

قياس مدى مصداقية الرواية الرسمية الأردنية  
من وجهة نظر قادة الرأي

إعداد

ياسمين شاهر الهواملة

إشراف

الأستاذ الدكتور هاني أحمد البديري

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الأول، 2025



**Measuring the credibility of the official Jordanian  
narrative from the perspective of opinion leaders**

Prepared by

**Yasmeen Shaher Al Hawamleh**

Supervised by

**Prof. Hani Ahmad Al Badri**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Master's Degree in Media**

**Department of Journalism and Media**

**Faculty of Media**

**Middle East University**

**December, 2025**

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: قياس مدى مصداقية الرواية الرسمية الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي.

للباحثة: ياسمين شاهر الهوامله.

وأحيزت بتاريخ: 28 / 12 / 2025.

### أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	جهة العمل	الصفة	الاسم
	جامعة الشرق الأوسط	مشرقاً	أ. د. هاني أحمد البدري
	جامعة الشرق الأوسط	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	د. محمود أحمد الرجبي
	جامعة الشرق الأوسط	عضوًا من داخل الجامعة	د. سري محمد شطناوي
	جامعة اليرموك	عضوًا من خارج الجامعة	د. نسرین ریاض عبدالله

## التفويض

أنا ياسمين شاهر الهواملة، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ياسمين شاهر الهواملة.

التاريخ: 2025 / 12 / 28.

التوقيع: 

# شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تنيسر المعارف وتتحقق الغايات. له الحمد أولاً وآخراً، ظاهراً وباطناً، على ما منحني من القدرة والعزم، وما يسّر لي من أسباب العلم والتوفيق لإتمام هذه الرسالة.

أما بعد، فأتقدم بوافر الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي الفاضل ومشرف رسالتي الدكتور هاني البدري، الذي لم يكن مجرد مشرف أكاديمي فحسب، بل كان لتوجيهاته الحكيمة، وملاحظاته العميقة، ودعمه المستمر أثر بالغ في مسيرتي التعليمية والمهنية، وكان لعطائه الكريم دور كبير في وصولي إلى هذه المرحلة.

كما أتوجه بخالص الشكر إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على وقتهم وجهدهم القيم، وعلى ملاحظاتهم البناءة التي أسهمت في تعزيز جودة هذا العمل وإغنائه علمياً.

ولا يفوتني أن أعبر عن أعمق معاني الامتنان والتقدير لأهلي، الذين كانوا السند والدعم والملاذ في كل خطوة.

لولا محبتهم وتشجيعهم لما استطعت أن أبلغ هذه المرحلة من رحلتي العلمية. فجزاهم الله عني خير الجزاء، وبارك فيهم وحفظهم.

ختاماً، أسأل الله أن يجعل هذا الجهد نافعاً، وأن يوفقني دائماً للخير والعطاء.

## الإهداء

إلى روح جدي الحبيب محمد كايد الحجايا،  
 ذلك الذي لم تجمعنا به الحياة،  
 لكنني عرفته بقلب طفلة كانت تراه في أحلامها،  
 وتشعر بقربه رغم البعد...

فكان حضوراً يسكن الذاكرة دون لقاء،  
 وظلاً من الطمأنينة يرافقني منذ الصغر.  
 رحمه الله رحمةً واسعةً وجعل مثواه الجنة.

\*\*\*

وإلى نبض قلبي في الحياة،  
 أمي وأبي، الذين كانوا الدعامة الأولى لكل خطوة خطوتها،  
 والنور الذي اهتديت به في مسيرتي كلها.

\*\*\*

وإلى فرساني الثلاث، أعضاء روعي، إخوتي:  
 عمر، محمد، وأحمد، مصدرى الدائم للفرح والقوة والدعم.

\*\*\*

وإلى أستاذي القدير الدكتور هاني البديري،  
 الذي كان أثره حاضراً في رحلتي العلمية منذ بدايتها،  
 وكان لدعمه وتوجيهه بالغ الأثر في وصولي إلى هذه المرحلة.  
 إليكم جميعاً... أهدي هذه الرسالة، فهي بكم تكتمل، وبفضلكم تزهر

## فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
قرار لجنة المناقشة.....	ب.....
التفويض.....	ج.....
شكر وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
فهرس المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ح.....
قائمة الملحقات.....	ط.....
المُلخّص باللغة العربية.....	ي.....
المُلخّص باللغة الإنجليزية.....	ك.....

### الفصل الأول: خلفية الدراسة ومشكلتها

أولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: إشكالية الدراسة.....	4.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	5.....
رابعاً: أهمية الدراسة.....	6.....
خامساً: مصطلحات الدراسة.....	7.....
سادساً: حدود الدراسة.....	8.....
سابعاً: محددات الدراسة.....	9.....

### الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري.....	10.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	24.....
ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة.....	35.....
رابعاً: الاستفادة من الدراسات السابقة.....	36.....

### الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة.....	37.....
ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها.....	37.....

40	.....	ثالثًا: أداة الدراسة
41	.....	رابعًا: صدق وثبات الأداة
42	.....	خامسًا: المعالجة والتحليل الإحصائي
43	.....	سادسًا: اجراءات الدراسة

#### الفصل الرابع: نتائج الدراسة

44	.....	نتائج الدراسة
----	-------	---------------

#### الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

64	.....	أولًا: مناقشة النتائج
80	.....	ثانيًا: الخاتمة
81	.....	ثالثًا: التوصيات

#### قائمة المراجع

83	.....	أولًا: المراجع باللغة العربية
84	.....	ثانيًا: المراجع باللغة الأجنبية
88	.....	الملحقات

## قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	38
2 - 3	معامل كرونباخ لقياس الثبات	42
3 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور مصادر الرواية الرسمية الموثوقة	44
4 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور مستوى المصادقية	46
5 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- الشفافية	47
6 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- مستوى الاستجابة	49
7 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- المتحدث الرسمي	50
8 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- جودة الرسالة الاتصالية	52
9 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- البيئة الرقمية	53
10 - 4	استجابات قادة الرأي حول المحور الكلي لعوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية	54
11 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور إدارة الاتصال أثناء الأزمات	55
12 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور دورهم في الرواية الرسمية	57
13 - 4	استجابات قادة الرأي حول محور مقترحات في إدارة الرواية الرسمية	58
14 - 4	اختبار Independent Samples Test للفروق الإحصائية التي تعزى إلى متغير الجنس	59
15 - 4	اختبار Anova للفروق الإحصائية التي تعزى إلى متغيرات العمر والدراسة والخبرة والوظيفة	61

## قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
89	الاستبانة	1
94	قائمة بأسماء السادة المحكمين	2

## قياس مدى مصداقية الرواية الرسمية الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي

إعداد: ياسمين شاهر الهواملة

إشراف الأستاذ الدكتور: هاني أحمد البديري

### المُلخَص

هدفت الدراسة إلى قياس درجة مصداقية الرواية الرسمية الأردنية كما يدركها قادة الرأي الأردنيون، وتحليل العوامل الاتصالية والسياسية والاجتماعية التي تؤثر في تصورات المصدقية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل الظاهرة قيد البحث وقياس المتغيرات المستقلة (دور قادة الرأي العام) والمتغير التابع (مصداقية الرواية الرسمية) من خلال أداة الدراسة الاستبانة والتي وزعت على عينة قصدية بلغت (91) من قيادات الرأي العام من أساتذة الجامعات، والصحفيين والإعلاميين البارزين، والشخصيات الاجتماعية والنقابية، والنشطاء والباحثين المعروفين بمشاركاتهم المؤثرة في القضايا العامة، معتمدة في جمع بياناتها وتحليلها على أدوات القياس المناسبة للمنهج الوصفي التحليلي.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تقييم قادة الرأي لمصداقية الرواية الرسمية يقع في المستوى المتوسط الإجمالي، مما يعكس نظرة متوازنة لكنها تتطلب تحسناً هيكلياً. وكشفت النتائج عن أن نقاط القوة تكمن في الثقة بالناطق الإعلامي الرسمي والمؤسسات الرسمية كمصدر للمعلومة، بينما تتركز نقاط الضعف الكبرى في عدم الاتساق والتناقض المتكرر في البيانات الحكومية والتشكيك في نزاهة الرواية بسبب التحيز السياسي المتصور. كما سجل محور إدارة الاتصال أثناء الأزمات أدنى المتوسطات، وتحديدًا بسبب غياب التواصل الاستباقي. وبناءً على هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة منح الناطقين الرسميين استقلالية أكبر في الأداء وتحديد صلاحياتهم بوضوح، وضمان أعلى مستويات جودة المحتوى والاتساق عبر تأسيس آلية مراجعة مركزية للبيانات قبل النشر. والأهم، دعت الدراسة إلى تبني نموذج اتصالي تشاركي وإشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية ومشاركتهم المعلومات قبل إعلانها للجمهور، إلى جانب معالجة المعوقات البيروقراطية لتعزيز الشفافية وتطوير استراتيجيات استباقية لإدارة الأزمات.

الكلمات المفتاحية: المصداقية الإعلامية، الرواية الرسمية، قادة الرأي.

## **Measuring the credibility of the official Jordanian narrative from the perspective of opinion leaders**

**Prepared By: Yasmeeen Shaheer Al-Hawamleh**

**Supervised by: Prof. Hani Ahmad Al-Badri**

### **Abstract**

The study aimed to assess the credibility of the official Jordanian narrative as perceived by Jordanian opinion leaders and to analyze the communicative, political, and social factors that shape these perceptions. The study adopted a descriptive-analytical methodology to describe and analyze the phenomenon under investigation and to measure the independent variable (the role of public opinion leaders) and the dependent variable (the degree of credibility of the official narrative). The data was collected using the study's primary tool, a questionnaire, distributed to a purposive sample of 91 public opinion leaders, including university professors, prominent journalists and media personnel, social and syndicate figures, and activists and researchers known for their influential participation in public issues. The study relied on measurement instruments suitable for a descriptive-analytical approach to data collection and analysis.

The results showed that opinion leaders' evaluation of the official narrative's credibility falls within the medium range, reflecting a balanced view that nonetheless calls for structural improvements. Findings revealed that strengths lie in trust in official media spokespersons and institutions as sources of information, whereas major weaknesses center on inconsistent, contradictory government data and on questioning the narrative's integrity due to perceived political bias. Furthermore, the crisis communication management axis recorded the lowest average scores, primarily due to the absence of proactive communication. Based on these findings, the study recommended granting official spokespersons greater autonomy in performance, clearly defining their mandates, and ensuring the highest standards of content quality and consistency by establishing a central review mechanism for data before publication. Most importantly, the study called for adopting a participatory communication model that involves opinion leaders in drafting official messages and sharing information with them before public announcements, alongside addressing bureaucratic impediments to enhance transparency and developing proactive crisis management strategies.

**Keywords:** Media Credibility, Official Narrative, Opinion Leaders.

## الفصل الأول

### خلفية الدراسة ومشكلتها

#### أولاً: المقدمة

تُعَدّ المصداقية إحدى الركائز الجوهرية في بناء الثقة بين الأنظمة السياسية ومواطنيها، وهي ليست مجرد قيمة أخلاقية مرتبطة بالخطاب الاتصالي فحسب، بل تمثل بعداً استراتيجياً يعكس مدى شفافية الدولة وقدرتها على إقناع جمهورها الداخلي والخارجي. إن غياب الوضوح والشفافية في الاتصال الحكومي لا يؤدي فقط إلى سوء فهم الجمهور للرسائل الرسمية، بل يُضعف أيضاً ثقة الجمهور ويُفسح المجال أمام المعلومات البديلة والشائعات لتتألف فراغ الصمت الرسمي (Wang, 2020). من هذا المنطلق، تغدو المصداقية في الرواية الرسمية للدول أحد أهم عناصر القوة الناعمة، إذ تعزز صورتها الذهنية وتوطّد العلاقة بينها وبين المواطنين، وتصبح أداة فاعلة في إدارة الأزمات وصناعة الرأي العام.

لقد شهدت البيئة الإعلامية العربية عامة، والأردنية على وجه الخصوص، تحولات جذرية في العقدين الأخيرين، إذ تراجعت هيمنة الوسائل التقليدية في احتكار تدفق المعلومات، وبرزت في المقابل وسائل الإعلام الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي كمنصات بديلة لنقل الأخبار وتحليل الأحداث وصياغة الخطاب العام. لقد أفرز هذا التحول غير المسبوق دينامية جديدة في العلاقة بين الدولة والجمهور، وأعاد طرح تساؤلات جوهرية حول مدى قدرة الرواية الرسمية على الحفاظ على مكانتها كمصدر موثوق للمعلومة في ظل هذا الانفتاح الاتصالي الواسع.

في الأردن، تبرز الحاجة إلى إعادة تقييم مصداقية الخطاب الرسمي خاصة في ظل الأزمات التي مرت بها المملكة خلال السنوات الأخيرة، سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو

حتى صحية كما في جائحة كورونا. ففي أوقات الأزمات، تتزايد حساسية الجمهور تجاه المعلومات الرسمية، ويصبح عامل التوقيت والشفافية والدقة أكثر تأثيراً في تحديد ثقة المتلقين بالمصدر الحكومي. وقد لاحظ عدد من الباحثين العرب أن تأخر الجهات الرسمية في تقديم المعلومة أو تناقضها يسهم في إضعاف الثقة، ويمنح مساحات أوسع للشائعات والمصادر غير الرسمية للانتشار. إن ضعف إدارة الاتصال الحكومي وعدم مواكبة التطورات التكنولوجية والمعلوماتية يؤدي إلى اتساع فجوة الثقة بين الدولة والمجتمع، خصوصاً في أوقات الأزمات، ما يعزز الحاجة إلى استراتيجية اتصال مؤسسي أكثر مهنية ومرونة. (OECD, 2021)

من جهة أخرى، لا يمكن تجاهل الدور المحوري الذي يلعبه قادة الرأي في المجتمعات الحديثة في تشكيل اتجاهات الجمهور وتفسير الأحداث ونقل الصورة الواقعية للخطاب الرسمي. فقادة الرأي يمثلون حلقة وصل بين السلطة والجمهور، إذ يمتلكون قدرة عالية على التأثير والإقناع نتيجة لمكانتهم الاجتماعية أو المهنية أو الرمزية. ولذلك فإن دراسة وجهة نظرهم تجاه مصداقية الرواية الرسمية الأردنية تُعدّ مدخلاً علمياً مهماً لفهم طبيعة العلاقة الاتصالية بين الحكومة والمجتمع، كما تسهم في تشخيص نقاط القوة والضعف في أداء الاتصال الحكومي.

إن التحول من الاتصال الأحادي إلى الاتصال التفاعلي الذي فرضته الثورة الرقمية جعل المواطن الأردني أكثر وعياً وانتقائية في استهلاك المعلومات. فلم تعد الرواية الرسمية تُستقبل على نحوٍ سلبي كما كان الحال في العقود السابقة، بل أصبحت عرضة للمقارنة والتحليل والتشكيك أحياناً، خصوصاً في ظل سهولة الوصول إلى بدائل متعددة للمعلومة. إن وسائل الإعلام الحديثة ساهمت في تسريع تداول الأخبار، سواء أكانت دقيقة أم مضللة، الأمر الذي فاقم أزمة المصداقية

داخل البيئات الإعلامية الرقمية، حيث أصبح الجمهور يجد صعوبة متزايدة في التمييز بين الخبر الصحيح والمفبرك.

إن فقدان المصداقية لا يُعد مجرد خلل اتصالي، بل أزمة عميقة تمس ثقة المواطن في مؤسسات الدولة، وتتعرض سلبًا على شرعية النظام السياسي واستقراره. فالثقة في الرواية الرسمية هي التي تحدد مدى تقبل الجمهور لسياسات الحكومة وتبريراتها، ومدى استعداده للتعاون معها في تنفيذ خططها وبرامجها (Majerczak & Strzelecki, 2022). ومن ثم فإن دراسة مصداقية الخطاب الرسمي ضرورة لفهم ديناميات الثقة بين الدولة والمجتمع في مرحلة تتسم بكثرة التحديات والتغيرات السريعة.

إن السياق الأردني يوفر بيئة مثالية لدراسة هذه الظاهرة، بالنظر إلى طبيعة النظام السياسي الذي يسعى إلى الموازنة بين الانفتاح الإعلامي والحفاظ على الاستقرار الوطني. كما أن الأردن واجه خلال السنوات الماضية موجات من الأخبار الزائفة والشائعات، خاصة أثناء الأزمات السياسية والاقتصادية والصحية، مما جعل مسألة استعادة الثقة في الرواية الرسمية تحديًا مركزيًا أمام مؤسسات الدولة. وهنا تتجلى أهمية قادة الرأي كفاعلين قادرين على إعادة بناء الجسور بين الدولة والمجتمع إذا ما أُحسن توظيفهم في استراتيجيات الاتصال الوطني.

وقد جاءت هذه الدراسة لتقيس مدى مصداقية الرواية الرسمية الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي، انطلاقًا من قناعة بأن المصداقية هي العمود الفقري لأي عملية اتصال ناجحة بين الحكومة والجمهور. فحين يشعر قادة الرأي أن الخطاب الرسمي يتسم بالشفافية والموضوعية، فإنهم ينقلون هذه الثقة إلى دوائرهم الاجتماعية، مما يعزز شرعية الرواية الرسمية في الفضاء العام.

## ثانياً: مشكلة الدراسة

تمثل مصداقية الرواية عاملاً مهماً لتوطيد ثقة الجمهور وتفاعلهم مع التوجهات الحكومية. تقوم الرواية الرسمية على تفسير الأحداث، وتوضيح السياسات، وتوجيه الجمهور، والتي أضحت جزءاً من المناخ الديمقراطي لدول العالم. وفي يتعلق بالسياق الأردني، ظهر تقرير Jordan Media Institute JMI، أن (70%) تقريباً من الأردنيين يعتقدون أن الإعلام المحلي يعبر عن وجهة نظر الحكومة، و66% يعتقدون أن هناك تجنباً من الإعلام الأردني تغطية بعض القضايا (AI (Muheisen, 2022). يشير هذا الأمر أن الجمهور لا ينظرون إلى الخطاب الرسمي باعتباره المصدر الوحيد أو الحصري للمعلومة.

من جهة ثانية، فإن نسبة الأشخاص الذين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في أيام الأزمات تصل إلى نحو 45.6%، وهذا الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام الرقمية في الأردن يُشكّل تحدياً للمصداقية الرسمية (Al Muheisen, 2022). كما بينت دراسات حديثة أن الاعتماد على وسائل التواصل يسهم في انتشار المعلومات المضلّلة، بما يؤثر بدوره على إدراك الجمهور لمصداقية المصادر التقليدية والحكومية (Habes et al., 2023).

من هنا، يمكن أن نشير إلى زاوية أخرى متعلقة بدور قادة الرأي في البيئة الإعلامية والسياسية. فهؤلاء القادة بمثابة وسيط بين السلطة والجمهور، فهم يستقبلون الرواية الرسمية، يعيدون صياغتها أو نقدها، ثم ينقلونها إلى أوساطهم، بما يعزّز من أهمية إدارة التواصل الحكومي معهم. (Kazkaz, 2020).

وفي السياق ذاته، تشير الأدبيات الحديثة إلى وجود فجوة متنامية في ثقة قادة الرأي بالمصادر الحكومية مقارنة بالمصادر الإعلامية المستقلة والرقمية. وعلى المستوى الدولي، يبين Edelman Trust Barometer (2023) استمرار تراجع الثقة في الحكومات، حيث تُصنّف غالباً ضمن أقل

مصادر المعلومات موثوقية، ويُعزى ذلك إلى ضعف الشفافية، وتسييس المعلومات، وسوابق عدم الدقة أو التأخر في الإفصاح.

بناءً عليه، يمكن صياغة إشكالية البحث في السؤال الرئيس الآتي: ما مدى مصداقية الرواية الرسمية من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن؟ ويتفرع عن السؤال، الأسئلة التالية:

1. ما مصادر الرواية الرسمية التي يعدها قادة الرأي الأردنيون الأكثر موثوقية؟
2. ما مستوى المصداقية الذي يمنحه قادة الرأي الأردنيون للرواية الرسمية في القضايا العامة والأزمات؟
3. ما العوامل التي تسهم في تعزيز مصداقية الرواية الرسمية لدى قادة الرأي الأردنيين، بما في ذلك الشفافية، ومستوى الاستجابة، وفاعلية المتحدث الرسمي، وجودة الرسالة الاتصالية، والبيئة الرقمية؟
4. ما مستوى كفاءة إدارة الاتصال خلال الرواية الرسمية أثناء الأزمات في الأردن؟
5. ما الدور الذي يمارسه قادة الرأي الأردنيون في صياغة أو دعم أو نقد الرواية الرسمية؟
6. ما المقترحات التي يقدمها قادة الرأي الأردنيون لتحسين إدارة الرواية الرسمية وتعزيز فعاليتها؟

### ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أبرزها:

1. قياس درجة المصداقية التي يتمتع بها الخطاب الرسمي الأردني في نظر قادة الرأي.
2. تحليل الاتجاهات العامة لقادة الرأي نحو الرواية الرسمية مقارنة بوسائل الإعلام غير الرسمية.
3. استكشاف دور وسائل الإعلام الرقمية في التأثير على مستوى ثقة النخب بالرواية الرسمية.
4. تحديد العوامل الاتصالية، والسياسية، والاجتماعية التي تؤثر في تصورات المصداقية.

5. اقتراح آليات واستراتيجيات لتحسين الاتصال الحكومي وزيادة الشفافية أثناء الأزمات أو الأحداث الكبرى.

6. تقديم مقترحات لتحسين إدارة الرواية الرسمية وتعزيز فعاليتها.

## رابعًا: أهمية الدراسة

### الأهمية العلمية

تأتي هذه الدراسة لتسد فجوة بحثية في حقل دراسات الاتصال السياسي والإعلام الحكومي في العالم العربي، وخاصة في السياق الأردني مع محدودية الأبحاث التي تكشف عن مستوى المصداقية لدى قادة الرأي من النخب الفكرية والإعلامية، كون تأثير وسائل الإعلام ليس مباشرًا دائمًا، بل غالبًا ما تتدفق الأفكار، كما نصت نظرية تدفق المعلومات، من الإذاعة والصحافة المطبوعة إلى قادة الرأي، ومنهم إلى الفئات الأقل نشاطًا من السكان. كما تسهم في تطوير الإطار النظري لمفاهيم أساسية مثل "المصداقية الإعلامية" و"الشفافية الحكومية" ضمن منظومة الاتصال الرسمي. وتعتمد الدراسة منهجية علمية متكاملة تجمع بين التحليل الكمي والكيفي لقياس إدراك قادة الرأي للخطاب الرسمي، مما يمنحها قوة تحليلية واستقرائية متقدمة، مستندة في ذلك إلى نظريات راسخة كنظرية الاتصال الحكومي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتفسير العلاقة بين الرسالة الرسمية ومدى الثقة بها.

### الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في كونها تسهم في مساعدة المؤسسات الحكومية الأردنية في تشخيص أسباب التراجع النسبي في ثقة الجمهور بالروايات الرسمية. كما تقدم أداة عملية لمساعدة صنّاع القرار ودوائر الاتصال الحكومي في تصميم استراتيجيات تواصلية أكثر فاعلية، تقوم على مركاتر المصداقية والشفافية والمشاركة الفعلية. ومن شأن نتائجها أن تدعم بناء سياسات اتصال

وطنية فعالة تستند إلى بيانات ميدانية دقيقة بدلاً من الافتراضات النظرية المجردة، كما تساهم في تعزيز قدرات فرق الإعلام الحكومي في إدارة الأزمات المعلوماتية ومكافحة الشائعات. وأخيراً، توفر الدراسة مرجعاً علمياً قيماً يمكن لمؤسسات التدريب الإعلامي والجامعات الأردنية الاعتماد عليه لتطوير مناهج متخصصة في مجال الاتصال الحكومي وإدارة المصادقية.

### خامساً: مصطلحات الدراسة

1. الرواية الرسمية (Official Narrative): يشير مصطلح الرواية الرسمية إلى النسخة المنظمة والمقصودة من الحقائق والأحداث التي تنتجها وتنتشرها المؤسسات الرسمية للدولة. تهدف هذه الرواية إلى صياغة الرأي العام، وتبرير سياسات الدولة، وتعزيز شرعيتها، وتقديم تفسير موحد للأزمات والمواقف المختلفة، مما يعزز سردية وطنية موحدة (Guo & Lei, 2025; IFIT, 2021). وتعرف إجرائياً، بأنها جميع أشكال التغطيات الإخبارية، والبيانات الصحفية، والمنشورات على وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، والخطابات الرسمية التي تصدر عن المؤسسات الحكومية الأردنية ووكالاتها الرسمية، وتهدف إلى نقل وجهة نظر الدولة وتفسيرها الرسمي للأحداث، بهدف توجيه الرأي العام المحلي والدولي وتبرير مواقفها وسياساتها تجاه قضايا محددة.

