من المعلومات حول القضية الأمنية بوزن 88 درجة، ومن أجل معرفة الحقيقة بوزن 87.7 درجة، ومن أجل التعرف على الأحداث بالمستقبل بوزن 87 درجة، ومن أجل معرفة مشكلات الغير بوزن 86 درجة.

- كما عبرت عينة الدراسة عن الفتها مع الوسيلة واعتيادها عليها كما أن محتواها الإخباري يمكنها من التفاعل مع الآخرين، حيث أوضحت عينة الدراسة على أن متابعة الأخبار بهدف الألفة مع الوسيلة الإخبارية بوزن 86 درجة، ثم من أجل التفاعل مع الوسيلة الإخبارية بوزن 84.3 درجة، ثم من أجل إشباع حاجاتهم النفسية بوزن 82.3 درجة، ثم من أجل قضاء وقت الفراغ بوزن 81 درجة.

### المحور الثالث: المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية والفضائيات:

جدول رقم (4) خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية والفضائيات

المواقع الإلكترونية		الفضائيات		مستوى خصائص المعالجة
ك	%	ك	%	
8	2.0	9	2.3	منخفض
127	31.8	139	34.8	متوسط
265	66.3	252	63.0	مرتفع
400	100.0	400	100.0	الإجمالي

يكشف الجدول السابق عن مستويات المقياس العام لخصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية والفضائيات، وجاء في الصدارة التقييم المرتفع والإيجابي لمميزات كلا من الفضائيات والمواقع الإلكترونية في المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية، حيث جاء بنسبة 63% من العينة مع وسيلة الفضائيات وبنسبة 66.3% من العينة مع المواقع الإلكترونية.

وفيما يتعلق بخصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر الفضائيات، فقد تنوعت على النحو التالي:

- **الوفرة المعلوماتية والمصادقية**، حيث أوضحت عينة الدراسة أن المعالجة الإخبارية تتيح الإطلاع على كل ما هو جديد حول القضايا الأمنية بوزن نسبي 87 درجة، وأن المعالجة الإخبارية تطرح كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بأسلوب واقعي بوزن 84.3 درجة.
- **الملاءمة للجمهور**، حيث أوضحت عينة الدراسة أن المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية تتلاءم مع الذوق العام بوزن 85 درجة، وأن المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية تتناسب مع مختلف فئات المجتمع الأردني بوزن 84.3 درجة، كما أن الموضوعات المطروحة حول القضايا الأمنية تتناسب مع مختلف المراحل العمرية للمشاهدين بوزن 84 درجة، حيث أن الأخبار المقدمة حول القضايا الأمنية تخاطب الجمهور بطريقة مشوقة للمتابع بوزن 83.3 درجة.
- **التفاعلية والجاذبية في الطرح**، حيث عبرت عينة الدراسة أن التغطيات الإخبارية تمكنه من التفاعل مع الأحداث الأمنية المقدمة في الأخبار بوزن 85 درجة، حيث تفضل عينة الدراسة مشاهدة كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية على تلك المعروضة عن الوسائل الأخرى بوزن 84.3 درجة، حيث أنها تقدم المعالجة الإخبارية لكل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بأسلوب جذاب بوزن 84 درجة، وبالتالي تؤثر الأخبار المقدمة على نمط تفكيره وتصرفاته عينة الدراسة نحو القضايا الأمنية وذلك بذات الوزن السابق.

فيما يتعلق بخصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية والتي جاءت على النحو التالي:

- **الوفرة المعلوماتية والمصادقية**، حيث أوضحت عينة الدراسة أن المعالجة الإخبارية تتيح

الإطلاع على كل ما هو جديد حول القضايا الأمنية بوزن نسبي 87.7 درجة، وأن المعالجة الإخبارية تطرح كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بأسلوب واقعي بوزن 85.3 درجة

- **الملاءمة للجمهور**، حيث أوضحت عينة الدراسة أن المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية تتلاءم مع الذوق العام بوزن 86 درجة، حيث أن الأخبار المقدمة حول القضايا الأمنية تخاطب الجمهور بطريقة مشوقة للمتابع وذلك بذات الوزن السابق، وأن المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية تتناسب مختلف فئات المجتمع الاردني بوزن 84.7 درجة، كما أن الموضوعات المطروحة حول القضايا الأمنية تتناسب مع مختلف المراحل العمرية للمشاهدين بوزن 84 درجة.

