جـــامـعـــة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

# دور النخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الملكية من وجهة نظر عينة من قادة الرأي

# The Role of Jordanian Elites in Disseminating Royal Messages from the Viewpoint of a Sample of Opinion Leaders

**إعداد**

**عُـلا حسن الشربجي**

**إشراف**

**د. كامل خورشيد مراد**

**قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام**

**قسم الصحافة والإعلام**

**كلية الإعلام**

**جامعة الشرق الأوسط**

**كانون الثاني، 2021**

# تفويض

أنا **عُلا حسن الشربجي**، أفوّض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: عُلا حسن الشربجي.

التاريخ: 23 / 01 / 2021.

التوقيع:

# قرار لجنة المناقشـــة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ : **دور النخب الأردنية في نشـــر الرســـائل الملكية من وجهة نظر عينة من قادة الرأي.**

للباحثة: عُلا حسن الشربجي.

وأجيزت بتاريخ: 23 / 01 / 2021.

**أعضاء لجنة المناقشة:**

| الاسم | الصفة | جهة العمل | التوقيع |
|---|---|---|---|
| د. هاني أحمد البدري | عُضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا | جامعة الشرق الأوسط | |
| د. كامل خورشيد مراد | مُشرفًـــا | جامعة الشرق الأوسط | |
| د. أحمد علي عريقات | عُضوًا من داخل الجامعة | جامعة الشرق الأوسط | |
| د. أشرف محمد المناصير | مراقب الجلسة | جامعة الشرق الأوسط | |
| أ. د. سعد سلمان المشهداني | عضوًا من خارج الجامعة | جامعة تكريت | |

## شكر وتقدير

الشكر لله صاحب الفضل والمنة
على نعمائه وكرمه وجوده... وتوفيقه لي في إكمال هذا العمل
ثم الشكر لإدارة جامعة الشرق الأوسط وجميع كواردها على ما بذلوا في سبيل خدمة العلم ومساعدة طلبة العلم في تحقيق طموحاتهم وأهدافهم..
والشكر موصول إلى مشرفي القدير الدكتور كامل خورشيد مراد .. الذي كان بمنزلة الوالد الحريص، والمعلم الرحيم، والناصح الكريم.. لتكرمه بالإشراف على رسالتي .. ولجهده في تقويم العمل، وتحسينه وتجويده..
والشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تكرمهم بمناقشة رسالتي وتوجيهاتهم من أجل تقويمها وتحسينها.. فلم مني جزيل الشكر.
وإلى أهلي وجميع زملائي وزميلاتي .. ومن صحبوني في رحلة العمل والدراسة.. شكراً لتشجيعكم ..

الباحثة

## الإهــداء

إلى أرواحهم الطاهرة ... **أمي وأبي**.

وإلى وطني حيث أنا والأمان والمحبة ... **الأردن الغالي**.

... وإلى من منحني سنداً وقـوّة وأنا أشق طريقي في الصعود.

إلى من وثق بي وأثرى هذه الرسالة بعلمه وتوجيهاته ... إلى **الدكتور كامل خورشيد مراد**

إلى سندي **ابني سند** وإلى شمس عمري **ابنتي سيلينا** ...

**الباحثة**

# فهرس المحتويات

العنوان.....أ
تفويض .....ب
قرار لجنة المناقشــة .....ج
شكر وتقدير ..... د
الإهـداء ..... هـ
فهرس المحتويات.....و
قائمة الجداول .....ح
قائمة الملحقات..... ي
الملخص باللغة العربية .....ك
الملخص باللغة الإنجليزية .....ل

**الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها**

أولا: المقدمة .....2
ثانيا: مشكلة الدراسة.....4
ثالثا: أهداف الدراسة وفرضياتها.....4
رابعا: تساؤلات الدراسة .....5
خامسا: فرضية الدراسة.....6
سادسا: أهمية الدراسة .....6
سابعا: محددات الدراسة .....7
ثامنا: مصطلحات الدراسة .....7
تاسعا: حدود الدراسة .....9

**الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة**

أولا: الأدب النظري..... 11
ثانيا: الدراسات السابقة..... 35
التعقيب على الدراسات السابقة..... 43

**الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات**

منهج البحث ..... 47
مجتمع الدراسة ..... 47

عينة الدراسة ..... 48
أدوات الدراسة ..... 51
صدق الأداة وثباتها ..... 52
متغيرات الدراسة ..... 53
إجراءات البحث الإحصائية ..... 54

**الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها**

نتائج سؤال الدراسة الأول ..... 56
نتائج سؤال الدراسة الثاني ..... 59
نتائج سؤال الدراسة الثالث ..... 61
نتائج سؤال الدراسة الرابع ..... 64
نتائج فرضية الدراسة ..... 66

**الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات**

مناقشة نتائج سؤال الدراسة الأول ..... 79
مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني ..... 81
مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث ..... 82
مناقشة نتائج سؤال الدراسة الرابع ..... 84
مناقشة نتائج فرضية الدراسة ..... 86
الاستنتاجات ..... 87
التوصيات المقدمة إلى دائرة الإعلام والعلاقات العامة في الديوان الملكي ..... 89
التوصيات المقدمة إلى النخب الأردنية ..... 89

**المصادر والمراجع**

أولاً: المراجع العربية ..... 90
ثانياً: المراجع الأجنبية ..... 94
ثالثا: المقابلات العلمية ..... 94
الملحقات ..... 95

# قائمة الجداول


| رقم الفصل - رقم الجدول | محتوى الجدول | الصفحة |
|---|---|---|
| 3 - 1 | خصائص العينة المبحوثة. | 48 |
| 3 - 2 | معامل ثبات كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha لمحاور الأداة | 53 |
| 4 - 3 | المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً. | 56 |
| 4 - 4 | المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية مرتبة ترتيباً تنازلياً. | 59 |
| 4 - 5 | المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً. | 62 |
| 4 - 6 | المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً. | 64 |
| 4 - 7 | اختبار Independent Samples T-Test لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير الجنس. | 67 |
| 4 - 8 | اختبار Independent Samples T-Test لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير عائدية المؤسسة. | 68 |
| 4 - 9 | نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر. | 69 |
| 4 - 10 | اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير العمر. | 70 |
| 4 - 11 | نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي. | 71 |

| رقم الفصل – رقم الجدول | محتوى الجدول | الصفحة |
|---|---|---|
| 4 – 12 | نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات العمل. | 72 |
| 4 – 13 | نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العنوان الوظيفي. | 73 |
| 4 – 14 | نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير مكان العمل. | 74 |
| 4 – 15 | اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير مكان العمل. | 75 |
| 4 – 16 | يبين معامل الارتباط Pearson بين محاور الدراسة. | 76 |

# قائمة الملحقات


| الرقم | المحتوى | الصفحة |
|---|---|---|
| 1 | استبانة الدراسة | 96 |
| 2 | قائمة المحكمين | 102 |
| 3 | قائمة المقابلات العلمية المعمقة | 103 |

# دور النخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الملكية من وجهة نظر عينة من قادة الرأي

**إعداد: علا الشربجي**

**إشراف: الدكتور كامل خورشيد مراد**

## الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور النخب الأردنية في الأردن في نشرالرسائل الملكية بين مؤسسة العرش والجمهور من خلال اللقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام استبانة تكونت من (83) فقرة، وبلغت عينة الدراسة (76) عينة متاحة من قادة الرأي.

توصلت الدراسة إلى أن من أبرز الرسائل الاتصالية هي "تظافر الجهود لتجاوز الظروف"، وأظهرت الدراسة أن أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي ضعف مهارة النخب في إيصال الرسالة الملكية للرأي العام، وضعف ثقة الجمهور في النخب الأردنية، وكان من أبرز المعالجات لحل الإشكالات هي توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها، وأن يصيغ الديوان الملكي مضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية. ومن أهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة، هي إصدار دائرة الإعلام والعلاقات العامة في الديوان الملكي نشرة شهرية أو دورية تتضمن أبرز الرسائل الاتصالية التي تم التركيز على إيصالها إلى المجتمع الأردني، وتكليف مختصين وخبراء لمناقشة مستجدات اللقاءات الملكية والخطابات الرسمية والوقوف على مضامينها ودلالاتها لنقلها للعالم والجمهور المحلي بموضوعية.

**الكلمات مفتاحية: الدور، النخب الأردينة، قادة الرأي، الرسائل الاتصالية، اللقاءات الملكية، الأردن.**

# The Role of Jordanian Elites in Disseminating Royal Messages from the Viewpoint of a Sample of Opinion Leaders

**Prepared by: Ola Al Sharbaji**

**Supervised by: D. Kamel Khursheed Murad**

## Abstract

The study aimed to identify the role of opinion leaders in transmitting royal communication messages from the Throne Foundation to the public. The study adopted the descriptive-survey approach, using a questionnaire consisting of (83) items, and the sample of the study reached (76) as an available sample from opinion leaders.

The study concluded that the most prominent communication messages was "a concerted effort to overcome circumstances." But the dilemma in understanding the contents of the messages were the weakness of opinion leaders in conveying them to the public opinion, and absent of public's confidence in opinion leaders, and one of the treatments to solve problems was instructing opinion leaders not to interpret royal messages out of context, and for the Royal Court to formulate the content of the meeting in the form of a statement or a publication and broadcast it through the official media. Among the most important recommendations are; the Department of Media and Public Relations in the Royal Court might issue a periodical newsletter to clarify most important points of communication messages, and assigning specialists and experts to discuss the developments of royal meetings and official speeches and stand on their contents and implications for transmission to the world and the public objectively local.

**Keywords: The Role, Jordanian Elites, Opinion leaders, Communication messages, Royal Meetings, Jordan.**

# الفصل الأول

# خلفية الدراسة وأهميتها

# الفصل الأول
# خلفية الدراسة وأهميتها

## أولا: المقدمة

نقلت ثورة تكنولوجيا المعلومات، الإعلام إلى مرحلة جديدة ومتقدمة، تقوم على الانفتاح، وعرض وجهات النظر، والرؤى المختلفة، وفسح المجال أمام أفراد الجمهور بأطيافه وتوجهاته وانتماءاته السياسية والعقائدية، لطرح آرائهم وتصوراتهم في العديد من القضايا والموضوعات التي تمس حياتهم الخاصة والعامة.

وفتحت هذه الفضاءات آفاقاً واسعة لتكوين رأي عام حول القضايا والموضوعات المختلفة المطروحة لدى الأفراد، من خلال وسائل الاتصال المتعددة والمتنوعة التي اتسمت بسهولة الوصول إليها، ونشر الأفكار والرؤى والقضايا وتعميمها من خلالها، حيث وفرت وسائل العملية الاتصالية مجالاً واسعاً أمام الأفراد للاطلاع والإلمام بحيثيات القضايا المثارة، بل منحتهم الفرصة الكاملة لطرح أي قضية أو فكرة يرغب في تشكيل رأي عام تجاهها أو العمل على إحباط وأفشال أي من وجهات نظر الآخرين التي لا تروق لأفكارهم وقناعاتهم" فأصبح بإمكان أي فرد في المجتمع ممارسة حقه الكامل من المشاركة في كافة القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية " (أبو زيد، 2012، ص2).

ولقد أصبح للرأي العام أهمية بالغة في الوقت الحاضر وتحول إلى ركن أساسي من أركان المجتمعات، فإذا كانت وظيفة الدولة هي إدارة المجتمع وتنظيم شئونه، فإن الوقوف على آراء المواطنين وميولهم هي أحد أبرز الوسائل التي تمكنها من هذه الوظيفة، لذلك أصبح جل الدول

وأنظمتها السياسية تولي للرأي العام أهمية خاصة وذلك عبر إقامة متخصصة وفاعلة لدراسة الرأي العام بهدف إدارته والتفاعل معه لأن هذا يضمن لها الحفاظ على استقرارها السياسي والاجتماعي.

ومن هذا المنطلق يؤدي الرأي العام دوراً كبيراً في عملية صنع القرارات داخل الدولة، إلا أن هذا الدور يبقى رهيناً بمدى تمتع المجتمعات بالحريات العامة، وكذلك بطبيعة النظام السياسي والفلسفة التي تحكم هذا النظام، فالحريات العامة هي التي تصون وتكفل الرأي العام، والنظام السياسي هو الذي يحدد مدى تفاعله مع آراء المواطنين وتوجهاتهم (العبد والعبد، 2007).

تعد الرسالة الإعلامية ركناً رئيساً في العملية الاتصالية، وأداة وصل مهمة في العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها المتنوع؛ باعتبارها تربط الحقائق بواقع الفرد ومصالحه المباشرة، وتعبر عن الأهداف التي تريد وسائل الإعلام تحقيقها بطريقة واضحة وسهلة، وتصل إلى الجمهور المستهدف بسهولة ويسر، وتؤثر بالصورة المنشودة، وثمة عنصران رئيسيان تعتمد عليهما وسائل الإعلام في برامجها، وتركز عليهما تركيزاً كبيراً في أنشطتها المختلفة، باعتبارهما العنصرين المؤثرين في نجاح أي رسالة أو فشلها، وهما القائم بالاتصال (النخب الأردنية) والرسالة الإعلامية.

وتسعى الرسالة الاتصالية إلى تحقيق أكبر أثر لهما في الجمهور المستهدف، والوصول إلى أكبر رقعة جغرافية ممكنة في المنطقة التي تنشط فيها، وإحداث التغيير والتوجيه والتثقيف المنشود لدى الموجودين فيها، والإفادة من العلوم الإنسانية الأخرى لمعرفة السبل المثلى للوصول إلى الأهداف المنشودة منها، أما قادة الرأي العام فيؤدي دوراً مهما في إيصال الرسالة، وإقناع الجمهور، والتواصل مع الفئات المستهدفة، وكتابة وتحرير المواد الخبرية، والمساهمة في تخطيط وتصميم وتنفيذ الرسائل الإعلامية وعناصرها ومراحلها المختلفة، ويجري قادة الرأي العام على وسائل الإعلام العامة دراسات دقيقة ومعمقة لمعرفة المضمون المتميز للرسائل الإعلامية، وما

يجب أن تحتوي عليه من بيانات وأشكال ومعلومات ورموز ورسوم، وما يجب أن تستخدمه من أساليب إعلامية مهنية، وخصائص تكنولوجية فنية في سبيل ذلك، إضافة إلى إيلاء شكل هذه الرسائل عناية خاصة واهتماماً بالغاً، ليتواكب المضمون المتميز مع الشكل الملائم، ومن ثم تحظى الرسائل بالمتابعة والاهتمام، وتحقيق الأهداف المنشودة منها (بوشنافة، 2016، ص 46).

## ثانيا: مشكلة الدراسة

تمثل اللقاءات التي تحصل بدعوة من الديوان الملكي الأردني لعدد من النخب المثقفة سياقاً متبعاً في الدولة الأردنية الحديثة كونها ممارسة ديموقراطية ومؤشراً على مستوى الشفافية والحوار المتبادل بين السلطة والشعب. تتمثل مشكلة الدراسة في طرح السؤال الرئيس التالي للدراسة: ما دور النخب الأردنية في نقل الرسائل الملكية الموجهة إلى الجمهور من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن.

## ثالثا: أهداف الدراسة وفرضياتها

تسعى الدراسة إلى التعرف إلى دور النخب الأردنية في نقل الرسائل الملكية بين مؤسسة العرش والجمهور من خلال اللقاءات الملكية مع النخب الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي، وتتمثل الأهداف الفرعية بالتالي:

1. معرفة مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية إلى الرأي العام.
2. أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية وتم التعامل معها في الرأي العام.

3. الوقوف على الإشكالات التي حصلت في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من قبل الرأي العام.
4. تحديد المعالجات التي اتخذت لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من قبل الرأي العام.

**رابعا: تساؤلات الدراسة**

**التساؤل الرئيس:** ما دور النخب الأردنية في نقل الرسائل الملكية الموجهة إلى الجمهور من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن؟

ومنه تتفرع التساؤلات الآتية:

1. ما مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية إلى الرأي العام؟، من وجهة نظر قادة الرأي.
2. ما أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية وتم التعامل معها في الرأي العام؟،من وجهة نظر قادة الرأي.
3. ما الإشكالات التي حصلت في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من قبل النخب الأردنية ؟، من وجهة نظر قادة الرأي.
4. ما المعالجات التي اتخذت لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من قبل النخب الأردنية؟، من وجهة نظر قادة الرأي.

## خامسا: فرضية الدراسة

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر قادة الرأي في دور النخب الأردنية في نشر الرسائل الملكية، تعزى إلى متغيرات الدراسة "العمر، والجنس، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات العمل، والمنصب الوظيفي، وطبيعة المؤسسة، ونوع المؤسسة".

## سادسا: أهمية الدراسة

إن أهمية أي دراسة تتجلى فيما يلي:

### الأهمية العلمية

1. تتمثل بمساهمة الدراسة في إبراز المشكلة المطروحة بعد تحديد كل متغيراتها تحديداً دقيقاً والتي تشكل الوحدة البحثية لتسهيل معرفة القيمة العلمية والتطبيقية للدراسة ككل.
2. تعد الرسائل الاتصالية من أكثر الرسائل استخداماً من قبل الأنسان في الوقت الحاضر نتيجة سهولة استخدامها وقدرة مستخدميها من الوصول إلى ما يريدون من أخبار ومعلومات خلال وقت قصير لذلك هذه الرسائل لديها قدرة على التأثير على الرأي العام من مختلف الجوانب.
3. تمثل إضافة بحثية للمكتبة العلمية في مجال تأثيرات الرسائل الاتصالية في الرأي العام، يمكن أن تكون مرجعا للباحثين في مجال البحث العلمي.
4. تقدم شرحاً وافياً للرسائل الاتصالية ومضامينها والتعرف إلى مفهومها وخصائصها وكيف كان للنخب الأردنية دور في تحريك آراء المجمع الأردني وتفاعلهم مع هذه الرسائل.

**الأهمية العملية**

1. تكمن أهمية الدراسة العملية في كونها تقدم تشخصياً واقعياً للمعنيين بالرسائل الاتصالية، ووصف مدى مناسبة الوسيط المعتمد في استعراض مضامين تلك الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وانعكاساتها على الرأي العام.
2. تحث الدراسة على وضع آليات عملية لتجنب الإشكالات الواقعية والمحتملة لتأويلات النخبة للرسائل الاتصالية للقاءات الملكية.
3. تزويد النخب بدراسة استرشادية للوقوف على مواطن الخلل في تفسير الرسائل الاتصالية، وتقديم المقترحات في سبيل تجاوزها.
4. يمكن أن تكون هذه الدراسة محفزاً لدراسات أخرى عن بناء الرسالة الاتصالية، وإنشاء المؤسسات الجماهيرية التي تعنى بالتواصل مع الجمهور.

## سابعا: محددات الدراسة

تتحدد نتائج الدراسة في متغيريها قادة الرأي العام ودورها في نقل الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، وبالنظر لتجانس العينة واجراءات الدراسة فانه لا يوجد ما يمنع من تعميم نتائج الدراسة.

## ثامنا: مصطلحات الدراسة

- **الدور نظريا:** عرفه البياضي (2013، ص 21) هو عبارة عن معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة.
- **والدور أجرائيا هو:** الإجراء أو الوظيفة التي تقوم بها النخب الأردنية، والتي تسعى من خلالها التأثير في اتجاهات الجمهور المتلقي.

- **النخبة** عرفها بيومي (2004، ص 13-14) هي جماعة أو جماعات من الأفراد الذين لهم خصائص مميزة تجعلهم يقومون بأدوار أكثر تميزة في حياة مجتمعاتهم ومؤثر هذا التميز في الأدوار يجعل لهم تأثير بالغ، على مجريات الأمور وتوجيهها كما ينعكس تأثيرهم على عمليات صنع القرار المهمة في مختلف مجالات الحياة.
- **ويعرفوا اجرائيا هنا بأنهم:** هم من يقع عليهم الاختيار في اللقاءات الملكية.
- **قادة الرأي العام:** عرف التهامي، والعبد (2005، ص15) بأنه: " الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً.
- **ويعرفوا اجرائيا هنا بأنهم:** الذين لهم إسهامات واضحة في مجال الإعلام، السياسة، الاجتماع، والاقتصاد.
- **الرسائل الاتصالية:** عرفها الشريف (2018، ص6) الرسالة الاتصالية على أنها: "مفردها رسالة وهي عبارة عن معلومات أو آراء أو أفكار أو مشاعر أو اتجاهات يرغب القائم بالاتصال أو مرسل الرسالة في نقلها إلى الآخرين سواء كان ذلك من خلال استخدام اللغة اللفظية أو غير اللفظية بهدف تحقيق أهدافه الاتصالية وهي تشكل مضمون ومحتوى العملية الاتصالية ".
- **وتعرف إجرائيا:** على أنها: مجموعة الأحاديث والاشارات والمعلومات والدلائل التي يرسلها الملك إلى النخب الأردنية تحمل مضامين وأهداف لتقوم النخب الأردنية بترجمتها إلى رسائل تصل إلى الجمهور بشكل انسيابي بسيط حققه هدف مضمون الرسالة.

**تاسعا: حدود الدراسة**

- **الحدود الموضوعية:** الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية.
- **الحدود الزمانية:** تمت الدراسة الميدانية خلال المدة من شهر آب (اغسطس) حتى شهر تشرين الثاني (نوفمبر) 2020.
- **الحدود المكانية:** المملكة الأردنية الهاشمية.
- **الحدود البشرية:** تمت الدراسة المسحية على عينة من قادة الرأي في الأردن لمعرفة دور النخب الأردنية في نشر الرسائل الملكية إلى الرأي العام.

# الفصل الثاني

# الأدب النظري والدراسات السابقة

# الفصل الثاني
# الأدب النظري والدراسات السابقة

تناول هذا الفصل الإطار النظري والدراسات السابقة، وتم التطرق إلى أبرز الأدبيات المتعلقة بموضوع دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وانعكاساتها على الرأي العام–دراسة مسحية.

## أولا: الأدب النظري

لقد أتت نظريات الإعلام كخلاصة لجهود الباحثين في هذه المجالات، وقد ركز هؤلاء الباحثين في دراساتهم على الاتصال الشخصي – الإنساني وقياس أثره الذي يعتبر أمراً صعباً إلا إذا كان الاتصال مباشراً عندها يكون الأمر أسهل وأكثر قدرة على قياسه من خلال معرفة رد فعل الجمهور الأمر الذي يحدث أثراً يؤدي إلى مجموعة من التغييرات التي لها تأثر على المستقبل فإما يتم تبني اتجاه وتعزيزه أو الغاءه تماماً أو تعديله.

والأمر كله يعتمد على التفاعل واختيار الوسيلة المناسبة والجمهور المناسب لها بحسب الاتجاهات والرسائل ومحتواها ولا بد من القول أن التأثير الذي يحدث هو متبادل ومشترك فالجمهور يؤثر في الوسيلة تماماً كما الوسيلة الإعلامية تؤثر على الجمهور حتى وأن كان أحيانا هذا التغيير والتأثير غير سريع أو غير مباشر، إذا إن أمر تعدد المجتمعات والفروقات في تكوينها وطبيعتها تبعاً لمؤثرات اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية الأمر الذي أدى لاختلاف المدارس والمذاهب والنظريات (طماش، 2015، ص16 – 17).

**نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين**

في أثناء وبعد حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام (1940) التي فاز فيها الرئيس روزفلت بالرغم من موقف الصحافة المعارض له لاحظ الباحثون سلوك الناخبين كيف كان من خلال دراسات علمية أجريت لدراسة سلوك الناخبين في مقاطعة إري (eri) في نيويورك، وأظهرت بأن القليل منهم قد تأثر بوسائل الاتصال الجماهيري، وكشفت الدراسة بأنه ليس هناك أدلة كافية على أن الناس غيروا اتجاهاتهم تأثيراً بالرسائل الإعلامية، وكان هناك نتائج هذه أن المعلومات تنتقل إلى الجمهور عبر مرحلتين وهما: من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي الذين يتعرضون غالباً للرسائل الإعلامية إلى الجمهور ثم من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية، وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي.

لقد كان الاعتقاد لوقت قريب بأن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية تتعامل مع أفراد منعزلين عن بعضهم البعض، متصلين بوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية مباشرة. ولم ينتبه الباحثون في الاتصال الجماهيري إلى تأثير العلاقات الإنسانية بين أفراد المجتمع على النتائج التي يحققها مضمون المادة الإعلامية التي تحملها إليهم وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية. لكن الأبحاث العلمية التي أجريت خلال العقود الماضية وما رافقها من تطول هائل في وسائل وتقنيات الاتصال أثبتت أن العلاقات المباشرة القائمة بين الأفراد المتصلين في الأسرة أو العمل أو الشريحة الاجتماعية قد تساعد أو تعرقل الوصول لأهداف عملية الاتصال، وهو ما عرف بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين (مراد، 2014).

وقد توصل مؤلفو كتاب ("اختيار الشعب" The people's choic) (صلوي، والمحيا، 2011، ص122)، إلى نتيجة مفادها أن (سريان مفعول مضمون المادة الإعلامية التي تحملها

وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية قد لا يكون مباشراً كما كان مفترضاً من قبل، بل يصل أولاً إلى قادة الرأي في الشريحة الاجتماعية المعينة، ومن ثم ينتقل عن طريقهم إلى الآخرين) (المزاهرة، 2012، ص82). وأطلقوا على هذه العملية أسم (" انتقال المعلومات على مرحلتين ") وذلك أثناء تحليلهم لعملية اتخاذ القرار أثناء الحملات الانتخابية في المجتمع الديمقراطي، وتوصلوا إلى أن الأفراد مازالوا متأثرين بالجدال والأخذ والرد مع الآخرين، أكثر تأثرهم بوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية. مما سمح لهم بتكوين فكرة تقضي بأن الأفراد يشكلون شبكات متصلة فيما بينهم، ينتقل من خلالها مضمون المادة الإعلامية التي تحملها وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية.