2. قادة الرأي (Opinion Leaders): يشير مفهوم قادة الرأي إلى مجموعة أفراد أو فئات داخل المجتمع يتمتعون بمكانة اجتماعية، وخبرة متخصصة، ودرجة عالية من المصادقية والنفوذ في دائرة اجتماعية معينة (Heath, 2013; Walgrave et al., 2025). يقومون بدور وسيط في تدفق المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجمهور الأوسع، حيث يفسرون هذه المعلومات ويؤثرون على اتجاهات الرأي العام واتخاذ القرارات بين أفراد جماعاتهم المرجعية (Katz, )

(1957). وقد يكونون نخبة فكرية، أو إعلاميين، أو أكاديميين، أو نشطاء على منصات التواصل الاجتماعي. ويعرف إجرائياً بأنهم فئة من النخب الفكرية (الأكاديميين والإعلاميين الأردنيين) القادرين على الوصول إلى المعلومات من مصادر متعددة (رسمية وغير رسمية) ولديهم القدرة على تحليل الخطاب الرسمي ونقده، وتشكيل اتجاهات الرأي بين شرائح المجتمع التي تتابعهم وتثق في آرائهم.

3. المصداقية الإعلامية (Media Credibility): هي إدراك الجمهور واعتقاده بدرجة دقة، وموضوعية، وعدالة، وموثوقية المصدر الإعلامي أو المحتوى الذي يقدمه. وهي بناء متعدد الأبعاد يتشكل من خلال تقييم الجمهور لعوامل مثل المصداقية المهنية (الدقة والموضوعية)، والمصداقية الاجتماعية (الالتزام بقيم المجتمع)، والجاذبية (سهولة الفهم). وهي سمة مُدركة وليست سمة ثابتة في المصدر نفسه (Guo & Lei, 2025; Metzger, 2007). وتعرف إجرائياً بأنها الثقة بالمحتوى الإعلامي الذي تنتجه وتنشره المؤسسات الرسمية الأردنية، والتي تقاس من خلال الدقة (مطابقة المعلومات للواقع)، والموضوعية (عدم خلط الرأي بالمعلومة)، والشفافية (الإفصاح عن مصادر المعلومات والاعتراف بالأخطاء)، والموثوقية (الاعتماد على المصدر مصدراً رئيساً للأخبار الهامة وأثناء الأزمات).

### سادساً: حدود الدراسة

تم تحديد هذه الدراسة ضمن مجموعة من الحدود التي تضبط مجالها المكاني والزمني والبشري والموضوعي والمنهجي، كما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** تتمثل حدود الدراسة الموضوعية بدراسة مصداقية الرواية الرسمية الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي.
- **الحدود المكانية:** يتمثل مكان الدراسة بالمملكة الأردنية الهاشمية.

- **الحدود الزمانية:** تتناول الدراسة الفترة الزمنية خلال الفصل الأول من العام الدراسي 2025/2026، وهي مرحلة شهدت قضايا وأزمات صحية وسياسية واقتصادية.
- **الحدود البشرية:** تقتصر عينة الدراسة على فئة قادة الرأي الأردنيين، وتشمل أساتذة الجامعات، والصحفيين والإعلاميين المؤثرين، والشخصيات الاجتماعية والنقابية، وبعض النشطاء والباحثين المعروفين بمشاركاتهم المؤثرة في القضايا العامة.

### سابعاً: محددات الدراسة

- على الرغم من الجهود المبذولة لضمان دقة النتائج وموضوعيتها، إلا أن هناك عددًا من المحددات التي قد تؤثر جزئيًا في تعميم النتائج أو تفسيرها:
- اعتماد الدراسة على آراء قادة الرأي فقط قد لا يعكس بالضرورة اتجاهات الجمهور العام، مما يجعل النتائج مؤشرة أكثر منها حاسمة على مستوى المجتمع الأردني ككل. كما أن طبيعة الأسئلة المقننة في الاستبيان قد تحد من عمق بعض الاستجابات النوعية.
  - تقتصر البيانات على فترة محددة تاريخيًا. لذلك، فإن تغير الظروف السياسية أو الإعلامية مستقبلاً قد يؤدي إلى اختلاف في مستوى المصادقية المدركة.
  - واجهت الباحثة صعوبات في الحصول على بعض الدراسات الحديثة والمتخصصة ذات الصلة المباشرة بموضوع البحث، خاصة الدراسات الميدانية المحكمة. وكذلك الحاجة إلى وقت طويل لانتظار استجابات المبحوثين.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

#### أولاً: الإطار النظري

مع تسارع تدفق المعلومات وتعدد مصادر المعلومات، وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، تبرز قضية مصداقية الرواية الرسمية (المتتمثلة في الأخبار والبيانات والتصريحات الصادرة عن المؤسسات الحكومية حول الأحداث والأزمات والسياسات) كونها عاملاً مهماً في تعزيز ثقة الجمهور، لاسيما ثقة الفاعلين من قادة الرأي (Opinion Leaders) في مصداقية الرواية الرسمية أساس نجاح السياسات العامة للدولة خصوصاً في إدارة الأزمات.

#### 1. مصداقية مصادر الرواية الرسمية

تشير الدراسات الحديثة إلى وجود فجوة واضحة في مستوى ثقة قادة الرأي بالمصادر الحكومية مقارنة بالمصادر الإعلامية المستقلة والرقمية. وعلى الصعيد العالمي، يظهر مؤشر إيدلمان للثقة (Edelman Trust Barometer) لعام 2023 استمرار تراجع الثقة في الحكومات في العديد من الدول، حيث صنفت الحكومات غالباً كأقل مصادر المعلومات موثوقية مقارنة بالأعمال ووسائل الإعلام التقليدية المستقلة والمنظمات غير الحكومية (Edelman, 2023). ويعزى هذا التراجع إلى عوامل مثل الشعور بعدم الشفافية، وتسييس المعلومات، وتجارب سابقة مع عدم الدقة أو التأخير في الإعلان عن المعلومات.

وفيما يتعلق بقيادة الرأي تحديداً، أظهرت دراسة أجراها (Metzger et al., 2020) أن هؤلاء الفاعلين، نظراً لوعيهم السياسي والإعلامي المرتفع، يميلون إلى انتقاد المصادر الحكومية بشكل أكبر ويفضلون التحقق من المعلومات من مصادر متعددة، بما في ذلك وسائل الإعلام المستقلة والمصادر

الرقمية الموثوقة. وقد وجدت الدراسة أن قادة الرأي يرون في الإعلام المستقل حاجزاً ضد احتمال تلاعب الحكومة بالرواية، بينما يقدم الإعلام الرقمي سرعة وتنوعاً في المصادر، رغم التحديات المتعلقة بدقته، وبالتالي مصداقيته. وفي هذا الصدد، أشارت دراسة العدوان (2024) إلى قدرة المنصات الرقمية على تشكيل وتغيير الاتجاهات والرؤى لدى الأفراد، كما تساعد الجمهور في التعرف على القضايا المحلية، مما يؤثر في تشكيل آرائهم واتجاهاتهم.

## 2. العوامل الاتصالية والإعلامية المؤثرة في إدراك المصداقية

يتأثر تقييم قادة الرأي لمصداقية الرواية الرسمية بمجموعة معقدة من العوامل الاتصالية

والإعلامية، يمكن إيجازها فيما يلي (Walter et al., 2020) (Meijer & Wallin, 2022):

- الشفافية والانفتاح: وتعد العامل الأكثر أهمية، وأن قادة الرأي يقيمون المصداقية بناءً على مدى استعداد الحكومة للكشف عن المعلومات، حتى تلك السلبية أو المحرجة، دون تضليل أو إخفاء، حيث يضعف غياب الشفافية الثقة بشكل مباشر.
- مصداقية المصدر (الحكومة / المتحدث الرسمي): تمثل سمعة الحكومة والمتحدثين الرسميين مؤشراً أولياً لمصداقية الرواية. وفي هذا الشأن، يربط قادة الرأي مصداقية الرواية بتاريخ الدقة والنزاهة والكفاءة للمصدر. بمعنى أن أي سابقة تضليل أو عدم كفاءة سيكون لها تأثير سلبي على تلقي الروايات اللاحقة.
- الاتساق والوضوح في الرسالة الاتصالية: يُقصد بهما درجة التوافق الداخلي والاستمرارية المنطقية في مضمون الرسائل الرسمية، سواء عبر الزمن أو عبر القنوات المختلفة، بما يضمن عدم تعارض التصريحات أو تغييرها دون مبررات معلنة، إلى جانب صياغتها بلغة مباشرة خالية من الغموض واللبس. إن أي تناقض أو غموض يُفسر سريعاً بوصفه دليلاً على إخفاء

معلومات أو ضعف في إدارة الاتصال، ولا سيما لدى قادة الرأي الذين يمتلكون خبرة تحليلية أعلى وقدرة أكبر على رصد التباينات في الرواية الرسمية..

- السرعة والاستباقية: في عالم السرعة الرقمية، يقدر قادة الرأي استجابة الحكومة السريعة للأحداث والأزمات. إذ تشير دراسة (Liu et al., 2021) إلى أن التأخير في تقديم المعلومات الرسمية يفسح المجال لانتشار الشائعات والروايات البديلة، مما يضعف مصداقية الرواية الرسمية عندما تصدر لاحقاً.
- التفاعل والحوار: تؤكد الأبحاث الحديثة على أهمية انتقال الحكومة من نمط الاتصال أحادي الاتجاه إلى نمط تفاعلي. إن قادة الرأي يقدرون الحكومات التي تستمع لمخاوفهم وتستجيب لاستفساراتهم وتفتح قنوات للحوار، مما يعزز من شعورهم بالمشاركة ويؤثر إيجاباً على إدراكهم لمصداقية الرواية.

### 3. وسائل الإعلام الرقمي وانطباعات قادة الرأي

أحدثت وسائل الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي (SNS) ثورة في تشكيل قادة الرأي لانطباعاتهم تجاه الرواية الرسمية، وذلك من خلال عدة آليات (Vosoughi et al., 2015) (Turcotte et al., 2018):

- التحقق والمقارنة السريع: تمكن هذه الوسائل قادة الرأي من الوصول الفوري لمصادر متعددة (محلية ودولية، رسمية وغير رسمية) للتحقق من صحة الرواية الرسمية ومقارنتها بروايات أخرى هذا الوصول يزيد من قدرتهم النقدية ويجعلهم أقل تقبلاً للرواية الرسمية دون تمحيص.
- نشر الروايات البديلة والشائعات: توفر هذه المنصات قنوات سريعة وواسعة الانتشار لنشر الروايات التي تتعارض مع الرواية الرسمية، سواء كانت دقيقة أم لا. أظهرت دراسة أن

الأخبار الكاذبة تنتشر على تويتز بشكل أسرع وأوسع من الأخبار الحقيقية، خاصة في الأزمات. ويتعرض قادة الرأي، بكونهم نشطين على هذه المنصات، لهذه الروايات البديلة بكثافة، مما يؤثر على تقبلهم للرواية الرسمية ويجعلهم أكثر تشككاً.

- التواصل المباشر والرقابة الموازية: تسمح هذه الوسائل لقادة الرأي بالتواصل المباشر مع متابعيهم ومشاركة تحليلاتهم وتقييماتهم للرواية الرسمية، مما يعطيهم دوراً في الرقابة الموازية يمكن لانتقاد قائد رأي موثوق للرواية الرسمية أن يصل إلى جمهور واسع بسرعة، مما يقوض مصداقيتها.

- تأثير غرف الصدى والفقاعات الترشيحية: يميل قادة الرأي، مثل غيرهم، إلى التواصل مع شبكات تشاركتهم وجهات النظر، مما قد يعزز تشككهم في الرواية الرسمية إذا كانت البيئة الرقمية المحيطة بهم مشبعة بالنقد. إن هذا يمكن أن يؤدي إلى تصلب في المواقف النقدية تجاه الحكومة.

#### 4. الاستجابة الإعلامية الحكومية للأزمات في الأردن

تشير الدراسات إلى وجود قلق لدى قادة الرأي في الأردن بشأن مستوى الشفافية والسرعة في الاستجابة الإعلامية الحكومية للأزمات. وفي دراسة السالم (2020) حول انتقال المعلومات على مرحلتين و دور قادة الرأي في عصر التواصل الاجتماعي، أكدت على قادة الرأي يؤثرون بشكل كبير على الجمهور من خلال ابداء النصائح و توجيهاتهم في كثير من الأحيان وقت وقوع الأزمات.

#### 5. قادة الرأي

قيادة الرأي هي ظاهرة اجتماعية واتصالية محورية، تُعرّف بأنها قدرة فرد معين على ممارسة تأثير غير رسمي وغير مدفوع الأجر على مواقف وسلوكيات الأفراد الآخرين. ينبع هذا التأثير في

الغالب من الكفاءة الشخصية والجدارة بالثقة التي يتمتع بها القائد، أكثر من اعتماده على سلطة رسمية. يلعب قادة الرأي دوراً محورياً في نشر المعلومات وتفسيرها، حيث يكونون أول من يلتقط الرسائل من وسائل الإعلام الجماهيرية ويعملون كمرشحات اجتماعية لنقلها وتفسيرها لأقرانهم (أتباعهم). ويتميز قادة الرأي بمشاركتهم الكثيفة في مجالات محددة، واهتمامهم الشديد ببحث وعرض المعلومات، وتكرار مناقشة الأفكار مع محيطهم الاجتماعي. وهم بمثابة عوامل التغيير التي تسهل انتشار الأفكار والممارسات والابتكارات الجديدة داخل المجتمع. وفي مجال التسويق والتجارة، يُنظر إليهم على أنهم أصول بالغة الأهمية للتأثير على سلوك المستهلكين، وغالباً ما تستهدفهم الشركات بصفاتهم من الأفراد الأوائل الذين يتبنون المنتجات الجديدة (كابيتال، 2025).

## 6. الخصائص المميزة لقادة الرأي الفعالين

يتمتع قائد الرأي الفعال بمجموعة من الخصائص التي تمنحه القدرة على التأثير والمصداقية،

ومن أهم هذه الخصائص (طريف وعطوات، 2019):

- المصداقية: وهي أهم سمة، وتكتسب من خلال مزيج من الخبرة في المجال الذي يقود فيه الرأي، والجدارة بالثقة، ووجود سجل حافل في تقديم معلومات موثوقة.
- الكاريزما: وهي السحر أو الجاذبية التي تجذب الآخرين وتشاركهم، وتمكّنهم من إلهام وتعبئة الناس عبر مهارات التواصل المقنعة.
- الترابط والاتصال: يتمتعون باتصالات جيدة داخل شبكاتهم الاجتماعية، مما يسمح لهم بنشر المعلومات بسرعة وعلى نطاق واسع، وهو ما تعززه المنصات الرقمية الحديثة.
- فهم الجمهور: يمتلك القادة الفعالون فهماً عميقاً لقيم ومعتقدات واهتمامات جمهورهم، مما يمكنهم من تصميم رسائلهم بطريقة تلقى صدى وإقناعاً.

- تبسيط القضايا المعقدة: لديهم القدرة على تفكيك الموضوعات المعقدة وتحويلها إلى أجزاء مفهومة ومبسطة يسهل على الجماهير استيعابها.
- الابتكار: غالباً ما يكونون من أوائل المتبنين أو المروجين للأفكار والاتجاهات الجديدة، ويشكل استعدادهم لاحتضان المفاهيم الجديدة الرأي العام والسلوك.

### 7. تأثير قادة الرأي على الرأي العام ونموذج التدفق على خطوتين

يلعب قادة الرأي دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام من خلال عملهم كـ وسطاء بين وسائل الإعلام الجماهيرية والجمهور العريض. هذا الدور هو أساس نظرية تدفق الاتصال المكون من خطوتين (Two-step Flow Communication Theory)، والتي تفترض أن تأثيرات وسائل الإعلام تتدفق على مرحلتين:

1. المرحلة الأولى: تنتقل الرسائل من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي.

2. المرحلة الثانية: يقوم قادة الرأي بتفسير الرسائل وتمييزها إلى الجمهور الأوسع.

بهذه الطريقة، يعمل القادة كحراس للبوابة (Gatekeepers)، يقررون ما هي المعلومات ذات الصلة التي يجب مشاركتها. كما أنهم يشاركون في وضع الأجندة (Agenda Setting)، حيث يسلطون الضوء على القضايا التي يعتبرونها مهمة، مما يجعلها قضايا مركزية في الخطاب العام. وقد تعزز تأثيرهم بشكل كبير في العصر الرقمي بفضل ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي أنشأت "مشاهير صغار" ومؤثرين يمكنهم الوصول إلى جماهير ضخمة بسرعة غير مسبوقة.

### 8. دور قادة الرأي في نقل الرواية الرسمية إلى الجمهور

يحتل قادة الرأي دوراً محورياً وثنائي الاتجاه في عملية نقل الرواية الرسمية وتشكيل استقبال الجمهور لها، من خلال الأدوار التي يشغلونها وهي:

- الوسيط: يعمل قادة الرأي كوسطاء بين المصادر الرسمية والجمهور. نظراً لثقة الجمهور فيهم (Katz, 1957; Turcotte et al., 2015)، فإن قبولهم للرواية الرسمية ونقلها يمكن أن يعزز مصداقيتها لدى الجمهور Conversely، رفضهم أو انتقادهم للرواية يمكن أن يقوض ثقة الجمهور فيها بشكل كبير. أكدت دراسة (Shah et al., 2017) على أن تأييد قادة الرأي المحليين للمعلومات الرسمية حول الصحة العامة كان له تأثير أكبر على سلوك الجمهور من المصادر الرسمية وحدها.

- المفسر: لا يقوم قادة الرأي بنقل الرواية كما هي فقط، بل يقومون بتفسيرها ووضعها في سياقها، وتقديم تحليلات نقدية، وربطها باهتمامات الجمهور وقيمه (Neuman et al., 2014). إن هذا التفسير يمكن أن يعزز فهم الجمهور وقبوله للرواية إذا كان إيجابياً، أو يمكن أن يزيد من تشككه إذا كان انتقادياً.

- ناقد: غالباً ما يتخذ قادة الرأي، خاصة في الإعلام، دور الناقد الرقابي، يسائلون الرواية الرسمية ويطالبون بمزيد من الشفافية والمساءلة. هذا الدور، رغم أنه قد يقوض الثقة على المدى القصير، يُنظر إليه على أنه ضروري لصحة النظام الديمقراطي وضمان جودة المعلومات الرسمية على المدى الطويل (Waisbord, 2019).

## 9. سبل تعزيز المصداقية والثقة في الخطاب الرسمي

استناداً إلى نتائج الدراسات السابقة والأدبيات المماثلة، يمكن تحديد استراتيجيات رئيسة لتعزيز

مصداقية الرواية الرسمية وثقة قادة الرأي بها (Meijer & Wallin, 2022)

و(Walter et al., 2020):

- تعزيز الشفافية الاستباقية: تبني سياسات الافتراض للنشر، حيث يتم الكشف عن المعلومات بشكل افتراضي إلا في حالات استثنائية محددة قانوناً، ونشر البيانات الأولية والتحليلات والتحديات بشكل منتظم حتى في غياب أزمات.

- بناء المصداقية على المدى الطويل: الاستثمار في بناء سمعة الحكومة والمتحدثين الرسميين كمصادر دقيقة وموثوقة ومسؤولة عبر الزمن . إن هذا يتطلب التزاماً مستمراً بالدقة والنزاهة.
- تحسين السرعة والاتساق: تطوير آليات استجابة إعلامية سريعة ومتكاملة للأحداث والأزمات، مع ضمان اتساق الرسالة عبر جميع القنوات والمتحدثين.
- تبني التواصل التفاعلي والحواري: إنشاء قنوات تواصل مباشر ومنتظمة مع قادة الرأي (استطلاعات رأي، لقاءات دورية، منصات تفاعلية)، والاستماع الفعلي لمخاوفهم والرد على استفساراتهم بصدق ووضوح، وإشراكهم في استشارات حول السياسات ذات الصلة.
- التعامل مع الإعلام الرقمي بنكاه: وجود نشاط قوي ومؤثر على المنصات الرقمية لمواجهة الشائعات فوراً، وتقديم المعلومات بشكل جذاب وسهل الوصول، والتفاعل مع النقاشات (بما في ذلك النقد) بطريقة بناء واستخدام البيانات المرئية والقصص لزيادة الوضوح.
- الاعتراف بالأخطاء والتصحيح الفوري: في حال وجود أخطاء في المعلومات الرسمية، الاعتراف بها بسرعة ووضوح وتصحيحها علناً. هذا يبني الثقة أكثر من محاولة إخفاء الخطأ.

## 10. العلاقة بين الشفافية الحكومية وثقة الجمهور

- تؤكد الأدبيات على وجود علاقة إيجابية قوية ومتبادلة بين مستوى الشفافية الحكومية وثقة الجمهور، ويعمل إدراك قادة الرأي كوسيط أساسي في هذه العلاقة:
- الشفافية كأساس للثقة: تشير دراسات (Grimmelikhuijsen, 2012) إلى أن الشفافية، خاصة فيما يتعلق بعملية صنع القرار والأداء، تعزز الإدراك بشرعية الحكومة وكفاءتها، مما يقود إلى زيادة الثقة. عندما يرى قادة الرأي أن الحكومة شفافة، فإنهم يميلون إلى نقل هذه الصورة الإيجابية وتفسيرها للجمهور، مما يعزز ثقة الجمهور.

- دور الوساطة لقادة الرأي: يعمل إدراك قادة الرأي لمستوى الشفافية كمرشح (Filter) ومضخم (Amplifier) لتأثيرها على ثقة الجمهور. إذا أدرك قادة الرأي أن الحكومة شفافة، فمن المرجح أن ينقلوا هذه الرسالة للجمهور ويؤكدوا عليها، مما يعزز الثقة Conversely، إذا أدركوا نقص الشفافية، فمن المرجح أن ينقلوا هذا النقد ويعززوا تشكك الجمهور (Shah et al., 2017). أظهرت دراسة (Al-Momani, 2021) أن انتقادات قادة الرأي المستمرة لنقص الشفافية في البيانات الاقتصادية أسهمت في إضعاف ثقة شريحة من الجمهور في السياسات الرسمية.

- دورة التغذية الراجعة: يمكن أن تؤدي ثقة الجمهور العالية (النتيجة عن شفافية مدركة عبر قادة الرأي) إلى تعزيز قبول الجمهور للسياسات وتعاونهم مع الحكومة، مما يسهل على الحكومة ممارسة المزيد من الشفافية (لأنها تشعر بدعم الجمهور)، مما يعزز الثقة أكثر. والعكس صحيح في حالة انعدام الشفافية وفقدان الثقة (Grimmelikhuijsen, 2012).

وعليه، فإن قياس مدى مصداقية الرواية الرسمية من وجهة نظر قادة الرأي هو عملية متعددة الأبعاد. تشير الدلائل إلى وجود فجوة في الثقة لصالح المصادر الإعلامية المستقلة والرقمية لدى هذه الشريحة المؤثرة، مدفوعة بعوامل رئيسية مثل نقص الشفافية، وعدم الاتساق، والبطء في الاستجابة، وتجربة التلاعب المحتمل. تلعب وسائل الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي دوراً محورياً ومزدوجاً، فهي تمكن قادة الرأي من التحقق والنقد، لكنها أيضاً تعرضهم لروايات بديلة وشائعات قد تقوض الثقة. في السياق الأردني، تبرز مخاوف قادة الرأي بشأن شفافية وسرعة الاستجابة الحكومية للأزمات.

يؤكد دور قادة الرأي كوسطاء ومفسرين ونقاد على أهميتهم في نقل الرواية الرسمية وتشكيل استقبال الجمهور لها. ولذا، فإن تعزيز مصداقية الرواية الرسمية يتطلب استراتيجيات شاملة تركز على تعزيز الشفافية الاستباقية، وبناء المصداقية على المدى الطويل، وضمان السرعة والاتساق، وتبني التواصل التفاعلي والحواري، والتعامل الذكي مع الفضاء الرقمي، والقدرة على الاعتراف بالأخطاء. أخيراً، تؤكد الأدبيات على العلاقة الجوهرية بين الشفافية الحكومية وثقة الجمهور، حيث يعمل إدراك قادة الرأي كوسيط حاسم في هذه العلاقة، مما يجعل كسب ثقتهم من خلال الشفافية والمصداقية مدخلاً أساسياً لبناء ثقة أوسع في المجتمع.