- **التفاعلية والجاذبية في الطرح**، حيث عبرت عينة الدراسة أن التغطيات الإخبارية يمكنه من التفاعل مع الأحداث الأمنية المقدمة في الأخبار بوزن 86 درجة، حيث تفضل عينة الدراسة مشاهدة كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية على تلك المعروضة عن الوسائل الأخرى بوزن 85 درجة، حيث أنها تقدم المعالجة الإخبارية لكل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بأسلوب جذاب بوزن 84.3 درجة، وبالتالي تؤثر الأخبار المقدمة على نمط تفكيري وتصرفات عينة الدراسة نحو القضايا الأمنية وذلك بذات الوزن السابق.

**المحور الرابع: التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني:**

جدول رقم (5) التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها المواقع الإلكترونية والفضائيات لدى أفراد الجمهور الأردني

المواقع الإلكترونية		الفضائيات		التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية)	
ك	%	ك	%		
11	2.8	16	4.0	منخفض	المعرفية
132	33.0	151	37.8	متوسط	
257	64.3	233	58.3	مرتفع	
400	100.0	400	100.0	الإجمالي	
11	2.8	16	4.0	منخفض	الوجدانية
134	33.5	149	37.3	متوسط	
255	63.8	235	58.8	مرتفع	
400	100.0	400	100.0	الإجمالي	
12	3.0	13	3.3	منخفض	السلوكية
135	33.8	148	37.0	متوسط	
253	63.3	239	59.8	مرتفع	
400	100.0	400	100.0	الإجمالي	
11	2.8	14	3.5	منخفض	مجمّل المقياس
125	31.3	141	35.3	متوسط	
264	66.0	245	61.3	مرتفع	
400	100.0	400	100.0	الإجمالي	

يكشف الجدول السابق عن مستويات المقياس العام للتأثيرات المعرفية التي تحققها

الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني، وجاء في الصدارة التقييم المرتفع لتحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية من متابعة كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، وجاء مستويات المقياس العام للتأثيرات الاتصالية الثلاث (المعرفية والوجدانية والسلوكية) معًا والتي تحققت الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني، بأن جاء في الصدارة التقييم المرتفع لتحقق التأثيرات الاتصالية من متابعة كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، حيث جاء بنسبة 61.3% من العينة مع وسيلة الفضائيات وبنسبة 66% من العينة مع المواقع الإلكترونية، تلاه في الترتيب الثاني التقييم المتوسط للتأثير وذلك لدى نسبة 35.3% مع الفضائيات ونسبة 31.3% مع المواقع الإلكترونية، وفي الترتيب الثالث جاء التقييم المنخفض للتأثير وذلك لدى نسبة 3.5% مع الفضائيات ونسبة 2.8% مع المواقع الإلكترونية.

**وفيما يتعلق بالتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققت الفضائيات لدى أفراد الجمهور الأردني:**

**التأثيرات المعرفية:** حيث عبرت عينة الدراسة أن ما يقدم في الأخبار حول القضايا الأمنية يؤثر في معارفهم من خلال مؤثرات محببة بوزن 83.7 درجة، وأن المضامين المقدمة في الأخبار تسهم في تحسين قدراتهم في تحليل كافة المعلومات ذات العلاقة بمستجدات الأحداث الأمنية بوزن 83.7 درجة، وأنها تستطيع تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار من خلال خبرتهم مع الجريمة بوزن 83.3 درجة، وأن المضمون المطروح حول القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار يتوافق مع مستوى الحدث بوزن 83 درجة، وأنه يحظى ما يقدم بالأخبار حول القضايا الأمنية بقبول عينة الدراسة بوزن 82.7 درجة، وبذات الوزن السابق يعتمد اختيار عينة الدراسة في متابعة القضايا الأمنية المعروضة على المعلومات الخاصة بهم بوزن 82.7 درجة، ويؤثر ما يقدم في الأخبار في تشكيل مواقفهم نحو القضايا الأمنية بوزن 82 درجة.