وقد أجريت العديد من الدراسات حول التأثير الانتخابي كان بدايتها دراسة " لازرسفيلد وبيرلسون وجوديث" المنشورة عام 1944 بعنوان " اختيار الشعب". وكان الهدف من الدراسة التعرف على الطرق التي تؤثر في تكوين الرأي العام وتغيره والتعرف على دور وسائل الاتصال الجماهير في هذا المجال وقد أجريت الدراسة في منطقة (أيري كاونتي) بولاية "أوهايو"، وكان موضوع الدراسة هو تحليل خطب الحملة الرئيسة، وغيرها من الرسائل السياسية التي قدمتها الصحف والمجلات، حيث قام الباحثون بمتابعة آراء عينة من السكان على فترات قبيل وأثناء الحملة الانتخابية وقد خرج الباحثون بالنتائج التالية (مكاوي، والسيد، 2006، ص204):

1. إن عملية تكوين الرأي الانتخابي ليست عملية فردية، ولكنها عملية جماعية، وتفسير ذلك أن الناس يعيشون أوضاعاً اجتماعية متقاربة، تجمعهم عادة مصالح ومشاعر واحتياجات مشتركة، وينعكس ذلك على اتجاهاتهم وآرائهم، ومنها آرائهم السياسية فيما يتعلق بالشخص أو الحزب الذي يؤيدونه في الانتخابات.

2. لاحظ الباحثون إن أفراد العينة كانوا يشاركون الجماعات التي ينتمون إليها في المناقشات والحوار، وأن الاتصال الشخصي كان العامل المؤثر في تكوين رأي الناخبين وليس وسائل الإعلام كما كان معتقداً.
3. كشف الدراسة عن وجود أفراد داخل كل جماعة يتميزون عن سواهم يكونها أكثر اتصالاً بوسائل الاتصال الجماهيرية من صحف ومجلات وإذاعة وأنهم أحرص من غيرهم على متابعتها ونقل مضمونها إلى باقي أفراد الجماعة التي ينتمون إليها, وأطلق على هؤلاء الأفراد "قادة الرأي".
4. تبين من الدراسة أن غالبية أفراد العينة لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام مباشرة، وانما يحصلون عليها من خلال اتصالهم المباشر بقادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها. وكانت النتيجة النهائية التي خلص إليها الباحثون هي أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهما في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام، وان قادة الرأي يمثلون عنصراً مهما في عملية الاتصال الشخصي، ويلعبون دور الوسيط. وأطلقوا على عملية سريان المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجماهير عبر قادة الرأي اسم (تدفق الاتصال على مرحلتين).

وفي عام 1955 قدما عالما العلوم السياسية الياهو كاتز و بول لازار سفيلد مفهوما عن تدفق الاتصال على مرحلتين في كتابهما "التأثير الشخصي"، وقد بنيا النموذج على بحث سابق وجدا فيه أن المعلومات المقدمة من الوسائل الجماهيرية لا تصل كما ينبغي، ولا يكون لها أثر على المستقبلين كما تزعم وجهات النظر السابقة عن الاتصال.

فقد قام الباحثان في كتابهما "التأثير الشخصي" بدراسة شملت 800 امرأة من سكان مدينة "ديكيتور" بولاية "باينوى" الأمريكية، واستهدفت الدراسة التعرف على التأثير النسبي لكل من الاتصال الشخصي، والاتصال عبر وسائل الإعلام على القرارات التي يتخذها أفراد العينة في موضوعات خاصة شملت: التسويق، والأزياء والشؤون العامة، واختيار الأفلام السينمائية، وشملت الدراسة كذلك بحث الفروق الجوهرية التي يتميز بها الرأي في المجالات الأربعة موضوع البحث من غيرهم. وأشارت النتائج إلى تدعيم الدراسات السابقة بالنسبة لأهمية دور الاتصال الشخصي في تكوين الرأي العام، وذلك بالنسبة لعملية سريان الاتصال على مرحلتين (أحمد، 2010، ص92):

**الأولى:** من وسائل الإعلام إلى أفراد ذوي اطلاع حسن نسبيا يولون عناية متكررة لوسائل الإعلام.

**الثانية:** من هؤلاء الأشخاص ومن خلال قنوات اتصالهم بآخرين تتنقل المعلومات إلى أفراد لديهم تعرض مباشر بصورة أقل لوسائل الإعلام ويعتمدون على آخرين في الحصول على معلوماتهم، وسميت عملية الاتصال هذه " التدفق ذو الخطوتين للإعلام ".

وقد سمي من لديهم اتصال أكبر بوسائل الإعلام بقادة الرأي، إذ سرعان ما وجد أنهم لم يكونوا ناقلين محايدين للمعلومات، بل كانوا يؤدون دوراً هاماً في تشكيل النوايا الانتخابية لدى من يمررون لهم المعلومات، وسرعان ما أصبح هذا الشكل من التأثير اشخصي معروفاً كعملية متداخلة هامة أخذت مجراها لدي كثير من الناس فيما بين الرسائل الإعلامية والاستجابات لهذه الرسائل وقد ظهرت فائدة هذه النظرية في مجالين (ميلفين وساندرا روكيتش، 1992، ص240):

**أولهما:** أنهما أشارتا إلى أن الجمهور ليس عبارة عن أفراد منفصلين عن بعضهم، ولكنهم متصلون ببعضهم من خلال قنوات متعددة يتم بينهم الإقناع وتبادل المعلومات من خلال المناقشات النشطة.

**وثانيهما:** أن هذه الدراسة كانت بداية لدراسات أخرى على التصويت الانتخابي وقادة الرأي وانتشار المعلومات بين الأفراد انتهت نتائجها إلى تأكيد تأثير الاتصال الشخصي أكثر من تأثير وسائل الإعلام.

لقد أفرزت نظرية التأثير على مرحلتين، وما دار حولها من دراسات، تغيرات أساسية حيث طرحت تصور جديد لعلاقة الفرد بوسائل الإعلام. إلا أنها انساقت بقدر كبير وراء تأثير العلاقات الاجتماعية في الفرد، مقابل تقويم دور وسائل الإعلام والعوامل الخارجية الأخرى التي قد يلاحظ وجودها عند التأثير، إلى حد أن هذه الأبحاث وقعت في إفراط معاكس لذلك الذي سبق نشر تلك الأحداث.

أما عبد الحميد (2010، ص62) فيقول: " أيا كان النقد الموجه إلى بناء الفرض النظري لها، فأنها بداية قد اثبت أن الفرد في جمهور وسائل الإعلام، ليس فرداً منعزلاً، ولكنه ينتمي بشكل أو بآخر إلى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام وقراره الذي يعكس تأثيره بمحتوى الإعلام من عدمه. وبالتالي أثبت عدم فاعلية الفرض الخاص بالتأثير المباشر لوسائل الإعلام ونظريات الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد التي كانت سائدة وقتئذ" (نقلا عن: دليو، 2010، ص106).

**فحوى النظرية:** أن الأفراد من قادة الرأي في المجتمع يستقبلون المعلومات من وسائل الإعلام والاتصال، ويقوم هؤلاء بتمريرها على زملائهم أو أتباعهم، ومن المهم بأن ندرك من أن قيادة الرأي تتغير من وقت لآخر ومن موضوع إلى آخر وتبعاً لتغير المواقف.

وتقوم النظرية على أن الأفكار غالبا ما تنتقل من الراديو أو الصحف إلى قادة الرأي ومن هؤلاء إلى القسم الأقل نشاطاً منهم في قطاعات الشعب، وسميت بعد ذلك نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، فأكدت هذه النظرية أن الجمهور ليس عبارة عن أفراد منفصلين عن بعضهم البعض، ولكنهم متصلون ببعضهم، من خلال قنوات متعددة يتم بينهم الإقناع وتبادل المعلومات من خلال المناقشات النشطة، كما أكدت أن تأثير الاتصال الشخصي أكثر من تأثير وسائل الإعلام. فالجمهور حسب هذه النظرية يتأثر بطريقة غير مباشرة، وهذا التأثير يرجع إلى تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الإعلام. كما تؤكد فرضية هذه النظرية اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة وسائل اتصالية تمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

أما فروض نظرية تدفق المعلومات على المرحلتين وعناصرها فيمكن إجمالها بالنقاط التالية:

1. إن قادة الرأي والأتباع ينتمون إلى نفس الجماعة الأساسية سواء أكانت أسرة أو أصدقاء أو زملاء عمل.
2. يمكن لقادة الرأي والأتباع أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة.
3. إن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تنقل إلى الجمهور عبر مرحلتين.

- قادة الرأي الذين يتعرضون غالباً للرسائل الإعلامية ومن ثم تنتقل الرسالة من قادة الرأي إلى الجمهور عبر قنوات اتصالية غير رسمية وبخاصة من خلال الاتصال الشخصي.

وقد تم توظيف هذه النظرية في الدراسة بالاستناد على فروض النظرية القائلة أن الجمهور يتأثر بوجهات نظر الوسيط الناقل للرسالة الاتصالية أيا كان موقعه وهم هنا النخب الأردنية المؤثرين في المجتمع أكثر مما يتأثر بمضمون الرسالة الاتصالية نفسها وبالتالي فان انعكاس تأثير هؤلاء على الجمهور يبدو جليا في تبني الجمهور لوجهات نظر المؤثرين، ومن هنا فإن المؤثرين في هذه الدراسة هم نخب أردنية أتيحت لها الفرص لمقابلة جلالة الملك عبد الله الثاني وبالتالي تبحث الدراسة في دورهم في نقل الرسائل الاتصالية للجمهور ولمعرفة ذلك تم الاستعانة بعينة من قادة الرأي لقياس الهدف.

**قادة الرأي**

رغم دخول مصطلح قادة الرأي – ويمكن ايضا ان نطلق عليهم قادة الرأي العام – بؤرة اهتمام الباحثين منذ أكثر من مئتي عام، إلا أنه كسائر فروع العلوم الاجتماعية لا يوجد اتفاق تام حول تعريفه، وينبع هذا من الاختلافات حول تحديد من هم محور عملية صنع الرأي فالبعض جعلهم الصفوة، وجعلهم البعض الجمهور النشط وهناك من جعل الجماهير هم محور عملية صنع الرأي، ومن يرى ان المؤثرين في الإعلام هم قادة الرأي العام.

وورد في بعض الأدبيات تعريف مفهوم قادة الرأي العام على أنهم " أشخاص ذوو تأثير كبير على معلومات وآراء ومواقف وسلوك أشخاص آخرين في مجتمع ما، ولهم دورهم في تشكيل الرأي العام في الجماعة التي ينتمون إليها، إذ يمكنهم أن يوصلوا لأعضاء الجماعة المعلومات التي تؤثر على اتجاهات الأفراد وتشكيل الرأي العام للجماعة " (مرزوق، 2014، ص75). ويمكن القول أنهم يمثلون تياراً سياسيا يسري بين الجماهير، يعكس آفاق تطورها ويعكس رضها أو سخطها

ويظهر ذلك غالباً في صورة مجموعة من الضغوط والأحكام التي تصدرها هذه الجماهير تجاه عمل من الأعمال أو حادثه من الأحداث.

أما دور قادة الرأي في التغيير فينصح الخبراء بضرورة البحث عن عدد قليل من الناس يتواجدون في كل مجتمع يصنعون قرارته الحاسمة، لأن هؤلاء هم من نسميهم " بقادة الرأي" الذين إذا تم إقناعهم فهم مفاتيح اتصالية لإقناع غيرهم من أتباعهم. وفي المقابل يؤدي البعض الآخر دوراً سلبياً وهو بهذا يحتلون مكان الزعامة في التأثير على آراء الآخرين لأنهم أولئك الأشخاص الذين يسعى إليهم غيرهم في طلب المعرفة والحصول على المعلومات، وإن وجود القائد أمر ضروري لكل تجمع ضمانا لحسن سيرته وتماسكه.

وهؤلاء القادة عادة ما يأخذون زمام المبادرة في رفض أو قبول الأفكار الجديدة، قبل أن يفعل التابعون لهم ذلك. وتشير الدراسات التي أجريت في هذا الصدد إلى أن النخبة هم في العادة أكثر قابلية لابتكار الأفكار المستحدثة وتبينها من تابعيهم، وقد أكدت الدراسات الإعلامية على التأثير المهم الذي يمارسه هؤلاء القادة في المجتمع، وفي هذا يقول (جوزيف كلابر): " أن الناس يتأثرون بقيادة الرأي والفكر في مجتمعاتهم تأثيراً عميقاً بصورة تفوق تأثرهم بوسائل الاتصال الجماهيرية، فقادة الرأي يعتبرون عناصر نموذجية مميزة وسط الجماعات التابعة لهم، ونظراً لأنهم بمثابة وكلاء لنقل المعلومات إلى هذه الجماعات، فينجذب إليهم الناس للرأي أو البحث عن النصح والمشورة، ويمارسون تأثيرهم على الجماهير بشكل متكرر بما يسهم في تحقيق الاستقرار داخل الجماعة (عبد الحميد، 2015، ص318).

كما أن للنخب قدرات في توجيه آراء الجماعة نحو قضايا محددة وكذا الإمساك بمفتاح الاتصال بين الجماعات التي ينتمون إليها وبين العالم الخارجي. كما أنهم أكثر تعرضا لروافد

المعرفة المختلفة، ويقومون بنقل الرسائل التي تعرضوا لها واقتنعوا بها إلى جماهيرهم، ولديهم القدرة على التحكم في اتجاهات الآراء الجماعية نحو مختلف الشؤون العامة وأن كل التنظيمات السياسية التي تأخذ الشكل الديمقراطي يديرها ويتحكم في حركتها عدد قليل من هؤلاء القادة، كما أن مجريات الأمور السياسية يسيطر عليها عدد قليل من هذه العناصر المؤثرة.

وحتى يؤدي القادة دورهم على حقيقته ويصلوا إلى أعلى درجات التأثير لا بد من توافر مجموعة من السمات أكدتها بعض الدراسات والبحوث التي قدمها بعض المختصين، وتتمثل هذه الصفات (الشريف، 2014، ص 84 – 86) بما يأتي:

1. مهتم في المجال الذي يؤثر فيه ويميزه.
2. يكون من كبار السن في بعض المجتمعات لأن السن يمنح المكانة العالية على اعتبار أنه يعكس الحكمة والتجارب.
3. لهم درجة اتصال بمسؤولي التغيير في المجتمع، ومعظمهم من ذوي المكانة الاجتماعية العالية
4. يتمتعون بالذكاء والنضوج الفكري والاجتماعي وسعة الأفق، والاتزان النفسي والعاطفي والفكري والقدرة على التعامل مع المواقف المختلفة.
5. توفر المهارات الاتصالية كمهارة التحدث والكتابة والقراءة والقدرة على الإنصات والحصول على المعلومات وفهمها والقدرة على التفكير وقوة البيان واستعمال الإشارات والوسيلة المناسبة في الوقت المناسب.
6. القدوة الطيبة ذلك أن الناس يتعلقون بهم في سيرتهم وحسن قيادتهم وقدرتهم على الالتزام بالصدق والموضوعية.

**نوعيات قيادة الرأي العام**

يمكن القول إن قادة الرأي هم أصناف متنوعة ويمكن تحديدهم بالفئات التالية في أي مجتمع وخاصة المجتمع الأردني:

1) علماء الدين من خطباء وأئمة ووعاظ ومشايخ.
2) الإعلاميون على اختلاف نوعياتهم ومناصبهم.
3) الأدباء من شعراء وقصاصين وكتاب بمختلف اتجاهاتهم.
4) قادة الأحزاب السياسية الناشطة بكل أطيافها.
5) أعضاء مجالس الشورى والبرلمان.
6) قادة النقابات العمالية وجماعات المصالح الموجودة في المجتمع.
7) المعلمون والمربون في مختلف المراحل.
8) رؤساء النوادي الرياضية والرياضيون وخاصة المشاهير منهم.
9) الأكاديميون ورؤساء الجمعيات المختلفة والتي تقدم خدماتها للناس وخاصة المحتاجين منهم.
10) الموظفون السامون في الدولة، وفئة كبار السن ممن يتصفون بالحكمة والقدرة على تفهم المشكلات وحلها.

**الرسائل الاتصالية وأهميتها**

تعد الرسالة الركن الثاني من عملية الاتصال الجماهيري، وتتضمن المعاني والكلمات والمشاعر والمنبهات التي يرسلها المصدر إلى المستقبل. والرسالة هي النتاج المادي والفعلي للمصدر الذي يصنع فكرة رموز (code) معينة فعندما نتحدث يكون الحديث رسالة، وحينما نكتب

فالكتابة هي الرسالة، وحينما نرسم، فالرسم أو الصورة هي الرسالة، وحين نلوح بأيدينا، فإن حركات ذراعنا هي الرسالة.

وقد عرف التلمساني (2018، ص116) الرسالة الاتصالية على أنها: "تضمين الخبر الأفكار والآراء التي تناسب الموقف "، فهي تشتمل " الإشارات والرموز والعلامات اللغوية والحديث والكتابة والعلامات المرئية، وتتميز بالشمول والاتساع والتنوع وتخاطب الجماهير المستهدفة.

أما حسونة (2014، ص14) فتعرف الرسالة الاتصالية على أنها: "هي عصب الاتصال الجماهيري، وتتكون من مجموعة من العناصر اللغوية المادية والمعنوية مصاغة بشكل سليم وأسلوب صحفي بسيط لتلبي حاجات غالبية الجمهور، وتناسب كافة المستويات الثقافية لأفراد الجمهور، تنشر أو تذاع أو تنشر عبر وسائل إعلام جماهيرية وتصدر بأشكال مختلفة". وورد تعريف عنها بأنها: "المادة التي تنشرها، أو تذيعها أو تنشرها، وسائل الإعلام الجماهيرية، وتصدر بأشكال مختلفة منها ما تسمى الفنون الصحفية أو الإعلامية، وهي الأخبار والتعليقات على الأخبار والتحليلات والمقالات والأعمدة والتحقيقات الصحفية والمقابلات والتقارير والبرامج المختلفة والمسلسلات والأفلام وغيرها الكثير" (مراد، 2014، ص239).

**و**تعود أهمية الرسائل الاتصالية لسببين رئيسين أولهما أن الرسائل تشكل جزءاً أساسياً من عملية تشكيل الاتجاه، فإذا ما استجابت الجماهير لمنشئ الرسالة، وللرسالة التي بادر إليها المنشئ، فإن هذا يعد مؤشراً واضحاً إلى أن الرسالة قد تم استقبالها، وإلى أن الرسالة موضع اهتمام، وبطريقة ما يتم استخدامها والاستفادة منها. وقد يكون ذلك مجرد جزء من عملية التفكير، ويمكن أن تنفذ كالأفعال، أما الأمر الثاني فهو أن الرسائل توضح فعالية عملية الاتصال، هي تشكل جزءاً جوهرياً من عملية تقويم دور وسائل الإعلام وفعاليتها.

وتقسم الرسائل الإعلامية إلى أقسام منها قد تكون رسائل إعلامية وثقافية وترفيهية وإرشادية وتوجيهية، أو رسائل تستهدف الجمهور عبر برامج موجهة، أو رسائل وفقاً للشكل فهناك رسائل على شكل أخبار أو تحقيقات أو محاضرات أو ندوات.

وثمة أمور عدة تسهم في تحديد الرسالة الإعلامية ومضمونها، وهي السلوكيات والاعتقادات المطلوب تغييرها لكل فئة من الجمهور، والرسالة الأساسية التي يجب أن تصل لكل فئة من الجمهور، وتحديد شكل الرسالة، وسبب اختيار هذا الشكل، والأثر المطلوب إحداثه من مضمون الرسالة، وكيفية التعبير عن مضمون الرسالة، واستخدام المؤثرات العاطفية أو العقلانية، ومعرفة المدخل المناسب للرسالة أيجابي أو سلبي أو محايد.

وانطلاقاً من ذلك كله يحرص قادة الرأي على التعرف على البيئة التي ستنشر فيها الرسائل الإعلامية وكيفية تعميمها على الجمهور، ودراسة ما يمكن أن تتضمنه تلك الرسائل وما لا يمكن أن تتضمنه في ضوء العوامل والإمكانات المتاحة والظروف السائدة والمدة الزمنية المناسبة.

كما يستدعي ذلك أن يحاول المعنيون بالرسائل الاتصالية الإجابة عن أسئلة عدة، ومنها ما المضمون العلمي للرسالة، ومن يقوم بإعدادها؟ وما المواد التي يجب إنتاجها؟ ومن يقوم بإنتاج تلك المواد، وطبيعة إدراكه لعملية الاتصال؟ وما المستوى اللغوي المستخدم في الرسالة؟ وما الخصائص الفنية لها؟ وما مدى الارتباط بين توزيع المواد الإعلامية ومناطق توافر الخدمات ونوع الهدف المراد تحقيقه لدى الجمهور.

ان الأمور التي يجب أن تأخذ بالاعتبار بالنسبة للرسالة الاتصالية بحسب (مكاوي؛ والسيد، 2004، ص48، 49) هي:

1) كود الرسالة يكون كود الرسالة من مجموعة من العناصر والتكوين، فعناصر اللغة مثلاً هي مجموعة من الحروف والكلمات التي لا تقبل التقسيم، والتكوين عبارة عن تجميع للعناصر في بناء متكامل، وكود الرسالة هو مجموعة من الرموز التي إذا وضعناها في ترتيب معين يصبح لها مغزى عند المتلقي، وأي لغة هي كود طالما بها مجموعة من العناصر (مفردات) ومجموعة من الأساليب لجمع تلك العناصر في تكوين له معنى.
2) مضمون الرسالة يمكن تعريف المضمون بأنه مادة الرسالة التي يختارها المصدر لتعبر عن أهدافه، فهو العبارات التي تقال، والمعلومات التي تقدم، والاستنتاجات التي تخرج بها، والأحكام التي نقترحها.
3) معالجة الرسالة تشير معالجة الرسالة إلى القرارات التي يتخذها المصدر بالنسبة للطريقة التي سيقدم بها الكود والمضمون، فالمصدر قد يختار معلومة معينة ويتجاهل معلومة أخرى، وقد يكرر الدليل الذي يثبت به رأي، وقد يلخص ما يقوله في البداية أو في النهاية، ويستطيع المصدر أن يذكر كل الحقائق في رسالته، وقد يترك للمتلقي مهمة تكملة الجوانب التي لم يذكرها في الرسالة، ويتخذ كل فرد القرارات التي تحقق أهدافه بأفضل شكل متاح.

**عوامل فاعلية الرسالة الاتصالية**

ليس من شك أن تقييم المصدر يرتبط إلى حد كبير بالرسالة التي ينقلها، وبناء على الرسائل الناجمة يمكن تقييم نجاح المصدر أو فشله، ومن الأمور التي يجب مراعاتها في الرسالة هو سهولة استيعابها، ويرتبط بهذا خمسة متغيرات أسلوبية هي: القابلية للاستماع أو القراءة، وهي الصفات التي ترتبط بفهم الرسالة، وأن تحتوي على كلمات سهلة وجمل قصيرة، وأن تتضمن اهتمامات المتلقي ومصالحه، وفيها تنوع المفردات، أو تجنب تكرار نفس الكلمات، والواقعية أي أن

التعبير عن الواقع وتجنب الميل للتجريد والقابلية للتحقق أي احتواء الرسالة على جمل وعبارات يمكن إثباتها أو التحقق منها.

إذن يمكن استنتاج أن مدى نجاح الرسالة الاتصالية مرتبط بمدى فهم المتلقي لمضمونها، وبساطة أسلوبها، ووضوحها، وبنائها وفق مخطط مدروس، وأساليب الاستمالات الإقناعية المستخمة فيها.

ان قادة الرأي يلجأون في الغالب إلى الاستمالات (العاطفية والوجدانية والعقلانية والسلوكية) في الرسائل الاتصالية لإقناع الجمهور بجدوى الرسائل الاتصالية الموجه إليه، والدعوة إلى التفاعل معها والتجاوب مع مضمونها. والإقناع ليس عملية قهر أو إجبار مباشر، إذ لا يحدث ذلك بمجرد إصدار القوانين، بل يتم من خلال جهود متتالية تستهدف استمالة العقل والعاطفة أو أحدهما لدى الفرد المستهدف بطريقة غير مباشرة في معظم الأحيان، وهذا يعني أن الإقناع ليس فعلاً ميكانيكياً، إذ أنه يتطلب التخطيط المسبق والوقت والجهد للتغلب على كافة العوائق التي تقف في سبيل تحقيق أهداف العملية الإقناعية.

ويظهر تأثير الرسالة الاتصالية في حالة نشر المعرفة بين الجمهور من خلال وسائل الإعلام اذ تظهر التأثيرات الأساسية لوسائل الإعلام في الجانب المعرفي عند الفرد بتقديم معلومات جديدة تختلف عن معلوماته السابقة، وتغيير أو خلق صورة ذهنية عنده عن الأحداث والمواقف أو الدول أو الأشخاص. ويظهر التأثير أيضا.

وكذلك فإن الرسالة الاتصالية تؤثر في تكوين الاتجاهات لدى الجمهور نحو التقبل أو الرفض، ثم التأثير في السلوك من خلال إكساب المواطن سلوكيات إيجابية معينة، وإقناعه بالتخلي عن سلوكيات أخرى مرفوضة.

أن الهدف الرئيسي للقائمين على الرسائل الإعلامية هو نجاحهم في إيصال تلك الرسائل إلى الجمهور المستهدف، وتأثيرهم فيه وفق الأهداف المنشودة. وإذا أرادوا النجاح في ذلك فعليهم تحديد الأفكار الرئيسية التي تتضمنها الرسالة ويدركها الجمهور مباشرة، وتحديد الأسلوب الإغرائي المناسب، وأسلوب عرض وتقديم الاستمالات المناسبة للجمهور، والتنوع في الشكل والمضمون، وأن ترتبط بالمتطلبات الحقيقية للجمهور.

**مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية**

تؤدي اللقاءات الملكية دوراً مهماً في عملية توجيه الرأي العام، وكذلك توجيه الحكومة نحو أهداف محددة كالترويج لأفكار معينة أو لغرس قيم مطلوبة، وتمثل هذه اللقاءات التي تحصل بدعوة من الديوان الملكي الأردني لعدد من قادة الرأي الأردنيين والنخب المثقفة سياقاً متبعاً في الدولة الأردنية الحديثة كونها ممارسة ديموقراطية ومؤشراً على مستوى الشفافية والحوار المتبادل بين السلطة والشعب.

إلا أن مضمون الحوار الذي يجري في الرواق الملكي والرسائل التي يضمنها الملك في حديثه يتباين تفسيرها وتحليلها أثناء نشرها ونشرها من قبل قادة الرأي العام ممن حضر تلك اللقاءات، ويتلو تباين تلك التفسيرات تبايناً في الموقف الجماهيري تبعاً لذلك، وعليه تظهر ضرورة التعرف إلى دور قادة الرأي في نقل وتحليل مضمون الرسائل التي وجهها الملك إلى الشعب الأردني عن طريق لقاءاته مع عدد من قادة الرأي، وانعكاس ذلك على آليات تعامل الصحفيين مع القراءات التحليلية للرسائل الملكية كما حصل مع حديث جلالة الملك عبد الله الثاني عن الأحزاب بقوله "الكل يريد قانونا توافقيا، رغم أننا اتفقنا عليه، فاليوم الكرة في ملعب القوى السياسية أن تؤسس

أحزابا وتقنع الناس أن ينتخبوهم، لكن أنا لن أمسك بيد الناس وأؤسس لهم الأحزاب". (حديث صحفي لجلالة الملك عبدالله الثاني، 2018).

إن اللقاءات السياسية الأردنية ممثلة بجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين إنما انطلقت من ثوابت راسخة هادفة لبناء أردن الحاضر والمستقبل، وهو هدف للتنمية الشاملة والمستدامة، الأمر الذي جعل من هذه اللقاءات السياسية للملك عبدالله الثاني متجهاً نحو المجالات التي يمكن من خلالها تقديم الفائدة والنفع للإنسان الأردني في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية إيماناً من الملك بضرورة تحقيق الرفاة الاجتماعي والأمن والعدالة، إذ هي في سلم أولويات الملك عبدالله الثاني بهدف إيجاد الإنسان المنتمي الواعي المدافع عن وطنه والمتبع لقيادته السياسية (المومني، 2011، ص1).

أن المتابع للقاءات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين يجد أن هذه اللقاءات كان لها الأثر الواضح على التوجه الحكومي في الأردن من خلال توجيهات ومكارم ومبادرات الملك عبدالله الثاني ابن الحسين، إذ عدت هذه اللقاءات كمنهج ودستور للحكومات الأردنية لتباشر أعمالها في جميع المجالات الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية بما يمكن من تحقيق الصالح العام للمجتمع الأردني. وكما هو معلوم فإن اللقاءات السياسية تعد من اللقاءات الإقناعية والمدعمة بالحجة، وتوظيف اللغة والمفردات بطريقة مناسبة يمكن من إيصال الرسالة للمتلقين بطريقة مناسبة بهدف إقناعهم بتبني مواقف معينة، أو المشاركة في آراء معينة.

كما أن اللقاءات السياسية الفاعلة إنما تتمتع بقوة تمكن قادة الرأي من إيصال أفكاره التي يؤمن بها، وتطلعاته التي ينبغي أن يصل إليها، ورسالة الدولة في خططها المستقبلية إلى المتلقين بما يدفعهم للإلمام بها والاجتهاد في تحقيقها والإيمان بمبادئها.

لقد آثار جلالة الملك من خلال اللقاءات السياسية مع عدد من قادة الرأي العام العديد من القضايا المحلية والعربية ومن أهم هذه القضايا ما يلي:

**على الصعيد المحلي** تنطلق اللقاءات السياسية للملك عبدالله الثاني ابن الحسين حرصا منه تجنيب ابعاد المواطن عن قضية الاستبعاد الاجتماعي في الأردن، اذ يُعرف الاستبعاد الاجتماعي بأنه تهميش و حرمان اجتماعي وابعاد الشخص عن المجتمع وحرمانهم من الحقوق والفرص والموارد التي قد توفر لمجموعات اخرى وهو مصطلح يستخدم على نطاق واسع في أوروبا واستخدم للمرة الأولى في فرنسا. ويتم استخدامه في مختلف التخصصات بما في ذلك التعليم وعلم الاجتماع وعلم النفس والسياسة والاقتصاد.

يؤدي الاستبعاد الاجتماعي إلى شرذمة التكامل الاجتماعي مثل السكن، والعمل، الرعاية الصحية والمشاركة المدنية والديمقراطية، اذ يُؤْمِن الفكر الملكي بأن الإنسان هو هدف التنمية الشاملة والمستدامة وغايتها، وعليه فقد أولى الملك جل اهتمامه للشأن التنموي في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، إيماناً منه أن العدل أساس الحكم وأن الأمن الاجتماعي، والعدالة الاجتماعية هما اللبنة الأساسية في خلق روح الولاء والانتماء للوطن وقيادته السياسية وتجسيداً وترجمة لهذه اللقاءات التي نقرأ فيها عن الرؤية الملكية في تحقيق الإدماج والاستيعاب للتخفيف من الاستبعاد الاجتماعي، تجنبا لنتائجه الني يمنع فيها أفراد تلك المجتمعات من المشاركة الكاملة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية للمجتمع الذي يعيشون فيه.

وبالتالي فإن الهدف هو تحقيق الأمن الاجتماعي والذي يعني المواطنة الحقة، من أجل مستقبل مشرق للأردن والأردنيين منطلقة من الأفكار والمبادئ والمرتكزات الوطنية وعليه فقد تم إطلاق العديد من المبادرات الملكية نحو حياة أفضل لكل الأردنيين بالانتقال بالشرائح الأقل حظاً

في المجتمع الأردني نحو الاكتفاء وتجاوزه نحو الإنتاجية، ضمن محاور متعددة وحزمة من المبادرات لتكافح الفقر وجيوبه، وتخفيض من معدلات البطالة، وتحسين واقع الخدمات الصحية والتعليمية والخدماتية، وتقديمها بمستويات جودة عالية وتوفير السكن الكريم وضمان المشاركة السياسية للجميع.

وقد تضمنت أهداف ومرتكزات اللقاءات السياسية للملك عبدالله الثاني ابن الحسين في الاستبعاد الاجتماعي إلى تجديد الديمقراطية الاجتماعية، والاهتمام بقضية الاستبعاد الاجتماعي، وأبعاد وطرق العلاج والوقاية جنباً إلى جنب لتحقيق الإدماج الاجتماعي، التي تعد ثمرة توجه إنساني متقدم يعلي من قيمة الإنسان والفرد ويجاهد كي لا يقع هذا الفرد ضحية لتطور المجتمع الذي يعيش فيه كيف لا وهم الأهل والعشيرة، وببصيرته النافذة وفكره الثاقب لم يتحرج من الإشارة إلى أنه يوجد جيوب فقر وفقراء وبطالة ومستبعدون اجتماعياً ومهمشون، يسكن بعضهم في بيوت الصفيح وبهذه الرؤية الثاقبة لإدماج المستبعدين انطلقت المبادرات والمكارم الملكية للقاءات السياسية في ظل نظام سياسي ينشد الأمن والإستقرار ويتحقق فيه الأمن والعدالة والمسواة في ظل الرعاية الاجتماعية الإيجابية.

فالدور الحضاري للقاءات السياسية والمتمثلة في التوجيهات المبادرات والمكارم الملكية لإدماج المستبعدين اجتماعياً، والتي غطت جميع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية الثقافية والسياسية، والموجهة إلى الشرائح الأقل حظاً في المجتمع الأردني نحو الاكتفاء وتجاوزه إلى الإنتاجية انطلقت من الفرد إلى الجماعة وعلى محاور متعددة تشمل توفير السكن المناسب والملائم، والمرافق الصحية والتعليمية المناسبة، ومكافحة الفقر والبطالة والمشاركة السياسية والاقتصادية والاجتماعية

لكل فئات المجتمع من أجل تحقيق الأمن الاجتماعي وبالتالي الاستيعاب والإدماج الذي هو جوهر المواطنة الحقيقية.

ومن هنا تأتي الرؤية الملكة في تحقيق الإدماج الاجتماعي فالمستبعدون بسبب الفقر والبطالة ونقص الدخل، والسكن من الأطراف والبوادي والأرياف والمخيمات وبيوت الصفيح والسكن العشوائي وفي جيوب الفقر كان لهم الاهتمام والرعاية ولكن خلاف ذلك ينجم عنه ضعف في المشاركة الشعبية مما يولد بؤر مهددة للأمن والاستقرار، ولنا ما جرى وما يجري في المنطقة من ثورات شعبية وحراكات قلبت الموازين وخلطت الأوراق بسبب ظاهره الوضع الاجتماعي والاقتصادي السيء وعدم المشاركة في الأنشطة الرئيسية للحياة اليومية السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حيث معالجة ذلك تؤدي إلى تعظيم التماسك الاجتماعي وتعزيز وتعميق قيم ومبادئ الولاء والانتماء للوطن وللقيادة السياسية، للوصول إلى المواطنة الحقة في ظل الرعاية الاجتماعية والإيجابية.

**أما على الصعيد العربي** فقد قام جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين من خلال اللقاءات الملكية إلى إلقاء الضوء على قضية القدس في كل المحافل المحلية والعربية والدولية، حيث يعد الملك عبدالله الوارث للشرعية الدينية في ملكه ونسبه فشرعيته ترتكز على الإسلام والإنجاز، والعدل بنظره هو أساس الملك الذي آل إليه بحكم النسب الطاهر والسلالة الشريفة الممتدة إلى النبي الهاشمي سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

جلالة الملك مؤمن بربط السلام بصدق الإسلام، ويعبر عن ذلك برعايته للفكر الإسلامي البناء والمستنير وبحرصه على اجتماع علماء المسلمين وتقارب وجهات نظرهم في سبيل تعميم ثقافة وسطية تهدف إلى تعزيز منهج معتدل يجمع المواطنين ولا يفرقهم، وهو في هذا التوجه يؤكد

على التزامه بالدفاع عن الإسلام كأحد واجباته. ولما كانت مدينة القدس تعيش في وجدان الملك عبدالله الثاني فقد حظيت بالكم الهائل من لقاءاته، وكان لها النصيب الأكبر من بين القضايا التي يتحدث بها الملك في مختلف المحافل واللقاءات، فقد أشار جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين للقدس في لقاءاته على المستوى المحلي حيث قال في خطاب العرش السامي في افتتاح الدورة الرابعة لمجلس الأمة الثالث عشر في 25/ تشرين الثاني/ 2000 أنه "ستواصل حكومتي جهودها من أجل دفع المسيرة السلمية وتمكينها من تحقيق التقدم المنشود على جميع المسارات، وستستمر في دعم الأشقاء الفلسطينيين وإسنادهم، حتى يتمكنوا من استعادة حقوقهم، وإقامة دولتهم المستقلة، على ترابهم الوطني، وعاصمتها القدس".

أما في لقاءاته على المستوى العربي فقد أشار جلالة الملك في لقاءه إلى القدس حيث قال في كملته في القمة العربية في الكويت بتاريخ 25/آذار– مارس /2014 "سيواصل الأردن بدوره القيام بواجبه الديني والتاريخي في الحفاظ على القدس ومقدساتها الإسلامية والمسيحية، وتثبيت سكانها العرب ودعم صمودهم، وتعزيز وجودهم في مدينتهم، والتصدي للإجراءات والانتهاكات الإسرائيلية في القدس ".

أما في المحافل الدولية فقد أشار جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين إلى القدس من خلال خطابه الذي القاءه في الأمم المتحدة وحذر من الاعتداء على المقدسات في مدينة القدس وكان هذا المؤتمر في نيويورك بتاريخ 2012/9/25 وقد حذر جلالته في هذا اللقاء من محاولات محو الهوية العربية والإسلامية والمسيحية لمدينة القدس أو الاعتداء على المسجد الأقصى، داعياً المجتمع الدولي إلى إرسال رسالة واضحة بأنّ أي اعتداء على المقدسات في مدينة القدس أمر لا يمكن قبوله أو السكوت عليه. وأضاف جلالته إن أهمية الحرم القدسي، ثالث الحرمين الشريفين، لا

تقل لدى المسلمين الذين يشكلون ربع سكان العالم، عن أهمية الكعبة المشرفية.. "وأقول بكل وضوح إن أي اعتداء أو تقسيم لموقع المسجد الأقصى لا ينظر إليه على أنه مجرد خرق لالتزامات اسرائيل، بل هو اعتداء ديني خطير، وعلى المجتمع الدولي في هذا الصدد إرسال رسالة واضحة بأن مثل هذا الاعتداء، أو أية محاولة لمحو الهوية العربية أو الإسلامية أو المسيحية للقدس أمر لا يمكن قبوله أو السكوت عليه " (إدارة الإعلام والاتصال الديوان الملكي الهاشمي).

ومن خلال الملاحظة المباشرة للباحثة بصفتها إعلامية أردنية منتمية للوسط الإعلامي فأنها ترى أن رؤية جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين لم تغب عن توجهات السياسة الخارجية الأردنية، حيث حذر الأردن من أن الأعمال الإسرائيلية في المدينة المقدسة وحولها، وخاصة قرب الأماكن الإسلامية المقدمة، تهدد بتقويض الجهود الدولية العربية لإحلال السلام في المنطقة، فالمدخل الوحيد لمنع إسرائيل من تجاوزاتها يمكن في حل الصراع العربي الإسرائيلي من خلال بدء جهد جدي وملموس تدعمه الإدارة الأمريكية ضمن أطر زمنية للتفاوض في قضايا الحل النهائي؛ الحدود والقدس واللاجئين تمهيداً لقيام دولة فلسطينية مستقلة.

فقد عبرت لقاءات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين بدقة عن الموقف الوطني والشعبي الأردني، حيث أنه المصلحة العليا للشعب الأردني بالتواصل مع القضية ليس من باب الدعم وإنما باعتبار الشعبين في خندق واحد، يتعرضان لنفس الأخطار إذا لم تقم دولة فلسينية عاصمتها القدس.

**أما على الصعيد الدولي** فقد قام جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين من خلال اللقاءات الملكية إلى إلقاء الضوء على موضوع ثقافة الوسطية والاعتدال، حيث قام جلالة الملك من خلال لقاءاته إلقاء خطاب في نيويورك في الولايات المتحدة الأمريكية بتاريخ 12 تشرين الثاني /2008

بعنوان حوار الأديان حيث يهتم العالم اليوم في الأديان بشكل كبير ويبحث المفكرين ورجال الدين عن السلبيات والثغرات داخل الأديان لأهداف النقد والتشويه، من خلال تصحيح مفهوم خاطىء عن الاسلام وضح فيه للعالم بان الدين الإسلامي دين التسامح والوسطية.

وقد تضمن هذا الخطاب الذي تحدث به الملك عبدالله الثاني ابن الحسين الإشارة إلى الأوضاع المتردية وفقد الثقة بين الشعوب في مختلف الثقافات والأديان في العالم، وإن المعلومات المشكك فيها تخلق رأي يشوبه نوع من الكراهية لدى بعض الطوائف الأخرى، داعيا إلى إطلاق حوار عالمي جديد من مختلف الحضارات والأديان يقوم على أساس الكشف عن عناصر التوحد بين البشر ليقوم على الوسطية والاعتدال والتسامح واحترام الرأي والرأي الآخر لكشف جميع المؤامرات وإزالة زيف التطرف من جذوره ووجه الملك متحدثاً: " أن طبيعة الرسالة الإسلامية قائمة على الحوار السلمي الديني نابذاً كل مظاهر التطرف والتعصب والارهاب والغلو (الملك عبدالله الثاني، 2008).

كما تحدث جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين عن الوسطية والاعتدال في خطابه خلال مؤتمر نهضة الأمة بعنوان: (حوار الأديان والإسلام من أجل السلام والحضارة) جاكارتا / اندونيسيا 16/ شباط / 2014، لقد تضمن هذا اللقاء التحدث عن الإسلام والمسلمين ورسالته السمحة حيث بين أن هذا المجتمع يمتد على مستوى العالم، ومنذ القدم وما زال الإسلام مضربا "بالأمثال في المساواة والعدالة والوسطية والاعتدال والتسامح والمحبة والعدالة الاجتماعية والتعايش السلمي بين جميع البشر " وتناول خطابه أن المسلمين في تعاملهم مقتدون بالنبي محمد صلى الله عليه وسلم الذي كان داعيا" إلى حياة تسودها الفضيلة المتمثلة بالإحسان وتحقيق العدل بين الآخرين.

وذكر جلالة الملك في خطابة القوى التي تحاول جاهدة لتشويه الرسالة الإسلامية من خلال إثارة النعرات الطائفية والعرقية مبررة ذلك في الانقسامات الدينية التي ظهرت على ساحة الأزمة في الجمهورية العربية السورية، وتحدث عن مخاطر الصراع العرقي والديني والطائفي التي تهدد الأمة والعالم اجمع، مبيناً "القوة والعزيمة صوت الإسلام ورسالته الحنيفة التي أساسها الوسطية والاعتدال حيث يرى الكثير من البشر على مختلف ألوانهم وطوائفهم يسعون لتحقيق هدف هو غاية الجميع ألا وهو السلام والعيش الكريم المبني على اليسر والاعتدال أي لا ضرر ولا ضرار (الملك عبدالله الثاني بن الحسين، 2014).

**ثانيا: الدراسات السابقة**

تم الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة، وتم توظيفها والاستفادة منها في بناء أداة الدراسة وإطارها النظري، كما تم تناولها في الدراسة من خلال مقارنة نتائج الدراسة الحالية مع نتائجها، وقد رتبت الدراسات السابقة من الأقدم إلى الأحدث حسب المنهج المتبع في كلية الإعلام جامعة الشرق الاوسط وهي كما يلي:

- **دراسة الخلايلة (2009) بعنوان: " السياسة الإعلامية الأردنية من خلال رؤية الملك عبد الله الثاني ابن الحسين للإعلام ".**

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اهتمامات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين بما يقدم من خلال وسائل الإعلام الأردنية، وذلك من خلال استخدام التحليل النوعي للرؤية الملكية للإعلام. ولتحقيق هدف الدراسة اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي الاستقرائي المحتوى وثائق الرؤية الملكية المهتمة بالإعلام في الفترة بين 1999/2/7 حتى 2009/1/1م، للتعمق في فهم موضوع الدراسة؛ وتم دراسة جميع المقالات والكلمات والرسائل وكتب التكليف والمقابلات التي أجريت وقدمت ووجهت من جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين، الواردة في الموقع الرسمي لجلالة الملك؛ واعتمد أسلوب العينة القصدية الشاملة لتحقيق أهداف الدراسة. وكان من أهم نتائج الدراسة هي أن القضايا الإعلامية التي جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني كانت متنوعة تشمل جميع القضايا التي تهم المجتمع الأردني (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بل والأخلاقية كذلك)، كذلك شملت المطالبة بالوقوف إلى جانب الدول العربية، كما أثبتت الدراسة مطالبة جلالته من الإعلام الكشف عن الحقائق وتقديم المعلومة الصحيحة للقضايا التي تخدم المواطن والوطن بكل تجرد وموضوعية، وبأن يتصف الإعلامي بالعدل والأخلاق الحسنة التي

تبعده عن الشبهات، وأن يتحدى الظروف حتى يصل للحقيقة بشفافية. وكان من أهم معالم السياسة الإعلامية التي جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني شملت: (سياسات بناء الثقة، وبناء الهوية الإعلامية، ورفع وتنمية المهنية، وتنمية الصناعة الإعلامية، وتعزيز التشريعات والأطر المؤسسية، وتنمية الموارد البشرية، والأخلاقيات الإعلامية). كما بينت الدراسة مطالبة جلالة الملك بالتركيز على تحديث وتطوير التشريعات والأطر المؤسسية التي تخدم الإعلام بشكل قوي، والتوجه نحو استقلالية مؤسسات الإعلام وإداراتها.

- **دراسة ماركو (2011) Marko بعنوان:**

**The Role of Opinion Leaders in The Dissemination of Media Messages During The Pre-Election Period: The Case of Bosnia and Herzegovinia.**

**دور قادة الرأي في نشر الرسائل الإعلامية خلال فترة ما قبل الانتخابات: حالة البوسنة وهيرزيغوفينيا**".

التي بحثت في الصلة بين وسائل الإعلام وقادة الرأي في البوسنة والهرسك في فترة ما قبل الانتخابات العامة لعام 2010، في محاولة لتحديد العوامل الرئيسية التي تحدد تفاعلهم والطريقة التي يتم بها تفسير الرسائل الإعلامية. يفترض القادة السياسيون والدينيون في البوسنة والهرسك أن وسائل الإعلام هي أدوات اجتماعية مؤثرة لتشكيل خيارات الناس وتغييرها. ما يجعل قوتهم أكبر هو حقيقة أن وسائل الإعلام مرتبطة ومدمجة في البيئة الثقافية والوطنية والاجتماعية التي ينتمي إليها القادة. كما سعت الدراسة إلى فحص العلاقات المتبادلة واتجاهات استخدام وسائل الإعلام من أجل تعزيز وجهات النظر والآراء السياسية المفضلة. تم استخدام المنهج الوصفي بالاعتماد على تحليل المحتوى الكمي وتحليل الخطاب النوعي، لمحتوى من المقالات والمواد الإعلامية، من خلال تحليل محتوى سبعة وسائل ورقية، وثلاثة نشرات إخبارية رئيسة. من إجمالي 2.640 مقالة

تم تحليلها في وسائل الإعلام المطبوعة، و253 مقالة في أخبار وقت الذروة على التلفزيون، و648 مقالة مطبوعة و129 مقالة على التلفزيون تتعلق بقادة الرأي باعتبارهم الموضوع الرئيس للتقارير. أظهرت الدراسة أن قادة الرأي العام يفسرون الأشياء بما يتيح لهم بناء استراتيجية الاتصال الخاصة بهم تجاه جمهورهم الإعلامي. كما أظهرت أن هناك ثلاثة أسباب مهمة تفسر أهمية دور قادة الرأي؛ الأول هو البيئة الاجتماعية والسياسية المحددة التي يتصرفون فيها كمتحدثين باسم المجموعة التي حددت نفسها بنفسها. والثاني هو هويتهم البصرية التي يمكن التعرف عليها. والثالث هو عدم وجود " قراءة نشطة " لمحتويات وسائل الإعلام من قبل المواطنين العاديين، مما يسمح للقادة بالتصرف بصفتهم الأكثر صلة بالموضوع. وأوضح التحليل أن الناس في مجتمع الدراسة (البوسنة والهرسك) يخسرون نتيجة التفاعل الوثيق بين القوى السياسية ووسائل الإعلام، إذ إنها أحد العوامل الأساسية في ترسيخ الانقسامات العرقية السياسية والسلبية السياسية بين عامة الناس.

- **دراسة المومني (2011)، بعنوان: "الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاستبعاد الاجتماعي (1999–2008)".**

التي هدفت التعرف إلى الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاستبعاد الاجتماعي (والذي يقصد به الحرمان من الموارد والحقوق، وكذلك هو مجموعة العوامل التي تحول دون مشاركة الفرد الجماعة للأنشطة المجتمعية وعدم القدرة على التفاعل والانصهار في بوتقة المجتمع الكلية التي تستوعب الكل دون استثناء)، وذلك من خلال تحليل مضامين الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني لكتب التكليف السامي للحكومات المتعاقبة، وخطاب العرش في افتتاح الدورات العادية لمجلس الأمة خلال الفترة من (1999 – 2008)، وأثرها على مؤشرات الاستبعاد الاجتماعي في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، استخدمت الدراسة العديد

من المناهج في تحليل مضامين الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني كمنهج تحليل النظم، ومنهج صنع القرار، والمنهج الإجرائي لدراسة النسق العقائدي للقادة السياسيين، ومنهج تحليل المضمون في أسلوبين، الأول هو التحليل الكمي ويمثله مقترب إحصاء المفردات، والثاني المنهج الكيفي ويمثله التحليل الغرضي أو ما يسمى أسلوب التحليل المحدد الأهداف، وذلك لتوضيح جمي جوانب الدراسة والإحاطة بها، وأظهرت الدراسة عدد من النتائج كان أبرزها: أن الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين قد كان له أثر إيجابي على مؤشرات الاستبعاد الاجتماعي لتحقيق الاستيعاب والإدماج من خلال التوجيهات والمكارم والمبادرات الملكية، حيث شكل الخطاب السياسي في بنيته وتوجيه نهج ودستورا للحكومات الأردنية التي تشكلت في فترة الدراسة، وتركت آثار إيجابية على مؤشرات الاستبعاد الاجتماعي فشملت الإصلاحات البنيوية لجميع الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد تم تعزيز الاستيعاب والإدماج للمرأة والشباب وذلك بتوسيع المشاركة.

- **دراسة ارتيمة (2013)، بعنوان: "اتجاهات قادة الرأي في الأردن نحو برامج التنمية السياسية التلفزيونية في: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا الخاصة دراسة مقارنة في الفترة اكتوبر 2012 / أيار 2013".**

التي هدفت إلى التعرف على آراء قادة الرأي العام في المملكة الأردنية الهاشمية في مدى إسهام كل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا في جهود التنمية السياسية، وأن قادة الرأي الأردنيين ممثلين في عدد من الاتحادات والنقابات المهنية الأردنية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمسحي والاستبيان كأداة، إذا طبقت على عينة من (380) فرداً من أعضاء مختلف النقابات المهنية الأردنية. وكان من أهم نتائجها: أن التنمية السياسية من وجهة نظر قادة الرأي في النقابات المهنية الأردنية تعنى بالترتيب: إصلاح مؤسسات الدولة وترشيد الحكم فيها، ونشر الوعي

السياسي بين المواطنين، وممارسة انتخابات ديمقراطية، وتعزيز مؤسسات المجتمع المدني على أنواعها، وأنها عملية تربوية تبدأ من الأسرة والمدرسة وبمشاركة المؤسسات الأخرى، كما تعني تشجيع المواطنين للانخراط بالعمل السياسي، وبينت النتائج أيضا أن متطلبات التنمية السياسية من وجهة نظر قادة الرأي في النقابات المهنية الأردنية جاءت بالترتيب وحسب أهميتها كمايلي: إشراك الناس في القرارات التي تخص حياتهم ومصيرهم، توفير سقف مناسب من الحريات العامة، إصلاح القوانين والتشريعات، واحترام حقوق الإنسان كاملة، وجود حياة حزبية سليمة، توفير حرية كاملة لوسائل الإعلام.

