

درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات

The Level of Dependence of Jordanian Youth on Official Media during Crises

إعداد الطالب

حمزة عيسى المحاميد

إشراف

الدكتور رائد أحمد البياتي

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

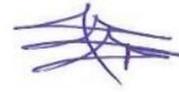
كانون ثاني، 2019م

التفويض

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

الاسم: حمزة عيسى المحاميد.

التاريخ: 2019 / 01 / 21.

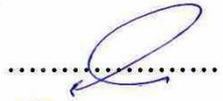


التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " درجة إعتقاد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات " وأجيزت بتاريخ 2019/1/21.

أعضاء لجنة المناقشة:

الإسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د.رائد الباتي	مشرفاً ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
د.هاني البديري	مناقشاً داخلياً	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د. حلمي ساري	مناقشاً خارجياً	الجامعة الأردنية	

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم ﴿رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ سورة النمل الآية 19

الحمد لله الذي هدانا لهذا الكتاب، وفضلنا على سائر الأمم بأكرم أحبائه، حمداً يستجلب المرغوب من رضائه ويستعطف المحزون من عطائه ويجعلنا من الشاكرين لنعمائه والعارفين لأوليائه واله، وصلى الله على سيدنا محمد رسوله المصطفى ونبيه المجتبي وعلى آله وأصحابه وأمتهم أجمعين.... أما بعد:

لا يسعني وقد أنهيت هذا العمل إلا أن أحمدهم الله سبحانه وتعالى الذي أعانني على إبراز هذا الجهد إلى حيز الوجود، وما كان ذلك ليتم إلا بفضلهم، ثم بفضل مساعدة أستاذي الفاضل المشرف على هذه الرسالة الأستاذ الدكتور رائد البياتي فقد قدم لي النصح والإرشاد في كل خطوة، وجعل طريقي سهلاً وخطواتي واثقة وعملي صائباً بمشيئة الله تعالى.

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى لجنة المناقشة على جهودهم الكبيرة التي بذلوها لمساعدتي، ولما قدموه من مساعدة وإرشادات قيمة وملاحظات دقيقة ساهمت في إثراء هذه الرسالة.

كما أتوجه بالشكر الجزيل إلى الصرح العلمي الشامخ جامعة الشرق الأوسط من أساتذة وعاملين فيها.

وأخيراً لا يسعني إلا أن أتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدني وساهم في إنجاز هذا العمل.

والله ولي التوفيق

الباحث

الإهداء

إلى من مهدى لي طريق العلم بعد الله.....

إلى من وقف بجانبني وكان له الفضل فيما وصلت اليه،

إلى والدي.....

إلى حياتي والتي تحرق روحها كشمعة لتضيء لي الطريق...

أمي

إلى عزوتي وسندي في الحياة... إخوتي وإخواتي

إلى الذين مهدو لي طريق العلم والمعرفة...إلى جميع اساتذتي الأفاضل

الباحث

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	فهرس المحتويات
ح	قائمة الجداول
ط	قائمة الاشكال
ي	قائمة الملحقات
ك	الملخص باللغة العربية
م	الملخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها	
1	1. المقدمة
3	2. مشكلة الدراسة
4	3. أهداف الدراسة
4	4. أهمية الدراسة
5	5. أسئلة الدراسة
6	6. حدود الدراسة
6	7. محددات الدراسة
7	8. مصطلحات الدراسة
الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة	
9	أولاً: الأدب النظري
44	ثانياً: الدراسات السابقة
49	ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة
50	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات	
51	منهجية الدراسة

51	مجتمع الدراسة
51	عينة الدراسة
55	مصادر جمع البيانات
56	أداة الدراسة
58	صدق أداة الدراسة
59	اختبار الصدق الظاهري
59	صدق البناء
60	ثبات الأداة
61	متغيرات الدراسة
61	اجراءات الدراسة
62	المعالجة الإحصائية

الفصل الرابع: عرض النتائج

63	التحليل الإحصائي
----	------------------------

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

71	مناقشة النتائج
77	التوصيات

المصادر والمراجع

78	أولاً: المراجع العربية
84	ثانياً: المراجع الأجنبية
85	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	عدد الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل الإحصائي.	52
2 - 3	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية.	52
3 - 3	توزيع فقرات محاور الدراسة.	56
4 - 3	اختبار مقياس الاستبانة.	57
5 - 3	اختبار مقياس الاستبانة.	58
6 - 3	معاملات الارتباط بين الفقرات والبُعد الذي تنتمي إليه والأداة ككل.	59
7 - 3	معاملات الثبات (كرونباخ الفا) لمحاور أداة الدراسة والأداة ككل.	60
8 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.	63
9 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.	64
10 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.	66
11 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.	67
12 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / مدى ثقة الشباب الأردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي.	68
13 - 4	تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات تبعاً لمتغيري (النوع الاجتماعي، نوع الكلية).	70
14 - 4	تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات تبعاً لمتغيري (العمر، المستوى الدراسي)	70

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	الرقم
53	توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الجنس	1
54	توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الفئة العمرية	2
54	توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير المستوى الدراسي	3
55	توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الكليات	4

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
85	قائمة المحكمين	1
86	الاستبانة	2
91	تحديد حجم العينة	3

درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات

إعداد

حمزة عيسى المحاميد

إشراف

الدكتور رائد أحمد البياتي

الملخص

هدفت الدراسة لتعرف إلى درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات، وتسلط الضوء على أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

وتكمن مشكلة هذه الدراسة من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي ما واقع اعتماد الشباب الأردني على المعلومات والأخبار التي يقدمها الإعلام الرسمي خلال الأزمات؟

اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي الذي يقوم بدراسة ظاهرة معينة وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها لجمع البيانات من أجل الإجابة عن الأسئلة المتعلقة بالحالة الراهنة بموقف أو ظاهرة معينة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها: وجود درجة اعتماد متوسطة على أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات، كما أظهرت الدراسة عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات تعزى للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، العمر المستوى الدراسي، نوع الكلية).

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة أوصت في الآتي: ضرورة العمل على إنشاء مركز أبحاث تابع للأعلام الرسمي الأردني، يهتم بإجراء دراسات حول الأزمات، لمعرفة الكيفية المثلى للتعامل معها وإدارتها إعلامياً بالشكل الصحيح، يجب على الإعلام الرسمي الأردني أن يحرص على أمداد الجمهور بالمعلومات الصحيحة حول الأحداث، وبأسرع وقت ممكن، وذلك من خلال تزويد كوادر الإعلام الرسمي بالأجهزة والتسهيلات اللازمة لتقديم الأخبار والمعلومات.

الكلمات المفتاحية: درجة اعتماد، الشباب الأردني، الإعلام الرسمي، الأزمات.

The Level of Dependence of Jordanian Youth on Official Media during Crises

By

Hamza Issa Al-Mahamid

Supervisor

Dr. Raed Ahmed Al-Bayati

Abstract

This current study aimed to identify the degree of Jordanian youth's dependence on the official media as a source of news during crises and highlight the forms of official media (visual, audible, and readable) on which the Jordanian youth depend as a source of news in times of crises.

The study problem lies in answering the study main question: what is the reality of the dependence of Jordanian youth on information and news provided by the official media during crises?

The study adopted the descriptive survey method, which examines a certain phenomenon and collects accurate descriptions and information for answering questions related to a certain situation or phenomenon.

The study concluded that there was a medium degree for the forms of official media (visual, audible, and readable) on which the Jordanian youth depend as a source of news during crises and that there was no statistically significant difference at sig. ($\alpha \leq 0.05$) for the Jordanian youth's dependence on the official media as a source of news in crises according to the personal variables of (gender, age, school level, and college type).