### نظريات الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى ثقة قادة الرأي الأردنيون بمصداقية الرواية الرسمية، وهو ما يستدعي تفسير علاقة الثقة بالمؤسسات الرسمية من منظور نظرية الثقة المؤسسية، والثانية تُوضّح الكيفية التي تنتقل بها الرواية الرسمية وتُعاد صياغتها في المجال العام من خلال نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين، وعليه سيكون الإطار النظري مكوناً من تلك النظريتين اللتين تركزان على المحتوى الاتصالي الرسمي مصدر للمعلومة، وقادة الرأي وسيطاً للمصدر.

### نظرية الثقة المؤسسية

تُعد نظرية الثقة المؤسسية Institutional Trust Theory من الإسهامات النظرية المحورية في فهم العلاقة بين المواطن والمؤسسات الرسمية، وخاصة الحكومية منها. نشأت هذه النظرية ضمن الدراسات السوسيولوجية والسياسية التي تناولت الثقة بوصفها مكوناً مركزياً في استقرار الأنظمة السياسية وتماسكها الاجتماعي.

يُعد نيكلز لوهمان (Luhmann, 1979) من أوائل من أسسوا لمفهوم الثقة بوصفها آلية اجتماعية تُمكن من خفض درجة التعقيد في العلاقات المؤسسية. إذ يرى لوهمان أن الثقة المؤسسية تُبنى عندما تؤدي المؤسسة أدوارها بوضوح وتلتزم بالشفافية والمسؤولية، مما يولد شعوراً عاماً بالاطمئنان تجاهها.

من أبرز الأعمال التي وضعت أساساً لهذه النظرية في البيئة الرقمية هو مقال لـ (Mayer et al., 1995) نشر عام 1995 حول الثقة المؤسسية<sup>(1)</sup>، وقد عُدّ مرجعاً أساسياً لفهم الثقة التنظيمية. وفي هذا العمل، عرفت الثقة بأنها: «رغبة الطرف الموكّل (trustor) في أن يضع نفسه في موقف مُعرض للمخاطر اعتماداً على طرف آخر (trustee) يُعتقد بأنه سيقوم بعمل ما هو مهم للطرف الموكّل، بغض النظر عن قدرته على المراقبة.

ومن المنظور السياسي، فقد توسع هاردين (Hardin, 2004) في تفسير العلاقة بين الدولة والمواطن، موضحاً أن الثقة المؤسسية ليست فقط التزاماً أخلاقياً، بل هي "عقد اجتماعي" ضمني يتجدد من خلال الأداء والشفافية والقدرة على تحقيق الصالح العام. وفي السياق الحديث، أكد هيثرنغتون (Hetherington, 2005) على أن ثقة المواطنين تتأثر بقدرة الدولة على توصيل رواياتها الرسمية بشكل مقنع ومتسق، وخاصة أثناء الأزمات.

ومن أبرز فروض النظرية التي قدمها ماير وزملاؤه (Mayer et al. (1995): كلما ارتفع مستوى قدرة المؤسسة (ability) أي الكفاءة، الخبرة، الموارد والإمكانات، زادت الثقة بها. وكلما ارتفع مستوى نزاهة المؤسسة (integrity) أي التزامها بمعايير أخلاقية، شفافية، وعدالة، زادت الثقة. وكلما ارتفع

1 Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3). <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>

مستوى حسن النية لدى المؤسسة (benevolence) أي مدى الاعتقاد بأن المؤسسة تعمل لصالح أصحاب المصلحة وليس فقط لمصالحها الذاتية ، كلما زادت الثقة. كما أكدت النظرية على أن ثقة الأفراد بالمؤسسة تؤدي إلى نتائج إيجابية مثل ارتفاع الالتزام، التعاون، والمخاطرة المحسوبة (taking risk) مع المؤسسة. وبغياب أحد هذه الأبعاد أو حدوث تناقض في أي منها، قد تتراجع الثقة، وبالتالي يتراجع التعاون أو يتحول إلى شك أو مقاومة.

في سياق قياس مدى مصداقية الرواية الرسمية الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي تُشكّل نظرية الثقة المؤسسية إطاراً نظرياً لها من خلال توقع الرواية الرسمية أنها محل ثقة ومصداقية للجمهور، ويأتي دور قادة الرأي الذين يتقنون ابتداء بها أن يتعاملوا معها، ويقبلوا رسالتها. ومن هذا المنظور، فإن الرؤية التي يحملها قادة الرأي تجاه قدرة هذه الجهات ونزاهتها وحسن نيتها تؤثر مباشرة في مستوى الثقة لديهم بمصداقية الرواية. وعليه توطر هذه النظرية لقياس تصورات قادة الرأي عن قدرة الجهات الرسمية على تقديم الخبرة المعلومات بشكل دقيق، وشفافية ووضوح الأسلوب، ومصالح الجمهور، فكلما ازداد تقدير قادة الرأي لتلك الخصائص، زاد احتمال اعتبار الرواية الرسمية موثوقة أو ذات مصداقية، والعكس بالعكس.

### نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين

تعد نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين (Two-Step Flow Theory) من أهم النظريات في مجال التأثير الإعلامي والاتصال الجماهيري. أسسها Lazarsfeld و Berelson و Gaudet في دراستهم الشهيرة التي أجروها بين عامي 1940-1944 ثم نشرت عام 1948. (Lazarsfeld et al., 1948). تنص النظرية على أنه لا يوجد عادةً تأثير مباشر لوسائل الإعلام

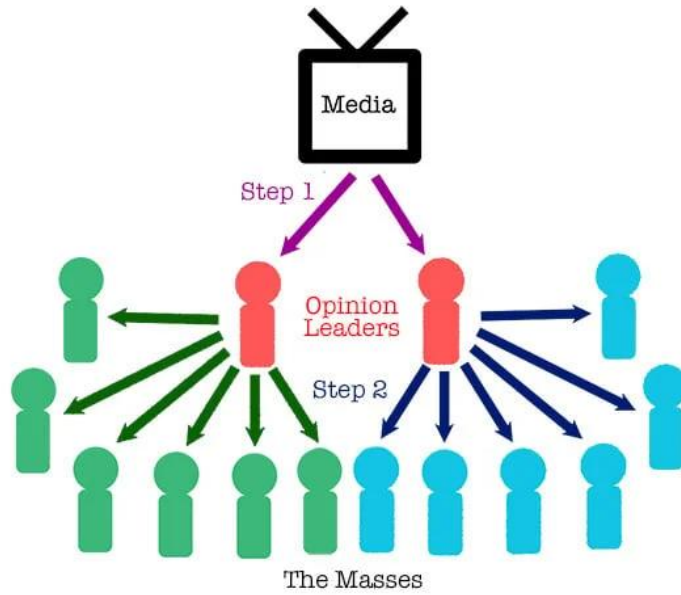
على عامة الناس. بل غالبًا ما تتدفق الأفكار من الإذاعة والصحافة المطبوعة إلى قادة الرأي، ومنهم

إلى الفئات الأقل نشاطًا من السكان (Katz, 1957; Lazarsfeld et al., 1948)

تفترض النظرية أن تأثير وسائل الإعلام لا ينتقل مباشرة إلى الجمهور، بل يتم بمرحلتين:

1. من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي.

2. ومن قادة الرأي إلى الجمهور العام.



### الشكل (1)

#### يوضح تدفق المعلومات عبر خطوتين

وبذلك، يُنظر إلى قادة الرأي على أنهم وسطاء أو مرشحات للخطاب الإعلامي، يفسرونه

ويعيدون صياغته قبل نقله إلى الآخرين. هذه الفرضية تُبرز الدور الحيوي للنخب الفكرية والإعلامية

والسياسية في تشكيل الرأي العام.

بالإضافة إلى أن النظرية تفترض أن قادة الرأي لديهم تعرض أكبر للوسائل الإعلامية، ويتكون

بصمة تأثير في أوساطهم، إذ هم أكثر نشاطاً تواصلياً وأكثر اطلاعا وسعة في العلاقات الاجتماعية،

وأن قادة الرأي ليسوا مجرد ناقلين سلبيين للمعلومة، بل يقومون بتفسيرها وتصنيفها، وقد يُضيفون وجهة نظرهم الخاصة قبل نقلها.

وفي إطار دراستنا يتمثل تطبيق نظرية تدفق الاتصال في كون دراستنا تركز فعلياً على «قادة الرأي»، وأن هؤلاء القادة يستقبلون الرسالة الرسمية أو الإعلام الحكومي، ثم ينقلونها أو يعيد صياغتها لدوائهم. كما تشير النظرية إلى أن الرسالة الرسمية لا تُستقبل مباشرة من الجمهور، بل تمر عبر القادة. وعليه، عندما لا يثق القائد بالرواية الرسمية (أو يرى أن الوسائط الحكومية قصيرة أو متأخرة أو غير شفافة)، فإنه قد لا ينقلها كما هي، بل قد يُعيد صياغتها أو يشكك بها. من منظور نظرية التدفق، هذا يعني أن الرسالة الرسمية، إن لم تُعالج تفسيرياً أو لم تُقدّم بطريقة تلقى قبولاً لدى القادة، فإنها لن تصل بفعالية إلى الجماهير، مما يضعف مصداقيتها.

### نظرية الاتصال الظرفي في الأزمات (SCCT)

نشأت نظرية الاتصال الظرفي في الأزمات في أواخر تسعينيات القرن العشرين وبدايات الألفية الجديدة على يد الباحث الأمريكي W. Timothy Coombs، استجابةً لقصور النماذج التقليدية في تفسير تباين فاعلية استجابات المؤسسات للأزمات. وتتعلق نظرية الاتصال الظرفي في الأزمات (SCCT) من أن اختيار استراتيجية الاستجابة يجب أن يتناسب مع مستوى مسؤولية المؤسسة في الأزمة وطبيعتها، وأن استجابات مثل الشفافية والسرعة تقللان من التهديد للسمعة عندما تُوظف بشكل مناسب، بناءً عليه، نقترح الربط المفاهيمي التالي (Coombs, 2007; Coombs & Holladay, 2002; Okoro, 2023):

- الشفافية : وتشمل معدل الكشف عن الحقائق خلال المعلومات المنشورة من إجمالي الحقائق المتاحة، أي كلما زاد مستوى الكشف الموثق، انخفضت نسبة إسناد اللوم للمؤسسة.

- سرعة الاستجابة : وتعني زمن الاستجابة الأولي منذ ظهور الشكوى أو الأزمة، أي أن الاستجابة السريعة تقلل من تراكم الشائعات وتحدّ من انتشار السرد السلبي.
- المتحدث الرسمي: تعنى بوضوح الهوية ودرجة الاتساق بين الرسائل عبر المنصات، وتقييم المصادقية من عينة الجمهور . تفترض وجود متحدث رسمي يقلل تضارب الرسائل ويعزز فاعلية الاستراتيجية الاتصالية.
- جودة الرسالة: وتعني بوضوح الرسالة، ودقة المعلومات، وتفترض وجود رسائل عالية الجودة تزيد من نية قبول الجمهور للردّ المؤسسي.
- البيئة الرقمية: ويعنى بها منصات التواصل (تويتر/ فيسبوك/ إنستغرام/ موقع رسمي)، ومؤشرات الانتشار (عدد المشاهدات/ المشاركة/ الانطباعات)، وتفترض أن فاعلية الشفافية والسرعة والمتحدث الرسمي يخضع لنوع المنصة والخصائص التقنية الرقمية أيضاً.

### ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

دراسة (Marko 2011) بعنوان:

**The role of opinion leaders in the dissemination of media messages during the pre-election period.**

دور قادة الرأي في نشر الرسائل الإعلامية خلال فترة ما قبل الانتخابات

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور قادة الرأي في نشر الرسائل الإعلامية خلال الفترة التي سبقت الانتخابات العامة في البوسنة والهرسك عام 2010، مع التركيز على كيفية تفاعل القادة السياسيين والدينيين البارزين مع وسائل الإعلام الممولة لهم لنشر رؤاهم وأفكارهم في مجتمع منقسم عرقياً وسياسياً. استخدم الباحث منهجاً مختلطاً يجمع بين تحليل المحتوى الكمي لقياس حجم التغطية الإعلامية، والتحليل النوعي للخطاب لفهم طبيعة العلاقة بين قادة الرأي والوسائل الإعلامية والسياق الاجتماعي والسياسي المحيط. وشملت أدوات الدراسة عينة من 10 وسائل إعلامية، منها

7 صف مطبوعة و3 محطات بث حكومية (أخبار الوقت الرئيسي)، حيث تم تحليل 2640 مقالة صحفية و253 تقريراً تلفزيونياً، ركز منها 648 مقالة و129 تقريراً على قادة الرأي كموضوع رئيس. وكشفت النتائج أن ميلوراد دوديك، رئيس جمهورية صرب البوسنة، ومصطفى سيريتش، زعيم المجتمع الإسلامي، كانا الأكثر حضوراً وتأثيراً في الفضاء الإعلامي، حيث استخدموا وسائل الإعلام الموالية لهما لنشر خطاب يعزز الانقسام العرقي ويوجه الرأي العام. كما أظهرت النتائج أن التغطية الإعلامية كانت متحيزة بشدة، حيث قدمت وسائل الإعلام التابعة لكل كيان صورة إيجابية لقادة "جماعتها" بينما هاجمت قادة المجموعات الأخرى. وخلصت الدراسة إلى أن هذه العلاقة التبادلية بين قادة الرأي والوسائل الإعلامية تعمق الانقسامات العرقية وتضعف الديمقراطية في البوسنة والهرسك، حيث يفنقر الجمهور العام إلى القدرة على القراءة النقدية للمحتوى الإعلامي، مما يزيد من اعتماده على تفسيرات قادة الرأي التي تخدم أجندات سياسية وعرقية ضيقة.

دراسة (Turcotte et al. 2015):

### **News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking**

توصيات إخبارية من قادة الرأي في وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرها على ثقة وسائل الإعلام والبحث عن المعلومات

هدف الدراسة إلى بيان تأثير التوصيات الإخبارية التي يقدمها قادة الرأي على وسائل التواصل الاجتماعي على ثقة الجمهور بالوسائل الإعلامية التقليدية (مثل الصحف والتلفزيون) وعلى سلوكهم في البحث عن المعلومات. اتبعت الدراسة المنهج التجريبي، وتم تعريض المشاركين لسيناريوهات مختلفة لتوصيات إخبارية من مصادر متباينة، واستخدمت أدوات قياس تعتمد على الاستبيانات لتقييم متغيرات الثقة ونوايا البحث عن المعلومات. مجتمع الدراسة وعينتها شملت طلاب جامعيين أمريكيين (ن = 278). أظهرت النتائج الموسعة أن تلقي التوصيات الإخبارية من قادة الرأي على

وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤدي بشكل مفاجئ إلى تقويض الثقة بالوسائل الإعلامية التقليدية إذا كان مصدر التوصية يُنظر إليه على أنه غير مألوف أو لا يحظى بالمصداقية الكافية. ومع ذلك، عندما كان قادة الرأي يتمتعون بمصداقية عالية أو كانوا جزءًا من الشبكة الاجتماعية للمتلقي. وتُبرز النتائج الدور المعقد لقادة الرأي كوسيط بين الأخبار والجمهور، حيث يمكنهم أن يؤثرًا سلبيًا أو إيجابيًا على علاقة الجمهور بالوسائل الإعلامية المؤسسية اعتمادًا على تصور الجمهور لمصداقيتهم.

### دراسة السالم (2020): انتقال المعلومات على مرحلتين و دور قادة الرأي في عصر التواصل الاجتماعي

هدفت الدراسة إلى معرفة مصادر المعلومات التي يستخدمونها في وقت الأزمات كأزمة الامطار التي هطلت على الكويت في نوفمبر 2018 و التي أدت الى تعطل الجهات الحكومية والمدارس لمدة يومين وتوقف الحركة المرورية في ارجاء البلاد. اعتمدت على المنهج المسحي باستخدام الاستبيان المباشر لعينة تتكون من 344 من المواطنين الكويتيين. بينت النتائج ان المصدر الرئيس للمعلومات في الثلاث مراحل هي وسائل الاعلام التقليدية تليها وسائل التواصل الاجتماعي و من ثم التواصل المباشر مما يؤكد ان الاعلام التقليدي مازال هو المصدر الرئيسي للمعلومات و الاخبار في وقت الأزمات و بينت النتائج ان 43.4% من المواطنين يبحثون عن المعلومات في بداية حدوث الأزمة. أما فيما يخص قادة الراي فقد وجدت الدراسة انهم يؤثرون بشكل كبير على الجمهور من خلال ابداء النصائح حيث أكد 30.5% من افراد العينة انهم يستمعون الي نصائح قادة الراي و توجيهاتهم في كثير من الأحيان فيما بين 47.7% ان قادة الرأي لهم التأثير الأكبر وقت وقوع الأزمات. كما كشفت الدراسة ان شيوخ الدين هم قادة الرأي لأكبر نسبة من العينة فيما اتى الوزراء المسؤولين في المرتبة الثانية يليهم الأكاديميون اما نواب مجلس الامة فقد تذيلاوا القائمة مما يعني ان

تأثيرهم واعتبارهم كقادة للرأي منخفض. بينت النتائج قوة وسائل الاعلام التقليدية كمصدر رئيسي للاخبار في وقت الكوارث والأزمات.

دراسة (Weissman et al 2020):

### **The Role of the Opinion Leader Research Process in Informing Policy Making for Improved Nutrition**

دور عملية البحث التي يقوم بها قادة الرأي في إعلام عملية صنع السياسات لتحسين التغذية

سعت هذه الدراسة إلى توضيح الكيفية التي يمكن بها توظيف بحث قادة الرأي كأداة عملية في تحسين تصميم البرامج الاتصالية والسلوكية في سياق التغذية وصحة الأم والطفل في إحدى دول جنوب شرق آسيا. اعتمد الباحثون منهجًا مختلطاً (نوعي - كمي)، حيث بدأوا بمرحلة المقابلات البينانية لفهم التصورات الأولية لدى السكان، يليها تطبيق الاستبانة الشبكية التي استهدفت قياس شبكات التأثير الاجتماعي والعلاقات بين الأفراد، بما في ذلك تحديد "العقد المؤثرة" التي تلعب دوراً في تمرير المعلومات. شمل مجتمع الدراسة أمهات، ومقدمي رعاية، وعاملين صحيين، إضافة إلى أفراد ذوي تأثير اجتماعي في المجتمعات المحلية. أما أدوات البحث فقد تضمنت المقابلات المتعمقة، والاستبانات الشبكية، وتحليل شبكات التأثير باستخدام أدوات تحليل العلاقات الاجتماعية. وأظهرت النتائج أن قادة الرأي في المجتمع لا يشكلون مجموعة واحدة متجانسة، بل تتوزع أدوارهم بين مؤثرين اجتماعيين، وداعمين صحيين، وقادة محليين، لكل منهم درجة تأثير مختلفة حسب الموقع الاجتماعي والثقة التي يتمتع بها. كما كشفت الدراسة أن فهم العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع وتتبع مسارات تبادل المعلومات أسهما في تصميم تدخلات أكثر دقة وفعالية في مجال تعزيز الممارسات الغذائية، حيث ساعد تحديد القادة المؤثرين في رفع معدلات انتشار الرسائل الصحية. وخلصت الدراسة إلى أن نهج يمثل نموذجاً فعالاً في تصميم البرامج السلوكية، خاصة عندما تُدمج نتائجه في مراحل التخطيط والتنفيذ والمتابعة.

دراسة (Zheng et al (2021):

### **Analysis on the Role of Opinion Leaders: Three Case Studies Based on Two-step Flow Communication Theory**

تحليل دور قادة الرأي: ثلاث دراسات حالة مبنية على نظرية الاتصال التدفقي ذي الخطوتين

هدفت الدراسة إلى تحليل دور قادة الرأي من خلال ثلاث دراسات حالة، بالاستناد إلى نظرية

تدفق الاتصال على خطوتين (Two-step Flow Communication Theory)، مع إبراز تحول

قادة الرأي التقليديين إلى فاعلين جدد في العالم الرقمي 9999. اعتمدت الدراسة في منهجيتها على

أسلوب تحليل دراسة الحالة، حيث تناولت ثلاث حالات محددة كـ "مجتمع وعينة" للتحليل وهي: قادة

الرأي العام في حالات الطوارئ العامة (كجائحة كوفيد-19)، ودور مدوني المعرفة في الترويج

للتعليم، وقادة الرأي الجدد في اقتصاد المشاهير على الإنترنت. توصلت الدراسة إلى أن دور قادة

الرأي في المجتمع الحديث أصبح متنوعاً وشاملاً للغاية، خاصة مع التحول نحو العالم الرقمي، مما

يؤكد استمرار صلاحية "نظرية تدفق الاتصال على خطوتين" مع تعديل في طبيعة القائد. كما

أوضحت الدراسة أن قادة الرأي على الشبكة العنكبوتية يمتلكون قدرة فائقة على كسب اهتمام الجمهور

وثقته بسرعة أكبر مقارنة بالقادة التقليديين. وقد تم تحليل هذا الدور في سياق في حالات الطوارئ

العامة (مثل جائحة كوفيد-19): برهن قادة الرأي العام على دورهم الحاسم في توجيه السلوك الصحي

وتعزيز الوعي بشأن الإجراءات الوقائية واللقاحات، حيث أصبحوا مصدر معلومات موثوقاً لمتابعيهم

في خضم الفوضى الإعلامية. وخلصت الدراسة إلى أن هذا التأثير الرقمي لقادة الرأي، وإن كان

غالباً ما يحقق تأثيراً اجتماعياً إيجابياً في مجالات التوعية والمعرفة، إلا أنه يحمل أيضاً في طياته

إمكانية إحداث تأثير سلبي (مثل نشر المعلومات المضللة أو الترويج لسلوكيات غير مرغوبة) لأسباب

مختلفة تتعلق بمصالحهم الشخصية أو نقص تدقيق المعلومات.

### دراسة الطويسى وآخرون (2022): مؤشر الثقة بوسائل الإعلام الأردنية لعام 2022

هدفت الدراسة إلى قياس معدل ثقة الجمهور الأردني بوسائل الإعلام العامة والخاصة (بما فيها القنوات الرسمية والإخبارية الحكومية)، وتحديد مصادر الثقة والتشكيك الرئيسية. استخدمت الدراسة المنهج المسحي، بالاعتماد على أداة الاستبيان والمقابلات المباشرة والهاتفية، وشملت عينة ممثلة لجميع محافظات المملكة بلغ حجمها 1800 مستجيب. أظهرت النتائج أن الثقة في المؤسسات الرسمية مُتجزأة ومتفاوتة، حيث حازت الأخبار الصادرة عن المؤسسات الأمنية والعسكرية على أعلى درجات الثقة (وهي جزء من الرواية الرسمية)، في المقابل، كانت مصداقية الأخبار المرتبطة بأداء الحكومة التنفيذية والبرلمان أقل، كما ربط التقرير انخفاض الثقة بالحكومة التنفيذية بـ "الإحباط الاقتصادي" و"تراكم المشكلات المعيشية"، مما يعني أن الأداء الفعلي للمؤسسة يؤثر على مصداقية روايتها الإعلامية بشكل مباشر. مما يؤكد أن الجمهور يفرق بين الرواية الأمنية التي يثق فيها، والرواية السياسية التي يشكك في مصداقيتها.

### دراسة قرني (2023): الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورهم في حملات التوعية بالتغيرات المناخية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفاعلين الجدد على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتكوين الرأي العام تجاه أزمة المناخ العالمية. ولتحقيق هذه الأهداف، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات، وطُبقت على عينة عمدية متاحة من الشباب المصري بلغ قوامها 400 مفردة، وذلك في إطار زمني شمل الفترة من يناير 2023 وحتى ديسمبر 2023. وقد خلصت النتائج إلى أن هناك مستوى وعي عالياً لدى غالبية الباحثين فيما يتعلق بقضية التغيرات المناخية، حيث تبين أن 87.3% لديهم فهم جيد وواضح لتعريف هذه التغيرات، كما أنهم حددوا بشكل دقيق السبب الأبرز الكامن وراءها، وهو حرق الوقود الأحفوري وانبعاثات غازات الدفيئة، التي رآها 51.6% من العينة العامل الأهم. أما فيما يتعلق بالدور

المحوري لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية وذات دلالة إحصائية قوية بين وعي الجمهور بقضايا المناخ وبين اتجاهاتهم الإيجابية نحو دور هذه المواقع في التوعية. والأهم من ذلك، أظهرت الدراسة التأثير القوي لما أسمته "الفاعلين الجدد (New Actors) على هذه المنصات، حيث وصل تأثير الاعتماد على هؤلاء الفاعلين في متابعة قضايا المناخ إلى 69.6% من مستوى وعي الجمهور.