- **دراسة الرواد (2015)، بعنوان: "اتجاهات قادة الرأي الإعلامي في الأردن حول فكرة الوطن البديل".**

التي هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات قادة الرأي العام في الوسط الإعلامي الأردني لموضوع فكرة الوطن البديل، وما هي الاتجاهات السياسية التي تحكم قادة الرأي الإعلامي في الأردن نحو فكرة الوطن البديل، ومدى تأثير الموقف الأردني والأسرائيلي والأمريكي والعربي على اتجاهاتهم، ولقد تكونت عينة الدراسة من (136) من مدراء القنوات الفضائية ومدراء التحرير ورووؤساء التحرير بالإضافة إلى الكتاب والصحفيين، ولقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان من أهمها: نجاح إسرائيل في تنفيذ الوطن البديل باعتباره خياراً استراتيجياً للأمن القومي الأسرائيلي، وهذا يدل على أن الموقف الإسرائيلي يؤيد فكرة الوطن البديل بدرجة كبيرة من وجهة نظر قادة الرأي في الوسط الإعلامي في الأردن، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات الديمغرافية حول فكرة الوطن البديل لدى قادة الرأي في الوسط الإعلامي.

- **دراسة أبو حواء (2017)، بعنوان:" تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن".**

التي هدفت الوقوف على تقييم قادة الرأي العام في الأردن لأداء إذاعة هلا أف أم الأردنية في تعزيز قيمة الولاء والدفاع عن الوطن، عبر برامجها المنوعة، ومدى إسهام الإذاعة في تعزيز هذه القيم، والأساليب التي تتبعها الإذاعة في تقديم هذه القيم، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، باعتباره المنهج الملائم للتعرف على آراء المبحوثين من قادة الرأي في المجتمع الأردني والمكونة من (الوزراء والأعيان والنواب، وقادة الرأي العام في الوسط الإعلامي من صحفيين ومحررين والأكاديميين والأساتذة في الجامعات الحكومية الأردنية ووجهاء العشائر)، واستخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة بطريقة عشوائية والتي تكونت من (361) مفردة، وأظهرت النتائج: أنه حققت درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع الوطني على المرتبة الأولى في جميع مجالات الدراسة ، كما أن القناة تركز على حب الوطن ضمن برامجها اليومية حيث حصلت المرتبة الأولى في مجال أساليب إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن والوطنية، بينما حصلت تعرف المواطن بمفهوم الولاء والدفاع عن الوطن على المرتبة الأخيرة في هذا المجال، كما أن استخدام إذاعة هلا لموقع إلكتروني ينشر المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن على المرتبة الأولى في درجة تحقيق الإشباعات لدى قادة الرأي بينما إعداد تقارير توضح إيجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة لم تنل درجة إشباع كبيرة لدى الفئة المبحوثة وحصلت على المرتبة الأخيرة، ويرى قادة الرأي أن الإذاعة تعمل على توجيه المواطن لحب الوطن والدفاع عنه حصلت على المرتبة الأولى في مجال رضا الفئة المبحوثة، في حيث يرى قادة الرأي تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن لم تكن بالمستوى المطلوب حيث حصلت على المرتبة الأخيرة في هذا المجال، بينما

لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي العام تعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب).

- **دراسة لكبير (2019)، بعنوان: تأثير قادة الرأي على الوظيفة التفسيرية لمضامين وسائل الإعلام في ظل نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين**، دراسة تحليلية على عينة من المضامين التلفزيونية لبرنامج "مع معتز"– قضية جمال خاشقجي– قناة الشرق أنموذجا، للفترة (06 أكتوبر 2018_29 ديسمبر 2018).

التي هدفت إلى تبيان التغيرات الجوهرية في مسار الرسالة في البيئة القديمة، بتأثير قادة الرأي الإعلاميين، الذي يؤدي إلى تغيير محمول الرسالة أو شكلها أو سرعة وصولها. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، بتحليل المضامين التلفزيونية الصادرة من قناة الشرق، باستخدام بطاقة تحليل المضمون لـ (13) مادة إعلامية تمثل مضامين برنامج "مع معتز"، وأظهرت الدراسة عدد من النتائج كان أهمها: يمارس الإعلامي دوراً محورياً في الفضاء العمومي من خلال علاقته مع الوسيلة الإعلامية، التي يتخذها أحد المصادر المهمة للتأثير على الوظيفة التفسيرية لمضامين أي قضية يتم عرضها من خلال الرسائل الاتصالية، كما يعد الصحفي أن العلاقات الشخصية المتداخلة، بمثابة وسائل اتصالية تتمثل ضغوطا على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي، من خلال تبادل الأدوار في ظروف مختلفة.

- **دراسة العيسوي (2020): "رؤية جلالة الملك عقد الله الثاني ابن الحسين في نشر التسامح ومكافحة الارهاب".**

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين في نشر ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام منهجية تحليل الخطاب، للتعرف على رؤية الملك لنشر ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب، والكشف عن

الدلالات والمعاني والأفكار الكامنة وراء هذه الرؤية، من خلال تحليل ما قدمته الرؤية الملكية من فكر وتشخيص ومعالجة الموضوع محاربة الإرهاب ونشر ثقافة التسامح. تمثل مجتمع الدراسة في كل ما نشر من خطابات العرش السامي، والمقابلات التلفزيونية، واللقاءات الصحفية المحلية والإقليمية والعالمية التي نشرت في الموقع الرسمي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين في الفترة ما بين 1/1/2015 ولغاية 1/1/2020. وبلغ العدد الإجمالي حسب الموقع الرسمي لجلالته (96) خطابا. أما العينة فتم اختيارها بطريقة المسح الشامل لكل ما نشر خلال الفترة السابقة حول ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب وبلغت (71) خطابا. استخدمت الدراسة أدوات التحليل الكيفي والكمي للإجابة على أسئلة الدراسة، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل الخطاب أداة للقياس. كما استخدمت الدراسة وحدة الموضوع وحدة لتحليل مضمون الموضوعات من خلال البحث عن تلك الموضوعات ضمن نصوص الخطابات واقتباس الفقرات التي تتضمن الموضوعات الرئيسة بهدف بيان موقع المواضيع الرئيسة والكلمات الدالة عليها في سياقها ضمن الرؤية الملكية.

خلصت الدراسة إلى أن الإرهاب يشكل الخطر الأكبر محليا واقليميا ودوليا. فالإرهاب وكما يرى جلالة الملك هو محاولة لتشويه الدين الإسلامي. وصف جلالة الملك الحرب على الإرهاب بأنها حرب عالمية ثالثة، ولكن بأدوات مختلفة. وأكد أن النصر الكامل في الحرب على الإرهاب يتطلب نهجا شموليا بعيد المدى. يرى جلالته أن الإعلام بمختلف وسائله بما فيها الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، يلعب دورا مهما في مكافحة الإرهاب ونشر ثقافة التسامح وفي إطار مجابهة الفكر المتطرف ونشر ثقافة التسامح، يرى جلالته ضرورة ترسيخ القيم الروحية التي تجمعنا، كمبادئ التسامح، والرحمة، والتعاطف مع الآخرين، والاحترام المتبادل.

وأوصت الباحثة بأخذ الرؤية الملكية بوصفها استجابات مدروسة ومنهج عمل لكيفية التعامل مع قضايا الإرهاب وثقافة التسامح، محليا واقليميا وعالميا. كما أوصت الباحثة بإجراء المزيد من الدراسات في الرؤية الملكية في مختلف المواضيع الكلمات المفتاحية: رؤية جلالة الملك، ثقافة التسامح ، مكافحة الإرهاب، تحليل الخطاب الكيفي، خطابات ملكية.

## التعقيب على الدراسات السابقة

يظهر من استعراض الدراسات السابقة أن بعضها اتفق مع الدراسة الحالية في منهجيتها، واختلف بعضها الآخر، حسب الهدف والمنهج والأداة:

**من ناحية الهدف:** فقد هدفت بعض الدراسات السابقة إلى التعرف إلى اتجاهات واهتمامات قادة الرأي العام في الرسالة الاتصالية، ودورهم في البيئة السياسية والاجتماعية، وعلاقتهم بوسائل الإعلام مثل دراسة الخلايلة (2009) و(2011) Marko، ودراسة ارتيمة (2013)، ودراسة الرواد(2015)، ودراسة أبو حواء (2017)، ودراسة لكبير (2019)، إلى جانب دراسات أخرى هدفت إلى تحليل الخطاب السياسي، مثل؛ ودراسة المومني (2011) ودراسة العيسوي (2020) ودراسة الخلايلة (2009) وبهذا فالدراسة تختلف عن الدراسات السابقة في كونها تهدف إلى بيان دور قادة الرأي في نشر الرسالة الاتصالية للقاءات الملكية وتفسيرها أمام المجتمع إلا إن الدراسة الحالية تماثلت مع الدراسات السابقة في كونها عالجت موضوع قادة الرأي العام بشكل عام.

**أما من ناحية المنهجية:** فقد تنوعت بحسب كل دراسة طبيعة أهدافها ومجتمعها، فكان منها الوصفي التحليلي مثل دراسة ماركو (2011) Marko ودراسة، ودراسة لكبير (2019) ودراسة العيسوي (2020)، أو الوصفي القائم على منهج المسح مثل دراسة ارتيمة (2013)، ودراسة الرواد(2015)، ودراسة أبو حواء (2017)، ودراسة لكبير (2019)، في حين استخدمت دراسة

المومني (2011) مجموعة من المناهج التحليلية، مثل: منهج تحليل النظم، ومنهج صنع القرار، ومنهج تحليل المضمون، أما دراسة العيسوي (2020) فقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي باستخدام منهجية تحليل الخطاب، أما دراسة الخلايلة (2009) فقد استخدمت التحليل النوعي الاستقرائي المحتوى. وبالتالي فان الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة التي اعتمدت المنهج الوصفي المسحي.

**أما من ناحية العينة:** فقد استخدمت الدراسات الوصفية المسحية عينة عشوائية بسيطة، وتم استخدام الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين، أما الدراسات الوصفية التحليلية فقد استخدمت العينة التحليلية مثل دراسة ماركو (2011) كانت العينة التحليلية هي النشرات الإخبارية والمقالات. أما دراسة الكبير (2019) ففضلا عن استخدام الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين، فقد استخدمت استمارة تحليل المضمون لتحليل الرسائل الاتصالية للبرنامج. أما دراسة العيسوي (2020) فقد استخدمت طريقة المسح الشامل لكل ما نشر من خطابات الملك عبدالله الثاني حول ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب وبلغت (71) خطابا، أما دراسة الخلايلة (2020)، فقد كانت عينتها محتوى وثائق الرؤية الملكية المهتمة بالإعلام في الفترة بين 1999/2/7 حتى 2009/1/1م. أما الدراسة الحالية فقد اعتمدت العينة العمدية المتاحة باستخدام أداتي الاستبانة المسحية والمقابلات المعمقة مع بعض قادة الرأي لجمع البيانات من المبحوثين.

**من ناحية الفجوة المعرفية:** جاءت هذه لتسد حاجة بحثية قائمة في سلسلة تناول الرسائل الملكية وخطابات وتوجيهات جلالة الملك عبد الله الثاني، فالدراسة تقدم تصوراً عن خصائص تلك الرسائل وموضوعاتها، واليات معالجة الإشكالات الواقعية في تأويلها من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن.

لقد تم توظيف الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للدراسة بالوقوف على أهمية الرسائل الاتصالية ودور قادة الرأي في نقلها كما أكدت على ذلك نظرية تدفق الاتصال بخطوتين، والتعرف إلى الجوانب التي تمت معالجتها بحثياً، الوقوف على أبرز الموضوعات التي تناولتها، وبالتالي أسهم هذا في تحديد العنوان كونه من الموضوعات التي لم يتم تحليلها سابقا بهذا الشكل حيث إن الدراسة الحالية عالجت موضوعاً لم يتم البحث فيه مسبقا – على حد علم الباحثة.

# الفصل الثالث

# الطريقة والإجراءات

# الفصل الثالث
# الطريقة والإجراءات

## منهج البحث

اعتمدت الدراسة منهج البحث المسحي الذي يتمثل في وصف البيانات المرتبطة بهدف الدراسة، والاعتماد على المراجع والمجلات العلمية والدوريات العربية والأجنبية المتخصصة، والدراسات ذات الصلة بالموضوع لتغطية الجانب النظري من البحث. كما تم جمع البيانات حول موضوع الدراسة من خلال توزيع استبانة على أفراد عينة الدراسة.

ويرتبط البحث بدراسة الواقع والأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليليها وتفسيرها لغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما من أجل القيام بتصحيح الواقع أو تحديثه أو استكماله أو تطويره، هذه الاستنتاجات تمثل فهماً للحاضر يستهدف توجيه المستقبل، بمعنى آخر إن البحث الوصفي يتجه إلى وصف ما هو كائن وتفسيره ويهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، كما تهتم بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات عن طريق جمع المعلومات والبيانات والتعبير عنها كماً أو كيفاً أو بالاثنين معاً بما يوضح خصائصها وسماتها (حجاب، 2006، ص78).

## مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من شخصيات عامة تعاملت مع اللقاءات الملكية سواء إعلامياً أو حضورياً، ومن قادة رأي سياسين وإعلامين، واطلقت الدراسة عليهم هنا بمصطلح " قادة الرأي " حيث تم استطلاع رأيهم بدور النخب الأردنية في نقل ونشر مضامين الرسائل الملكية بين الجمهور بمختلف الوسائل.

## عينـة الدراسـة

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العمدية المتاحة وقد تم الوصول إلى (76) مبحوثا ، وقد تم اعتماد طريقتين بتوزيع الاستبانة، الطريقة التقليدية اليدوية، وقد وزعت الباحثة 30 استبانة استردت منها 27 استبانة صالحة للمعالجة الإحصائية، وطريقة التوزيع الإلكتروني وقد حصلت الباحثة على 49 استجابة، ليكون مجموع الاستبانات الصالحة (76) استبانة مثلت العينة النهائية للبحث . وقد تم توزيع عينة الدراسة حسب خصائصها الديموغرافية كما في الجدول الآتي:

**الجدول (1)**

**خصائص العينة المبحوثة**

| **الجنس** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
|---|---|---|
| ذكر | 58 | 76.3 |
| أنثى | 18 | 23.7 |
| **المجموع** | **76** | **100.0** |
| **العمر** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| أقل من 30 سنة | 6 | 7.9 |
| 30- أقل من 36 | 8 | 10.5 |
| 36- أقل من 40 | 12 | 15.8 |
| 40 فأكثر | 50 | 65.8 |
| **المجموع** | **76** | **100.0** |
| **المستوى التعليمي** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| ثانويةعامة | 4 | 5.3 |
| دبلوم | 2 | 2.6 |
| بكالوريوس | 34 | 44.7 |
| ماجستير | 12 | 15.8 |
| دكتوراه | 24 | 31.6 |
| **المجموع** | **76** | **100.0** |

| سنوات العمل | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| اقل من 5 سنوات | 12 | 15.8 |
| 5 – أقل من 10 سنوات | 8 | 10.5 |
| 10 – أقل من 15 | 2 | 2.6 |
| 15 فأكثر | 54 | 71.1 |
| **المجموع** | **76** | **100.0** |
| **الوظيفة** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| رئيس تحرير | 6 | 7.9 |
| محرر | 22 | 28.9 |
| مسؤولإداري | 20 | 26.3 |
| محلل سياسي | 10 | 13.2 |
| مراسلصحفي | 10 | 13.2 |
| مديرعام | 6 | 7.9 |
| ناطق إعلامي | 2 | 2.6 |
| **المجموع** | **76** | **100.0** |
| **مكان العمل** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| صحيفةالكترونية | 20 | 26.3 |
| صحيفةورقية | 6 | 7.9 |
| وكالةإخبارية | 6 | 7.9 |
| مركزإعلامي | 24 | 31.6 |
| فضائية | 18 | 23.7 |
| إذاعة | 2 | 2.6 |
| المجموع | 76 | 100.0 |
| **عائدية المؤسسة** | **التكرار** | **النسبة المئوية** |
| حكومية | 27 | 35.5 |
| خاصة | 49 | 64.5 |
| **المجموع** | **76** | **100.0** |

يظهر من الجدول رقم ( 1) ما يلي:

1- أن عدد الذكور في عينة الدراسة بلغ (58) بما نسبته (76.3%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، بينما بلغ عدد الإناث (18) بما نسبته (23.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

2- أن المبحوثين من الفئة العمرية (40 فأكثر) بلغ عددهم (50)، ما يمثل نسبة (65.8%)، تلاها الفئة العمرية (36- أقل من 40)، بعدد (12) وبنسبة (15.8%)، ثم الفئة العمرية (30- أقل من 36)، بعدد (8) وبنسبة (10.5%)، ثم الفئة العمرية (أقل من 30 سنة)، بعدد (6) وبنسبة (7.9%).

3- أن المبحوثين من فئة المستوى التعليمي (بكالوريوس) بلغ عددهم (34)، ما يمثل نسبة (44.7%)، تلاها فئة المستوى التعليمي (الدكتوراه)، بعدد (24) وبنسبة (31.6%)، ثم فئة (الماجستير)، بعدد (12) وبنسبة (15.8%)، ثم فئة (ثانوية عامة)، بعدد (4) وبنسبة (5.3%)، ثم فئة (الدبلوم)، بعدد (2)، أي بنسبة (2.6%).

4- أن المبحوثين من فئة سنوات العمل (15 فأكثر) بلغ عددهم (54)، ما يمثل نسبة (71.1%)، تلاها فئة (اقل من 5 سنوات)، بعدد (12) وبنسبة (15.8%)، ثم فئة (5 – أقل من 10 سنوات)، بعدد (8) وبنسبة (10.5%)، ثم فئة (10 – أقل من 15)، بعدد (2) وبنسبة (2.6%).

5- أن المبحوثين من فئة الوظائف (محرر) بلغ عددهم (22)، ما يمثل نسبة (28.9%)، تلاها فئة (مسؤول إداري)، بعدد (20) وبنسبة (26.3%)، ثم فئة (محلل سياسي) وفئة(مراسل صحفي)، بعدد (10) وبنسبة (13.2%) لكل منهما، ثم فئة (مدير عام) وفئة (رئيس تحرير)، بعدد (6) وبنسبة (7.9%) لكل منهما، ثم فئة (ناطق إعلامي) بعدد (2)، ما يمثل نسبة (2.6%).

6- أن توزيع المبحوثين حسب فئة مكان العمل، جاء كما يلي: (مركز إعلامي) بلغ عددهم (24)، ما يمثل نسبة (31.6%)، تلاها فئة (صحيفة إلكترونية)، بعدد (20) وبنسبة (26.3%)، ثم فئة (فضائية) بعدد (18) وبنسبة (23.7%)، ثم فئة(صحيفة ورقية) وفئة (وكالة إخبارية)، بعدد (6) وبنسبة (7.9%) لكل منهما، ثم فئة (إذاعة) بعدد (2)، ما يمثل نسبة (2.6%).

7- أن عدد المبحوثين الذي يعملون في المؤسسات الحكومية بلغ (27) بما نسبته (35.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، بينما بلغ عدد المبحوثين الذي يعملون في المؤسسات الخاصة (27) بما نسبته (64.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

**أدوات الدراسة**

تم اللجوء إلى أداتين للبحث، فبالإضافة إلى المقابلات العلمية المعمقة مع النخب الأردنية في مراحل متعددة من الدراسة ( الملحق رقم -3- ) فان البحث استند أيضا إلى الإستبانة من اجل الحصول على البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة ( ملحق -1- ).

وتم تصميم الاستبانة بعد الاطلاع على الأدب النظري ومسح الدراسات السابقة ومعطيات المقابلات والملاحظة الاستطلاعية الاولية، اذ تكونت بصيغتها الأخيرة من (83) فقرة من اجل قياس دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن.

تم بناء الاستبانة من خلال الاستعانة بالدراسات السابقة والأدب النظري بعد أن خضعت لإجراءات التحكيم العلمي من قبل لجنة الخبراء ( الملحق -2- ). وقد تكونت أداة الدراسة من أسئلة الدراسة والمكونة من:

**القسم الأول: المعلومات الديموغرافية**، وتتكون من: الجنس، والفئة العمرية، والمؤهل العلمي، والمسمى الوظيفي، ومكان العمل، وعائدية المؤسسة.

**القسم الثاني: محاور الدراسة**، وتعالج هذه المحاور موضوع الدراسة الرئيس المتمثل بـ **(دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي )**، وتتمثل المحاور في الآتي:

- مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية الملكية، وتشمل الفقرات (1-11)
- أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، وتشمل الفقرات (12-30).
- إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية، وتشمل الفقرات(31-40).
- معالجة إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية، وتشمل الفقرات (41-48).

## صدق الأداة وثباتها

تم عرض الاستبانة على عدد من أساتذة الإعلام في الجامعات، وبعد اطلاعهم على عباراتها أشاروا إلى بعض المقترحات والتوصيات القيمة حول عبارتها، إذ أجرى التعديل وفقاً لآرائهم حتى برزت الأداة بشكلها النهائي، الملحق رقم (2) يوضح قائمة بأسماء المحكمين.

وللتأكد من ثبات أداة تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا (Chronbach Alpha) على جميع فقرات أبعاد مجالات الدراسة والأداة ككل، كما هو مبين في جدول(2) الذي يوضح معاملات الثبات.

**الجدول (2)**

**معامل ثبات كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha لمحاور الأداة**

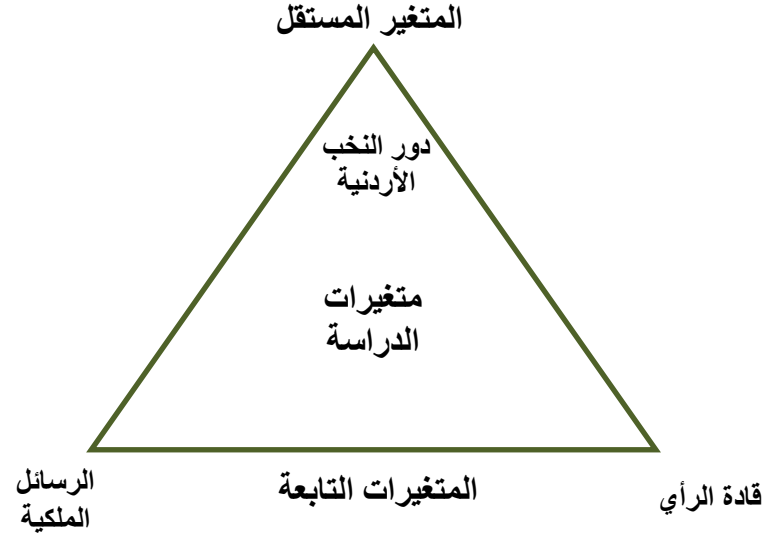
| المحور | عنوان المحور | Cronbach's Alpha |
|---|---|---|
| **الاول** | موضوعية قادة الرأي في نشر الرسائل الملكية | 0.90 |
| **الثاني** | الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية | 0.91 |
| **الثالث** | إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية | 0.91 |
| **الرابع** | معالجة إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية | 0.91 |
| | **معامل ثبات الاستبانة كاملة** | **0.92** |

يظهر الجدول أعلاه جميع قيم معاملات الثبات بطريقة (كرونباخ الفا) كانت مقبولة لأغراض التطبيق، إذ إنها تراوحت بين (0.90-0.92)، وقد أشارت الدراسات إلى أن نسبة قبول معامل الثبات (0.60) ((Aczel & Sounderpandian, 2002, p.398)، وقد كانت معاملات الارتباط لأداة الدراسة بنسبة عالية، وجاءت بنسبة (0.92) للأداة ككل.

## متغيرات الدراسة

**المتغيرات المستقلة:** تمثلت متغيرات الدراسة المستقلة بدور النخب الأردنية في نشر ونقل الرسائل الملكية للجمهور.

**المتغيرات التابعة:** تمثلت متغيرات الدراسة التابعة بالرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، والشكل التالي يوضح ذلك.



## إجراءات البحث الإحصائية

- تم تفريغ إجابات أفراد العينة وإدخالها ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) وتم استخراج المعالجات الإحصائية الآتية:
- الإحصاء الوصفي لبيان المتوسطات الحسابية means والإنحرافات المعيارية.
- معامل الارتباط بيرسون لبيان ثبات أداة الدراسة (الاستبانة).
- معامل الارتباط كرونباخ ألفا Alpha Cronbach لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الدراسة.
- اختبار Independent Sample T-test واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لاختبار العلاقة بين المتغيرات و LSD للمقارنات البعدية.
- وفيما يتعلق بمقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة، فقد تم اعتماد المتوسطات الحسابية لحساب المستويات مع مراعاة أن يتدرج المقياس كما يأتي:

| **بدائل مقياس ليكرت الخماسية** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| أوافق بشدة | أوافق | أوافق قليلاً | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

- واستناداً إلى معادلة طول الفئة (القيمة العليا – القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات) تم استخراج طول الفئة (1.33) ليكون معدل قيم المتوسطات الحسابية على النحو الآتي: المستوى المنخفض من 1 + 1.33 = 2.33، والمستوى المتوسط من 2.34 + 1.33 = 3.67، والمستوى المرتفع من 3.68 – 5.