Based on the results, the study recommended the need for establishing a research center under the umbrella of the Jordanian official media to conduct studies on crises for

figuring out the method of managing crises and dealing with them properly and the need that the Jordanian official media provides the public with right information on events as soon as possible through providing media teams with the necessary equipment and facilities of news and information.

Keywords: Degree of Dependence, Jordanian Youth, Official Media, Crises.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

1. المقدمة:

تلعب الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها المرئية، والمسموعة، والمقروءة دوراً مهماً وكبيراً في التأثير على الرأي العام، وتشكيل توجهاته واتجاهاته نحو أهداف وقضايا معينة، فالوسائل الإعلامية تعد من الأدوات المهمة في عمليات التغيير السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، لذا تستخدم كوسيلة للتأثير وتغيير الاتجاهات لدى الفئات التي تقوم باستهدافها الوسائل الإعلامية.

وتشكل وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة الرسمية، مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثيرات كبيرة في جماهير المتلقين المختلفين باختلاف مستوياتهم العمرية، والثقافية، المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية، وخاصة فئة الشباب التي تمثل النسبة الأكبر وبشكل خاص في المجتمع الأردني، التي لها قابلية التأثر والتفاعل مع الكثير من المضامين والمحتويات التي تبثها وسائل الإعلام الرسمية، وهي الفئات المهمة أيضاً بالشؤون والأحداث التي تعصف بالمنطقة العربية بحكم انتمائها العرقي والجغرافي والثقافي والديني لتلك المنطقة، وإن من أبرز تلك الأحداث كانت تلك التحولات السياسية التي حدثت في أكثر من بلد عربي شهد أزمات وحروب كثيرة أودت بحياة عدد كبير من أفراد المجتمع وخاصة الشباب منهم (عطوان، 2008).

ولقد زادت أهمية الإعلام في منتصف القرن الماضي مع ظهور الوسائل الإعلامية بجميع أشكالها، والتي أحدثت تطوراً هائلاً في العملية الإعلامية، إذ نجحت في توصيل الرسائل للناس، ثم ظهرت في المرحلة الراهنة وسائل إعلامية جديدة مثل الفضائيات والإذاعات الخاصة، ومواقع

إعلامية إلكترونية، إذ أصبحت الأخبار والتقارير، والصور تنتقل إلى الجماهير في كل ثانية، وبصورة مستمرة، مما أدى إلى اعتماد عامة الناس على وسائل الإعلام الرسمي أو الخاص في نقل المعلومات والأخبار ليس على الساحة المحلية فحسب، ولكن على الساحتين الإقليمية والعالمية أيضاً وخاصة وقت الأزمات السياسية، أو الاقتصادية، أو الاجتماعية (الرحباني، 2013).

وتعد الأزمات من أخطر التهديدات التي تواجه المجتمعات لأنها تمس كيانها الداخلي وتهدد أمن المجتمع واستقراره، أن اعتماد المتلقين على وسائل الإعلام الرسمي يزيد في أوقات الأزمات والحروب والكوارث لأنه بكل بساطة يكون اضطراب وتضارب في الأخبار ونمو متزايد للشائعات، وتساهم وسائل الإعلام الرسمية في إدارة الأزمة من خلال ضمانها لسيرورة تدفق المعلومات داخل المجتمع وتغطيتها المتواصلة لمختلف تطورات الأزمة بشي من التحليل والتفسير وتلبيتها لحاجات الفرد وإشباع رغباته من المعلومات، ومراقبتها لكل ما يحدث في البيئة المتأزمة، والممارسة الإعلامية في أوقات الأزمات تختلف عن الأوضاع الأخرى التي يمر بها المجتمع، إذ لا بد من إعلام خاص رسمي من قبل الناطقين باسم الحكومة لإدارة الأزمة يتوفر على كل شروط المهنية والمصداقية والموضوعية، لأن أي خطأ سيكلف ذلك غالباً ويزيد من درجة التوتر ويؤدي إلى انحراف الأحداث واستمرار نشاط الأزمة وتغذية أسبابها(قادري، وجولوي، 2015).

وأثبتت الخبرات والتجارب الإنسانية أن الحكومات لا تستطيع الاستغناء عن وسائل الإعلام الرسمي لمخاطبة الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي، لهذا حرصت الحكومات على إنشاء وسائل الإعلام الخاصة بها، من مطبوعة إلى مسموعة إلى مرئية، وتتشابه في ذلك الدول المتقدمة والدول النامية على حدٍ سواء، لذلك فهي تقوم بتوظيف ناطقين رسميين باسمها، بهدف شرح سياسة الحكومة إلى الناس وأيضاً لتحقيق التفاهم والانسجام في سياسات الدولة مع المجتمع بكل مكوناته

السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وأفراد الجمهور هم أيضاً بحاجة إلى مثل تلك الوظيفة التي تزودهم يومياً بالمعلومات والأخبار التي تجري في أروقة الحكومة، وترك هذه المهمة بدون قيام موظفين إعلاميين سيؤدي إلى الكثير من العقبات والمشكلات في العلاقة بين الجماهير والحكومة خصوصاً في الأزمات، وكذلك في العلاقة بين الحكومات والدول والجماعات السياسية وغير السياسية.

لا بد من الاعتراف بأن الشباب هم أكثر فئات المجتمع، وخاصة الشباب الجامعي الذي يتأثر بكل ما يدور من حوله من معلومات وأخبار، وذلك نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، التي تمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً مهماً في حياة الشباب الجامعي باعتبارهم فئة مهمة ومتقنة وواعية ومتعاونة لما يتم نشره خلال الإعلام الرسمي حول الأزمات.

2. مشكلة الدراسة:

شهدت الأردن في الأعوام القليلة الماضية عدة أزمات تناولها الإعلام الأردني الرسمي ولان الشباب هم أكثر فئات المجتمع واعتبارهم فئة مهمة ومدركة لما يتم نشره في الإعلام الرسمي الأردني حول الأزمات، ومن هنا تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على واقع اعتماد الشباب الأردني على المعلومات والأخبار التي يقدمها الإعلام الرسمي خلال الأزمات.

3. أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي: درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات.

ويتفرع عن الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

1. أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات.
 2. الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات.
 3. خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات.
 4. دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات.
 5. مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي.
4. أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية هذه الدراسة من ناحيتين، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: الأهمية النظرية:

تكمن أهمية الدراسة من الناحية العلمية (النظرية) في الآتي:

1. تطمح هذه الدراسة في تغطية موضوع مهم وهو مدى اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات وهو الإعلام المرئي، والمسموع، والمقروء.
2. إثراء المكتبة العربية بالمزيد من الدراسات النظرية المتعلقة بدور وسائل الإعلام الرسمية خلال الأزمات أن كانت سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية.

ثانياً: أهمية الدراسة من الناحية العملية (التطبيقية):

تكمن أهمية الدراسة من الناحية التطبيقية في الآتي:

1. أهمية التعرف على الأساليب الإعلامية الرسمية التي تعتمد عليها الأجهزة الحكومية خلال

الأزمات وعلاقتها مع المواطنين في القضايا المحلية والوطنية الخارجية، خصوصاً بعد ما

شهدته تكنولوجيا المعلومات من تطورات كبيرة أثرت على طبيعة الأساليب الإعلامية

المستخدمة بين الحكومة وجمهور المشاهدين أو المستمعين، أو القراء.

2. قد يستفيد من هذه الدراسة المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة على حد سواء في الأردن

من خلال معرفة درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام المرئي، والمسموع، والمقروء، من

أجل تطوير الإعلام الرسمي والخاص والتخطيط السليم من أجل نقل الأحداث والأزمات

السياسية والاقتصادية والاجتماعية بطريقة صحيحة، ومصداقية كبيرة من أجل الوصول إلى

إرضاء المشاهد، والمستمع، والقارئ.