**التأثيرات الوجدانية:** حيث عبرت عينة الدراسة أن الموضوعات المطروحة حول القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار تسهم في رفع مستوى الوعي والإدراك لدى بوزن 85 درجة، وتحفز المعلومات حول القضايا الأمنية عينة الدراسة لمتابعتها بوزن 84 درجة، وبذات الوزن السابق أن المضامين المضامين المقدمة في الأخبار تسهم في رسم صورة كاملة للأحداث الأمنية بوزن 84 درجة، وأنه من خلال خبرتهم مع الإعلام يستطيعوا تشكيل مواقفهم نحو القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار بوزن 83.7 درجة، كما أنه يتم قبول الأفكار الجديدة المقدمة حول كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بحماس بوزن 82.7 درجة، كما أنه يتم التضايق من الأخبار المقدمة حول القضايا الأمنية المعروضة والتي تصرح بخلوها من معلومات كاذبة ولكنها موجودة بوزن 82.3 درجة.

**التأثيرات السلوكية:** أشارت عينة الدراسة لثقتها في جهود وزارة الداخلية في عرض الحقائق حول القضايا الأمنية بوزن 84.3 درجة، وأن ما يقدم في الأخبار حول القضايا الأمنية يؤثر في اتصالهم مع الآخرين وخصوصا العائلة والأصدقاء فيما يتعلق بالقضايا الأمنية بوزن 84 درجة، كما أن المضامين الإيجابية الواردة في الأخبار تؤثر في تغيير مفاهيمهم نحو مختلف

المواضيع المطروحة حول القضايا الأمنية بوزن 84 درجة، كما تؤدي المضامين الإيجابية الواردة في الأخبار دوراً في تغيير سلوكهم كجزء من المنظومة الأمنية بوزن 84 درجة، كما أن أخبار الجريمة تدفعهم للمشاركة في جهود مكافحتها بوزن 83.7 درجة، وتؤثر القضايا الأمنية المعروضة في حفزهم واستمالتهم لمتابعتها بوزن 83.3 درجة، كما تؤثر السمات والصفات الشخصية لمقدمي الأخبار في نمط تعاملهم مع القضايا الأمنية بوزن 82.7 درجة.

**وعن نتائج التأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها المواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني:**

**التأثيرات المعرفية:** حيث عبرت عينة الدراسة أن ما يقدم بالأخبار حول القضايا الأمنية يحظى بقبولهم بوزن 85.7 درجة، وأن المضامين المقدمة في الأخبار تسهم في تحسين قدراتهم في تحليل كافة المعلومات ذات العلاقة بمستجدات الأحداث الأمنية بوزن 85.7 درجة، كما يؤثر ما يقدم في الأخبار حول القضايا الأمنية في معارفهم من خلال مؤثرات محببة بوزن 85 درجة، وبذات الوزن السابق يعتمد اختيارهم متابعة القضايا الأمنية المعروضة على المعلومات الخاصة بهم، وأيضاً يتوافق المضمون المطروح حول القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار مع مستوى الحدث، كما يؤثر ما يقدم في الأخبار في تشكيل مواقفهم نحو القضايا الأمنية بوزن 84.3 درجة، وأخيراً تستطيع عينة الدراسة تشكيل اتجاههم نحو القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار من خلال خبرتهم مع الجريمة بوزن 84 درجة.