# الفصل الرابع

# نتائج الدراسة ومناقشتها

# الفصل الرابع
# نتائج الدراسة ومناقشتها

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج التحليل الإحصائي للبيانات، إذ تم اعتماد المنهجية التي وردت بالفصل الثالث من الرسالة وذلك لتحديد نوع التحليل والاختبارات الواجب تطبيقها، واستخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات لاستخراج النتائج المتعلقة بالدراسة، إذ أجرى التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم تحليل البيانات تحليلاً وصفياً، واستخراج الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، ثم تحليل الفرضيات واستخراج النتائج.

**نتائج سؤال الدراسة الأول: مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي ؟**

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن مستوى موضوعية النخب في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية إلى الرأي العام، كما يظهر من الجدول الآتي:

**الجدول (3)**

**المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً**

| رقم الفقرة | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 36 | تحرص النخب دوماً على ايصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي | 3.6263 | 0.99296 | 1 | متوسط |
| 41 | تسعى النخب إلى تعزيز مضمون الرسائل المكلية بالشواهد والتجارب المحيطة | 3.4421 | 0.96682 | 2 | متوسط |

| رقم الفقرة | الفقـرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 44 | تحرص النخب على تقديم الرسائل الملكية بأسلوب موضوعي يعزز من المواطنة والانتماء لدى الرأي العام | .89592 | 1.07475 | 3 | متوسط |
| 39 | تسعى النخب إلى نقل وتوضيح مضمون الرسائل المكلية بما يكشف للجمهور عمق الفكر الملكي | 2.7895 | 1.08709 | 4 | متوسط |
| 45 | تحرص النخب على تقديم الرسائل الملكية بأسلوب يظهر الجهود الملكية على الارتقاء بالمستوى الاقتصادي للمواطن | 2.7632 | 0.96427 | 5 | متوسط |
| 42 | يتمتع أسلوب عرض النخب للرسائل الملكية بالصراحة والشفافية | 2.6316 | 1.14125 | 6 | متوسط |
| 43 | تفسر النخب الرسائل الملكية بعيداً عن المصلحة الذاتية والتأثير الشخصي | .57892 | 1.19178 | 7 | متوسط |
| 40 | تهتم النخب بايصال مضمون الرسائل الملكية أكثر من اللقاء بحد ذاته | 2.5526 | 1.39900 | 8 | متوسط |
| 38 | تؤكد النخب الأردنية على تفسير المصطلحات الجديدة المتضمنة في الرسائل الملكية بموضوعية | 2.5526 | 1.21540 | 9 | متوسط |
| 46 | يؤمن الجمهور بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها | 2.1842 | 1.21886 | 10 | منخفض |
| 37 | تنقل النخب الأردنية الرسائل الملكية بما يلبي حاجة الجمهور للاجابة عن استفساراتهم حول قضية ما | 2.0000 | 1.34660 | 11 | منخفض |
| | **الكلي** | .61002 | 0.82693 | (1-11) | متوسط |

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة " مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي " حاز على متوسط حسابي بلغ (2.6100)، وانحراف معياري (0.82693)، وهو ضمن المستوى المتوسط. إذ احتلت الفقرة (36) المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (3.6263) وإنحراف معياري (0.99296)، والتي نصت على أن

من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أن (النخب الأردنية يحرصون دوماً على ايصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي)، وهي ضمن المستوى المتوسط. وفي المرتبة الثانية، جاءت الفقرة رقم (41) بمتوسط حسابي (3.4421) وإنحراف معياري (0.96682)، والتي نصت على أن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أن (يسعى النخب الأردنية إلى تعزيز مضمون الرسائل المكلية بالشواهد والتجارب المحيطة)، وهي ضمن المستوى المتوسط أيضاً.

بينما وردت في المراتب الأخيرة، الفقرة رقم (46) بمتوسط حسابي (2.1842) وإنحراف معياري (1.21886)، والتي نصت على أن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أن (الجمهور يؤمن بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها)، وهي ضمن المستوى المنخفض، أما في المرتبة الأخيرة، فقد وردت الفقرة (37) بمتوسط حسابي (2.000) وإنحراف معياري (1.34660)، والتي نصت على أن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشرالرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أن (تنقل النخب الأردنية الرسائل الملكية بما يلبي حاجة الجمهور للاجابة عن استفساراتهم حول قضية ما)، وهي ضمن المستوى المنخفض.

يتضح من أعلاه أن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية إلى الرأي العام هي حرصهم دوماً على ايصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي، وأنهم يسعون إلى نقل مضمون تلك الرسائل بما يوضح للجمهور هدف اللقاء وغايته. بينما كان أقل الدلائل التي تشير إلى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل

الاتصالية للقاءات الملكية إلى الرأي العام هي إيمان الجمهور بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها، وكون النخب الأردنية ينقلون الرسائل الملكية بما يلبي حاجة الجمهور للاجابة عن استفساراتهم حول قضية ما.

**نتائج سؤال الدراسة الثاني: أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية إلى الجمهور من وجهة نظر قادة الرأي؟**

للإجابة عن هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تنشرها النخب الأردنية كما يظهر من الجدول الآتي:

**الجدول (4)**

**المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية مرتبة ترتيباً تنازلياً**

| رقم الفقرة | الفقرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 54 | ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود | 4.6447 | 0.55866 | 1 | مرتفع |
| 56 | جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته | 4.6053 | 0.71328 | 2 | مرتفع |
| 59 | القدس خط أحمر – الصراع العربي الإسرائيلي | 4.5263 | 0.84022 | 3 | مرتفع |
| 61 | الأردن قوي بشعبه وجيشه وسنعبر التحديات | 4.4605 | 0.83970 | 4 | مرتفع |
| 48 | الأردن حوله مناطق مضطربة علينا اليقظة | 4.3816 | 0.65253 | 5 | مرتفع |
| 55 | مواردنا محدودة ولاخيارات لنا الا التكافل | 4.3158 | 0.98266 | 6 | مرتفع |
| 51 | المشاركة السياسية دليل وعي المواطن | 4.3026 | 1.10779 | 7 | مرتفع |
| 52 | الأردن قوي بعلاقاته الخارجية المتوازنة | 4.3026 | 0.93836 | 8 | مرتفع |
| 65 | متابعة أداء الحكومة والضغط باتجاه تحسينه | 4.2632 | 0.77233 | 9 | مرتفع |
| 58 | صحة المواطن أهم أولوياتنا | 4.2500 | 0.98150 | 10 | مرتفع |

| رقم الفقرة | الفقـرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 57 | أبناؤنا الطلبة محل اهتمامنا وحرصنا | 4.2105 | 1.01082 | 11 | مرتفع |
| 53 | تعزيز ثقة الشعب بالحكومة | 4.1711 | 1.06318 | 12 | مرتفع |
| 47 | ضرورة تخفيف العبء الاقتصادي على المواطن | 4.1447 | 0.91948 | 13 | مرتفع |
| 62 | الإنسان أغلى ما نملك | 4.1447 | 1.02897 | 14 | مرتفع |
| 49 | الحكومة معنية بخدمة المواطن وتخفيف معاناته | 4.1184 | 0.99287 | 15 | مرتفع |
| 63 | المرأة الأردنية ناجحة ومتميزة وقائدة | 4.0789 | 1.06787 | 16 | مرتفع |
| 60 | الإعلام مساند للمسيرة الديموقراطية | 4.0526 | 1.10628 | 17 | مرتفع |
| 50 | علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح | 4.0395 | 1.08862 | 18 | مرتفع |
| 64 | السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن | 3.6400 | 1.24499 | 19 | متوسط |
| **الكلي** | | 4.1507 | 0.66178 | (1-19) | مرتفع |

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة "أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي " حاز على متوسط حسابي بلغ (4.1507)، وإنحراف معياري (0.66178)، وهو ضمن المستوى المرتفع.

إذ احتلت الفقرة (54) المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (4.6447) وإنحراف معياري (0.55866)، والتي نصت على أن من أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية هي أن (ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود)، وهي ضمن المستوى المرتفع. وفي المرتبة الثانية، جاءت الفقرة رقم (56) بمتوسط حسابي (4.6253) وإنحراف معياري (0.71328)، والتي نصت على أن من أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنيةهي أن (جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

بينما وردت في المراتب الأخيرة، الفقرة رقم (50) بمتوسط حسابي (4.0395) وإنحراف معياري (1.08862)، والتي نصت على أن من الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية هي (علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح)، وهي ضمن المستوى المرتفع، أما في المرتبة الأخيرة، فقد وردت الفقرة (64) بمتوسط حسابي (3.6400) وإنحراف معياري (1.24499)، والتي نصت على أن من أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التينشرتها النخب الأردنيةهي أن (السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن)، وهي ضمن المستوى المتوسط.

يستنتج من أعلاه أن من أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنيةهي "ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود"، و"جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته"، بينما كان أقل الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وروداً من قبل النخب الأردنية هي "علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح" و"السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن".

**نتائج سؤال الدراسة الثالث: أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من قبل النخب من وجهة نظر قادة الرأي؟**

للإجابة عن هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، كما يظهر من الجدول الآتي:

**الجدول (5)**

**المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً**

| رقم الفقرة | الفقـرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 75 | ضعف مهارة النخب الأردنية في إيصال الرسالة الملكية للرأي العام | 4.4474 | 0.71916 | 1 | مرتفع |
| 71 | ضعف الثقة الجماهيرية بالنخب الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام | 4.4079 | 0.88208 | 2 | مرتفع |
| 72 | اضطراب فهم الجمهور للرسائل الملكية وحيرتهم في التعامل معها | 4.3553 | 0.77810 | 3 | مرتفع |
| 73 | عدم إيلاء النخب الأردنيةأهمية كبيرة لايصال للرسائل الملكية للجمهور | 4.3026 | 0.74868 | 4 | مرتفع |
| 70 | وضع مؤسسة العرش محددات على التصريحات الإعلامية | 4.1579 | 0.96682 | 5 | مرتفع |
| 68 | ذكر مصطلحات سياسية جديدة في مضمون الرسالة الملكية تغفل عنها بعض النخب الأردنية | 4.1579 | 0.88019 | 6 | مرتفع |
| 69 | سوء تأويل بعض الرسائل الملكية يؤثر سلبا على العلاقات الدولية | 4.1447 | 1.00272 | 7 | مرتفع |
| 74 | انحراف الرسالة الملكية عن تحقيق أهدافها بسبب سوء فهم المضمون | 4.1184 | 0.99287 | 8 | مرتفع |
| 67 | إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقضالنخب الأردنية في تفسيرها | 4.1053 | 0.98764 | 9 | مرتفع |
| 66 | حرص النخب الأردنية على بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور | 3.6184 | 1.29581 | 10 | مرتفع |
| | **الكلي** | 4.1816 | 0.67601 | (10-1) | مرتفع |

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة " أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي " حاز على متوسط حسابي بلغ (4.1816)، وإنحراف معياري (0.67601)، وهو ضمن المستوى المرتفع.

إذ احتلت الفقرة (75) المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (4.6447) وإنحراف معياري (0.55866)، والتي نصت على أن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي (ضعف مهارة النخب الأردنية في إيصال الرسالة الملكية للرأي العام)، وهي ضمن المستوى المرتفع. وفي المرتبة الثانية، جاءت الفقرة رقم (71) بمتوسط حسابي (4.4079) وإنحراف معياري (0.88208)، والتي نصت على أن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي (ضعف الثقة الجماهيرية بالنخب الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

بينما وردت في المراتب الأخيرة، الفقرة رقم (67) بمتوسط حسابي (4.1053) وإنحراف معياري (0.98764)، والتي نصت على أن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من قبل النخب الأردنيةهي (إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقض النخب الأردنية في تفسيرها)، وهي ضمن المستوى المرتفع، أما في المرتبة الأخيرة، فقد وردت الفقرة (66) بمتوسط حسابي (3.6184) وإنحراف معياري (1.29581)، والتي نصت على أن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكيةهي (حرص النخب الأردنية على بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور)، وهي ضمن المستوى المرتفع.

يستنتج من أعلاه أن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية هي ضعف مهارة النخب الأردنية في إيصال الرسالة الملكية، وضعف الثقة الجماهيرية النخب الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام، وكذلك إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقض النخب الأردنية في تفسيرها، وحرص أصحاب النخب الأردنيةعلى بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور.

**نتائج سؤال الدراسة الرابع: أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظرقادة الرأي؟**

للإجابة عن هذا المحور تم استخراج المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، كما يظهر من الجدول الآتي:

**الجدول (6)**

**المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً**

| رقم الفقرة | الفقـرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 81 | توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتاكيد على ربط المضمون بالسياق | 4.2500 | 0.95394 | 1 | مرتفع |
| 82 | صياغة الديوان الملكي للخطاب أو مضمون الحوار على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية | 4.2368 | 1.04395 | 2 | مرتفع |
| 77 | التهيئة للقاء الملكي وتحديد أهدافه مسبقاً للنخب الأردنية | 4.2368 | 0.96427 | 3 | مرتفع |

| رقم الفقرة | الفقـرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | المستوى |
|---|---|---|---|---|---|
| 78 | إعادة نشر مقاطع من الحديث الملكي المسجل وعرضه عبر مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي | 4.1974 | 0.90950 | 4 | مرتفع |
| 76 | التأكيد على دعوة النخب الأردنية للقاءات الملكية ممن لديهم القدرة على تحليل مضمون الرسائل بطريقة واضحة وموضوعية | 4.1974 | 0.93836 | 5 | مرتفع |
| 79 | استفادة النخب الأردنية من بعضهم بعضاً في تحليل ما تم الحديث حوله أثناء اللقاء الملكي | 4.1053 | 1.07801 | 6 | مرتفع |
| 80 | حرص النخب الأردنية على نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء | 3.9342 | 1.30981 | 7 | مرتفع |
| 83 | تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي | 3.7368 | 1.09992 | 8 | مرتفع |
| | **الكلي** | 4.1118 | 0.70403 | (1-8) | مرتفع |

يظهر من بيانات الجدول أعلاه أن محور الدراسة "أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية اليت تنشرها النخب الأردنية من قبل الرأي العام" حاز على متوسط حسابي بلغ (4.1118)، وإنحراف معياري (0.70403)، وهو ضمن المستوى المرتفع.

إذ احتلت الفقرة (81) المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (4.2500) وإنحراف معياري (0.95394)، والتي نصت على أن من أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي(توجيه النخب الأردنيةبعدم تفسيرالرسائل الملكية خارج سياقها والتاكيد على ربط المضمون بالسياق)، وهي ضمن المستوى المرتفع. وفي المرتبة الثانية، جاءت الفقرة رقم (82) بمتوسط حسابي (4.2368) وإنحراف معياري (1.04395)، والتي نصت على أن من أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية

للقاءات الملكيةهي (صياغة الديوان الملكي لمضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

بينما وردت في المراتب الأخيرة، الفقرة رقم (80) بمتوسط حسابي (3.9342) وإنحراف معياري (1.30981)، والتي نصت على أن من أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي (حرص النخب الأردنية على نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء)، وهي ضمن المستوى المرتفع، أما في المرتبة الأخيرة، فقد وردت الفقرة (83) بمتوسط حسابي (3.7368) وإنحراف معياري (1.09992)، والتي نصت على أن من أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي (تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي)، وهي ضمن المستوى المرتفع.

يستنتج من أعلاه أن من أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتاكيد على ربط المضمون بالسياق، وصياغة الديوان الملكي لمضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية، وأن تحرص النخب الأ على نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء، وضرورة تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي.

## نتائج فرضية الدراسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات قادة الرأي عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى للمتغيرات الديموغرافية:

**(1) الجنس**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير الجنس، تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test)، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (7)**

**اختبار Independent Samples T-Test لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير الجنس**

| الجنس | الجنس | العينة | المتوسط الحسابي | الإنحراف المعياري | درجات الحرية | قيمة "T" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير الجنس | ذكر | 58 | 3.9040 | .45532 | 74 | -3.748 | .005 |
| | أنثى | 18 | 4.4133 | .63950 | | | |

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول أعلاه يتبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير الجنس، إذ بلغت قيمة (ت) الإحصائي لاستجابات المبحوثين (-3.748) وبدلالة إحصائية (0.005)، وهي أقل من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجابتهم عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية باختلاف الجنس، وأن الفروق كانت لصالح فئة الإناث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين الذكور (3.9040) والمتوسط الحسابي للإناث (4.4133)، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

**(2) عائدية المؤسسة**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير عائدية المؤسسة، تم تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test)، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (8)**

**اختبار Independent Samples T-Test لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير عائدية المؤسسة**

| عائدية المؤسسة | العائدية | العينة | المتوسط الحسابي | الإنحراف المعياري | درجات الحرية | قيمة "T" | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير عائدية المؤسسة | حكومية | 27 | 3.9935 | .46175 | 74 | -.368 | .032 |
| | خاصة | 49 | 4.0418 | .59069 | | | |

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول أعلاه يتبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير عائدية المؤسسة، إذ بلغت قيمة (ت) الإحصائي لاستجابات المبحوثين (0.368-) وبدلالة إحصائية (0.032)، وهي أقل من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجابتهم عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية باختلاف عائدية المؤسسة، وأن الفروق كانت لصالح فئة "خاصة"، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين للحكومية (3.9935) والمتوسط الحسابي للخاصة (4.0418)، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

**(3) العمر**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير العمر، تم تطبيق اختبار **تحليل التباين الأحادي (ANOVA)**، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (9)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر**

| العمر | | مجموع المربعات | درجات الحرية | مربع المتوسط الحسابي | قيمة F | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير العمر | بين المجموعات | 2.504 | 3 | .835 | 3.031 | .035 |
| | داخل المجموعات | 19.828 | 72 | .275 | | |
| | المجموع | 22.332 | 75 | | | |

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول أعلاه يتبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير العمر، إذ بلغت قيمة (F) الإحصائية لاستجابات المبحوثين (3.031) وبدلالة إحصائية (0.035)، وهي أقل من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متباينة في استجابتهم عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية باختلاف العمر، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية. ولمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية، تم إجراء اختبار LSD للمقارنات البعدية، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (10)**

**اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير العمر**

| المتغير التابع | العمر (I) | العمر(J) | فرق المتوسط الحسابي (I–J) | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكيةحسب متغير العمر | اقل من 30 سنة | من 30 – أقل من 36 | -.58157* | .044 |
| | | 36- أقل من 40 | -.76312* | .005 |
| | | 40 فأكثر | -.43902 | .057 |
| | 30 – أقل من 36 | اقل من 30 سنة | .58157* | .044 |
| | | 36- أقل من 40 | -.18154 | .451 |
| | | 40 فأكثر | .14255 | .478 |
| | 36- أقل من 40 | اقل من 30 سنة | .76312* | .005 |
| | | 30 – أقل من 36 | .18154 | .451 |
| | | 40 فأكثر | .32409 | .059 |
| | 40 فأكثر | اقل من 30 سنة | .43902 | .057 |
| | | 30 – أقل من 36 | -.14255 | .478 |
| | | 36- أقل من 40 | -.32409 | .059 |

يظهر بعد اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وانعكاساتها على الرأي العام حسب متغير العمر، تبين أن الفروق الإحصائية كانت لصالح الفئة العمرية (اقل من 30 سنة).

**(4) المستوى التعليمي**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وانعكاساتها على الرأي العام تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، تم تطبيق اختبار **تحليل التباين الأحادي (ANOVA)**، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (11)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي**

| المستوى التعليمي | | مجموع المربعات | درجات الحرية | مربع المتوسط الحسابي | قيمة F | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير المستوى التعليمي | بين المجموعات | 0.351 | 4 | .088 | .283 | .888 |
| | داخل المجموعات | 21.981 | 71 | .310 | | |
| | المجموع | 22.332 | 75 | | | |

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول أعلاه يتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي، إذ بلغت قيمة (F) الإحصائية لاستجابات المبحوثين (0.283) وبدلالة إحصائية (0.888)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متقاربة في استجابتهم عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكيةباختلاف المستوى التعليمي، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

**(5) سنوات العمل**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير سنوات العمل، تم تطبيق اختبار **تحليل التباين الأحادي (ANOVA)**، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (12)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير سنوات العمل**

| سنوات العمل | | مجموع المربعات | درجات الحرية | مربع المتوسط الحسابي | قيمة F | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير سنوات العمل | بين المجموعات | .835 | 3 | .278 | .932 | .430 |
| | داخل المجموعات | 21.497 | 72 | .299 | | |
| | المجموع | 22.332 | 75 | | | |

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير سنوات العمل، إذ بلغت قيمة (F) الإحصائية لاستجابات المبحوثين (0.932) وبدلالة إحصائية (0.430)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متقاربة في استجابتهم عن دورالنخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية باختلاف سنوات العمل، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

**(6) العنوان الوظيفي**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير العنوان الوظيفي، تم تطبيق اختبار **تحليل التباين الأحادي (ANOVA)**، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (13)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العنوان الوظيفي**

| العنوان الوظيفي | | مجموع المربعات | درجات الحرية | مربع المتوسط الحسابي | قيمة F | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب المسمى الوظيفي | بين المجموعات | 2.128 | 6 | .355 | 1.211 | .311 |
| | داخل المجموعات | 20.204 | 69 | .293 | | |
| | المجموع | 22.332 | 75 | | | |

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول أعلاه يتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، إذ بلغت قيمة (F) الإحصائية لاستجابات المبحوثين(1.211) وبدلالة إحصائية (0.311)، وهي أكبر من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متقاربة في استجابتهم عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكيةباختلاف المسمى الوظيفي، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية.

**(7) مكان العمل**

لمعرفة الفروق الإحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تبعاً لمتغير مكان العمل، تم تطبيق اختبار **تحليل التباين الأحادي (ANOVA)**، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (14)**

**نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لدراسة الفروق في آراء أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير مكان العمل**

| مكان العمل | | مجموع المربعات | درجات الحرية | مربع المتوسط الحسابي | قيمة F | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب مكان العمل | بين المجموعات | 4.432 | 5 | .886 | 3.467 | .007 |
| | داخل المجموعات | 17.900 | 70 | .256 | | |
| | المجموع | 22.332 | 75 | | | |

يظهر من بيانات الجدول أعلاه يتبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغير مكان العمل، إذ بلغت قيمة (F) الإحصائية لاستجابات المبحوثين(3.467) وبدلالة إحصائية (0.007)، وهي أقل من (0.05)، وهذا يشير إلى أن المبحوثين لديهم مستويات متقاربة في استجابتهم عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكيةباختلاف مكان العمل، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية. ولمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية، تم إجراء اختبار LSD للمقارنات البعدية، كما في الجدول الآتي:

**الجدول (15)**

**اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير مكان العمل**

| متغير مكان العمل | مكان العمل(I) | مكان العمل(J) | متوسط الفروق(J-I) | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|
| الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكيةحسب متغير مكان العمل | صحيفة الكترونية | صحيفة ورقية | -.24734 | .297 |
| | | وكالة إخبارية | -.55447* | .021 |
| | | مركز إعلامي | -.10198 | .508 |
| | | فضائية | -.41802* | .013 |
| | | إذاعة | .75596* | .048 |
| | صحيفة ورقية | صحيفة الكترونية | .24734 | .297 |
| | | وكالة إخبارية | -.30712 | .296 |
| | | مركز إعلامي | .14536 | .531 |
| | | فضائية | -.17067 | .476 |
| | | إذاعة | 1.00330* | .018 |
| | وكالة إخبارية | صحيفة الكترونية | .55447* | .021 |
| | | صحيفة ورقية | .30712 | .296 |
| | | مركز إعلامي | .45248 | .054 |
| | | فضائية | .13645 | .569 |
| | | إذاعة | 1.31042* | .002 |
| | مركز إعلامي | صحيفة الكترونية | .10198 | .508 |
| | | صحيفة ورقية | -.14536 | .531 |
| | | وكالة إخبارية | -.45248 | .054 |
| | | فضائية | -.31604* | .049 |
| | | إذاعة | .85794* | .024 |
| | فضائية | صحيفة الكترونية | .41802* | .013 |
| | | صحيفة ورقية | .17067 | .476 |
| | | وكالة إخبارية | -.13645 | .569 |
| | | مركز إعلامي | .31604* | .049 |
| | | إذاعة | 1.17397* | .003 |
| | إذاعة | صحيفة الكترونية | -.75596* | .048 |
| | | صحيفة ورقية | -1.00330* | .018 |
| | | وكالة إخبارية | -1.31042* | .002 |
| | | مركز إعلامي | -.85794* | .024 |
| | | فضائية | -1.17397* | .003 |

يظهر بعد اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق الإحصائية في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في الأردن في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية حسب متغير مكان العمل، تبين أن الفروق الإحصائية كانت لصالح (الإذاعة).