**دراسة العوفي (2023): دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.**

هدفت الدراسة إلى معرفة دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثير هذه الوسائل في أداء الحكومة وفي الرأي العام في السعودية. تبنت الدراسة نموذج تدفق المعلومات على مرحلتين Two-step flow of communications . كما استعانت الدراسة أيضاً بنظرية دوامة الصمت Spiral of Silence لتفسير ظاهرة أغلبية الرأي العام في عصر وسائل التواصل الاجتماعي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وفق إجراءات منهجية تعتمد الاستبانة أداة رئيسة، وتم توزيعها عبر موقع google Drive بضوابط تضمن جودة العينة وتمثيلها.. وشارك في الاستبيان 2463 فرداً. جاءت النتائج مؤكدة أن تويتر هو أكثر وسائل التواصل استخداماً بين السعوديين، كما أكد أفراد العينة أن أهم الموضوعات والقضايا متابعة هي: القضايا المحلية، والأخبار العامة، ثم معلومات وحقائق. كما أكدوا انتشار الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ثم رأوا تأييد الحكومات في عمل رقابة على وسائل التواصل الاجتماعي، ثم اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي متنفساً حقيقياً للشباب والفتيات في المملكة. وأكدت النتائج اقتناع المشاركين في الدراسة بتأثير قادة الرأي فيهم، وبدور هذه الوسائل في تعزيز أداء أجهزة الدولة، وتحسين الحياة للمواطن والمقيم، وتأثير هذه الوسائل في الرأي العام.. كما أكدت وجود علاقة واضحة بين تأييد أفراد العينة لرؤية المملكة 2030 واقتناعهم بأن مضامين وسائل التواصل الاجتماعي تؤيد هذه الرؤية

## دراسة القضاة (2023): دور أداء الناطق الإعلامي الرسمي في تشكيل صورة المؤسسة الرسمية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

هدفت الدراسة إلى فهم الدور الذي يقوم به الناطق الإعلامي الرسمي في تشكيل صورة المؤسسة الرسمية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة من الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الأردنية، بالإضافة إلى مقابلات معمقة مع وزراء دولة سابقين وناطقين إعلاميين متقاعدين. توصلت الدراسة إلى أن الناطق الإعلامي الرسمي يمثل مصدرًا موثوقًا للمعلومات، لكن هناك ضعفًا في سرعة وشفافية تزويده بالمعلومات، وأشارت إلى أن عدم تمتع الناطقين بالحرية الكافية في التصريح وتقديم المعلومات يحد من فاعليتهم الاتصالية، كما أوضحت الدراسة أن الصحفيين يرون أن الناطق الإعلامي غالبًا ما يعمل كـ "ناقل رسائل روتيني" وليس كـ "صانع استراتيجية اتصال فعال"، وأن هذا القصور يزيد من ميل الصحفيين للاعتماد على مصادر "خلف الكواليس" غير الرسمية. وغياب التدريب المهني في إدارة الأزمات يؤثر على كفاءتهم ويقلل من قدرتهم على التعامل بفعالية، مما يؤثر سلبًا على صورة المؤسسة الرسمية في الرأي العام.

## العدوان (2024): تقييم قادة الرأي الأردنيين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

هدفت الدراسة إلى فحص الدور البارز لشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، من خلال استجلاء تقييم قادة الرأي لهذا الدور. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وتعد الدراسة وصفية، وقد تم تطبيق الدراسة الكيفية من خلال أداة المقابلات المتعمقة In-depth Interviews حيث تم إجراء المقابلات على عينة قوامها (10) مفردة من كبار الخبراء والإعلاميين

والسياسيين. توصلت الدراسة إلى فاعلية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني حول القضايا المحلية ودورها مصدراً للمعلومات، كما برز تنوع الأدوار التي تقوم بها الشبكات في التأثير على الجمهور الأردني، مع التركيز على دورها في تعزيز الأمن والسلم بالمجتمع الأردني، حيث تسهم في إرساء دعائم الأمن والاستقرار من خلال تبادل الأفكار والرؤى حول القضايا المحلية والمشاركة في الحوار والتواصل الاجتماعي، مما يعزز التماسك الاجتماعي ويحد من انتشار التوترات والصراعات، إلى جانب دورها في تسهيل الحياة الاجتماعية وتعزيز العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، بالإضافة إلى قدرتها على تشكيل وتغيير الاتجاهات والرؤى لدى الأفراد، كما تساعد شبكات التواصل الاجتماعي الجمهور الأردني في التعرف على القضايا المحلية، لذا أكدت المقابلات على أهمية تعزيز الحوار والتفاعل الاجتماعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتشجيع المشاركة المدنية والنقاش المثمر حول القضايا المحلية والوطنية، وتوصي الدراسة بأهمية فحص كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على أنماط التفكير واتجاهات السلوك السياسي للمواطنين في الأردن، وتحديد كيفية توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وصياغة السياسات الحكومية.

**دراسة (Kumalasari et al (2024):**

### **How Digital Communication Transparency and Public Trust Shape Crisis Communication through Public Engagement**

كيف تسهم شفافية الاتصالات الرقمية والثقة العامة في تشكيل التواصل في أوقات الأزمات من خلال المشاركة العامة.

هدفت الدراسة إلى بيان ديناميات الاتصال الحكومي الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال

إفريقيا (MENA)، مركزة على العلاقة التفاعلية بين الشفافية الحكومية والثقة العامة وفعالية

الاتصال، مع إبراز الدور الحيوي الذي يؤديه التفاعل العام بوصفه متغيراً وسيطاً يرفع جودة الاتصال

ويعزز أثره. اعتمد الباحثون على المنهج الكمي مستخدمين استبانة معيارية مبنية على مقاييس دولية لقياس كل من الشفافية والثقة والتفاعل العام وفعالية الاتصال، وتبنت الدراسة النموذج البنوي (SEM) لتحليل العلاقات السببية بين المتغيرات. وأظهرت النتائج أن الشفافية الحكومية تمثل حجر الأساس في بناء الثقة وتعزيز فاعلية الرسائل الحكومية، غير أن الثقة بحد ذاتها لا تنتج اتصالاً فعّالاً ما لم يقترن ذلك بتفاعل جماهيري نشط عبر المنصات الرقمية. كما أثبتت النتائج أن التفاعل العام يشكل المتغير الأكثر تأثيراً، حيث يتوسط العلاقة بين الشفافية والثقة من جهة، وفعالية الاتصال من جهة أخرى، ما يعني أن تعزيز مشاركة الجمهور هو الطريق الأقصر لرفع جودة الاتصال الحكومي الرقمي وتحقيق استجابة أفضل في الأزمات والسياسات العامة. وتخلص الدراسة إلى أن الحكومات في المنطقة العربية بحاجة إلى تبني نماذج اتصال أكثر انفتاحاً وتشاركية، تعالج فجوة الثقة المتراكمة تاريخياً، وتعيد صياغة العلاقة بين الدولة والجمهور على أساس الشفافية والتفاعل بدلاً من الاتصال أحادي الاتجاه، ما يضمن أثراً أعمق وأكثر استدامة في بناء الثقة وترسيخ التواصل الفعّال.

دراسة (Zhao 2024):

### **Social media opinion leaders and information diffusion of crowdfunding projects**

قادة الرأي على وسائل التواصل الاجتماعي ونشر المعلومات حول مشاريع التمويل الجماعي

هدفت الدراسة إلى معالجة هذه الفجوات البحثية من خلال تطبيق تصميم بحث متعدد الحالات مقترناً بتحليل الشبكة الديناميكية (DNA). ومن خلال تحليل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على Weibo، موقع التدوين المصغر الأكثر شعبية في الصين، تحدد الدراسة خمسة أنواع من قادة الرأي على وسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، تبحث الدراسة في الأدوار المختلفة لقادة الرأي في عملية نشر المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي. من الناحية النظرية، توسع

هذه الدراسة حدود نموذج "التدفق ذي الخطوتين" ونظرية نشر الابتكارات من خلال تطبيقها على سياق التمويل الجماعي. تقدم نتائج هذا البحث نصائح فيما يتعلق بترويج مشاريع التمويل الجماعي لكل من مشغلي منصات التمويل الجماعي ومبادري المشاريع. ترتبط ممارسات التمويل الجماعي ارتباطاً وثيقاً بنشر المعلومات عبر الإنترنت. يُعدّ نشر المعلومات أمراً بالغ الأهمية لممارسات التمويل الجماعي، إذ يُمثل القناة التي يتعرّف من خلالها الداعمون المحتملون على المشاريع. ويلعب قادة الرأي عبر الإنترنت دوراً حيوياً في نشر المعلومات من خلال نشر الأفكار الجديدة بفعالية داخل المجتمعات وغيرها.

#### دراسة (Koch & Fortkord 2024):

**Opinion Leaders in Organizational Change Processes: Insights from a Large-Scale Quantitative Survey to Identify, Characterize, and Classify Influential Employees within a Multinational Corporation.**

قادة الرأي في عمليات التغيير التنظيمي: رؤى من دراسة استقصائية كمية واسعة النطاق لتحديد وتوصيف وتصنيف الموظفين المؤثرين داخل شركة متعددة الجنسيات

يتطلب التنفيذ الناجح لعمليات التغيير تواصلًا فعالاً وكفؤاً. وفي حين استكشفت الأبحاث السابقة جوانب مختلفة من تواصل التغيير، إلا أن دور قادة الرأي - الأفراد الأكثر تأثيراً من غيرهم داخل شبكاتهم - قد تم تجاهله إلى حد كبير. ويمكن لقادة الرأي هؤلاء أن يلعبوا دوراً رئيسياً في دفع التنفيذ الناجح للتغيير التنظيمي. وتهدف هذه الدراسة إلى التحقيق في خصائص واحتمال وجود أنواع مميزة من قادة الرأي في سياق عملية التغيير التنظيمي. أجرينا استطلاعاً كمياً عبر الإنترنت (ن = 4114) في شركة متعددة الجنسيات تخضع لمبادرة تغيير كبيرة. تكشف النتائج أن قيادة الرأي تتأثر بعدة عوامل: غالباً ما يشغل قادة الرأي مناصب قيادية، ويمتلكون سمات شخصية قوية، ويحافظون على شبكات متقاطعة هرمية ووظيفية تتميز بعلاقات مكثفة. كما أنهم يظهرون خبرة عالية فيما يتعلق بعملية التغيير ويظهرون التزاماً قوياً ومواقف إيجابية تجاهها. بالإضافة إلى ذلك،

حددت الدراسة 300 من قادة الرأي، ومن خلال تحليل المجموعات، صنفناهم إلى أربعة أنواع: "القائد الخبير"، و"قائد الرأي الناشئ"، و"الرابط بين الوظائف"، و"المؤثر الإداري". وتختلف هذه الأنواع في أحجام شبكاتنا وبنيتها وخبراتها.

### ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

تنوعت المحاور التي تطرقت إليها الدراسات السابقة لتعكس التطور في مستوى الثقة بمصادقية الرواية الرسمية، ودور قادة الرأي في نشر الرسائل وتشكيل الاتجاهات في سياقات مختلفة. من أبرز المحاور كانت: دور قادة الرأي في السياق السياسي والانتخابي وتعزيز الانقسامات العرقية، وتأثيرهم على الثقة بالوسائل الإعلامية التقليدية، ودورهم في أوقات الأزمات والكوارث في تعزيز مصداقية الرواية الرسمية، إضافة إلى تحليل دور الفاعلين الجدد على وسائل التواصل الاجتماعي في قضايا عالمية كالتغيرات المناخية وفي اقتصاد المشاهير. كما تناولت الدراسات العلاقة المعقدة بين الاتصال الحكومي الرقمي والشفافية والثقة العامة، ودورهم في نشر المعلومات بمختلف القضايا والاحداث. أما المنهجيات المستخدمة، فقد كانت متنوعة وشملت: المنهج المسحي الوصفي بالاعتماد على الاستبيانات المباشرة أو الهاتفية في سياقات الثقة الإعلامية ودور قادة الرأي في الرأي العام السعودي والكويتي ، وكذلك في قضايا التوعية المناخية. كما استخدمت الدراسات المنهج المختلط الذي يجمع بين تحليل المحتوى الكمي والتحليل النوعي للخطاب ، والمنهجية التجريبية لفحص تأثير التوصيات الإخبارية. وفي السياقات النوعية والتحليلية، أعتمد على تحليل دراسة الحالة لفهم دور قادة الرأي بناءً على نظرية التدفق ذي الخطوتين ، والمقابلات المتعمقة مع الخبراء وقادة الرأي. كما تم استخدام المنهج النوعي-الكمي المركب الذي يشمل المقابلات البينانية والاستبانة الشبكية وتحليل العلاقات الاجتماعية لتحديد "العقد المؤثرة" ، وتحليل الشبكة الديناميكية لتحديد أنواع قادة الرأي على وسائل التواصل الاجتماعي.

### رابعًا: الاستفادة من الدراسات السابقة

استقادت الباحثة من هذه الدراسات في تحديث وتأطير مفهومها لدور قادة الرأي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مؤكدة على ضرورة تجاوز النظرة التقليدية إلى تبني الإطار الحديث لنظرية تدفق الاتصال على مرحلتين في البيئة الرقمية. كما ساعدتها الدراسات على تحديد المتغيرات الأساسية التي يجب قياسها، مثل تصور قادة الرأي للرواية الرسمية ومستوى مصداقيتها، وأساليب بحثهم عن مصادر المعلومات وعلاقتهم بالوسائل الإعلامية.

إن توجيه الدراسات السابقة الباحثة نحو تفكير منهجي أعمق في أدوات التحليل يعني أن هذه الدراسات لم تكتفِ بتأكيد أهمية المنهج المسحي الوصفي التقليدي القائم على قياس الاتجاهات والمتوسطات، بل كشفت عن محدوديته في تفسير ديناميات تشكّل الرأي العام في البيئة الرقمية. فقد أظهرت الأدبيات أن قضايا الرأي العام لم تعد تُفهم فقط من خلال آراء الأفراد المعزولة، وإنما من خلال مسارات تداول المعلومات بين الفاعلين الاتصاليين، وفي مقدمتهم قادة الرأي، عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وبناءً على ذلك، استلهمت الباحثة من هذه المنهجيات التكميلية أدوات تساعد على تتبّع كيفية انتقال المعلومات من المصادر الرسمية إلى قادة الرأي، ثم إلى الجمهور الأوسع، ورصد أنماط التفاعل مثل التعليق والمشاركة وإعادة النشر، وما ينتج عنها من إعادة تأطير للرواية الرسمية. كما مكّنها هذا التوجه من تحليل تفاعلات الرأي العام بوصفها عملية ديناميكية مستمرة، وليس مجرد مواقف ثابتة تُقاس في لحظة زمنية واحدة.

هذا التوسّع المنهجي أسهم في تحقيق قدر أعلى من الدقة والعمق التحليلي، إذ أتاحت للباحثة فهم الآليات التي يتم من خلالها بناء القنوات أو تقويضها، وتحديد الدور الفعلي الذي يمارسه قادة الرأي في تعزيز أو إضعاف مصداقية الرواية الرسمية ضمن السياق المحلي للدراسة، بدل الاكتفاء بوصف مستويات الاتجاهات العامة دون تفسير بنيتها الاتصالية.

## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يهدف هذا الفصل إلى تحديد الإجراءات المنهجية التي اتبعتها الباحثة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، بدءاً من تحديد المنهج المعتمد، وتحديد مجتمع وعينة الدراسة، ومن ثم وصف أداة جمع البيانات، وإجراءات التحقق من صدقها وثباتها، وصولاً إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

#### أولاً: منهج الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته أغراض البحث في العلوم الاجتماعية والإعلامية. يهدف هذا المنهج إلى وصف وتحليل الظاهرة قيد البحث (تقييم قادة الرأي لمصداقية الرواية الرسمية) كما هي قائمة في الواقع، وقياس المتغيرات المستقلة "دور قادة الرأي العام"، والمتغير التابع "درجة مصداقية الرواية الرسمية". يُتيح المنهج الوصفي التحليلي جمع بيانات كمية، ومن ثم تحليلها إحصائياً للخروج باستنتاجات وتفسيرات موضوعية للعلاقات بين المتغيرات.

#### ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتألف مجتمع الدراسة من قادة الرأي الأردنيين الفاعلين والمؤثرين في تشكيل الرأي العام في الأردن، والذين تتطابق خصائصهم مع تعريف "قائد الرأي" وفقاً لنظرية تدفق الاتصال على مرحلتين. ويشمل هذا المجتمع فئات النخبة التي لديها مستويات عالية من المعرفة والاتصال النشط بالخطاب الرسمي والإعلام الرقمي، مثل: الإعلاميين، والصحفيين المخضرمين، وكتاب الرأي، والأكاديميين المتخصصين في مجالات الإعلام والسياسة، والنشطاء السياسيين البارزين.

اعتمدت الباحثة طريقة العينة القصدية، والتي تُعد الطريقة الأنسب لدراسة فئة قادة الرأي، اعتبارات منهجية ترتبط بطبيعة مجتمع البحث وأهدافه، إذ إن قادة الرأي هم جماعة نوعية تتميز

بخصائص محددة مثل الخبرة، والتخصص، والقدرة على التأثير في النقاش العام، وهو ما يجعل الأساليب الاحتمالية التقليدية غير ملائمة للوصول إليهم بدقة. كما أن الدراسة لا تستهدف قياس اتجاهات عامة سطحية، بل تسعى إلى تحليل تصورات معمّقة حول مصداقية الخطاب الرسمي، الأمر الذي يتطلب مشاركين يمتلكون وعيًا نقديًا وخبرة اتصالية تمكّنهم من تقييم الرسائل الرسمية وسياقاتها الإعلامية والسياسية. تسهم هذه الطريقة في تعزيز القيمة التحليلية والعمق التفسيري لنتائج الدراسة، حتى وإن كان الهدف منها الفهم العلمي للظاهرة أكثر من التعميم الإحصائي.

تم اختيار 91 من قادة الرأي العام بشكل انتقائي بناءً على معايير الخبرة والتخصص والتأثير، لضمان أن تكون الاستجابات المقدمة ذات قيمة تحليلية وعمق معرفي حول مصداقية الخطاب الرسمي. وقد تم اختيار أفراد العينة ممن تنطبق عليهم صفات "قائد الرأي" وممن لديهم سجل واضح في التفاعل والتحليل للخطاب الرسمي والإعلام الرقمي، وذلك لخدمة متطلبات الدراسة. والجدول الآتي يبين خصائص العينة:

### الجدول (1)

#### الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الجنس
76.9	70	ذكر
23.1	21	أنثى
100.0	91	المجموع
النسبة	التكرار	العمر
34.1	31	20-29
29.7	27	30-39
14.3	13	40-49
22.0	20	50 -
100.0	91	المجموع

النسبة	التكرار	الدراسة
2.2	2	ثانوية
14.3	13	دبلوم
74.7	68	بكالوريوس
8.8	8	ماجستير
100.0	91	المجموع
النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
29.7	27	1-5
31.9	29	6-10
16.5	15	11-15
4.4	4	16-20
17.6	16	21-
100.0	91	المجموع
النسبة	التكرار	الوظيفة
24.2	22	مسؤول حكومي
18.7	17	رجل أعمال
13.2	12	موظف
36.3	33	أكاديمي
7.7	7	مؤثر
100.0	91	المجموع

يقدم هذا الجدول الإطار العام لمجتمع الدراسة، حيث بلغ إجمالي العينة (91) فرداً من قادة الرأي في الأردن. تُظهر البيانات مشاركة أكبر للذكور (76.9%) مقارنة بالإناث (23.1%)، مما قد يعكس واقع التركيبة الجندرية في مواقع قيادة الرأي العام. ومن ناحية العمر، تأتي الفئة العمرية الشابة (20-29 سنة) في المقدمة بنسبة (34.1%)، تليها فئة (30-39 سنة) بنسبة (29.7%)، مما يشير إلى أن عينة الدراسة تميل نحو الشباب، وهو ما يتوافق مع طبيعة البيئة الإعلامية والمعرفية المعاصرة. أما من حيث المستوى التعليمي، فإن الغالبية العظمى من أفراد العينة يحملون مؤهلات

علياً، حيث يشكل حاملو البكالوريوس (74.7%) والدبلوم (14.3%) والماجستير (8.8%) معاً ما يقارب (98%) من العينة، مما يضيف مصداقية على استجاباتهم لطبيعة الموضوع الذي يتطلب وعياً وتحليلاً عالياً. وتتراوح سنوات الخبرة لأفراد العينة بشكل متوازن، مع تركيز نسبي في فئة (6-10 سنوات) كأعلى نسبة (31.9%). وأخيراً، من حيث التخصص الوظيفي، تنوعت العينة بين أكاديميين (36.3%)، ومسؤولين حكوميين (24.2%)، ورجال أعمال (18.7%)، وموظفين (13.2%)، ومؤثرين (7.7%)، مما يضمن تغطية وجهات نظر متعددة من مختلف قطاعات النخبة.

### ثالثاً: أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة أداة رئيسة ووحيدة لجمع البيانات الكمية اللازمة من عينة قادة الرأي. تم اختيار الاستبانة لكونها الوسيلة الأكفأ لجمع بيانات موحدة وموضوعية من عينة واسعة نسبياً من النخبة، كما أنها تضمن سرية استجاباتهم حول القضايا الحساسة المتعلقة بثقتهم بالخطاب الرسمي. وقد صُممت الاستبانة في صورتها النهائية لخدمة الأهداف المحددة للدراسة ولتغطية كافة متغيراتها وفقاً للإطار النظري، حيث قُسمت إلى سبعة محاور وكما يلي:

1. البيانات الشخصية
2. مصادر الرواية الرسمية التي يعتبرها قادة الرأي الأردنيون الأكثر موثوقية
3. مستوى المصداقية الذي يمنحه قادة الرأي الأردنيون للرواية الرسمية في القضايا العامة والأزمات
4. العوامل التي تسهم في تعزيز مصداقية الرواية الرسمية لدى قادة الرأي الأردنيين
5. مستوى كفاءة إدارة الاتصال أثناء الأزمات في الأردن
6. الدور الذي يمارسه قادة الرأي الأردنيون في صياغة أو دعم أو نقد الرواية الرسمية

7. المقترحات التي يقدمها قادة الرأي الأردنيون لتحسين إدارة الرواية الرسمية وتعزيز فعاليتها

وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لجميع عبارات المحاور التحليلية للدراسة. وهو مقياس ترتيبى يتيح قياس شدة اتجاهات ومواقف قادة الرأي تجاه العبارات المعروضة، حيث تم إعطاء أوزان رقمية للاستجابات على النحو التالي: (أوافق بشدة = 5)، (أوافق = 4)، (محايد = 3)، (لا أوافق = 2)، (لا أوافق بشدة = 1). ولغرض تحليل البيانات وتفسير المتوسطات الحسابية للإجابات، اعتمد الباحث المدى الإحصائي المعياري لتحديد مستوى التقييم في كل محور، وتم تقسيم المدى (4 = 5 - 1) على ثلاثة مستويات متساوية:

- مستوى منخفض: إذا تراوح المتوسط الحسابي بين 1.00 إلى 2.33.
- مستوى متوسط: إذا تراوح المتوسط الحسابي بين 2.34 إلى 3.66.
- مستوى مرتفع: إذا تراوح المتوسط الحسابي بين 3.67 إلى 5.00.

أسهم هذا المقياس في تحويل الاستجابات الكيفية لقادة الرأي إلى بيانات كمية قابلة للتحليل

الإحصائي، مما يسهل اختبار الفرضيات المتعلقة بعلاقة المتغيرات ببعضها بعضاً.

## رابعاً: صدق وثبات الأداة

### صدق الأداة

للتأكد من أن الاستبانة تقيس فعلاً ما صُممت لقياسه، تم عرضها في صورتها الأولية على (5)

من المحكمين (الملحق-2)، وهم أساتذة متخصصون في مجالات الإعلام والاتصال والقياس

الإحصائي في الجامعات الأردنية، وذلك للتأكد من شمولية العبارات لأبعاد المتغيرات، ووضوح

صياغتها، ومناسبتها لمستوى قادة الرأي. وقد تم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظات

المحكمين قبل تطبيق الاستبانة بصورتها النهائية.