**التأثيرات الوجدانية:** حيث أوضحت عينة الدراسة أن الموضوعات المطروحة حول القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار تسهم في رفع مستوى الوعي والإدراك لديهم بوزن 87 درجة، وأن عينة الدراسة تتضابق من الأخبار المقدمة حول القضايا الأمنية المعروضة والتي تصرح بخلوها من معلومات كاذبة ولكنها موجودة بوزن 86.3 درجة، وتحفزهم المعلومات حول القضايا الأمنية لمتابعتها بوزن 85.3 درجة، وقبول الأفكار الجديدة المقدمة حول كل ما يتعلق بالقضايا الأمنية بحماس بوزن 85 درجة، فمن خلال خبرتهم مع الإعلام تستطيع تشكيل مواقفهم نحو القضايا الأمنية المعروضة في الأخبار بوزن 85 درجة، كما أن المضامين المقدمة في الأخبار تسهم في رسم صورة كاملة للأحداث الأمنية بوزن 84.7 درجة.

**التأثيرات السلوكية:** حيث كشفت عينة الدراسة عن ثقتها في جهود وزارة الداخلية في عرض الحقائق حول القضايا الأمنية بوزن 86.3 درجة، وأن المضامين الإيجابية الواردة في الأخبار تؤثر في تغيير مفاهيمهم نحو مختلف المواضيع المطروحة حول القضايا الأمنية بوزن 85.3 درجة، وتدفعهم أخبار الجريمة للمشاركة في جهود مكافحتها بوزن 85.3 درجة، كما تؤثر القضايا الأمنية المعروضة في حفزهم واستمالتهم لمتابعتها بوزن 84.7 درجة، كما يؤثر ما يقدم في الأخبار حول القضايا الأمنية في اتصالهم مع الآخرين وخصوصاً العائلة والأصدقاء فيما يتعلق بالقضايا الأمنية بوزن 84.3 درجة، كما تؤدي المضامين الإيجابية الواردة في الأخبار دوراً في تغيير سلوكهم كجزء من المنظومة الأمنية بوزن 84.3 درجة، كما تؤثر السمات والصفات الشخصية لمقدمي الأخبار في نمط تعاملهم مع القضايا الأمنية بوزن 84 درجة.

## الجزء الثاني: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة الميدانية:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.

- الفرض الفرعي الأول المتفرع من الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.

جدول رقم (6) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية

كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات		
معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدالة
**0.296	0.000	دال

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.296) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ضعيفة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات كلما ارتفع معه بالتبعية اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.

- الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.

جدول رقم (7) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية

كثافة متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية		
معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدالة
**0.238	0.000	دال

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.238) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية ضعيفة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية كلما ارتفع معه بالتبعية اعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.

وبناءً على النتائج السابقة، يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الأول، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة للفضائيات والمواقع الإلكترونية واعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية.

الفرض الرئيسي الثاني: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لإدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية والفضائيات.

- الفرض الفرعي الأول المتفرع من الفرض الرئيسي الثاني: توجد فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لإدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر الفضائيات.

جدول رقم (8) اختبار فروق معنوية بين عينة الدراسة وفقاً لإدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر الفضائيات

مؤشرات إحصائية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	إدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر الفضائيات	
				المتغيرات الديموغرافية	النوع
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار	T=	240	ذكر
				160	أنثى
0.320 غير دال	398	0.991	0.51746	2.6292	25 سنة فأقل
			0.5557	2.575	26-35 سنة
			0.52941	2.5806	36-45 سنة
			0.49887	2.5769	46-55 سنة
			0.51507	2.6453	56 سنة فأكثر
			0.59057	2.6064	الإجمالي
			0.51042	2.45	20
0.569 غير دال	4 395	F=	0.53306	2.6075	400
			0.45733	2.7059	136
			0.58027	2.587	46
			0.54309	2.5489	133
			0.58769	2.5529	85
0.052 دال	3 396	F=	0.53306	2.6075	400
			0.45733	2.7059	136
			0.58027	2.587	46
			0.54309	2.5489	133
					ثانوية عامة وأقل
					دبلوم كلية مجتمع
					بكالوريوس
					دراسات عليا
					الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية وإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية نتيجة استخدامهم