**العلاقة بين محاور الدراسة**

للتعرف إلى طبيعة العلاقة بين محاور الدراسة، تم استخدام معامل الارتباط Pearson لبيان تلك العلاقة، والجدول الاتي يبين ذلك:

**الجدول (16)**

**يبين معامل الارتباط Pearson بين محاور الدراسة**

| مستوى الارتباط | | المحور الأول | المحور الثاني | المحور الثالث | المحور الرابع | المحور الخامس | المحور السادس | المحور السابع |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| المحور الأول | معامل Pearson | | .416** | .524** | .452** | .298** | .406** | .438** |
| | قيمة الدلالة | | .000 | .000 | .000 | .009 | .000 | .000 |
| | العينة | | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 |
| المحور الثاني | معامل Pearson | .416** | | .790** | .478** | .714** | .607** | .561** |
| | قيمة الدلالة | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | العينة | 76 | | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 |
| المحور الثالث | معامل Pearson | .524** | .790** | | .604** | .518** | .563** | .469** |
| | قيمة الدلالة | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | العينة | 76 | 76 | | 76 | 76 | 76 | 76 |
| المحور الرابع | معامل Pearson | .452** | .478** | .604** | | .610** | .472** | .685** |
| | قيمة الدلالة | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | العينة | 76 | 76 | 76 | | 76 | 76 | 76 |
| المحور الخامس | معامل Pearson | .298** | .714** | .518** | .610** | | .625** | .687** |
| | قيمة الدلالة | .009 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | العينة | 76 | 76 | 76 | 76 | | 76 | 76 |
| المحور السادس | معامل Pearson | .406** | .607** | .563** | .472** | .625** | | .556** |
| | قيمة الدلالة | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | العينة | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | | 76 |
| المحور السابع | معامل Pearson | .438** | .561** | .469** | .685** | .687** | .556** | |
| | قيمة الدلالة | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | العينة | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | |

يظهر من بيانات الجدول أعلاه، أن جميع العلاقات بين محاور الدراسة هي علاقة ارتباطية عالية وإيجابية، وبالتالي فهناك علاقة إيجابية بين محور العناوين الوظيفية للنخب الأردنية المشاركين باللقاءات ومحور الصفات الفعلية للمشاركين باللقاءات، وبين محور العوامل المؤثرة باختيار النخب الأردنية للقاءات ومحور موضوعيتهم في نشر الرسائل الملكية، وكذلك بين محور الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، ومحورإشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية ومعالجاته.

# الفصل الخامس

# مناقشة النتائج والتوصيات

# الفصل الخامس
# مناقشة النتائج والتوصيات

يهدف هذا الفصل إلى مناقشة نتائج التحليل الإحصائي للبيانات التي وردت في فصل النتائج، ثم استعرض أهم التوصيات التي خرجت بها الباحثة من دراستها، وفيما عرض مناقشة النتائج:

**مناقشة نتائج سؤال الدراسة الأول: مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي؟**

أظهرت النتائج أن " مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظرقادة الرأي" جاء ضمن المستوى المتوسط. وكان من أبرز دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أنهم "يحرصون دوماً على ايصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي"، وهي ضمن المستوى المتوسط. تلاها في المرتبة الثانية، هي كونهم " يسعون إلى تعزيز مضمون الرسائل المكلية بالشواهد والتجارب المحيطة "، وهي ضمن المستوى المتوسط أيضاً. بينما وردت في المراتب الأخيرة وضمن المستوى المنخفض.

أن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أن"الجمهور يؤمن بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها"، و" ينقل النخب الأردنية الرسائل الملكية بما يلبي حاجة الجمهور للاجابة عن استفساراتهم حول قضية ما. ويمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى مستوى الشعور بالمسؤولية وحرص جلالة الملك على ضرورة الحديث مع المواطن بشفافية، وموضوعية، وجعل المواطن في صورة ما يحدث على الساحة الداخلية والظروف المحيطة، وأن اللقاءات الملكية له أهداف يجب أن تصل مضامينها إلى

الجمهور، تعزيزاً لمظاهر الديمقراطية وتمكيناً لجوهرها في نفوس الناس. وعلى الجانب فإن الكثير من المواطنين لايؤمنون بتحليلات النخب الأردنية خاصة بعدما يحصل تباين فيها من خلال الأداء أو الاختلاف العائد لمهارة التحليل أو إدراك المغزى منها، لكن النخب الأردنيةلايلبون حاجة الجمهور وتساؤلاتهم حول الكثير من القضايا.

وفي سياق هذه النتيجة كانت نتائج دراسة (Marko, 2011) .أن النخب الأردنية يفسرون الأشياء بما يتيح لهم بناء استراتيجية الاتصال الخاصة بهم تجاه جمهورهم..

وعن مستوى موضوعية تفسير الرسائل الاتصالية من قبل النخب الأردنية الذين حضروا اللقاءات الملكية، يستنتج من المقابلت المعمقة:

1- أن الرسائل الملكية واضحة وخالية إلا أنه لا يوجد تطبيق كامل لهذه الرسائل (ملحس، 2020).

2- ان المسؤولية الاخلاقية والوطنية تبرز في طريقة ايصاله للرسالة الملكية، وجهده لابراز مضمون الرسائل بحقيقة ما تحمله من مفاهيم ومعلومات وتوجيهات (الحباشنة، 2020).

3- أن بعض الرسائل تصيب الهدف مباشرة وتصل إلى الجمهور بمضونها الحقيقي، وبعضها الآخر قد لا تصل، وهنا تكمن المشكله بسبب الإعلام، اذ يظهر قصور بعض وسائل الإعلام في ضعفها في طريقة ايصال الرسائل الملكية لان من الواجب عليها تبسيط بعض تلك الرسائل حسب ما تستدعيه الحاجة أو شرح بعض المفردات التي تصعب على المتلقي فهم مضمونها (العضايلة).

**مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثاني: أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية وتم التعامل معها في الرأيالعام من وجهة نظرقادة الرأي.**

أظهرت النتائج أن محور الدراسة "أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية وتم التعامل معها في الرأي العام من وجهة نظرقادة الرأي" جاء ضمن المستوى المرتفع. وكان من أبرز الرسائل الإتصالية التي جاءت ضمن المستوى المرتفع هي "ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود"، وفي المرتبة الثانية ضمن المستوى ذاته، الرسالة الاتصالية التي مفادها أن"جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته"، بينما احتلت المراتب الأخيرة، الرسائل الاتصالية المتعلقة بـ"علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح"، وهي ضمن المستوى المرتفع، ثم الرسالة الاتصالية التي تنص على "السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن"، وهي ضمن المستوى المتوسط.

تشير هذه النتيجة إلى أن معظم الرسائل الملكية كان لها حضور واضح في اللقاءات الرسمية والأساسية، ومن تلك الرسائل؛ ضرورة تظافر الجهود لتجاوز الظروف الصعبة للأردن، لاسيما الظروف الاقتصادية التي امتدت لفترة ومازال الأردن يعيشها، فضلاً عن التهديدات الخارجية بسبب الاضطرابات الأمنية التي يشهدها محيط الدولة. وبقيت الرسائل الاتصالية بمختلف مضامينها تحتل مكانة عالية على الرغم من تباين تلك المكانة من رسالة إلى أخرى، إلا إنها ذات أهمية متقاربة جداً.

وفي سياق الرسائل الاتصالية التي يؤكد عليها الملك عبدالله الثاني، كما أثبتته دراسة الخلايلة (2009) أن القضايا الإعلامية جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ضمن خطاباته ولقاءاته، وكانت متنوعة تشمل جميع القضايا التي تهم المجتمع الأردني (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بل والأخلاقية كذلك). وقد أشارت إلى هذه المضامين دراسة

العيسوي(2020) أبرز الرسائل الاتصالية التي كان يوجهها الملك في خطاباته ولقاءاته والتي ركزت على كون الإرهاب يشكل الخطر الأكبر محليا واقليميا ودوليا، وهو محاولة لتشويه الدين الإسلامي. وفي دراسة المومني (2011) التي قامت على تحليل مضامين الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني، والتي أكدت على الإصلاحات البنيوية لجميع الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والتركيز على تعزيز إدماج المرأة والشباب في المشاركة السياسية. وفي دراسة أبو حواء(2017) أظهرت أن الرسائل التي أكدت عليها وسائل الإعلام مثل إذاعة هلا، ركزت على حب الوطن والدفاع عنه ودراسة ارتيمة(2013) التي أظهرت إسهام كل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا في جهود التنمية السياسية وتعزيز مؤسسات المجتمع المدني على أنواعها، وإشراك الناس في القرارات التي تخص حياتهم ومصيرهم.

**مناقشة نتائج سؤال الدراسة الثالث: أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية منقبل النخب الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي.**

أظهرت النتائج أن محور الدراسة " أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي" جاء ضمن المستوى المرتفع. وكان من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي "ضعف مهارة النخب الأردنية في إيصال الرسالة الملكية "، وهي بالمرتبة الأولى وضمن المستوى المرتفع. تلتها بالمرتبة الثانية إشكالية "ضعف الثقة الجماهيرية بالنخب الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام"، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً. بينما وردت في المراتب الأخيرة، إشكالية "إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقض النخب الأردنية العام في تفسيرها"، وهي ضمن المستوى المرتفع، ثم ضمن المستوى نفسه"حرص النخب الأردنية على بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور.

تشير هذه النتيجة إلى أنه على الرغم من أهمية توفر مهارة الأداء الإعلامي للنخب الأردنية ، إلا إنه تبقى هناك إشكالية في إيصال الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية تتمثل ضعف مهارة بعض النخب الأردنيةفي إيصال مضمون الرسائل، وهذه الإشكالية حتى لو لم تكن عند الأغلب، إلا إنها تعد إشكالية كبيرة في حالة ظهور أحد تلك الشخصيات على الإعلام وهو لايملك مهارة الإقناع، أو مهارة إيصال الرسالة الاتصالية بشكل واضح ومدعوم بالمعززات والخبرات. كما إن ضعف ثقة الناس بالنخب الأردنية أحد أهم الإشكالات التي يحول دون وصول مضمون الرسائل الاتصالية الملكية بصورة دقيقة جدا. ويعزى ضعف الثقة إلى التراكمات السابقة أو الانطباعات التي تحصل غالباً نتيجة مواقف سياسية أو إعلامية من قبل بعض النخب الأردنية. بالإضافة إلى التباين الذي يحصل في تأويلاتالنخب الأردنية وتفسيراتهم المختلفة، أو ربما أحياناً سكوتهم عن بيان المضامين لتلك الرسائل الاتصالية

وضمن هذا المحور امكن استخلاص النتيجة من مقابلات ما يلي :

1- يمكن تفسير الخلل المحتمل في سوء فهم بعض الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية إلى "المقدرة على تحليل مضمون الرسالة، ووضعها في خطة إجرائية قابلة للتنفيذ والقياس( النعيمي ، 2020 ) .

2- إن حدث هذا فالخلل عند الشخص ذاته، لان جلالة الملك يسمع أكثر مما يتكلم، و يجيب عن كل سؤال ويعطي مجال الحديث للكل، ويطرح اسئلته ويناقش في اية قضية".( الحباشنة ، 2020 ) .

3- إن من أبرز إشكالات ايصال وفهم الرسائل الاتصالية في فكر الناقل للرساله، اذ انه كلما كان هناك انسجام بين عالم الأفكار وعالم الأشخاص كلما وصلت المعلومة وحققت هدفها (عربيات، 2020).

4- إلى " أن الإعلام لم يستطع متابعة وتيرة سرعة الرسائل الملكية وتغطية مجريات جميع الوزارات بالصورة المطلوبة، فيتم تسليط الضوء على بعض الأمور ويغفل عن بعض الانجازات،" مضيفاً أن الإعلام ينبغي أن "ينظر إلى الجزء الممتلئ من الكاس ويتابع الجزء الفارغ حتى يتم انجازه" (المفلح، 2020).

5- أن "جميع الرسائل الملكية واضحة للمتلقي، قد تصعب على بعضهم حسب المستوى الثقافي للأفراد لكن بوجه عام الرسائل التي تتنشرق من خلال اللقاءات تكون واضحة جدا " (الحموري، 2020).

6- أن هناك "نقداً مستمراً لمستوى مواكبة الإعلام للرسائل الملكية سواء كانت الموجهة للداخل والمجتمع المحلي أو للخارج أو في المحافل الدولية.. هناك تقصير في متابعة ما يصدر عن جلالة الملك.. لكن لا انكر كفاءاتنا الأردنية التي نعتز بها وقدرات الصحفيين والإعلاميين الأردنيين،.. نعترف ان المشكلة المالية هي جزء من تحديات الإعلام المحلي، اضافة إلى نقطة أود التطرق إليها وهي الخوف من ممارسة المزيد من الحريات "المسؤولة "،برأي يجب ان ترتفع سقوف الطرح بشكل أعمق وأشمل لجميع الجوانب و الملفات سواء كانت على الصعيد المحلي ام على الصعيد الخارجي لكن يجب أن تتوج بالمسؤولية وميثاق الشرف الاخلاقي الملتزم بأدبيات المهنة".(عادل الطويسي، 2020).

**مناقشة نتائج السؤال الرابع: أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي.**

أظهر النتائج أن محور الدراسة " أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية " جاء ضمن المستوى المرتفع. وكان من أبرز المعالجات هي "توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتاكيد على ربط المضمون

بالسياق"، وهي بالمرتبة الأولى، وضمن المستوى المرتفع. تلتها في المرتبة الثانية، "صياغة الديوان الملكي لمضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية"، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً. بينما وردت في المراتب الأخيرة، "حرصت النخب الأردنيةعلى نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء"، وهي ضمن المستوى المرتفع، أما في المرتبة الأخيرة، فكانت أبرز المعالجات هي "تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي، وكلها ضمن المستوى المرتفع.

تفسر هذه النتيجة بأن هناك حاجة ماسة إلى توجيه المدعوين للقاءات الملكية بعدم تفسير الرسائل الاتصالية لتلك اللقاءات خارج سياقها الذي جاءت به، والحرص على توخي الدقة في تاويلها، كما يظهر أن هناك حاجة لتدخل الديوان الملكي من خلال صياغته لمضامين اللقاءات ونشرها عبر وسائل الإعلام تجنباً للتأويلات التي قد لاتتفق وغاية اللقاء أو الحديث الملكي. كما تم الإشارة إلى أكثر من معالجة وكلها كانت بمستوى مرتفع، مثل تغيير وتحسين سياسة التناول الإعلامي للرسالة الاتصالية في وسائل الإعلام الرسمية بشكل خاص.

وفي سياق هذه النتيجة، أثبتت دراسة الخلايلة (2009) مطالبة جلالة الملك عبدالله الثاني من الإعلام الكشف عن الحقائق وتقديم المعلومة الصحيحة للقضايا التي تخدم المواطن والوطن بكل تجرد وموضوعية، وبأن يتصف الإعلامي بالعدل والأخلاق الحسنة التي تبعده عن الشبهات، وأن يتحدى الظروف حتى يصل للحقيقة بشفافية.

لقد كان مجلس الوزراء " يتولى مهمة تحليل مضمون الرسالة الملكية، ليتأكد من وصولها إلى الجميع رغم وضوحها، لكن قد توجد بعض الفراغات في تلقي مضمون الرسالة، فكان النقاش والحوار حول إزالة أية ضبابية حول المطلوب، وهذا ان دل إنما يدل على شيئ واحد ألا وهو مدى

ثقة جلالة الملك بمن حوله وحرص هؤلاء الأشخاص على الوصول إلى المضمون وتنفيذه على أرض الواقع " (سيف، 2020).

## مناقشة نتائج فرضية الدراسة

ظهر من خلال اختبار فروض الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي تعزى لمتغيرات الجنس وعائدية المؤسسة، ومكان العمل- كانت لصالح (الإذاعة)-، والعمر - وكانت لصالح الفئة العمرية (اقل من 30 سنة)-، وظهر عدم وجود فروق دالة إحصائياً تعزى لمتغير المستوى التعليمي وسنوات العمل والمسمى الوظيفي.

وتعزى نتيجة اختبار الفرضيات إلى أن استجابات الإناث كانت ذات اتجاه مغاير لاتجاه استجابات الذكور، وهذ قد يعود طبيعة عمل كل من الإناث والذكور، فالذكور أغلبهم في احتكاك كبير مع وسائل الإعلام من خلال مواقعهم مسؤولين للمؤسسات أو ناطقين إعلاميين فهم على تعامل مستمر مع الرسائل الاتصالية، وبالتالي تفسيراتهم جاءت ضمن السياق المتوقع. وفي الإطار ذاته يمكن تفسير كون الفروق الاحصائية التي تعزى لمتغير عائدية المؤسسة جاءت لصالح المؤسسات الخاصة، وهذا يعود إلى أن المؤسسات الحكومية بشكل عام يكون توجيهها رسمياً، والسياق الموجود لدى العاملين فيها تم الاعتياد عليه. كما أن هذا الاعتياد يبني اتجاهات شخصية نتيجة المعرفة والاحتكاك المستمر مع الرسائل الاتصالية التي تنشرق من اللقاءات الملكية.

وفيما يتعلق بمكان العمل، فظهر أن استجابات العاملين أو المسؤولين في الاذاعات هي من يعزى إليها الفروق الاحصائية في اتجاه الاستجابات، وذلك للسبب ذاته الذي ذكر عند المؤسسات الخاصة، لأن الإذاعات المشاركة في الدراسة هي إذاعات خاصة. أما الفئة العمرية ذات الدلالة

الإحصائية فقد كانت (اقل من 30 سنة)، وهي فئة عمرية تمثل الشباب الذي احتل مكانة جديدة في المجتمع، سواء كانوا مسؤولين أو ناطقين، أو رؤساء تحرير، لكن حداثة السن مع مجتمع متطلع وطموح، بالتاكيد ستكون استجاباتهم تختلف عن استجابات من هم أكبر منهم سناً أو منصباً أو أنهم شغلوا مناصب حكومية كثيرة.

**الاستنتاجات**

1- إن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي حرصهم دوماً على ايصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي، وأنهم يسعون في نشر مضمون تلك الرسائل بما يوضح للجمهور هدف اللقاء وغايته. بينما كان أقل الدلائل التي تشير إلى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي إيمان الجمهور بتحليلاتالنخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها، وكون النخب الأردنيةيفسرون الرسائل الملكية بعيداً عن المصلحة الذاتية والتأثير الشخصي.

2- إن من أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنيةوتم التعاملهي "ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود"، و"جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته"، بينما كان أقل الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وروداً من النخب الأردنيةهي "علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح" و"السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن".

3- إن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية هي ضعف مهارتهم في إيصال الرسالة الملكية، وضعف الثقة الجماهيرية بالنخب

الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام، وكذلك إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقض النخب الأردنية في تفسيرها، وحرص النخب الأردنية على بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور.

4- إن من أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي توجيه النخب الأردنيةبعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتاكيد على ربط المضمون بالسياق، وصياغة الديوان الملكي لمضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية، وأن يحرص النخب الأردنيةعلى نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء، وضرورة تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي.

5- وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دورالنخب الأردنيةفي نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغيرات الجنس وعائدية المؤسسة، ولمتغير العمر، وكانت الفروق كانت لصالح الفئة العمرية (اقل من 30 سنة)، ولمكان العمل، وكانت الفروق كانت لصالح (الإذاعة).

6- عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغيرات المستوى التعليمي وسنوات العمل والمسمى الوظيفي.

7- إن جميع العلاقات بين محاور الدراسة هي علاقة ارتباطية عالية وإيجابية.

## التوصيات المقدمة إلى دائرة الإعلام والعلاقات العامة في الديوان الملكي

1- إصدار نشرة شهرية أو دورية تتضمن أبرز الرسائل الاتصالية التي تم التركيز على إيصالها إلى المجتمع الأردني.

2- توزيع خطاب رسمي موحد لوسائل الإعلام الرسمية لنشر مضمونه لئلا تتباين وسائل الإعلام في انتقاء الرسائل أو مجتزءات من الخطاب.

3- تكليف مختصين وخبراء لمناقشة مستجدات اللقاءات الملكية والخطابات الرسمية والوقوف على مضامينها ودلالاتها لنقلها للعالم والجمهور المحلي بموضوعية.

4- إجراء دراسات علمية كيفية عن القضايا التي تناولتها اللقاءات الملكية، وإبراز نوعية الخطاب في الحديث عنها، باجراء المقابلات المعمقة من المعنيين.

## التوصيات المقدمة إلى النخب الأردنية

1- ضرورة تنوع النخب الردنية التي يتم دعوتها إلى اللقاءات الملكية وتمثيلها لكل فئات المجتمع.

2- من أجل انجاح الرسالة الاتصالية الملكية فإن البحث يوصي بأن يتم اختيار النخب الأردنية وفق معايير علمية بعيدا عن الاعتبارات الشخصية أو الظرفية.

3- ضرورة قيام النخب الأردنية التي تحظى بشرف اللقاء مع جلالة الملك بتوصيل ونقل الرسائل الملكية بجوهرها وروحها الوطنية.

4- التوصية للباحثين مستقبلا باجراء دراسات تحليلية مبنية على أصداء نقل الرسائل الملكية من قبل النخب الأردنية.

5- التوصية للباحثين بإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية للنخب الأردنية وقادة الرأي في الأردن من حيث المؤهلات والمواصفات والعوامل المؤثرة عليهم.

# المصادر والمراجع

## أولاً: المراجع العربية


أبو أصبع، صالح خليل (2012). **الدعاية والرأي العام (مفاهيم وتطبيقات)**، ط1، عمان: جامعة فيلادلفيا عمادة البحث العلمي والدراسات العليا.

أبو حواء، سيف الله (2017). **تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

أحمد رشتي جيهان (2010). **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، القاهرة: دار الفكر العربي، القاهرة.أبو أصبع، صالح خليل (2010). **الاتصال الجماهيري**. ط3، عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.

أحمد، أحمد زكريا (2009). **نظريات الإعلام مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها**، المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

ارتيمة، أيمان، (2013). **اتجاهات قادة الرأي في الأردن نحو برامج التنمية السياسية التلفزيونية في: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا الخاصة دراسة مقارنة في الفترة اكتوبر 2012 / أيار 2013)**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط عمان، الأردن.

أطبقية، عبدالله محمد (2017). تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام "الإشاعة نموذجاً" **مجلة كلية الفنون والإعلام**، 3(5)، ص 163 – 188.

بن مهيدي، أم البواقي، 1(1)، ص 73 – 88.

بوشنافة، التالية (2016). **الأجندة الإعلامية وصناعة الرأي العام في الجزائر**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، الجزائر.

التلمساني، صابر محمد (2018). **جودة التفاعل الإعلامي الدبلوماسي**، القاهرة: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ودار الجديد للنشر والتوزيع.

التهامي، مختار والعبد، عاطف (2005). **الرأي العام**، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.

ثابت، طارق (2014). **قادة الرأي والفكر ودورهم في التأثير والتغيير في التعريف بالقيم الإسلامية من خلال وسائل الإعلام الجديدة، شبكة الإنترنت انموذجاً**، المؤتمر الدولي بعنوان: وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع يوم الخميس الموافق 2014/4/24، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

حجاب، محمد منير (2010). **نظريات الاتصال**، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

حسونة، نسرين محمد (2014). **الرسالة والوسيلة في عملية الاتصال بالجماهير وعلاقتهما بفن التحرير الصحفي**، شبكة الألوكة،تم الرجوع إليها 2020/10/26 على الموقع https://www.alukah.net/library/0/78136/

دليو، فضيل (2010). **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الرضا، هاني وعمار، رامز (2013). **الرأي العام والإعلاموالدعاية**، ط2، بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والطباعة.

الرواد، علاء الدين (2014). **اتجاهات قادة الرأي الإعلامي في الأردن حول فكرة الوطن البديل**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

زغيب، شيماء ذو الفقار (2009). **نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام**. ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

زكار، زاهر (2004). **مدخل إلى علم الاتصال والإعلام**، ط2، غزة: مركز الإشعاع الفكري للدراسات والبحوث.

الشريف، أبو بكر محمد (2018). أسس تحرير وكتابة الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة: دراسة وصفية تحليلية، **مجلة كلية الدعوة والإعلام**، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، 4(1)، ص 1- 31.

الشريف، مرزوق (2014). دور قادة الرأي في التأثير والتغيير، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 1(1)، ص 73 – 88.

صلوي، عبد الحافظ عواجي، والحيا، أسامة بن مساعد (2011). **نظرية التأثير الإعلامية**. د. ط، ص 122.

طماش، لارا خالد (2015). **درجة إدراك الرأي العام الأردني للتضليل الإعلامي من وجهة نظر قادة الرأي**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

عامر، فتحي حسين (2012). **علم النفس الإعلامي**، ط1، عمان: العربي للنشر والتوزيع والطباعة.

عبد الحميد محمد (2004). **نظرية الإعلام واتجاهات التأثير**، ط 3، القاهرة، عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد (2010). **تحليل محتوى في بحوث الإعلام والاتصال من التحليل الكمي في الدراسات الكيفية** وتحليل محتوى المواقع الإعلامية، القاهرة.

العبد، عاطف عدلي، العبد، نهى عاطف (2007). **الرأي العام والفضائيات:** دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفكر العربي.

عدلي، العبد عاطف وعاطف العبد نهى (2008). **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية**، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع.

عدلي، العبد، عاطف (2007). **مدخل إلى الاتصال والرأي العام الأسس العلمية والتطبيقات العربية**، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي للنشر والتوزيع والطباعة.

العدوي، فهمي (2010). **إدارة الإعلام**، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

علي، جمال سلامية (2010). **الرأي العام بين الكلمة والمعتقد**، القاهرة: دار النهضة للنشر والتوزيع.

عواد، الخلايلة (2009). **السياسة الإعلامية الأردنية من خلال رؤية الملك عبد الله الثاني ابن الحسين للإعلام.**

عواد، علي (2005). **الإعلام والرأي**. ط1، بيروت: بيسان للنشر والتوزيع والإعلام.

العيسوي، رهام يوسف (2020). **رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين في نشر ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب.**

الكبير، لحسن (2019). **تأثير قادة الرأي على الوظيفة التفسيرية لمضامين وسائل الإعلام في ظل نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين، دراسة تحليلية على عينة من المضامين التلفزيونية لبرنامج "مع معتز: قضية جمال خشاقجي، قناة الشرق أنموذجاً**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر.

ماكس ماكومز، لانس هولبرت، كيوسيس سبيرو؛ و وانتا واين (2012). **الأخبار والرأي العام آثار الإعلام على الحياة المدنية**، ترجمة د. محمد صفوت حسن أحمد، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع؛ والجزائر: الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع.