3. كما ستفيد هذه الدراسة الباحثون من خلال جعل هذه الدراسة نواة لعمل دراسات أخرى مشابهة

لها.

5. أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيسي: ما درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في

أوقات الأزمات؟

ويتفرع عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني

كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟

2. ما الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الأعلام الرسمي وقت الأزمات؟
3. ما خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات؟
4. ما دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات؟
5. ما مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي؟
6. هل يوجد فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات تعزى للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، العمر المستوى الدراسي، نوع الكلية)؟

6. حدود الدراسة:

الحدود البشرية: طبقت هذه الدراسة على عينة من الشباب الأردني الدارسين في الجامعات الأردنية.

الحدود الزمانية: طبقت هذه الدراسة في الفصل الدراسي الأول للعام 2018 / 2019.

الحدود المكانية: طبقت هذه الدراسة على ثلاثة جامعات أردنية تمثل إقليم الوسط وإقليم الشمال، وإقليم الجنوب.

7. محددات الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على فئة الشباب في الجامعات الأردنية، وتحدد بمدى صدق الأداة المستخدمة في جمع البيانات.

8. مصطلحات الدراسة:

الاعتماد: عرفه (مكاوي، 2009، ص 131) يعني مدى الأهمية التي يوليها الجمهور في اعتماده على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات، وخاصة وقت الأزمات والكوارث، ويقاس من خلال الكشف عن الأسباب التي تجعل هذه الوسائل مؤثرة بقوة في بعض الأحيان، وذات تأثير غير مباشر في أحيان أخرى.

ويعرف الباحث الاعتماد إجرائياً على أنه: اعتماد الشباب الجامعي على الإعلام الرسمي المرئي كالتلفزيون، والمسموع كالراديو، والمقروء كالمقروء اليومية والمجلات، في الحصول على الأخبار والمعلومات في أوقات الأزمات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية.

الشباب الأردني: تعتبر مرحلة الشباب من أهم المراحل التي يمر بها الفرد حيث تبدأ شخصية الإنسان بالتبلور، وتتضح معالم هذه الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعارف ومن خلال النضوج الجسماني والعقلي والعلاقات الاجتماعية التي يستطيع الفرد صياغتها ضمن اختياره الحر. وإذا كان معنى الشباب أول الشيء فإن مرحلة الشباب تتلخص في أنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطموحات عريضة وكبيرة (العطري، 2004، ص 7).

ويعرف الشباب إجرائياً في هذه الدراسة: هم عبارة عن فئة الشباب ذكوراً وإناث من طلبة الجامعات الأردنية الذين تتراوح أعمارهم ما بين (18 - 25) سنة.

الإعلام الرسمي: عرفه (عودة، 2014، ص 25) على أنه مجموعة من وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية التي تديرها عليها الحكومة أو السلطة القائمة وتخضع لها بشكل مباشر وتمويلها، ما يجعل نشاط هذه المؤسسات والمحتوى الذي تنقله موجهاً وخاضعاً لرؤى السلطة

الرسمية التي تتحكم بها، وتملي أو تنقل من خلال هذه المنافذ رؤاها التي قد تقترب أو تبتعد عن رؤى واحتياجات الجمهور الذي تتوجه له أو تخاطبه الحكومة أو السلطة القائمة.

ويعرف الباحث الإعلام الرسمي إجرائياً على أنه: على أنه مجموعة من المؤسسات الإعلامية الرسمية التي تستخدمها عينة الدراسة وهم الشباب في الجامعات الأردنية في سبيل الوصول إلى الأخبار والمعلومات التي تخص الأزمة التي تعترض لها وسائل الإعلام المرئي كالتلفزيون، والمسموع كالراديو، والمقروء كالصحف اليومية والمجلات.

الأزمة: هي عبارة عن تغيرات مفاجئة تطرأ على البيئة الداخلية والخارجية للدولة، أو البلد برمته، بسبب قصور معين سواء عن عمد أو من غير عمد، وقد تكون الأزمة نتيجة عوامل يصعب التحكم بها مثل العوامل الاجتماعية، أو السياسية، أو الاقتصادية، أو الثقافية، أو التكنولوجية (مسعود، 2013، ص 55).

ويعرف الباحث الأزمة إجرائياً على أنها: عبارة عن أحداث مفاجئة أما سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية غير متوقع حدوثها وتجري أحداثها بسرعة كبيرة داخل المجتمع.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري

نظرية الدراسة

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

إن من أهم النظريات الإعلامية التي يمكن الاعتماد عليها في هذه الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تقترض أن وسائل الإعلام والاتصال يمكنها تحقيق أكبر قدر ممكن من التأثير العاطفي والمعرفي والسلوكي على الأفراد، وتركز هذه النظرية على أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام في فهم و إدراك ما يحتاجونه من معارف متعددة، كما وتركز على استقاء المعلومات والحصول عليها، ومعرفة أهم الأحداث والمستجدات، هذا ويختلف الأفراد في اعتمادهم على وسائل الإعلام والاتصال فمنهم من يعتمد عليها بشكل كلي للحصول على المعلومات المتنوعة، وتكون بذلك وسائل الإعلام والاتصال من المصادر الأساسية لديه للحصول على المعلومات، ومنهم من يعتمد عليها بشكل ثانوي أي أنها ليست المصدر الأساسي للحصول على المعلومة (الشبيري، 2011).

ويرى العاني (2013) أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على العديد من الفروض ومنها اختلاف الجمهور في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام وهذا نتيجة اختلافهم بالمصالح والأهداف والحاجات التي يريدون الحصول عليها، كما وأنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والسلوكية والعاطفية

على الجمهور، والفرص الأهم هو كلما زادت المعلومات عبر وسائل الإعلام وكانت ذات قيمة كبيرة زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

ويرى (أبو إصبع، 2006) أن نظرية اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام تقوم بناءً على دعمتين رئيسيتين:

الأولى: إن هناك أهدافاً للجمهور يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية

الثانية: تعتبر أن وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالجمهور، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات، ثم نشرها بصورة أخرى.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ثلاث فروض: -

أولهما: إن اختلاف درجة استقرار وتوازن النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة، وهذا يحتاج للمعلومات والأخبار التي تتزايد وتتناقص تبعاً للحاجة لها، حيث يكون الأفراد أكثر اعتماداً على الوسائل الإعلامية.

ثانياً: حيوية الوسائل الإعلامية بالنسبة للأفراد مما يزيد من درجة اعتماد الجمهور عليها لإشباع حاجاتهم.

ثالثاً: اختلاف حاجات الجمهور وأهدافهم الشخصية والنفسية التي تؤثر على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام

يرصد "ملفن دوفلور" و"ساندرا بول روكيتش" مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية، ويمكن عرضها على النحو الآتي (عبد الحميد، 2010):

أولاً: الآثار المعرفية:

1. الغموض: الغموض هو عبارة عن مشكلة نقص في المعلومات.
2. تكوين الاتجاه: مساهمة وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو قضايا معينة.
3. ترتيب الأولويات: تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور في القضايا البارزة.
4. اتساع المعتقدات: ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات: الأسرة أو الدين أو السياسة.
5. القيم: تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم مثل: الأمانة، والحرية، والمساواة.

ثانياً: الآثار الوجدانية

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، ويحدد "ديفل وروكيتش" هذه الآثار الوجدانية في (عبد الحميد، 2010):

- 1- الفتنور العاطفي أو اللامبالاة: يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبؤ أو اللامبالاة.

2- الخوف والقلق: عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، فإنها تَبثُّ مشاعر الخوف لدى المُتلقي.

3- الدعم المعنوي والابتكار: وتعتبر من التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المتلقي وتعمل على تزايد شعورهم بالاعتراب، ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين يجد معلومات من وسائل الإعلام.