للفضائيات، فتم استخدام اختبارات لقياس الفروق وفقاً للنوع، وتم استخدام اختبار ف لقياس الفروق وفقاً للمؤهل العلمي والفئات العمرية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- 1 فيما يتعلق بالنوع، بلغت قيمة ت (0.991) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.320)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات.
- 2 فيما يتعلق بالسن، بلغت قيمة ف (0.734) عند درجة حريتي (4) و(395) ومستوى معنوية (0.569) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية للجمهور الأردني فيما يتعلق بإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات.
- 3 فيما يتعلق بالمؤهل العلمي، بلغت قيمة ف (2.426) عند درجة حريتي (3) و(396) ومستوى معنوية (0.05) وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المؤهلات العلمية فيما يتعلق بإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات، وذلك لصالح عينة الدراسة من مؤهل (ثانوية عامة وأقل) بمتوسط حسابي (2.7059) وانحراف معياري (0.45733) تلاه عينة الدراسة من مؤهل (دبلوم كلية مجتمع) بمتوسط حسابي (2.587) وانحراف معياري (0.58027) ثم عينة الدراسة من مؤهل (دراسات عليا) بمتوسط حسابي (2.5529) وانحراف معياري (0.58769) وأخيراً عينة الدراسة من مؤهل (بكالوريوس) بمتوسط حسابي (2.5489) وانحراف معياري (0.54309).
- 4 وفقاً لما سبق، يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الخامس جزئياً، حيث ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي وإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع والفئة العمرية وإدراكهم لخصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات.



- **الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الثاني:** توجد فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لإدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية.

جدول رقم (9) اختبار فروق معنوية بين عينة الدراسة وفقاً لإدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية

مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	إدراك خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية عبر المواقع الإلكترونية	
						المتغيرات الديموغرافية	النوع
0.969 غير دال	398	0.002T=	0.50596	2.6417	240	ذكر	
			0.54191	2.6438	160	انثى	
0.015 دال	4 395	F= 3.146	0.4104	2.7903	62	25 سنة فأقل	العمر
			0.53674	2.5769	52	26-35 سنة	
			0.5294	2.6337	172	36-45 سنة	
			0.51958	2.6596	94	46-55 سنة	
			0.58714	2.35	20	56 سنة فأكثر	
			0.51997	2.6425	400	الإجمالي	
0.092 غير دال	3 396	F= 2.164	0.46996	2.7132	136	ثانوية عامة وأقل	المؤهل العلمي
			0.58648	2.5217	46	دبلوم كلية مجتمع	
			0.49306	2.6541	133	بكالوريوس	
			0.58506	2.5765	85	دراسات عليا	
			0.51997	2.6425	400	الإجمالي	

توضح نتائج الجدول السابق مدى وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموغرافية وإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية، فتم استخدام اختبار لقياس الفروق وفقاً للنوع، وتم استخدام اختبار لقياس الفروق وفقاً للمؤهل العلمي والفئات العمرية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

1 **فيما يتعلق بالنوع،** بلغت قيمة ت (0.002) عند درجة حرية (398) ومستوى معنوية (0.969)، وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية.

2 **فيما يتعلق بالسن،** بلغت قيمة ف (3.146) عند درجة حريتي (4) و (395) ومستوى معنوية (0.015) وهو مستوى معنوية دال، مما يوضح وجود فروق دالة إحصائية بين الفئات العمرية للجمهور الأردني فيما يتعلق بإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للقضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية، وذلك لصالح عينة الدراسة من (25 سنة فأقل) بمتوسط حسابي (2.7903) وانحراف معياري (0.4104) تلاه عينة الدراسة من (46-55 عاماً) بمتوسط حسابي (2.6596) وانحراف معياري (0.51958) تلاه عينة الدراسة من (36-45 عاماً) بمتوسط حسابي (2.6337) وانحراف معياري (0.5294) ثم

عينة الدراسة من (26-35 عامًا) بمتوسط حسابي (2.5769) وانحراف معياري (0.53674) ثم عينة الدراسة من (56 سنة فأكثر) بمتوسط حسابي (2.35) وانحراف معياري (0.51997).