مراد، كامل خورشيد (2014). **مدخل إلى الرأي العام**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

المزاهرة، منال هلال (2012). **نظرية الاتصال**، ط1، عمان: دارة المسيرة،

مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلى حسين (2006). **الاتصال ونظرية المعاصرة**، ط6، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

منير (2006). **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، ط3، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع

المومني، فتحي أيوب (2011). **الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاستبعاد الاجتماعية (1999 – 2008)**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

ميلفين، ديفلير وساندرا، بول روكيتش (1992). **نظريات وسائل الإعلام**، ط1، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

## ثانياً: المراجع الأجنبية

Aczel, Amir D., and Sounderpandian, Jayavel (2009).. Complete Business Statistics W/CD Mandatory Package. Irwin/McGraw-Hill.

Marko, DavorThe Role of Opinion Leaders in The Dissemination of Media Messages During The Pre-Election Period: The Case of Bosnia and Herzegovinia. **CEU Political Science Journal**. Vol. 6, No. 2

## ثالثا: المقابلات العلمية

1. معالي الأستاذ أمجد العضايلة– وزير الإعلام السابق وسفير الأردن في مصر حالياً. تاريخ المقابلة 16–11– 2020.
2. معالي الأستاذ أيمن المفلح – وزير التنمية الاجتماعية – تاريخ المقابلة 18/ 11 /2020.
3. معالي الأستاذ عمر ملحس – وزير مالية أسبق – تاريخ المقابلة 19/ 11 /2020.
4. معالي الدكتور تيسير النعيمي– وزير التربية و التعليم – تاريخ المقابلة 21 / 11 /2020.
5. معالي الدكتور عادل الطويسي – وزير التعليم العالي والبحث العلمي السابق– تاريخ المقابلة 24 / 11 /2020.
6. معالي الأستاذ طارق الحموري – وزير الصناعة و التجارة و التموين– تاريخ المقابلة 26 / 11 /2020.
7. معالي الأستاذ سميرالحباشنة – وزير دولة و وزير زراعة أسبق – وزير داخلية أسبق– تاريخ المقابلة 1 / 12 /2020.
8. معالي الدكتور خالد سيف – وزير النقل السابق – تاريخ المقابلة 2020/12/6
9. معالي الأستاذ وائل عربيات – وزير الأوقاف والشؤون والمقدسات الاسلامية الأسبق– تاريخ المقابلة 2020/12/15

# الملحقات

# الملحق (1)

جـامـعـة الـشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan

**كلية الإعلام**

**استبانة**

تحية طيبة وبعد

تقوم الباحثة بإجراء دراسة حول "**دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الملكية من وجهة نظر عينة من قادة الرأي** "، لغايات نيل درجة الماجستير من جامعة الشرق الأوسط– عمان.

أرجو التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبانة لتحقيق الهدف من الدراسة، علما بأن كل ما يرد من إجابات يتم التعامل معها في حدود البحث فقط، ولن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،،،

**إشراف**
**د. كامل خورشيد مراد**

**الباحثة**
**علا الشربجي**

**القسم الأول: الخصائص الديموغرافية:**

| | | | |
|---|---|---|---|
| **(1) العمر** | | | |
| أقل من 30 سنة | ☐ | من 30 – 35 سنة | ☐ |
| من 36– 40 سنة | ☐ | 41 سنة فأكثر | ☐ |
| **(2) الجنس** | | | |
| ذكر | ☐ | أنثى | ☐ |
| **(3) المؤهل العلمي** | | | |
| دبلوم | ☐ | بكالوريوس | ☐ |
| دبلوم عال | ☐ | ماجستير | ☐ |
| دكتوراه | ☐ | ثانوية عامة | ☐ |
| **(4) عدد سنوات العمل:** | | | |
| 5 سنوات فأقل | ☐ | من 5– 10 سنوات | ☐ |
| من 11 –15 سنة | ☐ | أكثر من 16 سنة | ☐ |
| **(5) المنصب الوظيفي:** | | | |
| مسؤول | ☐ | إعلامي | ☐ |
| ناطق إعلامي | ☐ | محلل سياسي | ☐ |
| رئيس تحرير | ☐ | كاتب صحفي | ☐ |
| مراسل صحفي | ☐ | أخرى(  ) | ☐ |

**(6) طبيعة المؤسسة أو مكان العمل: صحيفة– موقع – مجلس– مركز – فضائية– إذاعة**

**(7) عائدية المؤسسة:**

عامة (رسمية) ☐ خاصة ☐ ☐

**القسـم الثاني: محاور الإستبانة**

**المحور الأول: مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية**

| # | الفقرة | بدائل الإجابات | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
| 1 | تحرص النخب الأردنية دوماً على ايصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي | | | | | |
| 2 | تنقل النخب الأردنية الرسائل الملكية بما يلبي حاجة الجمهور للاجابة عن استفساراتهم حول قضية ما | | | | | |
| 3 | تؤكد النخب الأردنية على تفسير المصطلحات الجديدة المتضمنة في الرسائل الملكية بموضوعية | | | | | |
| 4 | تسعى النخب الأردنية إلى نقل وتوضيح مضمون الرسائل المكلية بما يكشف للجمهور عمق الفكر الملكي | | | | | |
| 5 | تهتم النخب الأردنية بايصال مضمون الرسائل الملكية أكثر من اللقاء بحد ذاته | | | | | |
| 6 | تسعى النخب الأردنية إلى تعزيز مضمون الرسائل المكلية بالشواهد والتجارب المحيطة | | | | | |
| 7 | يتمتع أسلوب عرض النخب الأردنية للرسائل الملكية بالصراحة والشفافية | | | | | |
| 8 | تفسر النحب الأردنية الرسائل الملكية بعيداً عن المصلحة الذاتية والتأثير الشخصي | | | | | |
| 9 | تحرص النخب الأردنية على تقديم الرسائل الملكية بأسلوب موضوعي يعزز من المواطنة والانتماء | | | | | |
| 10 | تحرص النخب الأردنية على تقديم الرسائل الملكية بأسلوب يظهر الجهود الملكية على الارتقاء بالمستوى الاقتصادي للمواطن | | | | | |
| 11 | يؤمن الجمهور بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها | | | | | |

**المحور الثاني: أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تنشرها االنخب الأردنية**

| # | الفقرة | بدائل الإجابات | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
| 12 | ضرورة تخفيف العبء الاقتصادي على المواطن | | | | | |
| 13 | الأردن حوله مناطق مضطربة علينا اليقظة | | | | | |
| 14 | الحكومة معنية بخدمة المواطن وتخفيف معاناته | | | | | |
| 15 | علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح | | | | | |
| 16 | المشاركة السياسية دليل وعي المواطن | | | | | |
| 17 | الأردن قوي بعلاقاته الخارجية المتوازنة | | | | | |
| 18 | تعزيز ثقة الشعب بالحكومة | | | | | |
| 19 | ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود | | | | | |
| 20 | مواردنا محدودة ولاخيارات لنا الا التكافل | | | | | |
| 21 | جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته | | | | | |
| 22 | أبناؤنا الطلبة محل اهتمامنا وحرصنا | | | | | |
| 23 | صحة المواطن أهم أولوياتنا | | | | | |
| 24 | القدس خط أحمر– الصراع العربي الإسرائيلي | | | | | |
| 25 | الإعلام مساند للمسيرة الديموقراطية | | | | | |
| 26 | الأردن قوي بشعبه وجيشه وسنعبر التحديات | | | | | |
| 27 | الإنسان أغلى ما نملك | | | | | |
| 28 | المرأة الأردنية ناجحة ومتميزة وقائدة | | | | | |
| 29 | السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن | | | | | |
| 30 | متابعة أداء الحكومة والضغط باتجاه تحسينه | | | | | |

**المحور الثالث: أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية**

| # | الفقرة | بدائل الإجابات | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
| 31 | حرص النخب الأردنية على بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور | | | | | |
| 32 | إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقض النخب الأردنية في تفسيرها | | | | | |
| 33 | ذكر مصطلحات سياسية جديدة في مضمون الرسالة الملكية تغفل عنها بعض النخب الأردنية | | | | | |
| 34 | سوء تأويل بعض الرسائل الملكية يؤثر سلبا على العلاقات الدولية | | | | | |
| 35 | وضع مؤسسة العرش محددات على التصريحات الإعلامية | | | | | |
| 36 | ضعف الثقة الجماهيرية بالنخب الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام | | | | | |
| 37 | اضطراب فهم الجمهور للرسائل الملكية وحيرتهم في التعامل معها | | | | | |
| 38 | عدم إيلاء النخب الأردنية أهمية كبيرة لايصال للرسائل الملكية للجمهور | | | | | |
| 39 | انحراف الرسالة الملكية عن تحقيق أهدافها بسبب سوء فهم المضمون | | | | | |
| 40 | ضعف مهارة النخب الأردنية في إيصال الرسالة الملكية | | | | | |

**المحور الرابع: المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية**

| # | الفقرة | بدائل الإجابات | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
| 41 | التأكيد على دعوة النخب الأردنية للقاءات الملكية ممن لديهم القدرة على تحليل مضمون الرسائل بطريقة واضحة وموضوعية | | | | | |
| 42 | التهيئة للقاء الملكي وتحديد أهدافه مسبقاً لقادة الرأي العام | | | | | |
| 43 | إعادة نشر مقاطع من الحديث الملكي المسجل وعرضه عبر مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي | | | | | |
| 45 | استفادة النخب الأردنية من بعضهم بعضاً في تحليل ما تم الحديث حوله أثناء اللقاء الملكي | | | | | |
| 46 | حرص النخب الأردنية على نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء | | | | | |
| 47 | توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتاكيد على ربط المضمون بالسياق | | | | | |
| 48 | صياغة الديوان الملكي لمضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور ونشره عن طريق وسائل الإعلام الرسمية | | | | | |
| 49 | تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي | | | | | |

# الملحق (2)

## قائمة بأسماء السادة المحكمين

| # | الاسم | الرتبة | التخصص | مكان العمل |
|---|---|---|---|---|
| 1 | أ. د. تيسير ابو عرجة | أستاذ | الصحافة | جامعة البترا |
| 2 | د. ابراهيم فؤاد الخصاونة | أستاذ مشارك | الإذاعة والتلفزيون | جامعة البترا |
| 3 | د. خلف الطاهات | أستاذ مشارك | الصحافة | جامعة اليرموك |
| 4 | د. ماجد الخضري | استاذ مشارك | الصحافة | جامعة العلوم التطبيقية |
| 5 | د. محمود الرجبي | أستاذ مساعد | إعلام رقمي | جامعة الشرق الأوسط |
| 6 | د. ليلى احمد جرار | استاذ مساعد | الصحافة | جامعة الشرق الأوسط |
| 7 | د. محمد صالح جرار | أستاذ مساعد | علاقات دولية | جامعة الحسين بن طلال |

# الملحق رقم (3)

## المقابلات التي أجرتها الباحثة مع عدد من السادة الوزراء وقادة الرأي

**المقابلة رقم (1)**

**تمت المقابلة مع وزير الإعلام السابق و سفير الأردن في جمهورية مصر العربية الحالي أمجد العضايلة يوم الاثنين بتاريخ 16-11- 2020 في تمام الساعة الواحدة ظهرا وتم طرح الاسئلة التالية:**

**السؤال الأول: كيف ترى أهمية و تنوع الرسائل الملكية؟**

الجواب: تمثلت أهمية الرسائل الملكية بعمقها في الطرح و أهمية المواضيع التي تتناولها حيث تنوعت وتعددت منها الرسائل التوجيهية و الرسائل التوعوية و تنوعت مابين الرسائل و الهداف السياسية و الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية، لقد كانت رسائل ذات مخزون فكري عالي متنوع متناغم مع متطلبات المجتمع المحلي و الدولي

**السؤال الثاني: هل تصل كل تلك الرسائل بعمق مضمونها إلى المتلقي؟**

الجواب: بعض الرسائل تصيب الهدف مباشرة و تصل إلى الجمهور بمضونها الحقيقي، البعض الآخر قد لا تصل و هنا تكمن المشكله بسبب الإعلام، اذ يظهر قصور بعض وسائل الإعلام في ضعفها في طريقة ايصال الرسائل الملكية لان من الواجب عليها تبسيط بعض تلك الرسائل حسب ما تستدعيه الحاجة أو شرح بعض المفردات التي تصعب على المتلقي فهم مضمونها.

**السؤال الثالث: برأيك هل يكمن الخلل عند بعض الافراد الناقلين لهذه الرسالة عدم تمكنهم من التقاط المغزى الحقيقي وراء دعوتهم للقاء جلالة الملك أو لعدم القدرة الشخصية على تحليل مضمون الرسالة الملكية؟**

الجواب: يحرص جلالة الملك على لقاء جميع شرائح المجتمع، يتواصل مع الجميع و يستمع للصغير قبل الكبير، يلتقي مع الفلاح والمزارع والحضري والبدوي، يلتقي مع الموظف والعسكري والمتقاعد العسكري، يشارك الجميع بآرائه وياخذ بآراء الطرف اللآخر ايمانا منه بحق التشاركية مع الجميع في بناءالوطن، يتم اختيارهم حسب قدرتهم على ايصال هموم الناس إلى جلالته اضافة إلى قدرتهم على التأثير بالناس.

**السؤال الرابع: هل يمكن ان يحقق احد النخب الأردنية نجاحا في انتشار الرسالة الملكية أكثر من عرضها على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر من قبل إعلام الديوان؟**

الجواب: قبل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي حرص الهاشميون على استمرارية التواصل مع شعبهم ايمانا منهم بالشراكة بين مؤسسة الحكم والمواطن. اليوم ومع ظهور مواقع التواصل

الاجتماعي زاد حرص الهاشميون على التواصل مع المواطنو مواكبة هموم الوطن و التحديات والصعاب جنبا إلى جنب، المواطن الأردني مواطن ذكي يخاف على وطنه،يستشعر مدى صدق رسول الرسالة وعليه يعلم تماما بمن يجب عليه ان يثق ومن يتولى الدفاع عن فحوى الرسالة في حال حملت معها السموم ضد وطنه.

ومع هذا لا يخفى على احد حرص جلالته على التواصل المباشر مع المواطنين ان اقتضت الحاجه من خلال نشاطه على وسائل التواصل الاجتماعي مثل الرسائل المباشره التي يرسلها إلى أبناء شعبه على تويتر على سبيل المثال، اذ لكل مرحلة حقها، المهم حرصه على المكاشفة والشفافية التي تهدف إلى الاصلاح بكافة أوجهه.

**السؤال الخامس: في حال انحرفت الرسالة عن مضمونها، هل نعول هذا إلى عدم التقاط الملتقي مع الملك هدف الرسالة ام يكمن الخطا في اختيار الشخصية من الأساس؟**

أميل إلى التعويل على براءة عدم التقاط المضمون أكثر من خطأ الاختيار لانني مطلع على جهود الأشخاص المعنيين في ترتيب لقاء ملكي حين يطلب منهم.

و مع هذا لا أحد خالي من العيوب، قد يقع الاختيار بالغلط لكن قلما يحدث.

**السؤال السادس: هل اقتصرت اللقاءات الملكية على فئة محددة من الجمهور؟**

الجواب: من خلال تواجدي إلى جانب جلالته وجدت فيه حب اللقاء مع الجميع، اذ لم يدخل زعيم عربي بيوت مواطنيه بالكم الذي دخل فيه الملك إلى بيوت المواطنين من بيوت الشعر و الخيم و وصل إلى كل زاوية من المملكة، بعض الاحيان كان يدخل إلى عشرات البيوت في نفس اليوم و بعض اللقاءات كان يخرج دون سابق انذار ليتفقد أحوال الناس. كنا نرى تلك الدهشة في عيون المواطنين غير مصدقين ان الملك في بيوتهم.

**السؤال السابع: أين يمكن ان نصنف الرسائل الملكية، هل هي رسائل تبادليه بين مؤسسة العرش و النخب الأردنية أم انها كانت تفرض عليهم دون السماح لهم بحق السؤال أو الاعتراض؟**

الجواب: جلالة الملك يحب أن يسمع أكثر مما يتكلم، لقد كانت رسائل تبادلية بكل معنى الكلمة، تنوعت النقاشات بملفات عديدة، حرص خلالها جلالته على ان يدون مرافقيه كل الملاحظات وكل الشكاوي و كل المشكلات ليتم ايصالها إلى الجهات المعنية لتأخذ إيطارها التنفيذي.

**السؤال الثامن: هل يفرض الديوان الملكي على النخب الأردنية نقل الرسالة الملكية دون حق النقاش في مضمونها أو تحليلها؟**

الجواب: لم يحصل أن حدثت اية املاءات من قبل العاملين في الدوان الملكي على قادة الرأي أو تم منع احدهم من طرح اي استفسار أو ملاحظة، فالاصل في اللقاء هي المشاركة و التشاور كي تحقق الرسالة هدفها.

**السؤال التاسع: اليوم امجد العضايلة سفير الأردن في جمهورية مصر العربية، يمثل الأردن ويمثل آراء و توجهات الفكر الملكي، يحمل معه رسالة ملكية بمضمونها، برأيك كيف يؤثر انحراف مضمون الرسالة الملكية عن أهدافها على العلاقات الدولية؟**

الجواب: اي سفير في اي بلد هو ممثل للفكر الملكي و لجلالة الملك و لتوجهات الأردن لذلك يجب ان ينعكس ذلك ايجابا على ما يطرح. العلاقات الدولية لا تحتمل التحليل بل يجب ان تنقل الرسالة بحذافيرها و حيثياتها كي تصل الرسالة و تحقق أهدافها، و يجب على السفير في أي بلد كان أن يتذكر انه يمثل رأس الهرم في دولته لذلك يجب ان يكون ملتزما في جميع جوانب حياته الاجتماعية حتى في حياته الشخصية. و أود أن اشير إلى نقطة مهمة جدا وهي أن السفير الأردني في أي بلد يلقى الحفاوة في الترحيب بحيث تفتح له جميع ابوبا المحبة والتعاون بسبب السمعة الطيبة للاردن وملكيه.

**السؤال العاشر: هل تجد ان هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: في الحقيقة ان هناك قصور من المنظومة الإعلامية على مواكبة الفكر الملكي في بعض الجوانب، يقع اللوم فيه على جهات عدة و الإعلام من احد تلك الجهات .. هناك مسؤولية على كل الجهات المعنية بإيصال الفكر الملكي عليها توضيح ذلك الفكر وإيصاله إلى كافة الشرائح من المجتمع. هناك قصور في أدوات الإعلام الأردني في الخارج منعته من وصول الرسالة والفكر إلى خارج النطاق المحلي.

**السؤال الحادي عشر: هل يكمن الخلل في الادوات؟**

الجواب: نعم، الخلل في الادوات و الفكر الملكي متقدم عليها، نحن نفتخر ونعتز بذلك الفكر الذي يواكب الركب الدولي، يدافع عن الاسلام و براءة الاسلام من محاولة الصاق تهم الارهاب له وايضا لم يدافع زعيم عربي عن القضية الفلسطينية في جميع المحافل الدولية ويجبر الجميع على الاصغاء كما فعل وما زال جلالته. ولأكون منصفا أكثر بحق الإعلام الأردني يجب الاعتراف ان

الإعلام يحتاج إلى المال و لكي تصل رسالتنا إلى العالم يجب الصرف على الإعلام كي يستطيع بناء محطة اردنية عربيه تتخطى حدود الوطن كي تصل إلى العالمية.

**المقابلة رقم (2)**

**تمت المقابلة مع معالي الأستاذ أيمن المفلح وزير التنمية الاجتماعية الحالي يوم الاربعاء 2020/11/18 في تمام الثانية عشر صباحا وتم طرح الأسئلة التالية**

**السؤال الأول: ما الذي تحمله معها الرسائل الملكية عند اللقاء بالنخب الأردنية ولمن يتم توجيهها؟**

الجواب: تعتبر الرسائل الملكية بمثابة تعليمات و توجيهات و ارشاد لكافة اطياف المجتمع والمعني الاول بهذه الرسائل هو صاحب القرار المتلقي لهذه الرسائل بعد لقائه بجلالة الملك ليقوم بدوره بترجمتها و ايصالها إلى أهدافها.

تمتاز الرسائل الملكية بتوجهها إلى جميع الطبقات و شرائح المجتمع،

**السؤال الثاني: بعد أن يبعث جلالة الملك برسائله إلى النخب الأردنية ، ما المراحل التي ترى انه يجب ان تمر بها الرسالة؟**

الجواب: بداية يجب ان تصل إلى أصحاب الخبرة كي تتجنب الخطأ في التحليل والتنفيذ وهنا يأتي دور لجنة معينة أو جهة ما لتتابع خطوات تنفيذ ما جاء في الرسالة الملكية من توجيهات وتوصيات، وأهم ما في الأمر التغذية الراجعة الناتجه عن التنفيذ ليتم الحكم على ألية العمل بها أو هل خطوات التنفيذ ينقصها التعديل أو الترتيب.

قد تواجه النخب الأردنية بعض الصعوبات على ارض الواقع عند التنفيذ لكن هذا لا يعني انها لا تنفذ و انما تتغير خطط التنفيذ ليتم تنفيذها على أكمل وجه، فمن أراد مواكبة الفكر الملكي بتطلعاته عليه التفكير دائما خارج الصندوق لأن جلالته يسعى دائما للارتقاء بالافكار و الطروحات.

و أريد ان أنوه إلى انه لأول مرة تتم فيها الاشارة إلى صندوق المعونة الوطنية والحماية الاجتماعية في كتاب التكليف السامي في حكومة دولة الرئيس بشر الخصاونة، لتترجم هذه الرسالة على أرض الواقع بزيادة 70% للدعم التكميلي وتم شمول مئة ألف أسرة لمدة سنة من الاسر التي تضررت من جائحة كورونا، نتنمى أن تزيد الوزارة من عدد الاسر في المستقبل بالتعاون مع الديوان الملكي.

**السؤال الثالث: هل هناك قصور من الإعلام الأردني في تسليط الضوء على جهود النخب الأردنية في تنفيذ التوجيهات الملكية؟**

الجواب: للاسف هناك فجوة بين المواكبة و سرعة الاحداث و تطورها السريع، لم يستطيع الإعلام متابعة وتيرة سرعة الرسائل الملكية و الديوان الملكي و تغطية مجريات جميع الوزارات بالصورة المطلوبة، يتم التسليط على بعض الانوار و تغيب بعض الانجازات عن الطرح، اذ تكمن مهمة الإعلام في النظر إلى الجزء الممتلئ من الكاسة ليظهر اهميته و عليه ان بتابع الجزء الفارغ من الكاسة إلى أن يتم انجازه، عليه أن يشارك في صناعة القراركونه شريك في بناء الدولة، فالتشاركية في البناء هي الاساس في الانجاز و التقدم و التطور.

**السؤال الرابع: هل يمتلك الأردن نخبا مؤثرة في المجتمع، قادرين على إحداث التغيير؟**

الجواب: نعم يمتلك الأردن النخبة المؤثرة ،قد تتغيراو تتراجع بعض القرارات بناءا على مواقفهم، يجب ان تكتمل العملية البنائية بين جميع الاطراف و بمساعدة الجميع فالكل شركاء في البناء

**المقابلة رقم (3)**

**تمت المقابلة مع وزير المالية الأسبق الاستاذ عمر ملحس يوم الخميس الموافق 2020/11/19 في تمام الثانية عشر ظهرا و تم طرح الاسئلة التالية:**

**السؤال الأول: كيف ترى أهمية و تنوع الرسائل الملكية؟**

الجواب: تكمن أهمية الرسائل الملكية في أهمية توضيح خارطة الطريق امام الحكومة، التي يتبين من خلالها آلية و طريقة تفكير جلالة الملك في اهم القضايا، هي رسائل توجيهية للحكومات و الاجهزة الحكومية و كافة مفاصل الدولة.

**السؤال الثاني: هل تصل كل تلك الرسائل بعمق مضمونها إلى المتلقي؟**

الجواب: لا اعتقد ذلك، و الا لكانت في دائرة التنفيذ الفوري. الرسائل الملكية واضحة خالية من المتطلبات التعجيزية، قابله للتطبيق على ارض الواقع انما الفرق يكمن بين كيف تفهم و كيف تنفذ و التطبيق العملي هو أهم ما يترجمهاو للاسف، نرى انه لا يوجد تطبيق كامل لهذه الرسائل.

**السؤال الثالث: كيف تنظر لاهتمام جلالة الملك بالحياة الحزبية ودعوته لانشاء أحزاب فعالة منتجة؟**

الجواب: توجيهات جلالة الملك فيما يخص الاحزاب هي ترجمة لتفكير القيادة في كيفية حتمية و اصول الحياة الحزبية و بالتالي بلورة الحياة السياسيةلكن، الواقع مختلف لان الاحزاب الموجودة على الساحة الأردنية احزاب مشرذمة،ضعيفة، صغيرة في عدد منتسبيها، مما يعني ما يلي:اولا: ان

الحالة الحزبية المستوردة لا توائم المواطن الأردني.ثانيا: قانون الاحزاب بالطريقة التي صيغ بها و الانظمة والتعليمات المصاحبة له، لا تلبي توقعات و تطلعات الشارع الأردني. ثالثا: افتقار الاحزاب لبرنامج قوي يخدم تطلعات الأردن، سواء كانت على الساحة المحلية ام الساحة الدولية.رابعا: افتقارها لمفهوم و نهج الديمقراطية في الادارة.

**السؤال الرابع: إذا كيف يمكن تصويب الحياة الحزبيه و السياسية في واقع المجتمع الأردني؟**

الجواب:التنشئة السياسية في المجتمع يجب ان تبدأ مع المواطن من بداية التعليم في المدارس، أتمنى ان يتضمن التدريس للعلوم السياسية لطلابنا في المدارس، ليعتادوا على الحياة السياسية و الحزبية. المسؤولية مسؤولية الجميع في البناء، المدارس و الجامعات و وزارة التربية و التعليم و ايضا وزارة التعليم العالي،كلها امامها مهمة في تكوين شخصية الطالب السياسية إلى ان ينجح في بناء مواطن حزبي منتمي للوطن.