ثالثاً: الآثار السلوكية

تتخصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقاً لديفلور وروكيتشت في سلوكيين أساسيين هما (مهنا، 2000).

1. التنشيط: يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج النهائي لربط

الآثار المعرفية والوجدانية، وقد يتمثل هذا التنشيط في: اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها، والمساواة بين الجنس، أو الإقلاع عن التدخين.

2. الخمول: يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة

السياسية، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تُقيد المجتمع.

يستفيد الباحث من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظرية الاعتماد على الوسائل

الإعلامية في تحديد درجة الأهمية التي يحظى بها الإعلام الرسمي كمصدر للمعلومات والأخبار

في أوقات الأزمات بين أفراد العينة من الشباب الأردني.

وفي هذا الصدد تؤكد الدراسات العلمية أن الأفراد الذين يقيمون علاقات اعتماد على

الوسائل الإعلامية أو أي وسيلة إعلامية معينة وفقاً لحدود أهميتها لهم، تعد مصدراً مهماً

للمعلومات حول الأحداث الجارية التي يشهدها المجتمع.

أن نجاح وسائل الإعلام بشكل عام يرتبط في تحقيق العلاقة في عاملين أساسيين يتصل الأول بقدرة هذه الوسائل على مواجهة احتياجات الأفراد للمعلومات، فيما يرتبط العامل الثاني بظروف الاستقرار في المجتمع مقابل ظروف عدم الاستقرار من خلال الأزمات والصراعات التي تحيط بالفرد، إذ يزيد الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات والأخبار أثناء الأزمات والكوارث.

أهمية الإعلام في المجتمعات المعاصرة:

المقدمة

لقد شهدت وسائل الإعلام في الفترة الأخيرة تقدم علمي وثورة تكنولوجية مارست دوراً جوهرياً في إثارة الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً مهماً ورئيسياً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته في كافة القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية، بسبب الفعالية الاجتماعية التي تتصف بها وانتشارها الواسع، إذ أصبح للإعلام دوراً مهماً في شرح القضايا وطرحها على جمهور المتلقين من أجل تهيئتهم فكرياً (حلس، ومهدي، 2010).

ولقد أتى القرن الحادي والعشرين حاملاً معه عصراً جديداً، عصراً فيه الكلمة الأولى للإعلام في ثورة الاتصال والمعلومات، تلك الثورة التي لا تتوقف مع استمرار عملية الابتكار والتغيير، ولقد أدت هذه الثورة إلى إحداث تطور ضخم في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وجعلت السماء مفتوحة تسبح فيها الأقمار الصناعية لتمتد رسالة الإعلام إلى أرجاء المعمورة، وليصبح العالم قرية صغيرة، فالواقع يشهد أن الإعلام في العصر الحديث أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس، كما أن بناء الدولة اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً، يتطلب الاستعانة بمختلف وسائل الإعلام ووسائط الاتصال، حيث تصبح هذه الوسائل أكثر أهمية في الأوقات الحرجة التي تمر بها

المجتمعات، فالعلاقة بين الإعلام والأزمات هي علاقة ينظر إليها على أساس التكامل والتداخل، على اعتبار أن الإعلام عامل مهم في إدارة الأزمات (بوكرموش، 2013).

ويعد الإعلام من أهم المصادر والجهات التي تؤثر في الرأي العام، فآنية الإعلام وموضوعاته ودورياته تجعله جهة مهمة للتعامل المستمر لتغطية الأزمات منذ بدايتها، وتعد وسائل الإعلام المصدر الأول الذي يعتمد عليه الأفراد في استقاء المعلومة بشأن الأزمات التي تحدث، ويزيد الاعتماد على الإعلام في ظل ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي والصراع والتهديد وخاصةً في حالة الأزمات الأمنية، وهذا يدل على أهمية الإعلام وحساسيته في تقديم المعلومات ونقل الأحداث وقت حصول الأزمات (صلاح، 2012).

قبل البدء بالحديث عن الإعلام الرسمي لا بد من الحديث على الإعلام بوجه عام حيث تم تعريفه من قبل العديد من الباحثين:

مفهوم الإعلام لغة: مشتق من اعلم، ومصدره الإعلام، وهو يعني في اللغة الأخبار والأنباء (زواوي، 2013، ص 112).

عرف الحمداني (2010، ص 14) الإعلام على أنه عبارة عن تزويد الناس بالأخبار الصحيحة كالحقائق الثابتة، والمعلومات السليمة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعه من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يُعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم، وميولهم، ومعنى ذلك الغاية من الإعلام هو الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات.

كما قام سيد (2004، ص 11) بتعريف الإعلام على أنه عبارة عن العلم الذي يدرس اتصال الناس اتصالاً واسعاً بأبناء جنسهم، واتصال واعي ومدرك من قبلهم، وما يترتب على عملية

الاتصال اهذه من أثر ورد فعل، كما يرتبط هذا الاتصال من ظروف: زمنية، ومكانية، وكمية، ونوعية، وما شابه ذلك.

أما عزي (2011، ص 11) فقد عرف الإعلام على أنه جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحديد، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك، والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية المطروحة، لجميع الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات بما يسهم في تأطير (تحديد) الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المطروحة.

وتحتل وسائل الإعلام دوراً كبيراً وأهميةً بالغةً التي لا يمكن إغفالها أو التغافل عنها، حيث تُعد وسائل الإعلام من أهم مؤسسات الدولة، ومن أبرز المنابر التي توصل صوتها للناس، والتي تعمل على زرع معتقدات وأفكار، وتعمل على تشكيل الرأي العام حول ما يدور حولهم من أحداث، ونظرتهم للمسائل المتعلقة ببلدهم وما إلى ذلك من أمور أخرى.

كما أنها تضحى بمكانه مهمة المؤسسات الإعلامية وذلك لأنها تعمل على نقل الأحداث، وتوصيل الأخبار والمعلومات للناس، حتى أصبحت أخبار العالم كلها متناقلة بين الأفراد، سواء كانت هذه الأخبار اجتماعية أو سياسية، أو اقتصادية، أو ترفيهية، أو ثقافات أو علوم وابتكارات واختراعات، وما يتوصل إليه العلم من معلومات هامة، يتم توصيلها للناس للاستفادة منها (المصري، 2016).

كما ويقوم الإعلام على تأدية دوراً كبيراً لنقل المعلومة ونشرها ووصف الأحداث، وتشكيل الرأي العام، وقد تنامي هذا الدور مع تقدم العلم، وتشابك مصالحه، وبصفة عامة يوجد طرق نمطية تزيد من أهمية دور الإعلام في المجتمع، وتستطيع وسائل الإعلام من خلالها تزويد أفراد المجتمع بالمعلومات التي ربما تصبح مادة الرأي العام (الشعلان، 1999).

ويرى الباحث أن وسائل الإعلام هي عبارة عن الطرق والأدوات والوسائل التي من خلالها يتم تزويد الناس بالمعلومات والأخبار السليمة والثابتة عن القضايا والموضوعات المطروحة، والتي تساعد على تكوين رأي عام حقيقي يعبر عن اتجاهاتهم وميولهم، من أجل تشكيل الرأي الصائب لدى الجمهور في الموضوعات والمشكلات المطروحة، أن كانت موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، وأن وسائل الإعلام تتمتع بأهمية كبرى، حيث يعتبر الإعلام أداة لنشر المعلومات والأخبار التي تهم المواطنين، وقد يتلقى المشاهد الأخبار والمعلومات المهمة أما عن طريق التلفزيون أو عن طريق الراديو، أو عن طريق الوكالات الرسمية للبلاد، أو عن طريق الصحف والمجلات، أو من خلال الإنترنت، كما أن الإعلام يعد صديق لجميع مجالات الحياة منها الفنون، والرياضة، والتاريخ، والسياسة، كما أنه وسيلة للترفيه والتعليم، كما أن للإعلام أهمية كبرى في مجال التسويق والإعلان، كما أنه يعتبر أداة للتثقيف والتوجيه بما يحتويه من برامج مختلفة تساهم بشكل كبير في تثقيف الناس بأمور ذات أهمية في حياتهم اليومية أو المستقبلية، كما تقوم الوسائل الإعلامية على توجيه الناس إلى حسن التصرف في كثير من الأمور الحياتية من صحة وتكنولوجيا وغير ذلك.