3 فيما يتعلق بالمؤهل العلمي، بلغت قيمة ف (2.164) عند درجة حريتي (3) و(396) ومستوى معنوية (0.092) وهو مستوى معنوية غير دال، مما يوضح مما يوضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المؤهلات العلمية فيما يتعلق بإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية.

4 وبقا لما سبق، يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الثاني جزئيا، حيث ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية وإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع والمؤهل العلمي وإدراكهم لخصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية.

وبناء على النتائج السابقة، تم قبول صحة الفرض الرئيسي الثاني جزئيا، حيث ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي وإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع والفئة العمرية وإدراكهم لخصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للفضائيات، كما ثبت وجود فروق معنوية بين أفراد عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية وإدراكهم خصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية، في حين ثبت عدم وجود فروق معنوية بين خصائص عينة الدراسة وفقاً للنوع والمؤهل العلمي وإدراكهم لخصائص المعالجة الإخبارية للفضايا الأمنية نتيجة استخدامهم للمواقع الإلكترونية.

الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول الفضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

- **الفرض الفرعي الأول المتفرع من الفرض الرئيسي الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات لدى أفراد الجمهور الأردني.

جدول رقم (10) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات لدى أفراد الجمهور الأردني

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية
دال	0.000	**0.578	المعرفية
دال	0.000	**0.570	الوجدانية
دال	0.000	**0.601	السلوكية

يكشف الجدول السابق عن النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.578) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.570) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.601) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور.
- ومما سبق، ثبت صحة الفرض الفرعي الأول، بوجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات لدى أفراد الجمهور الأردني.
- الفرض الفرعي الثاني المتفرع من الفرض الرئيسي الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها المواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

جدول رقم (11) قيمة معامل ارتباط بيرسون بين اعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها المواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية
دال	0.000	**0.567	المعرفية
دال	0.000	**0.524	الوجدانية
دال	0.000	**0.560	السلوكية

يكشف الجدول السابق عن النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة الفضائيات من قبل الجمهور؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.567) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما

ارتفع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق التأثيرات المعرفية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.524) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق التأثيرات الوجدانية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور؛ حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.560) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية متوسطة القوة نوعاً ما، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية وتحقق التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية كلما ارتفع معه بالتبعية تحقق التأثيرات السلوكية نتيجة متابعة المواقع الإلكترونية من قبل الجمهور.

- ومما سبق، ثبت صحة الفرض الفرعي الثاني، بوجود علاقة ارتباطية بين اعتماد الجمهور الأردني على المواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها المواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

- وبشكل عام ثبت صحة الفرض الرئيسي الثالث كلياً، حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اعتماد الجمهور الأردني على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

## خلاصة والتوصيات:

تبين ارتفاع كثافة متابعة القضايا الأمنية على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، وجاء في الصدارة تأكيد عينة الدراسة على متابعة القضايا الأمنية عبر كلا الوسيلتين بشكل مرتفع، حيث جاء بنسبة 47% من العينة تفضل متابعة الأخبار الأمنية في الفضائيات وبنسبة 59% من عينة الدراسة تفضل متابعة الأخبار الأمنية عبر المواقع الإلكترونية، وجاء في الصدارة التقييم المرتفع لتحقيق التأثيرات الاتصالية من متابعة كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية، حيث جاء بنسبة 61.3% من العينة مع وسيلة الفضائيات وبنسبة 66% من العينة مع المواقع الإلكترونية، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور الأردني على الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية ودوافع التعرض للفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى الجمهور الأردني، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور الأردني على كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية في حصولهم على معلومات حول القضايا الأمنية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) التي تحققها الفضائيات والمواقع الإلكترونية لدى أفراد الجمهور الأردني.