## ثبات الأداة

تم قياس ثبات الأداة للتأكد من اتساق نتائجها واستقرارها إذا ما تم تطبيقها على العينة مرة أخرى، وذلك باستخدام طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha). تعد الأداة ذات ثبات عالٍ ومقبول أكاديمياً إذا تجاوزت قيمة معامل ألفا كرونباخ للمحاور ككل (0.70). وقد بلغت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس الكلي (0.86)، وهي قيمة مرتفعة جداً، وتراوحت قيم المحاور الفرعية بين (0.83) و(0.95). كما في الجدول الآتي:

### الجدول (2)

#### معامل كرونباخ لقياس الثبات

Cronbach's Alpha	عدد الفقرات	المحور
.849	7	المصادر الموثوقة
.838	5	تقييم مستوى المصداقية
.838	6	العوامل المؤثرة في إدراك المصداقية- الشفافية
.836	5	العوامل المؤثرة في إدراك المصداقية- سرعة الاستجابة
.846	5	العوامل المؤثرة في إدراك المصداقية- المتحدث الرسمي
.952	5	العوامل المؤثرة في إدراك المصداقية- جودة الرسالة
.846	6	العوامل المؤثرة في إدراك المصداقية- البيئة الرقمية
.854	6	إدارة الاتصال أثناء الأزمات
.852	5	دور قادة الرأي في نقل الرواية الرسمية
.846	5	مقترحات لتعزيز المصداقية
.868	55	الكلي

## خامساً: المعالجة والتحليل الإحصائي

لتحليل البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة، استخدمت الباحثة حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بنسخة [26]، وتم تطبيق الأساليب الإحصائية التالية للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها:

1. الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics): استخدام التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لوصف خصائص العينة وتفسير النتائج الوصفية للمحاور.
2. تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): لتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم قادة الرأي لمصداقية الخطاب الرسمي تُعزى إلى متغيراتهم الديمغرافية.
3. تحليل T-Test للعينات المستقلة لتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم قادة الرأي لمصداقية الخطاب الرسمي تُعزى إلى متغير الجنس.

#### سادسًا: إجراءات الدراسة

1. مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة
2. إعداد الاستبانة وأسئلة المقابلات.
3. تحكيم الأدوات من الخبراء.
4. تجربة أولية للتحقق من الأداة.
5. جمع المعلومات من العينة القصدية من قادة الرأي.
6. تحليل البيانات إحصائياً ونوعياً.
7. كتابة الدراسة بصورتها النهائية وتقديم التوصيات.

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

يستعرض هذا الفصل النتائج التي خرجت بها الدراسة من خلال إجابة الباحثين، وأدناه

النتائج التي تم الحصول عليها بعد معالجة الاستجابات بالبرامج الإحصائية، والنتائج هي:

#### مصادر الرواية الرسمية الموثوقة

لمعرفة مصادر الرواية الرسمية الموثوقة حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية لاستجابات الباحثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (3)

##### استجابات قادة الرأي حول محور مصادر الرواية الرسمية الموثوقة

#	مصادر الرواية الرسمية الموثوقة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
2	الناطق الإعلامي الرسمي لمؤسسة حكومية	4.1648	.73430	1	مرتفع
1	البيانات الرسمية التي تصدر عن المؤسسات الرسمية	4.0879	.87748	2	مرتفع
5	المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية	3.6923	.69430	3	مرتفع
3	وسائل الإعلام التقليدية المحلية (صحف، قنوات، إذاعات)	3.4945	.72070	4	متوسط
4	وسائل الإعلام المستقلة المحلية	2.7582	.67232	5	متوسط
6	وسائل التواصل الاجتماعي	2.2637	.57417	6	منخفض
7	مدونو الرأي/المؤثرون الرقميون ذوو التخصص	2.0220	1.02174	7	منخفض
	الكلية	3.2119	.43140		منخفض

يُظهر هذا الجدول درجة ثقة قادة الرأي بمصادر مختلفة للرواية الرسمية، حيث بلغ المتوسط

الكلية للمحور (3.2119) بانحراف معياري (0.43140) ضمن المستوى المتوسط من حيث

الموثوقية الإجمالية للمصادر. وقد جاءت الفقرة (2) "الناطق الإعلامي الرسمي لمؤسسة حكومية"

في المرتبة الأولى بمتوسط مرتفع بلغ (4.1648) وانحراف معياري (0.73430)، مما يعكس منح

قادة الرأي أعلى درجات الثقة للمتحدثين الرسميين بوصفهم المصدر الأكثر موثوقية ومركزية للمعلومات. تلتها الفقرة (1) "البيانات الرسمية التي تصدر عن المؤسسات الرسمية" بمتوسط (4.0879) وانحراف معياري (0.87748)، وهو ما يؤكد ثقة قادة الرأي بالمؤسسات الرسمية ككيان، وإن كانت بدرجة أقل قليلاً من الثقة بالمتحدث نفسه. أما الفقرة (5) "المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية" فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط (3.6923) وانحراف معياري (0.69430) ضمن المستوى المرتفع، لتبرز دور الوسيط الإعلامي الإلكتروني المحلي كقناة موثوقة لنقل الرواية الرسمية. وفي المرتبة الرابعة جاءت الفقرة (3) "وسائل الإعلام التقليدية المحلية" بمتوسط (3.4945) وانحراف معياري (0.72070) ضمن المستوى المتوسط، وهو ما يشير إلى تراجع نسبي في الثقة بالوسائل التقليدية (صحف، وقنوات، وإذاعات) مقارنة بالمصادر الرسمية المباشرة والمنصات الإلكترونية. أما الفقرة (4) "وسائل الإعلام المستقلة المحلية" فقد جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط منخفض (2.7582) وانحراف معياري (0.67232)، بما يعكس تحفظاً واضحاً على مصداقية هذه الوسائل من وجهة نظر قادة الرأي. وجاءت الفقرة (6) "وسائل التواصل الاجتماعي" في المرتبة السادسة بمتوسط (2.2637) وانحراف معياري (0.57417) ضمن المستوى المنخفض، وهو ما يؤكد أن هذه المنصات، رغم سرعتها، لا تُعد مصدراً موثقاً للمعلومات الرسمية. وأخيراً، جاءت الفقرة (7) "مدونو الرأي والمؤثرون ذوو التخصص" في المرتبة الأخيرة بمتوسط منخفض جداً (2.0220) وانحراف معياري مرتفع (1.02174)، مما يدل على أن قادة الرأي لا يعتبرون الشخصيات الرقمية، حتى المتخصصة منها، مصدراً معتمداً للرواية الرسمية، مع وجود تباين كبير في آرائهم.

## مستوى مصداقية الرواية الرسمية

لمعرفة مستوى مصداقية الرواية الرسمية حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

### الجدول (4)

#### استجابات قادة الرأي حول محور مستوى المصداقية

#	مؤشرات تقييم المصداقية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
8	المعلومات الرسمية الصادرة عن الجهات الحكومية دقيقة عموماً	3.6264	.79789	1	متوسط
9	الرواية الرسمية تتسم بالموضوعية عند عرض الحقائق	3.4945	.50274	2	متوسط
11	الرواية الرسمية تعكس وقائع دقيقة وليست توجيهياً سياسياً.	2.8242	.73927	3	متوسط
12	الجهات الرسمية تصحح المعلومات الخاطئة بسرعة عند الضرورة	2.4945	.72070	4	متوسط
10	البيانات الحكومية متسقة ولا تتناقض بشكل متكرر	2.3516	1.38543	5	متوسط
	الكلي	2.9582	.61861		متوسط

يبين هذا الجدول التقييم العام لمصداقية الرواية الرسمية من حيث الدقة والموضوعية والاتساق، حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (2.9582) بانحراف معياري (0.61861)، وهو ما يضعه ضمن المستوى المتوسط، بما يعكس أن نظرة قادة الرأي لمصداقية الرواية الرسمية هي نظرة متوسطة، لا مرتفعة ولا منخفضة. وقد جاءت الفقرة (8) "المعلومات الرسمية الصادرة عن الجهات الحكومية دقيقة عموماً" في المرتبة الأولى بمتوسط (3.6264) وانحراف معياري (0.79789)، مما يشير إلى أن دقة المعلومات الرسمية تحظى بدرجة مقبولة من الثقة. تلتها الفقرة (9) "الرواية الرسمية تتسم بالموضوعية عند عرض الحقائق" بمتوسط (3.4945) وانحراف معياري (0.50274)، وهو ما

يعكس إدراكاً بوجود قدر من الموضوعية في عرض الحقائق. أما الفقرة (11) "الرواية الرسمية تعكس وقائع دقيقة وليست توجيهاً سياسياً" فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط (2.8242) وانحراف معياري (0.73927)، لتكشف عن شكوك واضحة لدى قادة الرأي حول نزاهة الرواية الرسمية وعدم تحيزها لأجندات سياسية. وفي المرتبة الرابعة جاءت الفقرة (12) "الجهات الرسمية تصحح المعلومات الخاطئة بسرعة عند الضرورة" بمتوسط (2.4945) وانحراف معياري (0.72070)، وهو ما يشير إلى قصور ملحوظ في سرعة تصحيح الأخطاء من قبل الجهات الرسمية. وأخيراً، جاءت الفقرة (10) "البيانات الحكومية متسقة ولا تتناقض بشكل متكرر" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.3516) وانحراف معياري (1.38543)، لتكشف عن أكبر نقطة ضعف في المصادقية، والمتمثلة في عدم الاتساق والتناقض في البيانات الرسمية، مع وجود تباين كبير جداً في آراء الباحثين حول هذه القضية تحديداً.

#### مصادقية الرواية الرسمية - الشفافية

لمعرفة مستوى شفافية الرواية الرسمية حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الباحثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (5)

استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصادقية الرواية الرسمية - الشفافية

#	عوامل تعزيز المصادقية - الشفافية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
16	تُحدَّث المعلومات الرسمية بانتظام عند حدوث تطورات جديدة	4.1648	.82008	1	مرتفع
15	الحكومة تظهر اتساقاً بين الأقوال والأفعال	3.4286	.61721	2	متوسط
14	يتم نشر الوثائق والبيانات الداعمة للقرارات المهمة	3.1538	1.07417	3	متوسط

#	عوامل تعزيز المصداقية- الشفافية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
18	وضوح المسؤوليات المؤسسية في التواصل مع الجمهور يعزز ثقتي بالمصدر الرسمي	2.7582	.84775	4	متوسط
13	الحكومة توفر تفسيرات واضحة حول قراراتها	2.7582	.76508	5	متوسط
17	الجهات الحكومية تُتيح الوصول إلى المعلومات العامة دون تعقيد أو بيروقراطية	2.6264	.79789	6	متوسط
	الكلي	3.1484	.57168		متوسط

يتناول هذا الجدول دور الشفافية كعامل أساسي لتعزيز المصداقية. بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.1484) بانحراف معياري (0.57168) ضمن المستوى المتوسط. وهذا يشير إلى أن أداء الرواية الرسمية على محور الشفافية لا يزال في حيز المقبول ولكنه بحاجة إلى تحسين كبير.

جاءت فقرة "تحديث المعلومات الرسمية بانتظام عند حدوث تطورات جديدة" في المرتبة الأولى بمتوسط مرتفع بلغ (4.1648) وانحراف معياري (0.82008)، إذ يرى قادة الرأي أن الاستمرارية في تحديث المعلومات هي أقوى ممارسات الشفافية. جاءت الفقرة المتعلقة بـ "إظهار الحكومة للاتساق بين الأقوال والأفعال" في المرتبة الثانية بمتوسط (3.4286) وانحراف معياري (0.61721) ضمن المستوى المتوسط، مُشيرة إلى قناعة متوسطة بوجود تطابق بين الخطاب الرسمي والإجراءات على الأرض. حلت فقرة "نشر الوثائق والبيانات الداعمة للقرارات المهمة" في المرتبة الثالثة بمتوسط (3.1538) بانحراف معياري (1.07417) ضمن المستوى المتوسط، وتُظهر النتيجة انقساماً في الرأي (بسبب الانحراف المعياري المرتفع) حول مدى توفر هذه الوثائق الداعمة للقرارات.

شاركت الفقرتان الخاصتان بـ "وضوح المسؤوليات المؤسسية في التواصل مع الجمهور يعزز الثقة بالمصدر الرسمي" وبـ "توفير الحكومة لتفسيرات واضحة حول قراراتها" المرتبة الرابعة بمتوسط متساوٍ بلغ (2.7582)، لكن بانحرافات معيارية مختلفة، حيث سجلت الأولى انحرافاً بلغ

(0.84775) وسجلت الثانية انحرافاً بلغ (0.76508)، وكلاهما ضمن المستوى المتوسط. جاءت الفقرة المتعلقة بـ إتاحة الجهات الحكومية الوصول إلى المعلومات العامة دون تعقيد أو بيروقراطية في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.6264) وانحراف معياري (0.79789) ضمن المستوى المتوسط، وتُعتبر البيروقراطية وصعوبة الوصول للمعلومات أكبر عائق للشفافية من وجهة نظر قادة الرأي.

### مصادقية الرواية الرسمية- مستوى الاستجابة

لمعرفة مستوى الاستجابة للرواية الرسمية حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (6)

استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصادقية الرواية الرسمية- مستوى الاستجابة

#	عوامل تعزيز المصادقية- مستوى الاستجابة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
23	سرعة الرد والتفاعل من قبل الجهات الحكومية مع المواطنين	3.6923	.78446	1	مرتفع
21	إصدار بيان رسمي لتلافي انتشار الشائعات	3.6923	.59052	2	مرتفع
19	تستجيب الجهات الحكومية بسرعة خلال الأزمات	3.6923	.69430	3	مرتفع
22	بإصدار توضيحات أولية حتى قبل اكتمال جميع المعلومات لتجنب الفراغ الإعلامي	3.6264	.79789	4	متوسط
20	تحديث بياناتها في الوقت المناسب	2.7582	.99265	5	متوسط
	الكلي	3.4923	.62133		متوسط

يبين هذا الجدول مستوى الاستجابة كعامل من عوامل تعزيز المصادقية بالرواية الرسمية، وقد بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.4923) بانحراف معياري (0.62133) ضمن المستوى المتوسط. وقد أبرزت النتائج أهمية السرعة والاستباقية في مواجهة الشائعات وإدارة الأزمات، حيث حصلت ثلاث فقرات على نفس المتوسط المرتفع البالغ (3.6923)، وهي بالترتيب: الفقرة 23 "سرعة الرد والتفاعل من قبل الجهات الحكومية مع المواطنين" بالانحراف المعياري (0.78446) في المرتبة

الأولى، تليها الفقرة 21 "إصدار بيان رسمي لتلافي انتشار الشائعات" بالانحراف المعياري (0.59052) في المرتبة الثانية، ثم الفقرة 19 "تستجيب الجهات الحكومية بسرعة خلال الأزمات" بالانحراف المعياري (0.69430) في المرتبة الثالثة. وفي المرتبة الرابعة، حلت الفقرة 22 "بإصدار توضيحات أولية حتى قبل اكتمال جميع المعلومات لتجنب الفراغ الإعلامي" بمتوسط (3.6264) وانحراف معياري (0.79789)، بينما جاءت الفقرة 20 "تحديث بياناتها في الوقت المناسب" في المرتبة الأخيرة بمتوسط منخفض بلغ (2.7582) وانحراف معياري (0.99265)، مما يكشف عن مفارقة، فبينما يُقر بسرعة الرد العام، يُنتقد توقيت إصدار البيانات الأساسية، مع وجود تباين كبير في الآراء حولها.

#### مصادقية الرواية الرسمية- المتحدث الرسمي

لمعرفة مستوى فاعلية المتحدث الرسمي بالرواية الرسمية حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (7)

#### استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- المتحدث الرسمي

#	عوامل تعزيز المصادقية- المتحدث الرسمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
25	لا توجد قيود مؤسسية على المتحدث تؤثر سلبًا على مصداقية الرواية الرسمية	4.1648	.82008	1	مرتفع
26	يتمتع المتحدثون الرسميون بدعم إداري وسياسي يمكّنهم من التواصل بمرونة	3.8242	.64280	2	مرتفع
28	هناك دورات داعمة للمتحدث الرسمي	3.6923	.69430	3	مرتفع
24	يملك الناطق الإعلامي الرسمي حرية كافية لتقديم المعلومات	3.6923	.59052	4	مرتفع
27	هناك سياسات واضحة تحدد صلاحيات المتحدث الرسمي	2.7582	.84775	5	متوسط
	الكلي	6493.6	.45822		مرتفع

يقيس هذا الجدول العوامل المتعلقة بشخصية وصلاحيات المتحدث الرسمي، وقد بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.6964) بانحراف معياري (0.45822) ضمن المستوى المرتفع، مما يجعله أحد أقوى العوامل تأثيراً. وقد تصدرت الفقرة 25 المرتبة الأولى بمتوسط مرتفع جداً بلغ (4.1648) وانحراف معياري (0.82008)، حيث يعتقد قادة الرأي أن "لا توجد قيود مؤسسية على المتحدث تؤثر سلباً على مصداقية الرواية الرسمية"، مما يعزز مصداقيتهم. وجاءت الفقرة 26، التي تشير إلى أن "المتحدثون الرسميون يتمتعون بدعم إداري وسياسي يمكنهم من التواصل بمرونة"، في المرتبة الثانية بمتوسط مرتفع بلغ (3.8242) وانحراف معياري (0.64280). وحلت الفقرة 28 ("هناك دورات داعمة للمتحدث الرسمي") في المرتبة الثالثة بمتوسط مرتفع (3.6923) وانحراف معياري (0.69430)، تلتها الفقرة 24 ("يملك الناطق الإعلامي الرسمي حرية كافية لتقديم المعلومات") في المرتبة الرابعة بنفس المتوسط (3.6923) وانحراف معياري (0.59052). في المقابل، جاءت الفقرة 27 التي تسأل عما إذا "هناك سياسات واضحة تحدد صلاحيات المتحدث الرسمي" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.7582) وانحراف معياري (0.84775) ضمن المستوى المتوسط، مما يشير إلى أن وضوح الإطار المؤسسي للمتحدث هو الحلقة الأضعف، على الرغم من الاعتقاد السائد بتمتعه بالحرية والدعم الكافي.

#### مصداقية الرواية الرسمية- جودة الرسالة الاتصالية

لمعرفة جودة الرسالة الاتصالية في الرواية الرسمية حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

## الجدول (8)

استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية- جودة الرسالة الاتصالية

#	عوامل تعزيز المصداقية- جودة الرسالة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
33	تعزز الروايات بأمثلة توضيحية تساعد في فهم السياسات العامة	4.3626	.48342	1	مرتفع
30	البيانات الرسمية تستند إلى معلومات دقيقة وإحصاءات موثوقة	4.2308	.91987	2	مرتفع
32	الرسائل الرسمية تعرض الأرقام والبيانات بطريقة مبسطة	3.4286	.61721	3	متوسط
31	يتم إرفاق البيانات الرسمية بمصادر موثوقة عند الحاجة	3.4286	.49761	4	متوسط
29	اللغة المستخدمة في البيانات الرسمية واضحة وسهلة الفهم	3.2967	.58679	5	متوسط
	الكلية	4.0923	1.61061		مرتفع

يحلل هذا الجدول جودة المحتوى والمعلومات المقدمة، وقد بلغ المتوسط الكلي للمحور (4.0923) ضمن المستوى المرتفع، لكن الانحراف المعياري المرتفع جداً (1.61061) يشير إلى تباين هائل في آراء العينة حول هذا المحور تحديداً. وقد تصدرت المرتبة الأولى الفقرة 33، وهي "تعزيز الروايات بأمثلة توضيحية يساعد في فهم السياسات العامة"، بمتوسط حسابي (4.3626) وانحراف معياري (0.48342)، مما يدل على إجماع على أهميتها. بينما حلت في المرتبة الثانية الفقرة 30، المتعلقة بكون "البيانات الرسمية تستند إلى معلومات دقيقة وإحصاءات موثوقة"، بمتوسط (4.2308) ولكن بانحراف معياري (0.91987)، ما يكشف عن وجود خلاف حول دقة البيانات والإحصاءات بين أفراد العينة. أما الفقرات المتبقية، فقد جاءت ضمن المستوى المتوسط، حيث حلت الفقرة 32 ("الرسائل الرسمية تعرض الأرقام والبيانات بطريقة مبسطة") في المرتبة الثالثة بمتوسط (3.4286) وانحراف معياري (0.61721)، تلتها الفقرة 31 ("يتم إرفاق البيانات الرسمية بمصادر موثوقة عند الحاجة") في المرتبة الرابعة بنفس المتوسط (3.4286) وانحراف معياري (0.49761).

وفي المرتبة الأخيرة، جاءت الفقرة 29 التي تتناول "اللغة المستخدمة في البيانات الرسمية واضحة وسهلة الفهم"، بمتوسط (3.2967) وانحراف معياري (0.58679)، مما يظهر أن وضوح اللغة وسهولتها هو الجانب الأضعف في تقييم جودة الرسالة.

### مصادقية الرواية الرسمية- البيئة الرقمية

لمعرفة فاعلية البيئة الرقمية في مصادقية الرواية الرسمية حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (9)

استجابات قادة الرأي حول محور عوامل تعزيز مصادقية الرواية الرسمية- البيئة الرقمية

#	عوامل تعزيز المصادقية- البيئة الرقمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
34	وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الأسرع لتلقي المعلومات	3.1538	1.01020	1	متوسط
38	الرد الفوري عبر المنصات الرقمية	2.9560	.91787	2	متوسط
35	انتشار الأخبار عبر المنصات الرقمية يقلل من تأثير الإعلام الحكومي	2.8160	.91787	3	متوسط
39	احترافية تواصل المؤسسات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الجمهور	2.7360	.98784	4	متوسط
36	النقاشات الرقمية تؤثر على رأي بالرواية الرسمية	0112.7	.87497	5	متوسط
37	التفاعل الرقمي للناطق الرسمي يعزز المصادقية	24262.	.90177	6	متوسط
	الكلي	2.8560	.78992		متوسط

يستكشف هذا المحور تأثير المنصات الرقمية على المصادقية، حيث بلغ المتوسط الكلي (2.8560) بانحراف معياري (0.78992) ضمن المستوى المتوسط، وهو الأدنى بين العوامل الخمسة الكلية. وقد أظهرت النتائج أن الفقرة (34) المتعلقة بكون وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الأسرع لتلقي المعلومات جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط (3.1538) وانحراف معياري

(1.01020)، مما يعكس الاعتراف بسرعة هذه المنصات دون اعتبارها مصدراً للمصداقية. تلتها الفقرة (38) الخاصة بالرد الفوري عبر المنصات الرقمية بمتوسط (2.9560) وانحراف معياري (0.91787)، ثم الفقرة (35) التي تشير إلى أن انتشار الأخبار عبر المنصات الرقمية يقلل من تأثير الإعلام الحكومي بمتوسط (2.8160) وانحراف معياري (0.91787). أما الفقرة (39) حول احترافية تواصل المؤسسات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الجمهور فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط (2.7360) وانحراف معياري (0.98784)، تلتها الفقرة (36) التي تناولت تأثير النقاشات الرقمية على الرأي بالرواية الرسمية بمتوسط (2.7101) وانحراف معياري (0.87497). وأخيراً، جاءت الفقرة (37) المتعلقة بالتفاعل الرقمي للناطق الرسمي لتعزيز المصداقية في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.6242) وانحراف معياري (0.90177)، مما يشير إلى أن هذا التفاعل المباشر لا يسهم حالياً بشكل فعال في تعزيز المصداقية.

### المحور الكلي لعوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية

نعرض هنا عوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية مجتمعة حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (10)

#### استجابات قادة الرأي حول المحور الكلي لعوامل تعزيز مصداقية الرواية الرسمية

العوامل الكلية لتعزيز المصداقية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
جودة الرسالة الاتصالية	4.0923	1.61061	1	مرتفع
المتحدث الرسمي	6493.6	.45822	2	مرتفع
سرعة الاستجابة	3.4923	.62133	3	متوسط
الشفافية	3.1484	.57168	4	متوسط
البيئة الرقمية	2.8560	.78992	5	متوسط
الكلي	3.4631	.60858		متوسط

يقدم هذا الجدول ترتيباً هرمياً للعوامل الخمسة الرئيسية حسب أهميتها في تعزيز المصادقية من وجهة نظر قادة الرأي؛ جودة الرسالة الاتصالية (4.0923) - مستوى مرتفع، المتحدث الرسمي (3.6964) - مستوى مرتفع، سرعة الاستجابة (3.4923) - مستوى متوسط، الشفافية (3.1484) - مستوى متوسط، البيئة الرقمية (2.8560) - مستوى متوسط. يُستنتج أن جودة المعلومة وموثوقيتها، يليها شخصية وصلاحيات المتحدث، هما حجر الزاوية في بناء المصادقية. بينما لا تزال عوامل السرعة والشفافية والتفاعل الرقمي تحتاج إلى تطوير. المتوسط الكلي لجميع العوامل (3.4631) يقع في المستوى المتوسط، مما يعكس حاجة ماسة لتحسين شمولي في استراتيجية التواصل الرسمي.