وظائف الإعلام:

لوسائل الإعلام دور مهم في المجتمع إلى درجة قامت الحكومات بعمل وزارات ودوائر وأقسام تتولى تحقيق الأهداف الداخلية والخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الأهداف رفع مستوى الجماهير ثقافياً وتطوير أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية وهذا من الناحية الداخلية، أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام في الوزارات تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهة نظر الحكومات في المسائل الدولية، وسبب كل ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير وفاعلة سلباً وإيجاباً (الدليمي، 2012)، وللإعلام خمسة وظائف رئيسية كما وضحتها (سلطان، 2012):

1. التوجه وتكوين المواقف والاتجاهات.

2. زيادة المواقف والمعلومات.

3. تنمية العلاقات البيئية وزيادة التماسك الاجتماعي.

4. الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ.

5. الإعلان والدعاية.

ويرى الباحث أن للإعلام وظائف كثيرة وقد أستنتج مجموعة منها بعد مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة وبعض من آراء الباحثين في وسائل الإعلام وتأثيرها في المجتمع وكانت على النحو الآتي:

1. وظيفة الأخبار والتزويد بالمعلومات ورقابة البيئة.

2. الربط والتفسير والهدف منه تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس.

3. الترفيه وهدفه تحرير الناس من التوتر والضغط والمصاعب.

4. التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع.

5. التسويق.

6. المبادرة في التغيير الاجتماعي وذلك بقيادة التغيير الاجتماعي في المجتمع.

7. خلق النمط الاجتماعي، وهدفه وضع النمط للمجتمع كالأدب والثقافة، ونمط الحياة.

8. التعليم.

9. الرقابة.

أهداف الإعلام:

للإعلام أهداف ومحاور كثيرة ومن أهم الأهداف التي يقوم بها الإعلام ومنها (الدليمي،

:2011)

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: تعد هذه الوظيفة الأكثر أهمية للإعلام، إذ أن الإعلام يعمل على تشكيل مواقف الناس ورؤاهم واتجاهاتهم، وتوجيه مواقفهم من القضايا التي تدور من حولهم، والعمل على تعديل هذه المواقف أو تبديلها بغيرها إن كانت تلك المواقف قديمة قد طرأ عليها ما يستدعي التغيير والتبديل.

ثانياً: الدعوة للعقيدة التبشيرية بها للإعلام وظيفة هامة جداً في دعم العقيدة والفكر والفلسفة، فهي إن تبنت فكراً معيناً، أو اتبعت إيديولوجية معينة، أو انتهجت سياسة ما، فإنها تعمل على الترويج لها ودعمها، ودعوة الناس لإنتاجها، والسير على خطاها، سواء كانت إيديولوجيات دينية، أم سياسية، أم اقتصادية، أم فكرية، وغيرها من المجالات المختلفة.

ثالثاً: الثقافة العامة للأفراد: تقوم وسائل الإعلام ببث العديد من البرامج التي من شأنها زيادة الوعي والتنشيف لدى الناس، فهي تعمل على طرح قضايا وموضوعات تقوم بمناقشتها، والحديث عنها من

أجل زيادة وعي الأفراد بها، ورفع مستوى ثقافتهم العامة، وذلك بإنتاج العديد من الأساليب التي تعمل على إيصال المعلومة للأفراد.

رابعاً: الاتصال والتواصل الاجتماعي: لوسائل الإعلام أهمية في زيادة التقارب بين الأفراد، ورفع مستوى التعارف فيما بينهم، حيث تقوم الوسائل الإعلامية بنشر كل ما يتعلق عن الشخصيات المهمة والبارزة والمعروفة، سواء كانت شخصيات سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، وكل هذه المعلومات التي تنتشرها عن هؤلاء الأفراد، تنتشر في أوساط الناس، وتكون نوعاً من التقارب فيما بينهم، وتزيد من معرفة الأشخاص بهم.

خامساً: الترفيه والاستمتاع للإعلام دور ووظائف لا تنحصر في النواحي الثقافية والعلمية والإخبارية فحسب، وإنما تلعب الوسائل الإعلامية أيضاً دوراً في الترفيه والتسلية، من خلال بث البرامج المسلية والممتعة والتي تحمل الطابع الفكاهي والترفيهي، إذ أن الأفراد يحتاجون لمساحة كبيرة من الترفيه بعد تعرضهم كل يوم لشتى الضغوط الحياتية، وعن الأخبار التي تحيط بواقعهم من كل جانب، فبث مثل هذه البرامج من ترفيه وتسلية يساعد الأفراد على الانتعاش والترويح عنهم، إلا أن هذه البرامج يجب أن لا تكون سطحية وسخيفة، وإنما عليهم أن يختاروا ما يتناسب وعقلية الناس والمجتمع الذي يعيشون فيه، دون النزول إلى مستوى هذه البرامج للتفاهات.

ويرى الباحث أن الإعلام يسعى إلى تحقيق مجموعة متنوعة من الأهداف بين عدد كبير من الناس، وهي: تنمية الوعي العلاجي، وكذلك الوقائي بين أفراد المجتمع اتجاه مجموعة كبيرة من القضايا الحياتية منها: السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية، والمساعدة على فتح النافذة على العالم بأكمله من أجل تعريف الأفراد على ما هو جديد وما وصل المجتمع إليه، وخلق مشروعات ممكنة وطموحة والتغلب على العقبات المحيطة كافة من خلال تحفيز الجمهور على

التغيير للأفضل. كما أنه من أبرز أهداف الإعلام تهيئة الأفراد من أجل تغيير السلوكيات السلبية المنتشرة في المجتمع وتنمية الوعي من أجل تغيير هذه السلوكيات، وفتح العديد من قنوات الاتصال بين كل من مراكز البحوث العلمية والعلماء والخبراء وبين الجمهور لمعرفة ما توصل إليه العلم الحديث.

أنواع وسائل الإعلام:

أولاً: الصحافة ويقصد بها أنها كل المواد المطبوعة التي تصدر باسم معين وبشكل منتظم، وتقوم بنشر الأخبار والمعلومات، والحديث عن قضايا معينة، وغيرها من المواد المختلفة التي يتم تداولها في هذه المطبوعات كالصحف التي تصدر يومياً، أو أسبوعياً، أو شهرياً.

ثانياً: الإذاعة وتعد الإذاعة من أهم الوسائل الإعلامية قبل اكتشاف الإعلام المرئي، فقد كان لها الصدارة قديماً، إلا أن اختراع التلفاز أرجع دورها للوراء، كما أن انتشار الإنترنت واستخدامات المتعددة في الإعلام وبشكل كبير خفف أيضاً من أهميتها وانتشارها، إلا أنها ما زالت إلى يومنا هذا أحد الوسائل المهمة التي تقوم بمخاطبة الجمهور.

وقد أشار العدوي (2010) إلى عدد من المميزات التي تميز الإذاعة عن الوسائل الإعلامية الأخرى مثل: سعة الانتشار، والسرعة الفائقة التي تنقل به الكلام من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال، وصغر حجم جهاز الراديو وسهولة حمله ونقله، إضافةً إلى ذلك قدرة الإذاعة على مخاطبة جميع المستويات البشرية، كما أنه لا يحتاج إلى التركيز أو الجهد المطلوب من المستمع، وبالإضافة إلى عدم تفرغ المستقبل لها، وقلة التكاليف المالية، كما أنه يعد وسيلة مناسبة في البلاد النامية شاسعة المسافة.