**السؤال الخامس: هل هناك استراتيجية واضحة للاحزاب الموجودة في الأردن؟**

الجواب: إلى الان لم نشهد اي خطة عمل للاحزاب الموجودة، التي نتمنى عليها اعادة النظر في استراتيجيتها لتصل إلى السياسة العامة لتستطيع مواكبة الفكر الملكي في حديثه الدائم عن أهمية الاحزاب.

**السؤال السادس: هل يمكن ان ينشرق عن تلك الاحزاب _ في حال اتبعت نهجا جديدا _ نخبا قادرة على التأثير في المجتمع بالشكل الذي يلبي تطلعات جلالة الملك؟**

الجواب: في حال نشأت لدينا احزاب قوية، يرافقها رغبة المواطن في الانضمام اليها ايمانا منه بأهمية الحياة الحزبية، من المؤكد ان ستنتج نخبا أردنية نفتخر بهم.و ان لم تتخلص تلك الاحزاب من الأنا لديها، فإنها ستبقى حبيسة الأدراج، تكتب و تطوى على الورقو لا يمكن ان تلبي تطلعات جلالة الملك نحو تنمية الحياة السياسية والحزبية .

**السؤال السابع: أين يمكن ان نصنف الرسائل الملكية، هل هي رسائل تبادليه بين مؤسسة العرش و قادة الرأي أم انها كانت تفرض عليهم دون السماح لهم بحق السؤال أو الاعتراض؟**

الجواب: نعم، هي تبادلية بكل معنى الكلمة بل انها احيانا قد تصاغ من قبل الملتقين بالملك لتأخذ القالب التشاركي في صنع القرار.

**السؤال الثامن: هل يفرض الديوان الملكي على النخب نقل الرسالة الملكية دون حق النقاش في مضمونها أو تحليلها؟**

الجواب: ان كان جلالة الملك يطلب من كل فرد التحدث بكل شفافية و اريحية بكل ما يدور في باله،فكيف لأحد ان يفرض قيوده على من في حضرة الملك؟ ! باتت تلك الاساليب قديمة عند بعض البلدان و لم توائم يوما النظام الملكي الهاشمي.

**السؤال التاسع: هل تجد ان هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: إلى حد ما نعم، لكنها ما زالت بحاجة إلى التطوير للارتقاء إلى الفكر الملكي و قدرته على مواكبة الركب الدولي و التطورات الدولية. متطلبات اليوم تفرض على تلك الماكينة الابتعاد عن شخصنة الامور، والتحرر من الزاوية الفردية، لتنطلق إلى ما يناسب الوطن لا ان يقتصر الطرح على المصالح الذاتية.اذ لا يمكن ان تلبي مصلحة الوطن جميع المصالح، و بالتالي المصلحة العليا هي التي يجب ان تترأس المشهد.

**المقابلة (4)**

**تمت المقابلة مع وزير التربية و التعليم الحالي تيسير النعيمي يوم السبت بتاريخ 2020/11/21 وفي تمام الثانية ظهرا و تم طرح الاسئلة التالية:**

**السؤال الاول: كيف ترى أهمية و تنوع الرسائل الملكية؟**

الجواب: الرسائل الملكية تكتسب أهمية خاصة وكبيرة كونها تعطي انطباعًا للمتلقي عن متابعة واهتمام جلالة الملك للمواضيع المختلفة.وهي في التنوع لا تغفل المسائل ذات الأهمية العالية بالنسبة للمواطن كما أن الرسائل الملكية تكتسب أهمية خاصة لأنها تضع التحديات والمضامين التي تحملها في اطار الصورة الكلية وتكون عميقة المضامين

**السؤال الثاني: هل تصل كل تلك الرسائل بعمق مضمونها إلى المتلقي**

الجواب: في كل الحالات عادة ما تكون الرسائل الملكية واضحة ومباشرة وترسم خارطة طريق للمُستهدف منها. أما عن مستوى وصولها، فأستطيع القول ومن خلال ما أشارك به فان هذه الرسائل تصل للمتلقي بكل وضوح.

**السؤال الثالث: برأيك هل يكمن الخلل عند بعض الافراد الناقلين لهذه الرسالة عدم تمكنهم من التقاط المغزى الحقيقي وراء دعوتهم للقاء جلالة الملك أو لعدم القدرة الشخصية على تحليل مضمون الرسالة الملكية؟؟**

الجواب: الخلل قد يكون في المقدرة على تحليل مضمون الرسالة، ووضعها في خطة إجرائية قابلة للتنفيذ والقياس.

**السؤال الرابع: هل يمكن ان يحقق احد من النخبة الأردنية نجاحا في انتشار الرسالة الملكية أكثر من عرضها على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر من إعلام الديوان؟؟**

الجواب: بالتأكيد، لأنَّ تحليل الرسالة من قبل النخب الأردنية يحمل معه زخم تجاربهم، ويساعد في توجيه المستهدفين من الرسالة وطرح خيارات التنفيذ أمامهم. لكن هذا لا ينتقص من الدور الهام لوسائل التواصل الاجتماعي، كوسائل عصريَّة لنشر الفهم المدروس والواضح.

**السؤال الخامس: في حال انحرفت الرسالة عن مضمونها، هل نعول هذا إلى عدم التقاط الملتقي مع الملك هدف الرسالة ام يكمن الخطا في اختيار الشخصية من الأساس؟**

الجواب: في العموم.. الرسائل الملكيَّة تأتي بشكل مباشر بسيط وواضح، لا تستعصي على الفهم ولا تقبل التأويل لغير الغرض الذي توجه له.

**السؤال السادس: هل اقتصرت اللقاءات الملكية على فئة محددة من الجمهور؟**

الجواب: على العكس، اللقاءات الملكيَّة تنوعت لتستهدف رجال دين وسياسة ورموز عشائر، ومسؤولين ومتقاعدين وسياسيين و إعلاميين ومبادرين ومبدعين.. وبناءً عليه فهي متنوعة وشاملة لكافة شرائح المجتمع.

**السؤال السابع: أين يمكن ان نصنف الرسائل الملكية، هل هي رسائل تبادليه بين مؤسسة العرش و النخب الأردنية أم انها كانت تفرض عليهم دون السماح لهم بحق السؤال أو الاعتراض؟**

الجواب: الرسائل الملكية هي وليدة تفاعل مع الأوضاع الجارية، ومحاولة لتوجيبيها بالاتجاه الصائب.. وفي الغالب هي نتيجة دراسة للوضع ولعوامل تغييره، بالتالي هي لن تأتي فرضًا، لأن دارسة قضية ما تتضمن التشاور مع المعنيين فيها. وبالتالي، فلا فرض في الرسائل وفي كل اللقاءات تدور نقاشات وتطرح وجهات نظر متعدد

**السؤال الثامن: هل يفرض الديوان الملكي على النخب الأردنية نقل الرسالة الملكية دون حق النقاش في مضمونها أو تحليلها؟**

الجواب: بالتأكيد أنه لا فرض أبدا وعادة ما يترك للنخب الأردنية الحق في مناقشتها

**السؤال التاسع: معاليك تعتبر من ابرز قادة الرأي العام بتوجيهاتك و ادارتك لملف التعليم بتوازن وحكمة..ما هي رسالتك لمن يمثلون النخب الأردنية في الأردن في هذه المرحلة؟؟**

الجواب: الأردن بفضل تضافر جهود أبنائه نستطيع أن نقول أنه يعبر المرحلة بأقل الخسائر،الرسالة الأهم للنخب الأردنية هي التركيز على المسار الصحيح، والتركيز على رسائلهم الإيجابية لأن عدم الاقتناع والتقليل من الجهود وارد جدًا.وعليهم اعتماد مبدأ النقاش الموضوعي، دون التركيز على جانب بعينه، سواءً إيجابي أو سلبي. وكم أتمنى على النخب الأردنية ترجمة رسائلهم لتؤسس لقاعدة حوار وطني.

**السؤال العاشر: هل تجد ان هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: النقل الإعلامي نقل نصي، ما تفتقر إليه المنظومة الإعلامية هو نقاش الرسائل والهدف منها و البحث في طرق تطبيقها، والآثار التي ينبغي أن تصنعها على الأرض.

**السؤال الحادي عشر: هل يكمن الخلل في الادوات؟**

الجواب: إلى حدٍ ما، لأنَّ الأداة هي التي تحكم النتيجة بدرجة كبيرة.

**المقابلة (5)**

**تمت المحادثة الهاتفية مع معالي الاستاذ الدكتور عادل الطويسي وزيرالتعليم العالي و البحث العلمي السابق في يوم الثلاثاء 2020/11/24 في تمام الساعة الخامسة مساءا وتم طرح الاسئلة التالية**

**السؤال الاول: كيف ترى أهمية الرسائل الملكية و تنوعها خلال اللقاءات الملكية؟**

الجواب:بداية اؤكد لك ان الرسالة الملكية حين تصدر مباشرة من سيدنا فانها تصل إلى الجمهور اسرع و بدفئ أكثر مما قد تصل به على ألسنة أخرى

وهي اشارات و عناوين و مرشد لواضعي السياسات في البلد، شاملة مهمه في مجالات السياسة و الديمقراطية وأهمية الاقتصاد و الحياة الاجتماعية، تراعي جميع شرائح المجتمع، يحتوي بعضها على اجزاء توجه إلى عامة الشعب و اجزاء اخرى تحتاج إلى اهل الاختصاص في توضيح مفاهيمها.

**السؤال الثاني: هل يختلف متلقو الرسائل الملكية في تحليلهم لمضمون الرسالة؟**

نعم و هذا الوضع الطبيعي لاختلاف و تنوع المستوى الثقافي بين الأشخاص، لكن هناك حرص من جلالة الملك على توجيه رسائله إلى اهل الاختصاص للاطمئنان على ان المضمون والترجمة والمصطلحات والافكار سيتم تلقيها من اصحاب الخبرة.

**السؤال الثالث: هل تتم ترجمة جميع الرسائل الملكية للنخب الأردنية بالشكل الصحيح؟**

ان كان الخطأ في الترجمة من اهل الاختصاص فهذا خطأ لا يغتفر..و هنا تكمن قوة من نطلق عليهم النخب الأردنية بأن يتأكد و يجتهد في التحليل الوطني الصادق لمضمون الرسالة التي يتلقاها و ان يعمل على ايصالها بشكل بسيط إلى الجمهور.

**السؤال الرابع: هل لدينا في الأردن نخب أردنية بالمعنى الحقيقي و ماذا يعني هذا المصطلح لك؟**

ظلم ان نصنف النخب الأردنية و نختزل شخصها في خانة المنصب، لدينا نخب مؤثرة في المجتمع، هناك كتاب أعمدة في الصحف اليومية، هناك إعلاميون هناك رجالات دولة نفتخر بهم.. لكن يجب على جميع هؤلاء ان تكون بوصلة الوطن اهم مرتكزات أهدافهم في رسائلهم.

**السؤال الخامس: هل هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

هناك نقد مستمر لمستو مواكبة الإعلام للرسائل الملكية سواء كانت الموجهة للداخل و المجتمع المحلي أو للخارج أو في المحافل الدولية.. نعم.. هناك تقصير في متابعة ما يصدر عن جلالة الملك و في المواكبة السريعة لمجريات الساحة التي تستدعي السرعة في صنع الخبر.. لكن لا انكر و لا استطيع ان اهمش كفاءاتنا الأردنية التي نعتز بها و قدرات الصحفيين و الإعلاميين الأردنيين،اذ ان اغلب الفضائيات و المحطات ذات التأثير على الساحة الاقليمية تم تأسيسها على ايدي ابناءنا من الأردنيين، و لا يزالون هم البنية الاساسيه فيها.. نعترف ان المشكلة المالية هي جزء من تحديات الإعلام المحلي، اضافة إلى نقطة اود التطرق اليها وهي الخوف من ممارسة المزيد من الحريات "المسؤولة "،برأي يجب ان ترتفع سقوف الطرح بشكل أعمق و اشمل لجميع الجوانب و الملفات سواء كانت على الصعيد المحلي ام على الصعيد الخارجي لكن يجب ان تتوج بالمسؤولية و ميثاق الشرف الاخلاقي الملتزم بأدبيات المهنة.

**المقابلة رقم (6)**

**تمت المقابلة مع معالي الاستاذ سمير الحباشنة وزير داخلية أسبق يوم الثلاثاء بتاريخ 2020 /12/1 و تم طرح الاسئلة التالية:**

**السؤال الأول: كيف ترى أهمية و تنوع الرسائل الملكية؟**

تواصل الرسالة الملكية جهودها دائما للتواصل مع ملفه شرائح المجتمع ايمانا من فكر جلالة الملك بضرورة التواصل و الارتقاء بالمجتمع الأردني، لذلك نرى تنوع في اللقاءات الملكية مع كافة الشرائح و الأشخاص

**السؤال الثاني: هل تصل كل تلك الرسائل بعمق مضمونها إلى المتلقي؟**

الجواب: طبعا لا..كما تحدثنا نحن مجتمع متنوع فيه كافة الشرائح، لكن تبرز هنا المسؤولية الاخلاقية و الوطنية من المتلقي في طريقة ايصاله للرسالة الملكية و جهده لابراز مضمون تلرسائل بحقيقة ما تحمله من مفاهيم و معلومات و توجيهات، فالرسالة الملكية متنوعه واسعه عميقة في طرحها

**السؤال الثالث: برأيك هل يكمن الخلل عند بعض الافراد الناقلين لهذه الرسالة عدم تمكنهم من التقاط المغزى الحقيقي وراء دعوتهم للقاء جلالة الملك أو لعدم القدرة الشخصية على تحليل مضمون الرسالة الملكية؟؟**

الجواب: ان حدث هذا فالخلل إذا عند ذات الشخص لان جلالة الملك يستمع أكثر مما يتكلم، و يجيب على كل سؤال و يبعطي المجال للكل ليتحدث و يطرح اسئلته بل و ليناقش في اية قضية إلى ان يصل مع جميع الاطراف إلى حلول ترضي الجميع

**السؤال الرابع: برايك اي مواضيع يجب ان يسلط الضوء عليها من قبل النخب الأردنية والتي تهم الأردن؟**

الجواب:اربع قضايا مهمة اساسيه يجب على قادة الرأي تبني دعمها وايصال الفكر الملكي للجمهور تجاهها لما تشكله من أهمية للاقتصاد الأردن؛ أولا:الزراعه والامن الغذائي، ثانيا: السياحة وتطويرها و جذب السياح،

ثالثا: التعليم العالي: ليصبح الأردن بلدا جاذبا للطالب العربي والاجنبي ايضا، رابعا: القطاع الصحي اذ نتمتع بالكفاءات و الخبرات الكافية التي تجعل من الأردن بلدا رائدا في القطاع الصحي.

**السؤال الخامس: ما مدى تأثير النخب الأردنية على المجتمع الأردني؟؟**

الجواب: قوي في حال كان لصالح الوطن و المواطن،لان المواطن الأردني قادر على تمييز الرسائل البيضاء من المسمومة.

**السؤال السادس: هل يمكن احداث التغيير عن طريق النخب الأردنية ؟**

الجواب: بداية لنتفق ان للاردن عناوين ثابته لا تتغير، المتغير هو الأدوات والآليات، فمن يعمل عليه ان ا يعي ان العناوين ثابته فليتحدث عن الادوات.

ولا ننسى ان العولمة نظمت العمل و باتت المعلومة في متناول الجميع، وبناءا عليه فإن مهمة النخب الأردنية باتت محصورة في تسهيل ايصال المعلومة بشكل يسهل تنفيذها وفهمها، اما ان

تحدثنا عن الشفافية في الطرح فعالم المعلومة المفتوح أمام الجميع فرض على ناقل الرسالة الصدق و الأمانه لان المعلومة ما عادت محصورة لدى فئة معينة.

مداخلة: اي العناوين تقصد معاليك؟

القضية الفلسطينية، الهوية الاقتصادية والهوية الاساسية النظام الملكي الهاشمي والفكر الملكي الذي يشهد الجميع له مواكبته للغرب لا بل قد يسبقه في بعض القضايا.

**السؤال السابع: أين يمكن ان نصنف الرسائل الملكية، هل هي رسائل تبادليه بين مؤسسة العرش و النخب الأردنية أم انها كانت تفرض عليهم دون السماح لهم بحق السؤال أو الاعتراض؟**

الجواب: نعم هي فعلا تبادلية بكل معنى الكلمة، نقاشية في محتواها و تشاركية في نتائجها

**السؤال الثامن: هل يفرض الديوان الملكي على النخب الأردنية نقل الرسالة الملكية دون حق النقاش في مضمونها أو تحليلها؟**

الجواب: الفكر الملكي يُؤْمِن بحق المشاركة للجميع، لكن بعض الرسائل لا تحتمل التحليل لانها واضحة تماما و مع ذلك باب النقاش و الحوار مفتوح دائما في اللقاءات الملكية

**السؤال التاسع: هل تجد ان هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: تفوق الفكر الملكي على الماكينة الإعلامية الأردنية و سبقها في تحليلاته و توقعاته للاحداث، الفكر الملكي يصنع الخبر و المنظومة الإعلامية ناقله لهذا الخبر.

**المقابلة (7)**

**تمت المقابلة مع معالي الدكتور وائل عربيات وزير الأوقاف والشؤون والمقدسات الاسلامية الأسبق يوم الثلاثاء بتاريخ 2020/12/5 و تم طرح الاسئلة التالية:**

**السؤال الأول: كيف ترى أهمية و تنوع الرسائل الملكية؟**

الجواب: يمتاز فكر جلالة الملك بمخزونه الثقافي و تنوع المصادر التي يعتمد عليها،فهو مضطلع بشكل كبير و واسع و متعدد الطروحات،

**السؤال الثاني: هل تصل كل تلك الرسائل بعمق مضمونها إلى المتلقي؟**

الجواب: جل اهتمام الملك ايصال الرسالة باسهل الطرق و ابسطها إلى المتلقي،لكن في بعض الاحيان تكمن الاشكالية في فكر الناقل للرساله، اذ انه كلما كان هناك انسجام بين عالم الافكار و عالم الأشخاص كلما وصلت المعلومه و حققت هدفها.. هناك رسائل مباشره لا تحتاج إلى تحليل عمق المضمون، وهناك النوع الثاني الذي يحتاج إلى التحليل و التعمق في المعنى.

**السؤال الثالث: برأيك هل يكمن الخلل عند بعض الافراد الناقلين لهذه الرسالة في عدم تمكنهم من التقاط المغزى الحقيقي وراء دعوتهم للقاء جلالة الملك أو لعدم القدرة الشخصية على تحليل مضمون الرسالة الملكية؟؟**

الجواب: المعضله تكمن في الخلفية الثقافية ومدى اطلاع الشخص و قدرته على التحليل و ايضا قدرته على التوقف عن التحليل اذ إن بعض الرسائل كما أشرنا لا تحتاج إلى التحليل لانها واضحة الأهداف والمغزى.

**السؤال الرابع: هل يمكن ان يحقق احد النخب الأردنية نجاحا في انتشار الرسالة الملكية أكثر من عرضها على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مباشر من إعلام الديوان؟؟**

الجواب: ان كان قادرا على تبني تلك الرسالة مؤمنا بدوره الوطني ليعمل بمنظومة الدولة والفكر والرسالة في بوتقة واحدة من أجل النهوض والتقدم.. نعم يمكن.. عندما نبتعد عن المصالح الشخصية ونزعة الأنا والمنفعة الشخصية نعم نستطيع ان نبني نهجا لقادة رأي عام قادرين على الوصول إلى المواطن الأردني من خلال فكره لتنسجم مع متطلباته و حقوقه المرجوه من الدولة.

**السؤال الخامس: ما مدى تأثير قادة الرأي في المجتمع الأردني؟؟**

الجواب: نحن امام مشكلة تقسم إلى قسمين: هل المجتمع والحكومات والجهات التنفيذيه تنصاع إلى رأي النخب الأردنية ام إلى كثرة الرأي و رأي الأغلبية.

هناك تشويش من بعضهم، فقد تتبنى الحكومة رأي ما، لكن تجد اصواتا تنتقد دون وجه حق والمشكله انها تحدث التأثير على رأي الاغلبيه مع انه خاطئ، لذلك يجب ان نعمل جميعا على بناء منظومة فكرية قوية متينه في المجتمع قادره على التمييز بين صوت المشاعر وصوت الفكر.

**السؤال السادس: هل اقتصرت اللقاءات الملكية على فئة محددة من الجمهور؟**

الجواب: جلالته يُؤْمِن بضرورة التواصل مع الجميع و اللقاء مع كافة الشرائح لانه يُؤْمِن بان البناء الحقيقي للدولة يبدأ من بناء المواطن الصالح.

**السؤال السابع: أين يمكن ان نصنف الرسائل الملكية، هل هي رسائل تبادليه بين مؤسسة العرش و النخب الأردنية أم انها كانت تفرض عليهم دون السماح لهم بحق السؤال أو الاعتراض؟**

الجواب: امام الملك لا شيئ مفروض فالنقاش مفتوح بأوسع ابوابه بكل حرية و شفافية و مصداقية.. نتمتع في الأردن بمنظومة ديمقراطيه خالية من الاملاءات و فرض الاراء.

**السؤال الثامن: هل تجد ان هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: نعم نعترف ان الفجوه موجوده و دليل ذلك اضطرار جلالته للتدخل لحل بعض القضايا من خلال نشر رسالة عامه على تويتر علو سبيل المثال.. إذا مشكلتنا تكمن في مدى ايمان المسؤول بأهمية تحمل المسؤولية والقدرة على اتخاذ القرار دون الاتكال على الاخرين.. ولنسمها الشجاعة والايمان بالمصلحة العامة.

**المقابلة رقم (8)**

**تمت المقابلة مع معالي الدكتور خالد سيف وزير النقل السابق يوم 2020/12/6 يوم الاربعاء في تمام الثانية عشرة ظهرا و تم طرح الاسئلة التالية عليه:**

**السؤال الاول: ما مدى وضوح الرسائل الملكية التي تصدر عن جلالته خلال لقائه للنخب الأردنية و ما مدى أهميتها؟**

الجواب: ان الوضوح اهم ما يميز الرسائل الملكية حيث تعمل كبوصلة ارشاد للحكومات والأشخاص هي دقيقة واضحة الملامح تهتم بكل الجوانب، و تختص بكل جانب لتلم بكل حيثيات.

**السؤال الثاني: كيف كانت تتم متابعة الرسائل بعد انتهاء اللقاء مع جلالة الملك؟**

جوهر الرسالة واضح في أهدافه، بالنسبة لنا كوزراء كان رئيس الوزراء عمر الرزاز يتولى مهمة تحليل مضمون الرسالة، ليتأكد من وصولها إلى الجميع رغم وضوحها، لكن قد توجد بعض الفراغات في تلقي مضمون الرسالة كان النقاش والحوار فيما بيننا يمحو اية ضبابية حول المطلوب.. وهذا ان دل انما يدل على شيئ واحد الا وهو مدى ثقة جلالة الملك بمن حوله وحرص هؤلاء الأشخاص على الوصول إلى المضمون و تنفيذه على أرض الواقع.

**السؤال الثالث: هل يمكن اعتبار الرسالة الملكية رسالة تبادلية ما بين جلالة الملك والنخب الأردنية ؟**

الجواب: دعيني اخبرك بمعلومة صغيره، حين كنا نلتقي مع جلالته كان بَعضنا يستمع أكثر مما يتكلم أو في بعض الاحيان يصغي فقط، فكان جلالته ينادي عليه باسمه و يؤكد عليه ؛ هل عندك اية اضافة؟؟ هل لديك اية استفسارات؟؟هذا اقوى مؤشر كم كانت الرسالة تبادلية يحرص فيها جلالته على الاستماع و الاصغاء للجميع لا بل التأكيد عليهم بعدم الحرج من اي طرح كان. كانت المساحة واسعة جدا امامنا للنقاش و الحوار.. يعطي جلالته المساحة الواسعه لمن يقابله الاريحية الكاملة لطرح افكارهم.

**السؤال الرابع: هل هناك فجوة بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: اتفق معك اننا ما زلنا بحاجة إلى المزيد من النضوج الإعلامي،قدرة اعمق و اسرع لتواكب التسارع في الطرح الملكي لكن لا ننكر ان لدينا الكفاءات القادرة على المواكبة و العمق في الطرح.

**المقابلة رقم (9)**

**تمت المقابلة مع وزير الصناعة والتجارة والتموين الاستاذ طارق الحموري يوم الاثنين بتاريخ 12/7/ 2020 في تماما الساعة الواحدة ظهرا**

**السؤال الاول: كيف ترى تنوع الرسائل الملكية من خلال اللقاءات التي يجريها جلالة الملك مع النخب الأردنية ؟**

الجواب: تتنوع الرسائل الملكيه في تناولها لعدة مواضيع لتخاطب جميع الطبقات و تطرح ملفات عديدة منها السياسيه و الاجتماعية و الثقافية تتناول فيها جميع جوانب اهتمامات المواطن الأردني.

**السؤال الثاني: هل هناك رسائل قد يصعب تخليل مضمونها على المتلقي؟**

اعتقد ان جميع الرسائل واضحة للمتلقي، قد تصعب على بعضهم حسب المستوى الثقافي للافراد لكن بوجه عام الرسائل التي تننشرق من خلال اللقاءات تكون واضحة جدا.

**السؤال الثالث: هل هناك فجوة ما بين الفكر الملكي و المنظومة الإعلامية الأردنية؟**

الجواب: اعتقد انه لا يوجد اي قصور في المنظومة الإعلامية الأردنية و انما هي بحاجة إلى التطوير

**السؤال الرابع: هل لدينا نخبا أردنية مؤثرة في المجتمع الأردني؟**

الجواب: نعم يوجد لدينا بعض النخب الأردنيةالمؤثرة على المجتمع، قادرة على احداث التغيير.