### إدارة الاتصال أثناء الأزمات

لمعرفة مستوى إدارة الاتصال أثناء الأزمات حسب قادة الرأي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (11)

#### استجابات قادة الرأي حول محور إدارة الاتصال أثناء الأزمات

#	فقرات إدارة الاتصال أثناء الأزمات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
42	يتم تصحيح المعلومات الخاطئة فور اكتشافها	3.4945	.50274	1	متوسط
40	تقدم الحكومة معلومات دقيقة وواضحة أثناء الأزمات	3.3626	.60583	2	متوسط
45	هناك تنسيق فعال بين المؤسسات الحكومية المختلفة لضمان وحدة الخطاب الإعلامي أثناء الأزمات	2.8901	.94810	3	متوسط
41	البيانات الحكومية في الأزمات خالية من الغموض والتضليل	2.8242	.82453	4	متوسط
43	الأولوية في الأزمات تكون لحماية المواطن وليس للتوجيه السياسي	2.7582	.67232	5	متوسط
44	الجهات الرسمية تتواصل استباقياً مع الجمهور لتوضيح المستجدات قبل انتشار الشائعات	2.6264	.60825	6	متوسط
	الكلي	2.9927	.56048		متوسط

يقيم هذا المحور كفاءة التواصل في الظروف الاستثنائية، حيث بلغ المتوسط الكلي (2.9927) بانحراف معياري (0.56048) ضمن المستوى المتوسط، مما يشير إلى أداء متواضع في إدارة الاتصال خلال الأزمات. وقد أظهرت النتائج أن الفقرة (42) "يتم تصحيح المعلومات الخاطئة فور اكتشافها" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط (3.4945) وانحراف معياري (0.50274)، تلتها الفقرة (40) "تقدم الحكومة معلومات دقيقة وواضحة أثناء الأزمات" بمتوسط (3.3626) وانحراف معياري (0.60583). أما الفقرة (45) "هناك تنسيق فعال بين المؤسسات الحكومية المختلفة لضمان وحدة الخطاب الإعلامي أثناء الأزمات" فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط (2.8901) وانحراف معياري (0.94810)، تلتها الفقرة (41) "البيانات الحكومية في الأزمات خالية من الغموض والتضليل" بمتوسط (2.8242) وانحراف معياري (0.82453). وجاءت الفقرة (43) "الأولوية في الأزمات تكون لحماية المواطن وليس للتوجيه السياسي" في المرتبة الخامسة بمتوسط (2.7582) وانحراف معياري (0.67232)، بينما حلت الفقرة (44) "الجهات الرسمية تتواصل استباقياً مع الجمهور لتوضيح المستجدات قبل انتشار الشائعات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.6264) وانحراف معياري (0.60825)، وهو ما يكشف عن غياب التواصل الاستباقي يمثل أبرز نقاط الضعف في إدارة الأزمات.

### دور قادة الرأي في الرواية الرسمية

لتقييم دور قادة الرأي في مصداقية الرواية الرسمية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

## الجدول (12)

## استجابات قادة الرأي حول محور دورهم في الرواية الرسمية

#	دور قادة الرأي في الرواية الرسمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
46	أميل إلى نقل الرواية الرسمية لجمهوري إذا رأيتها موثوقة	4.2967	.86274	1	مرتفع
50	أسهم أحياناً في تصحيح المعلومات المغلوطة أو توضيح الرواية الرسمية عند تداولها بشكل غير دقيق	3.6264	.79789	2	متوسط
49	أفضل أن تُشارك المعلومات الرسمية مع قادة الرأي قبل إعلانها للجمهور	3.6264	.79789	3	متوسط
48	إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية يعزز من اعتمادها.	3.3626	.79605	4	متوسط
47	أضيف تفسيري الشخصي عند نقل البيان الرسمي	2.9560	1.11467	5	متوسط
	الكلي	3.5736	.58135		متوسط

يبحث هذا المحور في دور قادة الرأي في التعامل مع الرواية الرسمية، حيث بلغ المتوسط الكلي (3.5736) بانحراف معياري (0.58135) ضمن المستوى المتوسط. وقد أظهرت النتائج أن الفقرة “ (46) أميل إلى نقل الرواية الرسمية لجمهوري إذا رأيتها موثوقة ” تصدرت المرتبة الأولى بمتوسط مرتفع جداً بلغ (4.2967) وانحراف معياري (0.86274)، مما يؤكد أن المصادقية تمثل الشرط الأساسي لقادة الرأي لنقل الرواية الرسمية. تلتها الفقرة “ (50) أسهم أحياناً في تصحيح المعلومات المغلوطة أو توضيح الرواية الرسمية عند تداولها بشكل غير دقيق ” بمتوسط (3.6264) وانحراف معياري (0.79789)، ثم الفقرة “ (49) أفضل أن تُشارك المعلومات الرسمية مع قادة الرأي قبل إعلانها للجمهور ” بالمتوسط ذاته (3.6264) وانحراف معياري (0.79789)، وهو ما يعكس أهمية إشراكهم في مراحل مبكرة من تداول المعلومات. أما الفقرة “ (48) إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية يعزز من اعتمادها ” فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط (3.3626) وانحراف معياري (0.79605)، في حين جاءت الفقرة “ (47) أضيف تفسيري الشخصي عند نقل البيان

الرسمي ”في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.9560) وانحراف معياري مرتفع (1.11467)، وهو ما يكشف عن وجود تردد وتباين في مواقف قادة الرأي تجاه إضافة تفسيراتهم الشخصية، ربما خشية التأثير على نقاء الرواية الرسمية.

### إدارة الرواية الرسمية

لمعرفة مقترحات قادة الرأي في تعزيز إدارة الرواية الرسمية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

### الجدول (13)

#### استجابات قادة الرأي حول محور مقترحات في إدارة الرواية الرسمية

#	مقترحات لإدارة الرواية الرسمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
52	تمكين الناطقين الرسميين ومنحهم استقلالية أكبر	4.4286	.49761	1	مرتفع
51	زيادة الشفافية في نشر البيانات الحكومية	4.3626	.79605	2	مرتفع
55	تنفيذ برامج تدريبية للناطقين الرسميين على إدارة الأزمات والتفاعل الرقمي	4.3626	.60583	3	مرتفع
53	إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية	3.8901	.70633	4	مرتفع
54	إنشاء منصات رقمية رسمية للرد على الشائعات والتفاعل مع الجمهور	2.8242	.73927	5	متوسط
	الكلي	3.9736	.49190		مرتفع

يقدم هذا الجدول الحلول والمقترحات العملية من وجهة نظر قادة الرأي أنفسهم، حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.9736) بانحراف معياري (0.49190) ضمن المستوى المرتفع، مما يعكس وضوح الرؤية لدى المشاركين حول سبل التحسين. وقد تصدرت الفقرة (52) ”تمكين الناطقين الرسميين ومنحهم استقلالية أكبر” المرتبة الأولى بمتوسط مرتفع جداً بلغ (4.4286) وانحراف معياري منخفض (0.49761)، وهو ما يشير إلى وجود إجماع على هذا المقترح كأهم حل. تلتها الفقرة (51) ”زيادة الشفافية في نشر البيانات الحكومية” بمتوسط مرتفع جداً بلغ (4.3626) وانحراف

معياري (0.79605)، ثم الفقرة (55) "تنفيذ برامج تدريبية للناطقين الرسميين على إدارة الأزمات والتفاعل الرقمي" بمتوسط مماثل (4.3626) وانحراف معياري (0.60583)، مما يعكس أهمية رفع كفاءة الناطقين الرسميين في التعامل مع الأزمات. أما الفقرة (53) "إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية" فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط مرتفع بلغ (3.8901) وانحراف معياري (0.70633)، في حين جاءت الفقرة (54) "إنشاء منصات رقمية رسمية للرد على الشائعات والتفاعل مع الجمهور" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.8242) وانحراف معياري (0.73927) ضمن المستوى المتوسط، وهو ما قد يعكس عدم قناعة كافية بجودة إنشاء منصات جديدة مقارنة بضرورة تحسين الأداء على المنصات القائمة.

### الفروق الإحصائية

#### الفروق الإحصائية التي تعزى إلى متغير الجنس

للكشف عن الفروق الإحصائية في استجابات المبحوثين عن محاور الدراسة حسب متغير الجنس، تم استخدام اختبار **Independent Samples Test**، كما في الجدول الآتي:

#### الجدول (14)

#### اختبار Independent Samples Test للفروق الإحصائية التي تعزى إلى متغير الجنس

		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الجنس	المحاور إجمالاً
		.51063	3.3826	70	نكر	
		.49511	3.4689	21	أنثى	
اختلاف المتوسطات	df	t	Sig.	F	Levene's Test for Equality of Variances	
	89	-.684-	.496	.467		

يوضح هذا الجدول نتائج اختبار (t-test) لفحص وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات

أفراد العينة على المحاور الإجمالية للدراسة تعزى إلى متغير الجنس. فقد بلغ المتوسط الحسابي

للذكور (70 فرداً) بانحراف معياري (3.3826) (0.51063)، في حين بلغ المتوسط الحسابي للإناث (21 فرداً) بانحراف معياري (3.4689) (0.49511). وأظهرت نتائج اختبار ليفين (Levene's Test) أن قيمة (F) بلغت (0.467) ومستوى الدلالة (0.496) (Sig.)، وهي قيمة أكبر من (0.05)، مما يشير إلى تساوي التباينات بين مجموعتي الذكور والإناث، وبالتالي إمكانية الاعتماد على نتائج اختبار (t) في حالة تساوي التباينات. وقد بلغت قيمة اختبار (t) (-0.684) بدرجات حرية (df = 89)، فيما بلغ مستوى الدلالة (0.496) (Sig. 2-tailed)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05). وعليه، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الذكور والإناث على المحاور الإجمالية للدراسة، مما يعني أن آراء قادة الرأي، سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، متجانسة ومتشابهة إلى حد كبير في تقييمهم لمصداقية الرواية الرسمية. ويظهر ذلك أن إدراك المصداقية يتجاوز الفروقات القائمة على الجنس، بما يعزز من عمومية النتائج ويركز على أن التحديات والمقترحات تمثل قضايا نظامية مشتركة.

#### الفروق الإحصائية التي تعزى إلى متغيرات العمر والدراسة والخبرة والوظيفة

للكشف عن الفروق الإحصائية في استجابات المبحوثين عن محاور الدراسة حسب متغيرات العمر والدراسة والخبرة والوظيفة، تم استخدام اختبار Anova ، كما في الجدول الآتي:

## الجدول (15)

اختبار Anova للفروق الإحصائية التي تعزى إلى متغيرات العمر والدراسة والخبرة والوظيفة

الدلالة الإحصائية	قيمة F	مربع المتوسطات	درجة الحرية	مجموع المربعات	Anova للفروق الإحصائية في استجابات المبحوثين	
.166	1.733	.433	3	1.298	بين المجموعات	متغير العمر
		.250	87	21.716	داخل المجموعات	
			90	23.014	المجموع	
.484	.825	.212	3	.637	بين المجموعات	الدراسة
		.257	87	22.377	داخل المجموعات	
			90	23.014	المجموع	
.765	.460	.120	4	.482	بين المجموعات	الخبرة
		.262	86	22.532	داخل المجموعات	
			90	23.014	المجموع	
.699	.550	.144	4	.574	بين المجموعات	الوظيفة
		.261	86	22.440	داخل المجموعات	
			90	23.014	المجموع	

يُظهر هذا الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لفحص وجود فروق

ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية: العمر، المؤهل

العلمي، سنوات الخبرة، والوظيفة. فقد بينت النتائج بالنسبة لمتغير العمر أن مجموع المربعات بين

المجموعات بلغ (1.298) مقابل (21.716) داخل المجموعات، حيث بلغت قيمة (F) (1.733)

ومستوى الدلالة (0.166)، وهو أكبر من (0.05)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة

إحصائية تعزى إلى العمر. أما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي، فقد بلغت قيمة (F) (0.825) ومستوى

الدلالة (0.484)، وهو ما يؤكد عدم وجود فروق بين مستويات التعليم المختلفة. وفيما يتعلق بمتغير

سنوات الخبرة، أظهرت النتائج أن قيمة (F) بلغت (0.460) ومستوى الدلالة (0.765)، وهو ما يشير

إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب الخبرة القليلة والطويلة. وبالنسبة لمتغير الوظيفة، فقد بلغت قيمة (F) (0.550) ومستوى الدلالة (0.699)، وهو ما يعكس عدم وجود فروق تعزى إلى طبيعة الوظيفة، سواء كان المبحوث مسؤولاً حكومياً أو رجل أعمال أو موظفاً أو أكاديمياً أو مؤثراً. وبناءً على ذلك، فإن الاستنتاج الشامل لجدول (15) يكشف أن تصورات مصداقية الرواية الرسمية الأردنية تمثل قضية مشتركة ومتجذرة في النظام الإعلامي والمؤسسي، وليست انعكاساً لخصائص فردية. إن تجاوز هذه التصورات للفروقات العمرية والتعليمية والمهنية يعزز من قوة النتائج، ويوجه الاهتمام نحو معالجة القضايا الهيكلية والمنهجية في إدارة الرواية الرسمية بدلاً من اعتبارها مجرد انعكاسات لآراء شخصية أو فئوية.

من خلال النتائج، تبين أن مصادر الثقة تتمثل في ثقة قادة الرأي بالمتحدث الرسمي والمؤسسات الرسمية مصدرًا للمعلومة، في مقابل ضعف الثقة بالمحتوى المنتج من هذه المصادر، خاصة فيما يتعلق بالاتساق وعدم التحيز السياسي، فضلاً عن التشكيك الكامل في المصادر غير التقليدية مثل الإعلام المستقل ووسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين. كما وضع قادة الرأي سلماً واضحاً للأولويات في مجال التحسين، حيث جاءت جودة المعلومة وموثوقيتها (الدقة، الإحصاءات، الأمثلة التوضيحية) في القمة، تلتها مباشرة ضرورة تمكين المتحدث الرسمي (منحه الحرية والدعم والتدريب)، ثم تحسين الأداء التشغيلي (السرعة، الشفافية، إدارة الأزمات)، وأخيراً تعزيز التواجد الرقمي الفعال والاحترافي. وقد أظهرت نتائج محور إدارة الأزمات أدنى المتوسطات مقارنة بالمحاور الأخرى، مما يكشف عن نقطة ضعف حرجة في النظام الاتصالي الحكومي تتجلى في غياب الاستباقية، وضعف وحدة الخطاب، وعدم وضوح الرسالة في الظروف الحرجة. أما دور قادة الرأي فقد اتضح أنهم شركاء محتملون في نقل الرواية الرسمية، لكن بشرط موثوقيتها، مع ميلهم إلى أداء دور تصحيحي وتوضيحي، ورغبتهم في المشاركة المبكرة في صياغة الرسائل، وهو ما يفتح المجال

أمام نموذج اتصالي تشاركي يعزز المصداقية. وأخيراً، فإن تجانس الآراء بين مختلف الفئات الديموغرافية وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية يعزز من موضوعية النتائج، ويؤكد أن التحديات المطروحة هي تحديات نظامية تتطلب حلولاً شاملة من أعلى الهرم، وليست مجرد انعكاسات لانطباعات شخصية أو فئوية.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

خصص هذا المبحث لعرض مناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة وكما يلي:

#### أولاً: مناقشة النتائج

##### مصادقية مصادر الرواية الرسمية

تكشف نتائج الدراسة عن مستويات ثقة قادة الرأي الأردنيين بمصادر الرواية الرسمية، وهي تعكس تحولات دقيقة في علاقة النخبة بالمؤسسات وبالفضاء الإعلامي. فالتفوق الملحوظ للمتحدث الرسمي على جميع المصادر الأخرى، البيانات المؤسسية ذاتها، يعكس انتقالاً نوعياً في مفهوم الموثوقية من مجرد المعلومة إلى الشخص الرمز، ومن النص المؤسسي إلى الشخصية المؤسسية التي تتجسد في المتحدث ذاته. المتحدث الرسمي حاملٌ لشرعية الدولة، وهو ما يتوافق مع ما أشار إليه القطاطشة (2023) بشأن مركزية دور الناطق الإعلامي، ولكنه يتجاوزها بإظهار أن النخب تمنحه ثقة مرتفعة حتى عندما تكون قدرته على الأداء أو مساحته حركته مقيدة. وهذا التحول يتعزز بما أظهرته دراسة الطويسي (2022)، التي بينت أن الثقة في الأردن ليست موزعة بالتساوي على المؤسسات، بل تتجزأ لصالح المؤسسات السيادية أو المتحدثين الذين يمثلونها، مقابل تراجع الثقة في المؤسسات التنفيذية التي ترتبط بأعباء الحياة اليومية. بذلك، يصبح المتحدث الرسمي تجسيداً للرواية السيادية، بينما تصبح البيانات المؤسسية مجرد تمثيل بيروقراطي أقل تأثيراً، ما يفسر تفوقه في هرم المصادقية.

أما المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية فقد جاءت بمستوى أقل، إذ تتقدم على الإعلام التقليدي، لكنها أقل من المصادر الرقمية الأخرى، وهو ما يتفق مع ما توصل إليه العدوان (2024) حول دور

الفضاء الرقمي في تشكيل اتجاهات الرأي في الأردن، مؤكداً على أن الثقة لا تُمنح للفضاء الرقمي المفتوح كما في شبكات التواصل، بل تُمنح للمنصات الإخبارية المهنية التي حافظت على طابعها المؤسسي في البيئة الرقمية. هذا ينسجم أيضاً مع نتائج (Kumalasari 2024) حول أثر الشفافية الرقمية في تعزيز الموثوقية، ولكنه يشير إلى أن الشفافية في السياق الأردني تتحقق عبر البوابات الإخبارية الملتزمة بالمعايير المهنية أكثر مما تتحقق في الفضاء الاتصالي المفتوح. بالمقابل، يتراجع الإعلام التقليدي بدرجة واضحة، في انعكاس لأزمة مركبة تتجاوز حدود المهنية لتصل إلى أزمة الثقة بالرواية الحكومية في إطارها التنفيذي، وهو ما أشارت إليه الطويسي (2022) حين ربطت بين ضعف الثقة في الإعلام الحكومي وتراكم الإحباطات الاقتصادية. المؤشرات التي تظهر في النتائج تتوافق أيضاً مع اتجاهات إقليمية، حيث رصدت العوفي (2023) تحولات مشابهة في السعودية، مع انسحاب تدريجي للثقل الاتصالي من الصحف التقليدية نحو الفضاء الرقمي، لا سيما مع صعود تويتر كمنصة لصياغة النقاش العام.

أما الإعلام المستقل فيأتي في مرتبة متدنية للغاية، ما يشير إلى حالة من الشك المؤسسي لدى النخبة تجاه أي رواية لا تنطلق من بنية الدولة أو المؤسسات المرتبطة بها. هذا النمط لا ينفرد به الأردن؛ فقد وثقت (Marco 2011) ظواهر مشابهة في البوسنة، حيث انخفضت الثقة بالإعلام المستقل بسبب ارتباطه بجماعات أو مصالح معينة، لكن التفسير في الحالة الأردنية يبدو أكثر ارتباطاً بالتوازنات السياسية الحساسة وبمخاوف انتشار "الروايات البديلة" التي قد تُفهم على أنها تهديد للاستقرار. تتعكس هذه الحساسية بوضوح في تراجع الثقة بوسائل التواصل الاجتماعي أيضاً، رغم مرورها بثورة استخدام واسعة. فالنتائج تضع هذه المنصات في مرتبة شبه أخيرة، مما يعني أن قادة الرأي الأردنيين يفصلون بوضوح بين السرعة والمصداقية، ويعتبرون المنصات الاجتماعية بيئة خصبة للشائعات أكثر منها فضاء موثوقاً للمعلومات، وهو اتجاه يتماشى مع ما وثقته العوفي (2023)

في السياق السعودي، لكنه يتعارض مع نتائج Zheng et al. (2021) التي أظهرت أن قادة الرأي في المجتمعات الآسيوية تحولوا إلى "فاعلين رقميين" يعتمدون على المنصات الاجتماعية في بناء خطابهم العام، ما يؤكد خصوصية الحالة الأردنية.

وتمثل أدنى درجات الثقة حالة المؤثرين الرقميين، حيث تظهر النتائج انخفاض الثقة بهم، رغم ما سجلته دراسات إقليمية وعالمية من دورهم المتنامي في تشكيل الوعي العام، كما في دراسة قرني (2023) التي بينت اعتماد الجمهور المصري بنسبة 69.6% على المؤثرين في قضايا المناخ، أو دراسة Zhao (2024) التي أثبتت فعاليتهم في نشر المعلومات حول المشاريع التمويلية. إن هذه الحالة في السياق الأردني قد تعزى إلى نظرة المجتمع الأردني إلى المؤثرين الأردنيين، فربما يُنظر إليهم شخصيات يبحثون عن الشهرة لا الخبرة، إضافة إلى مخاوف التضليل في القضايا السياسية، وغياب الشرعية المؤسسية التي تمنح مصادر الرواية الرسمية قوة لا يملكها الأفراد مهما بلغت شهرتهم الرقمية.

وعند الربط بين هذه المستويات، يظهر أن الثقة ترتفع كلما كان المصدر قريباً من بنية الدولة، وتخفض بحدة كلما ابتعد عنها نحو الفضاءات الإعلامية المستقلة أو الرقمية. هذا النموذج يختلف عن الاتجاهات العالمية التي تشهد تراجعاً عاماً في الثقة بالمؤسسات الرسمية، ويعبر بدلاً من ذلك عن حساسية سياسية وثقافية تجعل الاستقرار قيمة أعلى من التنوع المعلوماتي. لكنه يكشف أيضاً عن انتقال الثقة من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي المهني، ما يعني أن تعزيز الثقة بالرواية الرسمية هي محل اهتمام المؤسسات الرسمية إلى جانب الاهتمام بمواكبة التحول الرقمي. وعليه، تؤكد هذه الصورة أهمية مراعاة استراتيجيات الاتصال الحكومي لديناميكيات الثقة الجديدة التي تمنح المتحدث الرسمي والمواقع الإخبارية المهنية دوراً محورياً يفوق ما تمنحه لوسائل التواصل الاجتماعي أو المؤثرين، وهو ما يفرض تطوير بيئة اتصالية أكثر تناسقاً، وترسيخ الشفافية المؤسسية لا الشفافية

الجزئية أو الرمزية. وفي السياق العام، فقد أكد نيكلز لوهمان (Luhmann, 1979) أن الثقة المؤسسية تُبنى عندما تؤدي المؤسسة أدوارها بوضوح وتلتزم بالشفافية والمسؤولية، مما يولد شعوراً عاماً بالاطمئنان تجاهها.

تأتي هذه النتيجة في سياق ما اشارت إليه نظرية الثقة المؤسسية التي نصت على أنه كلما ارتفع مستوى كفاءة المؤسسة زادت الثقة بها (Mayer et al, 1995)، كما أكدت النظرية على أن ثقة الأفراد، ويمثلهم هنا قادة الرأي، بالمؤسسة تؤدي إلى ارتفاع مستوى ثقة الجمهور والالتزام بما يصدر عن المؤسسة. ومن وجهة نظر نظرية تدفق المعلومات، فإن النتيجة تتسق تماماً مع موثوقية الجمهور بقيادة الرأي بصفاتهم ووسطاء لنقل الروايات الرسمية أو تعزيزها من خلال تلقيهم للروايات من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي ومن ثم من قادة الرأي إلى الجمهور العام (Lazarsfeld et al., 1948).