ثالثاً: التلفزيون هو من الوسائل الإعلامية التي تعنى بأهمية بالغة، حيث ألغت هذه الشاشة الصغيرة المسافات البعيدة بين أقطار العالم المختلفة، فجهاز التلفاز يقوم بنقل كل ما يدور في أرجاء المعمورة، وبثه للناس، من أجل معايشة، الأحداث أولاً بأول، وغدا التلفاز من أنجح الوسائل وأضمنها وصولاً للناس، وقد أهتم الكثير من الإعلاميون بطرق البث من خلال التلفاز، لما لها من أثر كبير لدى الناس.

رابعاً: الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) يعتبر الإنترنت قاعدة من البيانات التي تتاح أمام جميع الأفراد والتي من خلالها يمكنهم الحصول على ما يريدون من أخبار ومعلومات ومواضيع مختلفة، وهي من أكثر التقنيات انتشاراً وسرعةً وتطوراً وتداولاً في أيدي الناس، حيث شهد العالم انتشاراً واسعاً لهذه الشبكة في جميع أنحاء العالم.

خامساً: وكالات الأنباء هي عبارة عن مؤسسات ومنظمات وهيئات مهمتها تجميع الأخبار، وبثها للناس وقد تتكون هذه الأخبار من صور وموضوعات صحفية من مختلف المناطق، وتعمل هذه المؤسسات على صياغتها وبيعها لوسائل الاتصال، أو وسائل الإعلام الجماهيرية مثل الصحف، والمجلات، والتلفزيون والراديو، والسينما، حيث تقدم هذه المؤسسات خدمات إخبارية وتغطية بالصورة والكلمة وتقوم بتوفير خدماتها الإخبارية إلى مختلف المؤسسات الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون والصحف والشبكة العنكبوتية.

مميزات وسائل الإعلام:

من أهم مميزات وسائل الإعلام كما وضحتها (سلطان، 2012) جاءت على النحو الآتي:

1. الإعلام نشاط اتصالي تتحسب عليه كافة المقومات للنشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية مثل:

الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، الجمهور المتلقي لهذه الرسالة والجمهور المستقبل، وترجيح الأثر الإعلامي.

2. يتسم الإعلام بالصدق والصراحة وعرض الثابتة والأخبار الصحيحة، وتوسع دائرة الإعلام الموجه

الخاضع بالضرورة لسياسات وتوجيهات ومصالح الجهة الممولة أو المنشئة وهنا يتحول المفهوم من الإعلام كالدعاية باعتباره البث المسموح أو المرئي والمكتوب بالأحداث الوقعة.

3. يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.

4. تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً، وتقدمت المدنية وارتفع المستوى التعليمي والثقافي

والفكري لأفراد المجتمع إن مكونات عملية الإعلام تتفاعل وتكون في صورة تغيرات مستمرة فالتفاعل يتم بين أفراد وجماعات متفرقة، ويسمى اتصالاً جماعياً، فالمرسل لا يستطيع أن يتفاعل مع المستقبل، والتأثير في سلوك المستقبل هو هدف هذه العملية.

ويرى الباحث بالرغم من وجود بعض السلبيات إلا أنها لا تلغي الايجابيات، حيث استنتج

الباحث بعد مراجعة الادب النظري والدراسات السابقة بعض هذه العيوب هي:

1. التلاعب بالأخبار من أجل المنافع الشخصية أو السياسية، حيث أن مصادر توفير المعلومات

هم البشر فقد يميلون إلى تفضل شخص على آخر.

2. كما يمكن لوسائل الإعلام المبالغة في إثارة قضية معينة غير مهمة وإعطائها حجماً كبيراً وهذه

القضية لا تضر ولا تنفع ولا يجوز الاهتمام بها.

3. حصول بعض الأخبار والمعلومات على أهمية كبيرة لمجرد عدم وجود أخبار مهمة لأثارها وطرح معطياتها والتفاعل معها.

4. تُعد وسائل الإعلام في بعض الأحيان مضيعةً للوقت بسبب الإدمان على مشاهدة البرامج التلفزيونية.

5. تؤثر وسائل الإعلام على التحصيل الدراسي للطلبة وخاصة الأطفال منهم، حيث أنه يضيع الكثير من وقتهم أثناء مشاهدته، حيث أنه يضيع الكثير من وقتهم أثناء مشاهدته، ويكون سبباً في إهمالهم لواجباتهم المدرسية ودراساتهم.

الإعلام الرسمي:

تبرز أهمية الإعلام الرسمي لدوره المتميز في توفير المعلومات وصياغة ونشر الأخبار والأفكار والآراء في المجتمع، وإحداث التغيير في القيم والاتجاهات وتعزيز السلوك وتكريسه أو تهميشه داخل المجتمع، لذا تعتمد المؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة ومؤسسات المجتمع المدني والجمعيات والهيئات الاعتماد على وسائل الإعلام الرسمي للوصول للجمهور المستهدف لتحقيق أهدافها وتكوين رأي عام حول مختلف القضايا.

مفهوم الإعلام الرسمي:

عرف (عرجه، 1996) الإعلام الرسمي على أنه جميع الوسائل الإعلامية التابعة للحكومة الأردنية ومن وسائل الإعلام الرسمي الإعلام المرئي كالتلفزيون، والمسموع كالراديو، والمقروء كالصحف اليومية والمجلات.

ويرى الباحث الإعلام الرسمي مجموعة من وسائل الإعلام والمؤسسات الإعلامية التي تسيطر عليها الحكومة القائمة وتخضع لها بشكل مباشر وتمولها، مما يجعل كل النشاطات لهذه

المؤسسات والمحتوى الإعلامي الذي تقدمه موجهاً وخاضعاً لرؤى السلطة الرسمية التي تتحكم بها، وتُملّي أو تنقل من خلال هذه المنافذ رؤاها التي قد تقترب أو تبتعد عن احتياجات الجمهور الذي تتوجه له أو تخاطبه الحكومة أو السلطة القائمة.

كما ويرى الباحث أن الإعلام الرسمي الأردني هو عبارة عن مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية ووكالة الأنباء (بترا)، والجريدة الرسمية الصادرة من رئاسة الوزراء.

الإعلام الرسمي الاردني:

عندما وصل المغفور له بإذن الله الملك عبد الله الأول بن الحسين إلى الاردن أسس إمارة شرق الاردن، وكان الملك آنذاك مهتما كثيرا بالإعلام، قام جلالته بإصدار أول صحيفة أردنية قبل إعلان تأسيس الإمارة في عام 1920، وهي "الحق يعلو" وكانت تطبع على بالوظة وهي من مادة الجلاتين (نصار، 2008).

وفي عام 1923 أدخلت المطبعة إلى المملكة، وصدرت جريدة أسبوعية، أخرى هي "الشرق العربي" وفي عام 1926 تم تغيير اسمها، وأصبح "الجريدة الرسمية لحكومة شرق الاردن" ثم توالى صدور الصحف الاردنية في فترة العشرينيات القرن الماضي، ومن أبرزها: جريدة صدى العرب والاردن وجزيرة العرب والشريعة وكانت تتضمن هذه الصحف كثيرا من المواد الاعلامية، والتحقيقات الصحفية التي تعالج الشائين السياسي والاقتصادي (مراد، 2011).