وفي ضوء النتائج السابقة توصي الدراسة بضرورة تعزيز الأنشطة والبرامج التدريبية الأكاديمية الجامعية بهدف العمل على تعزيز الوعي بمفهوم الإعلام النوعي وهنا مجال الدراسة الإعلام الأمني وتطبيقاته، وكيفية إطلاق برامج توعية أمنية وثقافة أمنية في كلا من القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، وأن تقوم الجهات الأردنية بالتعاون مع المؤسسات المتخصصة في المجال الأمني بهدف رفع وعي القائمين بالاتصال بكيفية التفاعل مع القضايا الأمنية وتحدياتها وأن يكون لديهم وعي بالمخاطر التي يمكن أن تترتب على طبيعة المعلومات التي يتم نشرها للجمهور، وكذلك إعداد دراسات تحليلية للمضمون الذي يناقش القضايا الأمنية حيث يقل عدد الدراسات العربية التي أسهمت في ذلك، وإعداد دراسات بحثية عن إدراك الجمهور الأردني للقضايا الأمنية ومجالات استفادته من التغطيات الأمنية المتنوعة في حياته الخاصة والعملية وذلك على مستوى الفئات العمرية المختلفة وعلى الجمهور العام والنخب والأكاديميين والخبراء الأمنيين، حيث يفضل أن يتم إعداد دراسات ميدانية وميدانية تتبعية على الفئات العمرية المختلفة للجمهور الأردني إلى جانب إعداد دراسات تجريبية على المحتوى الإعلامي الأمني على كافة الفئات العمرية والنوعية بهدف التعرف على تأثيرات الإعلام التقليدي والجديد بتقنياته الرقمية الحديثة عليهم.

مراجع الدراسة :

- (1) سامح محمد عبد البديع (2019). "معالجة الفضائيات المصرية لفضايا الأمن القومي ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها: دراسة تطبيقية". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (1) حسين على محمد أبو عمر (2015). "دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية في تشكيل معارف الشباب الجامعي المصري واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة في مصر خلال الفترة 30 يونية 2011 إلى 30 يونية 2013". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2015.
- (2) إحسان رمضان عباس (2009). "دور الفضائيات العراقية في ترتيب اولويات القضايا الداخلية لدى الجمهور العراقي". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات الاعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
- (4) محمد وهيب ياسين (2018). "دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية في نشر ثقافة السلام المجتمعي لدى الشباب". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- (5) Erefa Abeer (2009). "Arabic Satellite Channels in the uses & gratification". **Paper Presented at the annual meeting of the international communication Association, Sherton, New york city.**
- (2) الحمزة حسن محمد (2021). "صفحات التواصل الاجتماعي للقنوات الفضائية ودورها في تنمية وعي الجماهير المتابعين للأحداث العربية الجارية: دراسة ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (3) يادكار علي محمد (2020). "أثر المواقع الإلكترونية للفضائيات الكردية على ترتيب القضايا عند النخبة الاعلامية الكردية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (1) أسام الدين أنور محمد (2021). "معالجة مواقع القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية للقضايا السياسية العربية وعلاقتها بإدراك المراهقين لها". رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الطفولة، جامعة عين شمس.
- (1) Ellison, Nicoleb, vitak, Jessica, Gray, Rebecca, lampe, cliff (2014), "cultivating social resources on website Network sites facebook Relationship maintenance Behaviors and their role in social capital processes". **Journal of computer-Mediated communication.**
- (10) إسرائ محمد إبراهيم قميحة (2018). "تأثير تعرض الشباب الجامعي للأخبار السلبية على المواقع الإلكترونية واتجاهاتهم نحو العنف: دراسة تحليلية وميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (11) ايمان السيد جمعة رمضان (2016). "دور المواقع الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى شباب المصريين". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، مصر.
- (4) سعدية فوزي محمود (2016). "دور المواقع الإخبارية في التنقيف السياسي وعلاقته بإدراك الشباب المصري في الداخل والخارج للتحويلات السياسية في مصر". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.
- (1) حاتم سليم العلاونة (2019). " دور المواقع الإلكترونية في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن.
- (14)Yacon Yuan (2011). "a survey study on uses and gratification of social networking sites in china ،unpublishedm.a". the faculty of the Scripps college of communication of Ohio university June 2011. available at <http, //etd.ohiolink.edu/send-pdf.cgi/yacong.pdf?ohiou307127077