### العوامل المؤثرة في مصداقية الرواية الرسمية

#### الشفافية

تكشف نتائج محور الشفافية عن أداء غير متساوٍ يعكس تحولاً جزئياً في ثقافة الحوكمة الاتصالية. فبينما يُقدّر قادة الرأي "تحديث المعلومات بانتظام" كأقوى ممارسة شفافية، فإن تقييمهم لـ"الاتساق بين الأقوال والأفعال" يظل متوسطاً، مما يشير إلى فجوة بين الخطاب والممارسة. هذا يتوافق مع دراسة Kumalasari et al. (2024) التي ربطت بين الشفافية الرقمية وبناء الثقة في دول MENA، لكن النتائج الحالية تُظهر أن الشفافية في الأردن ما تزال "انتقائية": تركز على التحديث المستمر دون ضمانات موضوعية. إن تقييم قادة الرأي لشفافية تحديث المعلومات بانتظام يعكس امتثالاً جزئياً لما أشارت إليه نظرية الاتصال الظرفي من معدل الكشف عن الحقائق خلال

المعلومات المنشورة نسبة إلى إجمالي الحقائق المتاحة، أي كلما زاد مستوى الكشف الموثق، انخفضت نسبة إسناد اللوم للمؤسسة.

أما انقسام الآراء حول "نشر الوثائق الداعمة للقرارات" فيكشف عن ازدواجية في المعايير، حيث يرى بعض قادة الرأي أن الوثائق متاحة بينما يراها آخرون سرية. هذا يُذكر بدراسة الطويسي (2022) حول "الثقة المتجزئة" في المؤسسات الأردنية، حيث ترتبط الشفافية بطبيعة القرار (أمني مقابل تنفيذي). والأهم أن تقييم "البيروقراطية كعائق" يؤكد أن الإصلاح الهيكلي مقدم على الإصلاح الاتصالي، وهو ما دعت إليه دراسة Weissman et al. (2020) في سياسات التغذية، حيث أكدت أن الشفافية الحقيقية تتطلب تبسيط الإجراءات قبل نشر البيانات. وهذا ما اشارت إليه نظرية الثقة المؤسسية من مصداقية الرواية تقوم على تصورات قادة الرأي عن قدرة الجهات الرسمية على تقديم المعلومات بشكل دقيق وشفاف ووضوح الأسلوب (Mayer et al, 1995).

### سرعة الاستجابة

يُظهر محور الاستجابة إن "توقيت إصدار البيانات الأساسية" يسجل تقيماً منخفضاً. وهذا يكشف عن استجابة رد فعلية لا استباقية، حيث تتحرك الحكومة بسرعة لمواجهة الأزمات لكن بدون تخطيط مسبق. هذه النتيجة تُعمق ما توصلت إليه دراسة السالم (2020) في الكويت، حيث ظل الإعلام التقليدي المصدر الرئيس في الأزمات بسبب "ضعف الاستباقية الرسمية". كما أن التباين الكبير في آراء قادة الرأي حول توقيت البيانات يعكس فجوة تقييمية بين القطاعات: فبينما يرى المسؤولون الحكوميون أن التوقيت مناسب، يراه الإعلاميون والأكاديميون متأخراً. وهذا ما نصت عليه نظرية الاتصال الطرفي من أن الاستجابة السريعة تقلل من تراكم الشائعات وتحدّ من انتشار السرد السلبي. وهذا يتوافق مع دراسة القطاطشة (2023) التي أشارت إلى "ضعف تنسيق المؤسسات" في

الأزمات، حيث يعاني النظام من تشتت في مسارات اتخاذ القرار. والأهم أن إدراك أهمية "التوضيحات الأولية" يدل على وعي بأهمية ملء الفراغ الإعلامي، لكن التطبيق يحتاج إلى آليات مؤسسية واضحة.

### المتحدث الرسمي

يُمثل محور المتحدث الرسمي أقوى عامل تعزيز للمصداقية (متوسط مرتفع)، لكنه يكشف عن تناقض داخلي في النظام الاتصالي. وهذا ما افترضته نظرية الاتصال الظرفي، أي وجود متحدث رسمي يقلل تضارب الرسائل ويعزز فاعلية الاستراتيجية الاتصالية. فبينما يُعتقد أن المتحدثين "يتمتعون بحرية ودعم"، فإن "وضوح السياسات المؤسسية" يسجل أدنى تقييم. هذا يعني أن المتحدثين يعتمدون على علاقات شخصية لا أطر تنظيمية، مما يجعل مصداقيتهم هشة. هذه النتيجة تُفسر لماذا رصدت دراسة القواطشة (2023) "ضعفاً في أداء الناطقين" رغم تمتعهم بثقة نسبية: غياب الإطار المؤسسي يقلل من فاعليتهم في الأزمات. كما أن الإجماع على "غياب القيود المؤسسية" يُظهر أن قادة الرأي يرون المتحدثين كـ"رموز مستقلة" وليسوا جزءاً من آلة بيروقراطية. إن تقييم "الدعم الإداري والسياسي" يعكس تحسناً نسبياً مقارنة بالماضي، حيث كانت دراسات سابقة (مثل الطويسي 2022) تشير إلى تهميش دور المتحدثين.

من هنا فإن تفوق المتحدث الرسمي مصدراً رئيساً للمعلومات يعكس جوانب متعددة من نظرية الثقة المؤسسية. فمن جهة، يظهر بُعد القدرة (Ability) في كفاءة المتحدث وخبرته، حيث يعزز ذلك ثقة قادة الرأي بقدرته على تقديم معلومات دقيقة وموثوقة، وهو ما يتفق مع ماير وآخرون (Mayer et al., 1995) الذين ربطوا الثقة بالكفاءة المتصورة للمؤسسة. ومن جهة أخرى، يمثل المتحدث تجسيداً لُبُعد النزاهة (Integrity) من خلال الالتزام المؤسسي بالشفافية، مما يقلل من احتمالية الانحراف عن الحقيقة. أما في ضوء نظرية التدفق ذي الخطوتين

(Katz, 1957; Lazarsfeld et al., 1948)، فإن المتحدث الرسمي يعمل كـ"حارس بوابة" (Gatekeeper) يقوم بترشيح المعلومات قبل وصولها إلى قادة الرأي، مما يضمن جودتها ويعطي المؤسسة دور المرشح الأساسي للمعلومات في الأردن. في الخطوة الثانية، يقبل قادة الرأي المعلومات من المتحدث نظرًا لما يمثله من شرعية مؤسسية، وهو ما يسهل قبول الجمهور لاحقًا.

### جودة الرسالة

يُظهر محور جودة الرسالة أعلى متوسط كلي لكنه يكشف عن انقسام حاد في تقييم المضمون. فبينما يُجمع قادة الرأي على أهمية "الأمثلة التوضيحية"، فإنهم يختلفون حول "دقة البيانات والإحصاءات". هذا يعني أن الشكل يتفوق على المضمون في بناء المصداقية، حيث تُقبل الرسائل إذا كانت مقدمة بشكل جيد حتى لو كانت محتواها موضع شك. وهذا ما نصت عليه نظرية الاتصال الظرفي، التي تقترح وجود رسائل عالية الجودة تزيد من نية قبول الجمهور للردّ المؤسسي. إن هذه النتيجة تُدكر بدراسة (Turcotte et al. (2015 التي أثبتت أن "تصور المصداقية" يعتمد على العرض أكثر من الحقيقة. كما أن تقييم "وضوح اللغة" كأضعف عنصر يكشف عن فجوة تواصلية بين الحكومة والجمهور، حيث تستخدم لغة تقنية معقدة. هذا يتوافق مع دراسة Weissman et al. (2020) التي أكدت أن تبسيط المعلومات يرفع معدلات تبني السلوك الصحي. والأهم أن التباين في آراء قادة الرأي حول "دقة البيانات" يعكس أزمة ثقة في المؤسسات المعلوماتية نفسها، حيث يرى البعض أن البيانات موثوقة بينما يراها آخرون متحيزة، وهو ما رصدته دراسة الطويسي (2022) في مؤشر الثقة الإعلامي الأردني.

## البيئة الرقمية

يُمثل محور البيئة الرقمية أضعف عامل تعزيز للمصداقية، مما يكشف عن فشل ذريع في توظيف الأدوات الرقمية لخدمة المصداقية. فبينما يُعترف بـ"سرعة وسائل التواصل"، فإن كل المؤشرات الأخرى سجلت متوسطات منخفضة، خاصة "فاعلية التفاعل الرقمي للمتحدث". هذا يعني أن التحول الرقمي في الأردن شكلي لا جوهري، حيث تركز الحكومة على الوجود الرقمي دون فاعلية. هذه النتيجة تتعارض مع دراسة (Zheng et al. (2021 التي رصدت تحول قادة الرأي إلى "فاعلين رقميين"، لكنها تتفق مع دراسة العدوان (2024) التي أكدت أن وسائل التواصل في الأردن "تقل من تأثير الإعلام الحكومي". كما أن تقييم "احترافية التواصل الرقمي" يكشف عن قصور مهني في التعامل مع المنصات الرقمية، حيث تفنقر المؤسسات إلى استراتيجيات واضحة. هذا يتوافق مع دراسة (Kumalasari et al. (2024 التي أكدت أن "التفاعل الجماهيري النشط" شرط لنجاح الاتصال الرقمي. والأهم أن إدراك "تأثير النقاشات الرقمية على الرواية الرسمية" يعكس خوفاً من الفوضى الرقمية، حيث يرى قادة الرأي أن هذه النقاشات تهدد الوحدة الإعلامية بدلاً من تعزيزها. ومن منظور نظرية التدفق ذي الخطوتين، تخلق البيئة الرقمية مسارات موازية غير خاضعة للترشيح المؤسسي، مما يضعف دور قادة الرأي كوسطاء موثوقين. إضافة إلى ذلك، يُنظر للمؤثرين في هذه البيئة كمفسرين غير مرخصين، مما يقلل مصداقية نقل المعلومات للجمهور.

تكشف النتيجة أعلاه عن نموذج مصداقية غير متوازن في الأردن، حيث تتفوق العوامل الرمزية (المتحدث الرسمي، وجودة الرسالة) على العوامل التشغيلية (الشفافية، والاستجابة، والبيئة الرقمية). هذا النموذج يعكس تحولاً ثقافياً نحو تقبل الشفافية لكن دون آليات تنفيذ كافية، كما يتوافق مع دراسات إقليمية أظهرت أن دول MENA تعاني من "فجوة تنفيذية" بين النظرية والتطبيق

(Kumalasari 2024) كما يُظهر أن الإصلاح الاتصالي في الأردن انتقائي: يركز على تحسين الأداء الفردي (تمكين المتحدث، جودة الرسالة) دون معالجة القيود الهيكلية (البيروقراطية، وغياب الإطار المؤسسي). هذا يشير إلى حاجة ملحة لإصلاح شامل يربط بين التمكين الفردي والإصلاح المؤسسي، مع إعادة تعريف دور الأدوات الرقمية كوسائل فاعلية لا مجرد قنوات سرية.

أظهرت النتائج أن قادة الرأي الأردنيين يميلون لنقل الرواية الرسمية فقط إذا رأوها موثوقة، مع تردد في إضافة تفسيرات شخصية. هذه النتيجة تتفق مع دراسة (Turcotte et al. 2015) التي أثبتت أن تأثير قادة الرأي يعتمد على "تصور الجمهور لمصداقيتهم"، لكنها تُظهر خصوصية في السياق الأردني حيث يرفض قادة الرأي دور "الفاعلين الجدد" الذي رصدته دراسة قرني (2023) في مصر، حيث كان المؤثرون الرقميون يشكلون 69.6% من وعي الجمهور بالقضايا المناخية. هذا التردد قد يعكس وعياً بمسؤولية نقل المعلومات بدقة في سياق سياسي حساس، أو خشية من التأثير على مصداقيتهم الشخصية.

### الرواية الرسمية في إدارة الأزمات

تكشف النتائج المتعلقة بإدارة الاتصال الحكومي أثناء الأزمات في الأردن عن وجود خلل بنيوي ممتد يتجاوز الأداء اليومي إلى ما يمكن وصفه بـ"ثقافة اتصال رجعية"، حيث يغلب على السلوك الاتصالي الطابع التفاعلي المتأخر بدلاً من الاستباقية، وهو ما تؤكد مؤشرات التقييم المتواضعة التي سجلها المحور. فبينما تُظهر البيانات قدرة ملحوظة على تصحيح المعلومات الخاطئة عند انتشارها، تشير المستويات المتدنية في الاتصال المسبق إلى أن الحكومة لا تزال تنتظر وقوع الأزمة لتتحرك، على الرغم من أن الأدبيات الحديثة — مثل دراسة (Weissman et al. 2020) — تشدد على أن التخطيط الاتصالي المسبق يشكّل حجر الأساس

لأي إدارة فعالة للأزمات. هذا النمط لا يعكس فقط فجوة تقنية، بل يمثل أزمة ثقافية أعمق، تزداد وضوحاً عند النظر إلى ضعف التنسيق المؤسسي، إذ تكشف الفجوة الكبيرة بين مؤسسات الدولة عن غياب إطار موحد للخطاب الاتصالي، الأمر الذي يتسق مع ما رصدته دراسة القواطشة (2023) بشأن ضعف وحدة الخطاب الإعلامي، فيما تؤكد نتائج (Kumalasari et al. (2024)

أن نجاح الاتصال في دول المنطقة يستلزم وجود بنية تنسيقية متماسكة في كل مراحل الأزمة.

ويتعمق هذا الخلل البنيوي مع بروز أزمة مصداقية داخلية تتمثل في التناقض بين دقة المعلومات من جهة، ووجود الغموض في البيانات الرسمية من جهة أخرى، حيث تبدو المعلومات دقيقة من الناحية التقنية لكنها تُعرض بطريقة غير واضحة أو تتضمن التباساً يفتح المجال للتفسيرات المتعددة. هذا المفارقة التي تكشفها النتائج تتوافق مع مفهوم "الثقة المتجزئة" الذي ناقشته دراسة الطويسي (2022)، والذي يوضح أن المصداقية لا تتبني على صحة المعلومات فقط، بل على شفافية طريقة عرضها، واتساقها، وقدرتها على تجنب الإيحاء المتناقض. كما تسلط النتائج الضوء على أزمة أكثر عمقاً تتعلق بالأولويات؛ إذ يرى قادة الرأي أن حماية المواطن لا تُمنح الوزن الكافي مقارنة بالتوجيه السياسي، وهو ما يُعد مؤشراً خطيراً على انحراف بوصلات إدارة الأزمات، خصوصاً في ضوء الأدبيات التي تشدد على مركزية المواطن في إدارة المخاطر كما جاء في (Weissman et al. (2020) وتزداد خطورة هذا الوضع عند ربطه بضعف التواصل الاستباقي، الذي يمثل "الثقب الأسود" في المنظومة الاتصالية، حيث يؤدي غياب الملء المبكر للفراغ المعلوماتي إلى فتح المجال للروايات البديلة والشائعات، وهي نتيجة تتفق مع ما ذكره (Turcotte et al. (2015) حول العلاقة بين غياب الاستباقية وتعاضم دور قادة الرأي الرقمي في توجيه الرأي العام خلال الأزمات.

ويضيف التباين الكبير في آراء قادة الرأي بعداً تفسيرياً مهماً لهذه الأزمة؛ إذ تعكس النتيجة حالة انقسام داخلي في تقييم الأداء الاتصالي بين النخب الأردنية، وهو انقسام غير عشوائي بل يعكس اختلافاً حقيقياً في معيار الحكم: فالمسؤولون الحكوميون يقيمون الأداء عبر معايير داخلية مؤسسية، بينما يعتمد الإعلاميون والأكاديميون على معيار المصلحة العامة، في حين يحتفظ رجال الأعمال والمؤثرون بمواقف وسطية تميل للتشكيك. هذا الانقسام الذي لاحظته الطويسي (2022) في دراسته حول الثقة المؤسسية يتخذ في سياق إدارة الأزمات بعداً أكثر خطورة، لأن الانقسام في تقييم الأداء خلال الأزمات قد ينعكس على وحدة الرسالة وانسجام النظام الاتصالي ككل. تكشف هذه النتائج مجتمعة عن ثلاثية أزمة واضحة: أزمة ثقافة (هيمنة الاستجابة المتأخرة)، أزمة هيكل (ضعف التنسيق المؤسسي وغياب إطار استراتيجي موحد)، وأزمة أولويات (تراجع حماية المواطن لصالح الاعتبارات السياسية)، وهي أبعاد تجعل الأردن بحاجة إلى إصلاحات جذرية في هندسة الاتصال الحكومي، بما يشمل إنشاء هيئة عليا موحدة لإدارة الأزمات الاتصالية، وتبني خطط اتصال استباقي، وإعادة تعريف الأولويات بما يجعل المواطن محور العملية الاتصالية، إضافة إلى معالجة الانقسام الداخلي بين النخب لضمان خطاب وطني موحد قادر على إدارة المخاطر الإعلامية في الوقت الذي تتسارع فيه التحديات المعلوماتية.

### دور قادة الرأي في مصداقية الرواية الرسمية

تُظهر النتائج أن المصداقية تمثل الشرط الأساسي لنقل الرواية الرسمية، حيث أبدى قادة الرأي الأردنيون إجماعاً واضحاً على أهميتها شرطاً لقبول المعلومات الرسمية. إن هذا الاهتمام العالي بالمصداقية يعكس تحولاً استراتيجياً في دور النخبة الأردنية، التي لم تعد تقبل مجرد دور "الناقل الأعمى"، بل أصبحت تطالب بضمانات جودة المعلومات قبل نقلها، بما يحافظ على رأس مالها

الرمزي واستقلاليتها المعرفية. ويبرز هذا التوجه خصوصية السياق الأردني، إذ يفرض قادة الرأي على أنفسهم شرط المصادقية كوسيلة للضغط غير المباشر على الحكومة لتحسين جودة المعلومات الرسمية، وهو ما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة (Turcotte et al. (2015 حول تأثير قادة الرأي كمتغير مرتبط بمصادقيتهم في نظر الجمهور.

فيما يتعلق بدور قادة الرأي في المشاركة والتصحيح، أظهرت النتائج تحولاً نوعياً من دورهم كناقلين سلبيين إلى شركاء فاعلين في العملية الاتصالية، حيث حصل كل من "تصحيح المعلومات المغلوطة" و"المشاركة المبكرة في المعلومات" على تقييم متماثل. يعكس ذلك أهمية إشراك قادة الرأي منذ مراحل مبكرة لضمان دقة المعلومات والتحضير النفسي لهم، وبناء شعور بالشراكة والثقة بين الحكومة والنخبة. ويؤكد هذا الدور على أن التصحيح يعمل كضامن لمصادقيتهم، بينما المشاركة المبكرة تمنحهم أداة للتمكين من خلال التحقق من المعلومات واستيعابها قبل نقلها للجمهور، بما يتوافق مع نتائج (Koch & Fortkord (2024، وكذلك مع (Weissman et al. (2020 بشأن أهمية تتبع مسارات المعلومات.

يلعب قادة الرأي دوراً مشروطاً في نقل الرواية الموثوقة. وفقاً لنظرية الثقة المؤسسية (Mayer et al., 1995)، يظهر بُعد حسن النية من خلال رفضهم نشر معلومات غير موثوقة، وهو تعبير عن التزام أخلاقي بحماية جمهورهم. وبمقتضى نظرية التدفق ذي الخطوتين، يلاحظ تحول دور القادة من ناقلين سلبيين إلى مراقبي جودة للمعلومات، حيث أصبح الترشيح انتقائياً ومبنياً على مصادقية المعلومات. وبالتالي، تتطور الخطوة الثانية التقليدية إلى "التدفق ذي الخطوتين المُتحقق"، الذي يركز على التحقق أولاً قبل تفسير المعلومات للجمهور.

على الرغم من هذا الدور التشاركي، كشفت النتائج عن حدود واضحة للتدخل في صياغة الرسائل الرسمية، حيث حصلت المشاركة في الصياغة على تقييم متوسط، فيما كان رفض إضافة التفسير الشخصي مع الإشارة إلى انقسام داخل النخبة. يرى فريق من قادة الرأي أن التفسير الشخصي يضعف مصداقية الرواية ويعرضهم لاتهامات التحيز، بينما يرى فريق آخر أن التفسير ضروري لتبسيط المعلومة وتعزيز الثقة وإضافة سياق إنساني وتربوي. ويؤكد هذا الانقسام خصوصية البيئة الأردنية، حيث الخط الفاصل بين الخبر والرأي أكثر وضوحاً، خاصة في القضايا السياسية والأمنية، وهو ما تدعمه الدراسات قرني (2023) و. (Zheng et al. (2021)

تكشف هذه النتائج عن نموذج اتصالي جديد يقوم على ثلاث ركائز أساسية: أولاً، الشرطية لا المطلقة، حيث يقبل قادة الرأي التعاون مع الحكومة بشروط صارمة تتعلق بالمصداقية والمشاركة المبكرة، مما يخلق علاقة قائمة على مساءلة متبادلة، بما يتوافق مع توصيات (Kumalasari et al. (2024). ثانياً، التمكين لا التبعية، إذ يعكس رغبتهم في المشاركة المبكرة والتصحيح طموحاً للتحويل من ناقلين إلى شركاء فاعلين، وهو ما أكدت فعاليته دراسة (Koch & Fortkord (2024) في عمليات التغيير التنظيمي. ثالثاً، الحفاظ على الاستقلالية الرمزية، من خلال رفض التدخل في صياغة الرسائل أو إضافة التفسيرات الشخصية، بما يحافظ على المسافة النقدية التي تميز دور النخبة، وهو ما يتماشى مع خصوصية السياق الأردني، خلافاً لنموذج "الفاعلين الجدد" في (Zheng et al. (2021)

#### مقترحات تعزيز مصداقية الرواية الرسمية

تُظهر النتائج أن تمكين المتحدثين الرسميين يمثل أساس عملية الإصلاح الاتصالي في الأردن، إذ حصلت فقرة "تمكين الناطقين الرسميين ومنحهم استقلالية أكبر" على أعلى متوسط. يعكس هذا

الإجماع إدراك قادة الرأي بأن أزمة المصادقية في الأردن ليست تقنية أو رقمية فحسب، بل مؤسسية بالدرجة الأولى. تدعم دراسة القشاطشة (2023) هذا الاستنتاج، حيث رصدت أن ضعف أداء الناطقين يعود إلى "غياب الحرية والدعم المؤسسي"، لكن النتائج الحالية توضح أن قادة الرأي يرون أن الاستقلالية المؤسسية هي المفتاح لتحسين الأداء، وهو ما يربط الإصلاح بشكل مباشر بالهيكل الإداري وليس بالمهارات الفردية فقط. هذا التمكين يحمل دلالات عدة: التحول من الإصلاح الشكلي إلى الجذري، والاعتراف بالمخاطر السياسية التي قد يتحملها المتحدثون، والتوافق مع الدراسات الحديثة حول فعالية تمكين القادة المؤثرين في المؤسسات. (Koch & Fortkord, 2024)

كما حازت الشفافية كضمانة موضوعية لتعزيز مصداقية الرواية الرسمية على مستوى مرتفع، وهذا يعكس إجماعاً واسعاً على ضرورة اعتماد الشفافية شرطاً مسبقاً لأي إصلاح مؤسسي أو تقني. ومع ذلك، يكشف الانحراف المعياري عن انقسام ضمني بين المؤيدين، الذين يرون الشفافية حلاً جذرياً لأزمة الثقة، والمتحفظين الذين يخشون أن تُستغل الشفافية بشكل سياسي أو تؤثر على الأمن القومي، بما يتوافق مع ملاحظات الطويسي (2022) حول "الثقة المتجزئة" في المؤسسات الأردنية. كما تؤكد دراسة Kumalasari et al. (2024) أن الشفافية الرقمية تمثل حجر الأساس في تعزيز الثقة بالمؤسسات في دول MENA، لكنها يجب أن تكون شاملة وملزمة في السياق الأردني.

وفيما يتعلق بالتدريب المتخصص كاستثمار في رأس المال البشري، حصل على نفس تقييم الشفافية. يرى قادة الرأي أن التمكين المؤسسي يجب أن يُقترن بالتأهيل المهني للمتحدثين، خصوصاً في إدارة الأزمات والتفاعل الرقمي، وهو ما يعكس وعياً بالتحديات المستقبلية ويستند إلى توصيات Weissman et al. (2020) و Zheng et al. (2021) بشأن تطوير قدرات قادة الرأي للتحول إلى فاعلين رقميين مؤثرين.

أما إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل، فجاء في المرتبة الرابعة، مما يدل على قبول مشروط لهذه الفكرة. هذا التوازن الدقيق بين الرغبة في التأثير والتحفيز يعكس خوف النخبة من أن يُنظر إليهم كـ"أدوات حكومية" رغم إدراكهم أن المشاركة قد تعزز مصداقية الرسائل، وهو ما تدعمه دراسة Koch & Fortkord (2024)، ويتوافق مع ملاحظات Turcotte et al. (2015) حول تأثير استقلالية قادة الرأي على فاعلية الرسائل.