وفي عام 1927 تم تأسيس دائرة المطبوعات والنشر، وكان اسمها آنذاك "مديرية المطبوعات"، وكانت مهمتها تنظيم عمل الصحف والمطبوعات، وفي عام 1953 استحدثت "دائرة المطبوعات"؛ لتنظيم عمل المطابع والمكتبات، والمطبوعات والصحف، وفي عام 1974 صدرت

تعليمات جديد لدائرة المطبوعات والنشر؛ لتنظيم عملها، وتحديد مهامها (منشورات دائرة المطبوعات والنشر، 2011).

وفي عام 1950 ظهرت أول إذاعة للأردن في مدينة رام الله بالضفة الغربية، وفي عام 1956 تم تأسيس محطة ثانية في عمان، ثم تطورت عام 1959 بإنشاء المحطة الحالية في العاصمة (عمان)، وفي عام 1964 تم تأسيس التلفزيون الأردني، وفي عام 1969 تم تأسيس وكالة الأنباء الأردنية (بترا) التي تم تطوير عملها في مرحلة لاحقة لتصبح تبث نشراتها باللغتين: العربية والانجليزية (محافظة وآخرون، 2006).

وانشئت مديرية التوجيه الوطني في عام 1958 التي ضمت تحت مظلتها الاذاعة الأردنية، ومديرية المطبوعات والنشر، ودائرتي السياحة والآثار، وفي عام 1964 تم تحويل مديرية التوجيه الوطني إلى وزارة للثقافة والاعلام، وكان الهدف من انشائها الاشراف على الاعلام الأردني، ودفع عجلة التطور والتوسع في مختلف المؤسسات الاعلامية، وتطويرها من مختلف النواحي الادارية، والمهنية والقانونية؛ لمواكبة التطورات على الساحات: المحلية والاقليمية والعالمية (نصار، 2008)

وشهد الأردن في أواخر التسعينيات أول ظهور للموقع الاخبارية على شبكة الانترنت، وأسست الصحف الورقية لها مواقع الكترونية، وفي عام 2006 أسس أول موقع إلكتروني أردني ليس له إصدارات ورقية، وهو موقع عمون الاخباري، وتلاه موقع السوسنة الإخباري عام 2007، ثم موقع خبرني عام 2008، وبعد هذا التاريخ انتشرت المواقع الالكترونية في المملكة بشكل كبير حتى تجاوز عددها في الوقت الحالي 200 موقع الكتروني.

أن بناء نظام إعلامي أردني حديث يشكل ركيزة لتحقيق التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وسياسة تتماشى مع الانفتاح الاقتصادي والاجتماعي التي ينتهجها الاردن،

ويواكب التطورات الحديثة التي يشهدها العالم، ومع تطوير رؤية جديدة للإعلام الأردني تأخذ بعين الاعتبار روح العصر وتخدم أهداف الدولة الأردنية وتعبر عن ضمير الوطن وهويته بكافة فئاته وأطيافه، وتعكس إرادته وتطلعاته وتتيح لوسائل الإعلام الأردنية القدرة على التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى (هيئة الاعلام).

حسب (موقع اعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية، 2015) أن الأردن هي خامس دولة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا التي تشملها سلسلة مؤشرات اليونسكو لتطوير الإعلام، بعد كلٍّ من مصر، وليبيا، وفلسطين، وتونس. أما خارج الإقليم فقد قيّمت اليونسكو تطوير الإعلام في عشر دول بناءً على إطار عمل مؤشرات تنمية الإعلام.

وتؤكد ملكية وسائل وجوب الارتقاء بالبعد المهني الاعلامي وذلك من خلال التدريب والتأهيل والتخصص وتطوير مواثيق الشرف الاعلامية، فضلا عن الأخذ بالمتغيرات التقنية الفنية التي يشهدها العصر ومراجعة القوانين الاعلامية والصحفية والاستثمارية الخاصة بالصحافة والاعلام، وفتح المجال أيضا لبحث شكل وطبيعة دور أجهزة الاعلام الرسمي (الخلايلة، 2009). من المفترض أن يمثل الإعلام الرسمي بكافة وسائله المجتمع تمثيلاً حقيقياً، وأن يكون مرآة تعكس صورته ومكوّناته، وقيمه ومشاكله وحواجز ومعوّقات تقدّمه، وأن يتفهم الإعلام الرسمي هموم المواطن وطموحه وآلامه وآماله وتوصلها للمسؤولين في الدولة لإيجاد حلول لها. ولهذا فإن وسائل الإعلام الرسمي بصورة عامّة تلعب دوراً محورياً في تثقيف أو تجهيل المواطن، وفي تقدّم وتخلف الوطن، وتختلف في مصداقيتها وشفافيتها، وفيما يلي عرض لأهم وسائل الإعلام الرسمي الأردني التي تناولتها هذه الدراسة وهي على النحو الآتي:

أولاً - مؤسسة الاذاعة والتلفزيون الاردنية:

1. التلفزيون الأردني: أفتتح كبار المسؤولين الأردنيين في عام (1964) اقتناعاً تاماً بأن المملكة

الأردنية الهاشمية بحاجة إلى محطة للتلفزيون تملكها الدولة وتسير شؤونها على أسس تجارية

لتحقيق الربح، ولذلك تم إيفاد مدير الإذاعة الأردنية في وقتها إلى الخارج للاستثمار المطلوب

ومن الأمور الفنية المتعلقة بالمشروع، وقد طلب من عدد من المؤسسات الاستثمارية

المتخصصة في الإعلام التلفزيوني تقديم مخططات أولية للمشروع (جرار، 1996).

وفي عام (1966) اتخذ مجلس الوزراء قراراً بإنشاء التلفزيون الأردني كمشروع رسمي

حكومي، وفي 7/11 من نفس العام ترأس المغفور له الملك الحسين رحمة الله حفل وضع حجر

الأساس لعمارة التلفزيون الأردني والتي تقع جنوب عمان، معلناً بداية العمل لإنشاء التلفزيون

الأردني قادر على ترجمة رؤى الجهات الرسمية إلى الواقع.

وفي شهر شباط من سنة (1968) أصبحت محطة التلفزيون جاهزة لإجراء تجارب البث

فيها وفي السابعة من يوم 17 شباط ظهرت على شاشة التلفزيون أولى لوحات التجربة على أنغام

السلام الملكي، وكان مكتوب على اللوحة عبارة: التلفزيون الأردني قنال 3 من عمان (نصار،

2008).

وفي 27 من نيسان لعام (1968) تم الافتتاح الرسمي لمحطة التلفزيون من قبل المغفور

له الملك الحسين بن طلال رحمه الله، وفي عام (1974) تم تحويل البث من البث الأبيض

والأسود إلى البث الملون وبعدها بدأ التلفزيون الأردني بالتطور من سنة إلى أخرى.

2. القناة الرياضية في عام (2012) وبسبب الحاجة الملحة لتغطية نشاطات الوطن الرياضية تم

تأسيس القناة الرياضية، ومواكبة الفضائيات الرياضية ولخدمة شريحة الشباب التي تعد أوسع

شريحة في المجتمع الأردني ككل، ومن أشهر البرامج التي تغطيها القناة برنامج المجلة الرياضية الأسبوعي الذي يبث لمدة ساعتين تقريباً على الهواء مباشرة، وتغطي أيضاً أبرز الأنشطة الرياضية المحلية مثل دوري الدرجة الممتازة الأردني بالإضافة إلى أبرز الأنشطة الرياضية العالمية.

ومن أهم أهداف القناة الرياضية هي تلبية احتياجات الشباب الأردني الرياضية من خلال متابعة النشاطات الداخلية والخارجية والمساهمة بتوعية وتنقيف المشاهد الأردني وتقدم مادة رياضية ترفيهية مسلية.

3. الإذاعة الأردنية: بدأ تاريخ الإذاعة الأردنية عام (1950) عندما أقيمت الوحدة بين الضفتين الشرقية والغربية، لنهر الأردن عُقب حرب عام (1948)، والتي احتلت إسرائيل خلالها جزء من فلسطين وصار أسمها إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية والقدس.