- (15) quan – haase (2010). "A young 'uses and gratifications of social media 'A comparison of Facebook and instant messaging". **Bulletin of science technology society**, volume 30 issue 5 ,pp. 350-361.
- (16) Aren Karbnsky (2013). "The Impact of Social Networks On Interpersonal Communication for Students University College Girls Irbid, Face book model". **Cross-Cultural Communication** , Vol. 9, No. 5, pp. 17-22.
- (17) عبد الحميد، محمد (1993). **دراسة الجمهور في وسائل الإعلام**. ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- (18) عبدالنبي، مصطفى (2019). **الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة**، عدد33، 42-72.
- (19) Klapper, J. T., (2001) " **The Effects of mass communication** ", 2ed Glencoe : Free Press. P: 20-32.
- (20) Stephen W- LittleJohn. (2002). **Theories of Human communication**. 7th ed. (London, Wadsworth Thomson Learnin) p.323.
- (4) عاطف عدلي العبد عبيد، **نظريات الإعلام والرأي العام: الأسس العلمية والتطبيقات العربية**، القاهرة: دار الفكر العربي، (2002)، ص 202.
- (22) Ali Dhumayan Alanazi, (2014). **The Use Of The Smartphones as a Resource For News Among Saudi Arabian Students In The United States**, **PHD**, Indiana University of Pennsylvania, 2014, p 18.
- (23) David L. Swanson (1987). **Gratification Seeking, Media Exposure, & Audience Interpretation; Some Direction for Research**. **Journal Of broadcasting**. Vol.31, No.3, P.242
- (2) حسن عماد مكاوي. **نظريات الإعلام**. "القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، (2009). ص ص163-164
- (25) Kevin Williams. (2003). **Understanding Media Theory**. (London: Arnold publisher), p.177.
- (2) صالح خليل، **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط1(عمان: دار آرام للنشر والتوزيع، (1995)، ص 77.
- (27) Kristine Johnson, (2007), **Imagine This: Radio Revisited Through Podcasting**, **Master degree**, University of Texas. P.15.
- (4) علاء محمد عبد العاطي. **التفاعلية بين أطراف العملية الاتصالية عبر المنتديات الإلكترونية في مملكة البحرين: دراسة تحليلية مقارنة للمنتديات الليبرالية والمستقلة والدينية**. في: **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون**. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. العدد الثاني. إبريل- يونيو. 2015. ص 181.
- (5) حسني محمد نصر، **الإنترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية**، (الإمارات: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، (2003)، ص 13.
- (30) Xueming Luo,(2002). **Uses and Gratification Theory and E-Consumer Behaviors: A Structural Equation Modeling Study**, **Journal of Interactive Advertising**, Vol 2, No 2, P 35
- (31) المزاهرة، منال (2012). **نظريات الاتصال**. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- (32) عبد الحميد، محمد (1997). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**. ط1، القاهرة: عالم الكتب.
- (33) طابع، سامي (2006). **بحوث الإعلام**. ط1، القاهرة: دار النهضة العربية.



- (34) Leila Karimi, Rouhollah Khodabandelou, Maryam Ehsani, Muhammad Ahmad, (2014). Applying The Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and South Africa, **Contemporary Educational Technology**, Vol 5, No (1), p 55.
- 29( محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، (القاهرة: عالم الكتب، 2010)، ص 288 .
- (36) مي مصطفى عبد الرازق. التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** قسم الإذاعة والتلفزيون. كلية الإعلام. المجلد الخامس عشر. العدد الرابع. أكتوبر /ديسمبر 2016. ص 287 .
- (37) محمد منير حجاب (2003). "أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية"، ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 78.
- (38) محمد عبد الحميد (2010). "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط4، عالم الكتب، القاهرة، ص 158.
- (39) المرجع السابق، ص 353.
- (40) عاطف عدلي العبد. **تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).