على النقيض، يرفض قادة الرأي إنشاء منصات رقمية جديدة، حيث حصلت على تقييم منخفض. إن هذا الرفض يعكس قناعة بأن المشكلة ليست تقنية بل مؤسسية. ويشير ذلك إلى فهم متقدم لأولويات الإصلاح الجذري على الشكلي، بما يتوافق مع ملاحظات Zhao (2024) والعدوان (2024) حول محدودية تأثير المنصات الرقمية إذا لم تصحبها إصلاحات مؤسسية.

تكشف النتيجة أعلاه عن ثلاث تحديات هيكلية رئيسية: البيروقراطية التي تعيق الوصول للمعلومات، غياب الاستباقية في إدارة الأزمات، وضعف التنسيق المؤسسي. هذه التحديات تتفق مع دراسة الطويسي (2022) التي ربطت انخفاض الثقة بالحكومة التنفيذية بـ"الإحباط الاقتصادي وتراكم المشكلات المعيشية"، مما يعني أن الأداء الفعلي للمؤسسة يؤثر على مصداقية روايتها الإعلامية. كما تُبرهن على صعوبة تطبيق توصيات دراسة Kumalasari et al. (2024) حول "نماذج اتصال أكثر انفتاحاً وتشاركية" في بيئة تعاني من ضعف الشفافية الهيكلية. هذا يؤكد أن تحسين مصداقية الرواية الرسمية في الأردن يتطلب إصلاحات مؤسسية عميقة تتجاوز مجرد تحسين الأداء الاتصالي.

## دلالات الفروقات الإحصائية

يكشف التحليل الإحصائي عن غياب تام لأي فروق دالة إحصائية في تقييم مصداقية الرواية الرسمية الأردنية عبر جميع المتغيرات الديموغرافية المدروسة (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والوظيفة). ففي اختبار (t-test) للفروق الجنسانية، بلغت قيمة الدلالة (0.496) وهي أعلى بكثير من الحد المعياري (0.05)، مما يؤكد تماثلاً كاملاً في تقييم الذكور والإناث رغم التفاوت العددي في العينة. هذا التماثل يفند الفرضيات السائدة في الدراسات الإعلامية التي تربط عادةً بين الجنس وأنماط استقبال الخطاب الرسمي، كما في دراسة (Turcotte et al. 2015)، مما يشير إلى إجماع بين جميع فئات العينة على طبيعة أزمة المصداقية.

إن غياب الفروق الديموغرافية يُظهر أن العينة رغم تنوعها تتصرف كـ"كتلة متجانسة" في تقييمها للرواية الرسمية، مما يقلل من احتمالية أن تكون النتائج انعكاساً لتحيزات فئوية محددة. هذا التوافق يمنح النتائج عمومية استثنائية، حيث يمكن تعميمها على مجتمع قادة الرأي في الأردن ككل دون استثناءات ديموغرافية.

## ثانياً: الخاتمة

أظهرت الدراسة أن تقييم قادة الرأي الأردنيين لمصداقية الرواية الرسمية جاء بمستوى متوسط، مع بروز نقاط قوة تتمثل في الثقة بالناطق الإعلامي الرسمي، والحرص على تحديث المعلومات، وجودة الرسالة الاتصالية، مقابل نقاط ضعف جوهرية أبرزها عدم الاتساق في البيانات، والشعور بالتحيز السياسي، وضعف التواصل الاستباقي في إدارة الأزمات، إلى جانب محدودية الشفافية بفعل البيروقراطية، وهشاشة الأداء في البيئة الرقمية التي لا تُعد منصات ولا المؤثرون فيها مصادر موثوقة للمعلومة الرسمية. ويعكس هذا التقييم المتقارب بين مختلف الفئات الديموغرافية طابعاً هيكلياً للتحديات، ما دفع قادة الرأي إلى اقتراح أولويات إصلاحية تتقدمها زيادة تمكين واستقلالية الناطقين الرسميين وتدريبهم على إدارة الأزمات والتفاعل الرقمي، وتعزيز الشفافية عبر نشر البيانات والوثائق الداعمة للقرارات، مع تأكيد استعدادهم للقيام بدور صحيحي مشروط بمصداقية الرواية الرسمية، والدعوة إلى إشراكهم مبكراً في صياغة الرسائل الاتصالية ضمن نموذج تواصلي تشاركي يعزز الثقة ويحولهم إلى حلقة وصل فاعلة بين الحكومة والجمهور.

وعليه، يمكن إيجاز النتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يلي:

1. إن مصداقية الرواية الرسمية تقع في المستوى المتوسط. هذا يعكس أن تقييم قادة الرأي

الأردنيين لها هو تقييم متوازن، لا مرتفع ولا منخفض.

2. ضعف الثقة بالمصادر غير التقليدية والمستقلة. جاءت وسائل التواصل الاجتماعي، ومدونو

الرأي والمؤثرون، ووسائل الإعلام المستقلة المحلية في المراتب الأدنى من حيث الموثوقية

كمصادر للرواية الرسمية.

3. إن جودة الرسالة الاتصالية (مثل الدقة والإحصاءات والأمثلة التوضيحية)، تليها شخصية وصلاحيات المتحدث الرسمي، هما حجر الزاوية في بناء المصداقية وتعزيزها.
4. على الرغم من أهمية التحديث المنتظم للمعلومات ، فإن صعوبة إتاحة الجهات الحكومية الوصول إلى المعلومات العامة تمثل أكبر عائق للشفافية.
5. يميل قادة الرأي لنقل الرواية الرسمية لجمهورهم إذا رأوها موثوقة ، ويفضلون أن تُشارك المعلومات الرسمية معهم قبل إعلانها للجمهور ، مما يدعو لنموذج اتصالي تشاركي.
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم قادة الرأي لمصداقية الرواية الرسمية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الوظيفة). يعزز هذا من قوة النتائج ويؤكد أن التحديات تتطلب حلاً هيكلياً ومنهجية.

### ثالثاً: التوصيات

استناداً إلى نتائج الدراسة، توصي الباحثة بما يلي:

- اعتماد بروتوكول وطني للاتصال في الأزمات يحدد معايير زمنية ملزمة للاستجابة، وآليات واضحة لنشر المعلومات والوثائق الداعمة، ويضمن تكامل الخطاب مع الممارسة، وموازنة نموذج المصداقية المؤسسية في الأردن عبر الانتقال من الاعتماد المفرط على العوامل الرمزية في الاتصال الرسمي (مثل قوة المتحدث وجودة الصياغة الخطابية) إلى تعزيز العوامل التشغيلية للاتصال (الشفافية الإجرائية، وسرعة الاستجابة المؤسسية، والتوظيف المنهجي للبيئة الرقمية)
- منح الجهات الرسمية للناطقين الرسميين استقلالية أكبر في الأداء ووضع سياسات واضحة ومحددة تضبط صلاحيات المتحدث الرسمي.

- ضمان أعلى لمستويات جودة المحتوى في البيانات الحكومية وتأسيس آلية مراجعة مركزية صارمة للبيانات قبل النشر لضمان الاتساق بين مختلف الجهات وتجنب التناقض المتكرر، و تعزيز الروايات الرسمية بالدقة والإحصاءات الموثوقة.
- تطوير خطة اتصال استباقية تضمن تواصل الجهات الرسمية لتوضيح المستجدات قبل انتشار الشائعات وتلافي الفراغ الإعلامي. كما يجب زيادة الشفافية في نشر البيانات الحكومية.
- إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية والاستفادة من آرائهم في تصميم المحتوى. فضلاً عن ذلك، يجب توفير الرواية الموثوقة لهم لتمكينهم من أداء دورهم كمصححي معلومات عبر تصحيح الرواية المتداولة بشكل غير دقيق.

## قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

السالم، فاطمة (2020). انتقال المعلومات على مرحلتين و دور قادة الرأي في عصر التواصل الاجتماعي. المجلة المصرية لبحوث الأعلام. مجلد 2020، العدد 70، الصفحات: 393-422. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2020.117408>

طريف، أمينة؛ عطوات، سلمى.(2019). تشخيص لسمات قادة الرأي وأثرها في القرار الشرائي للمستهلك. مجلة إقتصاد المال والأعمال. مجلد 4، العدد1، الصفحات: 35-46 . <https://asjp.cerist.dz/en/article/94726>

الطويسي، باسم؛ عيادات، زيد وآخرون (2022). مؤشر الثقة بوسائل الإعلام الأردنية لعام 2022. تقرير مؤسسي مشترك صادر عن معهد الإعلام الأردني ومركز الدراسات الاستراتيجية في الجامعة الأردنية. [?https://www.jmi.edu.jo/ar/%D9](https://www.jmi.edu.jo/ar/%D9)

العدوان، عبد الحميد خالد (2024). تقييم قادة الرأي الأردنيين لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة. المجلد 2024، العدد 29 ، الجزء الثاني، يوليو 2024، الصفحة 229-250. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2024.380455>

العوفي، عبد اللطيف بن دبيان محمد (2023). دور قادة الرأي في صناعة الرأي العام السعودي عبر استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي دراسة مسحية .حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية .-13, 43(621), <https://doi.org/10.34120/aass.v43i621.1405>

قرني، أماني حمدي (2023). الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورهم في حملات التوعية بالتغيرات المناخية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، (2)7، 1288-1372.

القطاطشة، أنس فايز (2023). دور أداء الناطق الإعلامي الرسمي في تشكيل صورة المؤسسة الرسمية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. جامعة الشرق الأوسط - كلية الإعلام - قسم الصحافة والإعلام.

كابيتال، ف. (تاريخ آخر تحديث: 30 أبريل 2025). قادة الرأي: التأثير على الجماهير: دور قادة الرأي في الإعلام. فاستر كابيتال. استرجع من: <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D9%8>

## ثانيًا: المراجع باللغات الأجنبية

- Al Muheisen, R. (2022, December 15). *JMI releases first ever 'Local Media Confidence Index.'* Jordantimes. <https://jordantimes.com/news/local/jmi-releases-first-ever-%E2%80%98local-media-confidence-index%E2%80%99?>
- Coombs, W. T. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: Initial Tests of the Situational Crisis Communication Theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2). <https://doi.org/10.1177/089331802237233>
- Edelman. (2023). Edelman Trust Barometer. <https://www.edelman.com/trust/barometer>
- Grimmelikhuijsen, S. G. (2012) . Transparency and public trust: A systematic review of the evidence. In S. G. Grimmelikhuijsen & M. Bovens (Eds.) , *Transparency in public policy* (pp. 17-40) . Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137035103\\_2](https://doi.org/10.1057/9781137035103_2)
- Guo, Y., & Lei, Y. (2025). The Media Trust Gap and Its Political Explanations: How Individual and Sociopolitical Factors Differentiate News Trust Preferences in Asian Societies. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612251315597>
- Habes, M., Elareshi, M., Mansoori, A., Pasha, S., Salloum, S. A., & Al-Rahmi, W. M. (2023). Factors Indicating Media Dependency and Online Misinformation Sharing in Jordan. *Sustainability*, 15(2), 1474. <https://doi.org/10.3390/su15021474>
- Hardin, R. (2004). Trust and trustworthiness. In *Trust and Trustworthiness*. <https://doi.org/10.4324/9780429265952-6>
- Heath, R. L. (2013). Public Opinion and Opinion Leaders. In *Encyclopedia of Public Relations*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452276236.n393>
- Hetherington, M. J. (2005). *Why trust matters: Declining political trust and the demise of American liberalism*. Princeton University Press.
- IFIT, I. for integrated transitions. (2021). *Media and Narrative: Managing Conflict in Polarised Societies*.
- Katz, E. (1957) . The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21 (1) , 61-78. <https://doi.org/10.1086/266687>

- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955), *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Free press
- Kazkaz, L. (2020). Role of New Opinion Leaders on Social Media in Political and Religious Polarization (Jordanian case study). *Lebanese Science Journal*, 21(2), 211–229. <https://doi.org/10.22453/LSJ-021.2.211-229>
- Koch, T., & Fortkord, C. (2024). Opinion Leaders in Organizational Change Processes: Insights from a Large-Scale Quantitative Survey to Identify, Characterize, and Classify Influential Employees within a Multinational Corporation. *Journal of Change Management*, 24(4), 325–345. <https://doi.org/10.1080/14697017.2024.2426789>
- Kumalasari, A., Musa, H. G., Garad, A., Emovwodo, S. O., & Aditasari, K. (2024). How Digital Communication Transparency and Public Trust Shape Crisis Communication through Public Engagement. *Komunikator*, 16(2), 182–195. <https://doi.org/10.18196/jkm.24485>
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Hazel Gaudet. (1948). *The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, (1st ed.). Columbia University Press.
- Liu, B. F., Fraustino, J. D., & Jin, Y. (2021) . Social media use during disasters: How information form and source influence intended behavioral responses. *Communication Research*, 48(1), 3-30. <https://doi.org/10.1177/0093650215623837>
- Luhmann, N. (1979). Luhmann, N. In *John Wiley & Sons*.
- Majerczak, P., & Strzelecki, A. (2022). Trust, Media Credibility, Social Ties, and the Intention to Share towards Information Verification in an Age of Fake News. *Behavioral Sciences*, 12(2), 51. <https://doi.org/10.3390/bs12020051>
- Marko, D. (2011). The role of opinion leaders in the dissemination of media messages during the pre-election period: The case of Bosnia and Herzegovina. *CEU Political Science Journal*, 6(2), 167-191.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3). <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6<sup>th</sup> ed.). Sage publications.
- Meijer, A. J., & Wallin, S. (2022) . Transparency. In *The Palgrave Encyclopedia of Public Policy and Governance*. Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-43896-4\\_191-1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-43896-4_191-1)

- Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078–2091. <https://doi.org/10.1002/asi.20672>
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Medders, R. B. (2020) . Trusting expert- versus user-generated information online. *Computers in Human Behavior*, 107, 106198. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106198>
- Neuman, W. R., Guggenheim, L., Jang, S. M., & Bae, S. Y. (2014) . The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data. *Journal of Communication*, 64 (2) , 193-214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>
- Nye, J. S. (1997). *Understanding international conflict: An introduction to theory and history* longman.
- OECD. (2021). *Empowering Youth and Building Trust in Jordan*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/8b14d38f-en>
- Okoro, Y. (2023). *Examining How Transparency and Timeliness of Crisis Response Via Social Media Impact Crisis Outcomes and Organizational Reputation: A Case Study of Meta Platforms, Inc. And Slack Technologies*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4579557>
- Phoenix Center for Economic and Informatics Studies. (2023) . Public trust in government institutions in Jordan: Annual report 2022. Amman, Jordan: Phoenix Center.
- Shah, D. V., Hanna, A., Bucy, E. P., Wells, C., & Quevedo, V. (2017) . The power of television news in the age of social media: Image appraisals, emotional responses, and policy preferences in the 2016 U.S. presidential election. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61 (3) , 408-434. <https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1344672>
- Steinberg, P. (2015). *Who rules public opinion?. Crisis communication and trust in government*. Oxford University Press
- Transparency International. (2023) . *Corruption Perceptions Index 2022*. <https://www.transparency.org/en/cpi/2022>
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M & ,Pingree, R. J. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 521–535. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12128>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <http://doi.org/10.1126/science.aap9559>

- Waisbord, S. (2019) . The elective affinity between post-truth and communication studies. *Journal of Communication*, 69 (1) , 3-11. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy004>
- Walgrave, S., Sevenans, J., Varone, F., Sheffer, L., & Breunig, C. (2025). Do Political Leaders Understand Public Opinion Better than Backbenchers? *British Journal of Political Science*, 55, e9. <https://doi.org/10.1017/S0007123424000929>
- Walter, T., Bode, L., & Tandoc, E. C. (2020) . The credibility of online news: Perceptions of news consumers and journalists. *Digital Journalism*, 8 (5) , 634-652. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1707484>
- Wang, Y. (2020). Exploring the linkages among transparent communication, relational satisfaction and trust, and information sharing on social media in problematic situations. *El Profesional de La Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.07>
- Weissman, A., Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., & Mathisen, R. (2020). The Role of the Opinion Leader Research Process in Informing Policy Making for Improved Nutrition: Experience and Lessons Learned in Southeast Asia. *Current Developments in Nutrition*, 4(6). <https://doi.org/10.1093/CDN/NZAA093>
- Zhao, L., Sun, Z., Chen, S., Gughani, R., & Sahore, N. (2024). Social media opinion leaders and information diffusion of crowdfunding projects: Evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123110. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123110>
- Zheng, H., Song, P & ,Zhang, Y .(2021) .Analysis on the Role of Opinion Leaders: Three Case Studies Based on Two-step Flow Communication Theory .In Proceedings of the 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021) (Vol. 631). Atlantis Press.<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.164>

## الملحقات

## الملحق (1) الاستبانة

السلام عليكم،

أنا الباحثة ياسمين الهواملة أعمل على دراسة بعنوان: قياس مدى مصداقية الرواية الرسمية الأردنية من وجهة نظر قادة الرأي، بإشراف الاستاذ الدكتور هاني البدرى، جامعة الشرق الأوسط، ولكونكم خير من نتلقى منه المعلومة حول الموضوع، نضع بين ايديكم هذا الاستبيان لمعرفة رؤيتكم كقادة رأي تجاه مصداقية الرواية الرسمية الأردنية في نقل الأخبار والمعلومات إلى المواطن، والعوامل التي تؤثر فيها. يرجى العلم أن الاستبانة أعدت لأغراض البحث العلمي ولن تتم الإشارة إلى معلوماتكم الشخصية ...

### وافر التقدير

الباحثة

ياسمين الهواملة

طالبة ماجستير- جامعة الشرق الأوسط

### القسم الأول: البيانات الديموغرافية

العمر:	21 - 30	31-40	41-50	51 فأكثر
الجنس:	ذكر	أنثى		
الدراسة:	ثانوية	دبلوم	بكالوريوس	شهادة عليا
سنوات الخبرة:	أقل من 5 سنوات	5-10	10-10	
العنوان الوظيفي:	مسؤول حكومي	رجل أعمال	مدير	موظف مؤثر

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
	<b>المحور الأول: مصادر الرواية الرسمية الموثوقة</b>					
1.	البيانات الرسمية التي تصدر عن المؤسسات الرسمية					
2.	الناطق الإعلامي الرسمي لمؤسسة حكومية					
3.	وسائل الإعلام التقليدية المحلية (صحف، قنوات، إذاعات)					
4.	وسائل الإعلام المستقلة المحلية					
5.	المواقع الإخبارية الإلكترونية المحلية					
6.	وسائل التواصل الاجتماعي					
7.	مدونو الرأي/المؤثرون الرقميون ذوو التخصص.					
	<b>المحور الثاني: كيف تقيم مصداقية الرواية الرسمية</b>					
8.	المعلومات الرسمية الصادرة عن الجهات الحكومية دقيقة عموماً					
9.	الرواية الرسمية تتسم بالموضوعية عند عرض الحقائق.					
10.	البيانات الحكومية متسقة ولا تتناقض بشكل متكرر.					
11.	الرواية الرسمية تعكس وقائع دقيقة وليست توجيهياً سياسياً.					
12.	الجهات الرسمية تصحح المعلومات الخاطئة بسرعة عند الضرورة					

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
	<b>المحور الثالث: العوامل المؤثرة في إدراك المصادقية</b>					
	<b>أ. الشفافية والاتساق</b>					
13	الحكومة توفر تفسيرات واضحة حول قراراتها.					
14	يتم نشر الوثائق والبيانات الداعمة للقرارات المهمة					
15	الحكومة تظهر اتساقًا بين الأقوال والأفعال					
16	تُحدَّث المعلومات الرسمية بانتظام عند حدوث تطورات جديدة.					
17	الجهات الحكومية تُتيح الوصول إلى المعلومات العامة دون تعقيد أو بيروقراطية					
18	وضوح المسؤوليات المؤسسية في التواصل مع الجمهور يعزز ثقتي بالمصدر الرسمي					
	<b>ب. سرعة الاستجابة</b>					
19	تستجيب الجهات الحكومية بسرعة خلال الأزمات					
20	تحدّث بياناتها في الوقت المناسب					
21	إصدار بيان رسمي لتلافي انتشار الشائعات.					
22	بإصدار توضيحات أولية حتى قبل اكتمال جميع المعلومات لتجنب الفراغ الإعلامي					
23	سرعة الرد والتفاعل من قبل الجهات الحكومية مع المواطنين					
	<b>ج. حرية المتحدث الرسمي</b>					
24	يملك الناطق الإعلامي الرسمي حرية كافية لتقديم المعلومات.					
25	لا توجد قيود مؤسسية على المتحدث تؤثر سلبًا على مصداقية الرواية الرسمية.					
26	يتمتع المتحدثون الرسميون بدعم إداري وسياسي يمكنهم من التواصل بمرونة					
27	هناك سياسات واضحة تحدد صلاحيات المتحدث الرسمي					
28	هناك دورات داعمة للمتحدث الرسمي					

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
	<b>د. جودة الرسالة ووضوحها</b>					
29	اللغة المستخدمة في البيانات الرسمية واضحة وسهلة الفهم.					
30	البيانات الرسمية تستند إلى معلومات دقيقة وإحصاءات موثوقة					
31	يتم إرفاق البيانات الرسمية بمصادر موثوقة عند الحاجة.					
32	الرسائل الرسمية تعرض الأرقام والبيانات بطريقة مبسطة					
33	تعزز الروايات بأمثلة توضيحية تساعد في فهم السياسات العامة					
	<b>هـ. البيئة الرقمية</b>					
34	وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الأسرع لتلقي المعلومات.					
35	انتشار الأخبار عبر المنصات الرقمية يقلل من تأثير الإعلام الحكومي.					
36	النقاشات الرقمية تؤثر على رأيي بالرواية الرسمية.					
37	التفاعل الرقمي للناطق الرسمي يعزز المصداقية.					
38	الرد الفوري عبر المنصات الرقمية					
39	احترافية تواصل المؤسسات الحكومية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الجمهور					
	<b>المحور الرابع: إدارة الاتصال أثناء الأزمات</b>					
40	تقدم الحكومة معلومات دقيقة وواضحة أثناء الأزمات.					
41	البيانات الحكومية في الأزمات خالية من الغموض والتضليل.					
42	يتم تصحيح المعلومات الخاطئة فور اكتشافها.					
43	الأولوية في الأزمات تكون لحماية المواطن وليس للتوجيه السياسي.					

ت	الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
44	الجهات الرسمية تتواصل استباقياً مع الجمهور لتوضيح المستجدات قبل انتشار الشائعات					
45	هناك تنسيق فعال بين المؤسسات الحكومية المختلفة لضمان وحدة الخطاب الإعلامي أثناء الأزمات					
<b>المحور الخامس: دور قادة الرأي في نقل الرواية الرسمية</b>						
46	أميل إلى نقل الرواية الرسمية لجمهوري إذا رأيتها موثوقة.					
47	أضيف تفسيري الشخصي عند نقل البيان الرسمي.					
48	إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية يعزز من اعتمادها.					
49	أفضل أن تُشارك المعلومات الرسمية مع قادة الرأي قبل إعلانها للجمهور.					
50	أسهم أحياناً في تصحيح المعلومات المغلوطة أو توضيح الرواية الرسمية عند تداولها بشكل غير دقيق					
<b>المحور السادس: مقترحات لتعزيز المصداقية</b>						
51	زيادة الشفافية في نشر البيانات الحكومية.					
52	تمكين الناطقين الرسميين ومنحهم استقلالية أكبر.					
53	إشراك قادة الرأي في صياغة الرسائل الرسمية.					
54	إنشاء منصات رقمية رسمية للرد على الشائعات والتفاعل مع الجمهور.					
55	تنفيذ برامج تدريبية للناطقين الرسميين على إدارة الأزمات والتفاعل الرقمي					

## الملحق (2)

### قائمة بأسماء السادة المحكمين

اسم المحكم	الرتبة	التخصص	المؤسسة أو الجامعة
أ.د. عزت حجاب	أستاذ	صحافة	جامعة الشرق الأوسط- الأردن
أ.د. كامل خورشيد مراد	أستاذ	صحافة	جامعة العلوم التطبيقية- الأردن
د. أحمد عريقات	أستاذ مشارك	الإعلام الرقمي	جامعة العلوم التطبيقية- الأردن
د. محمد حجاب	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	جامعة الأنبار- العراق
د. جمانة ارشيدات	أستاذ مساعد	الإعلام الرقمي	جامعة الشرق الأوسط- الأردن