إلى أن تأسست في عام (1956) بأستوديو صغير في منطقة جبل عمان في المدينة، فصار اسمها إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية من عمان والقدس حتى عام (1967) عندما احتلت إسرائيل الضفة الغربية أثناء حرب حزيران.

في عام (1959) تم انتقال الإذاعة إلى مبنى جديد في منطقة أم الحيران مجهز بأستوديوهات حديثة مع محطة إرسال حديثة أيضاً، لكي تكون صوت الأردن الذي يُعبر عن موقفها السياسي وخياراته الداخلية والخارجية، ونشر الثقافة والأدب والمعلومات العامة وغيرها على شكل برامج متخصصة تخدم جميع القطاعات وترتبط العلاقة بين الإذاعة ومستمعيها.

وتعد الإذاعة الأردنية إدارة من إدارات مؤسسة الإذاعة والتلفزيون حالياً، وتستخدم استوديو لتسجيل البرامج والبث، وقد تفرغت إلى عدة إذاعات هي الإذاعة الرئيسية التي تعرف باسم البرنامج

العام، وإذاعة عمان أف أم، وإذاعة القرآن الكريم، وإذاعة هدف إف إم الرياضية، وإذاعة اربد الكبرى التي تبث من شمال المملكة (موقع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية الإلكترونية).

ثانياً-وكالة الأنباء الأردنية بترا:

في عام (1969) صدرت الادارة الملكيّة بإنشاء وكالة الإنباء الأردنية وأن تكون دائرة مستقلة عن دوائر وزارة الإعلام الأخرى، بعد أن كانت ترتبط بدائرة المطبوعات والنشر، حيث حددت مهامها لتحقيق غايات الإعلام الرسمي الأردني من خلال تغطية الأخبار وبنها للداخل والخارج بالوسائل الفنية المناسبة، وكان عدد أخبار النشرة يتراوح ما بين 10 و 50 خبراً حتى نهاية السبعينات، إلا أن هذا العدد تطور كثيراً في الثمانينيات فوصل إلى 10 و 70 خبراً.

وبعد إلغاء وزارة الإعلام في عام (2003) أصبحت وكالة الأنباء الأردنية دائرة مستقلة تعمل بموجب نظام خاص وتتمتع باستقلال إداري ومالي، وفي عام (2010) أقر مجلس الوزراء نظام موظفي وكالة الأنباء الأردنية والذي يهدف إلى تعزيز أدائهم المهني، وتعد الوكالة عضو في اتحاد وكالات الأنباء العربية وجميع وكالات دول عدم الانحياز ولها مراسلون في مختلف أنحاء العالم (حسونة، 2015).

ومما سبق يتضح لدى الباحث أن الحكومة الأردنية اهتمت بالإعلام الرسمي الأردني بجميع أشكاله المرئي والمسموع والمقروء، وأولته جل الرعاية والاهتمام منذ حصول المملكة الأردنية الهاشمية على الاستقلال في عام (1946)، وذلك إيماناً منها بالدور الحيوي للإعلام باعتباره أحد الركائز المهمة في تحقيق الانفتاح الاقتصادي والاجتماعي، والسياسي، والثقافي، والرياضي.

إشكاليات الإعلام الرسمي:

تكمُن إشكاليات الإعلام الرسمي في أمرين أساسيين وهما (عودة، 2014):

الأمر الأول: وهو التشريعات التي تُنظم عمل مؤسسات الإعلام الرسمي وتتيح إحكام

قبضة السلطة على وسائل الإعلام.

الأمر الثاني: فهو السياسات الحكومية التي ترى في مؤسسات الإعلام الرسمي منافذ

دعائية خاصة بها لتمرير آرائها والترويج لها، ولا تتعامل معها كمنصات لتقديم خدمات إعلامية

جيدة للجمهور الذي يمولها من جيبه، وبالتالي فإن من حقه الحصول على خدمات إعلامية تُلبي

احتياجاته أن تكون ذات جودة عالية، كما أن من حقه أن يُسائل المؤسسة التي تقدم هذه الخدمات

بشأن ذلك.

الأزمة:

واكب الإنسان منذ بدء الخلق إشكالاتاً من الصراع والتناقض سواء أكان ذلك الصراع بينه

وبين بيئته المحيطة به أو بينه وبين أبناء جنسه، وكان مطالباً دوماً بمُجابهة تلك التحديات

والخروج منها بما يُحقق مصلحته واستمراره، ثم أصبح مطالباً بما يحقق مصلحة أسرته ثم قبيلته ثم

مجتمعه الذي ينتسب إليه كتجمع بشري، ومن ثم فيما بعد كدولة يدافع ويُضحى من أجلها كونه

جزء منها، وذلك كله أصبح يُعرف اليوم بالأزمة (Crisis)، فعلى الرغم من أن حدوث الأزمات منذ

قدم التاريخ، إلا أن وعي صناع القرار السياسي بأهميته إدارتها، لم يتبلور بعد، إلا في السنوات

الأخيرة (إسماعيل، 2016).

مفهوم الأزمة:

عرف عبد السميع، طيبة (2010) الأزمة على أنها: عبارة عن مجموعة من التحولات والأحداث التي تسهم بشكل كبير في تهديد ضمان استمرارية المنظمة.

وكما عرفها (قطيش، 2009) على أنها: الحدث الذي من شأنه تهديد سمعة المنظمة وأهدافها الاستراتيجية.

أما جلده (2010) فقد عرف الأزمة على أنها عبارة عن مجموعة من الظروف الغير متوقعة والتي تُعرض الناس للخطر، ولتفادي مخاطرها يجب التعامل معها بسرعة وتقنية عالية من خلال اتخاذ القرارات من قبل الأشخاص المعنيين.

كما أشار (إسماعيل، 2016) أن الأزمة: "عبارة عن حالة غير متوقعة وغير عادية لا يستطيع التحكم بها والسيطرة عليها، الأمر الذي يُنتج عنه هبوط حركة العمل وتوقفه إلى درجة غير معتادة، بحيث يُسهم هذا الهبوط والتوقف في عدم تحقيق الأهداف المرجوة للمنظمة في وقت محدد.

ويرى الباحث أن مفهوم الأزمة هو عبارة عن حدث مفاجئ أي غير متوقع يؤدي الى صعوبة التعامل معه ومن ثم ضرورة البحث عن وسائل، وطرق لإدارته بشكل يُحد من آثاره السلبية

خصائص الأزمة:

أشار (الدليمي، 2012) الى أن هناك مجموعة من الخصائص التي من الواجب توافرها للتعامل مع الأزمة بشكل صحيح وهي كالآتي:

- يشار الى الأزمة بأنها متحولة، أي أنها تكون مصحوبة بالتوتر والصدمة العالية في البداية، وبالتالي ضعف التأثير الفعال في الأزمة.

- إمكانية التسرع المفاجئ في عملية اتخاذ القرارات بسبب ندرة المعلومات المتوفرة، وبالتالي قلة طرح البدائل التي تسهم في حل الأزمة.

- من الضروري جداً مواجهة الأزمة وعدم التهرب منها لأنها السلبية على حياة الأشخاص وممتلكاتهم والتغير البيئي المحيط بهم.

- يجب ابتكار معالجات ووسائل خاصة واستثنائية لمعالجة الأزمة مختلفة تماماً عن الطرق والأساليب المألوفة من أجل القدرة على تجاوز الأزمة التي تتطلب تنسيق الإمكانيات والطاقات وتوظيفها بتقنية عالية من خلال وسائل الاتصال الفعالة.

ويرى الباحث أنه يمكن استنتاج العديد من خصائص الأزمة، وهي على النحو الآتي:

درجة الغموض في مواجهة الأزمة، وعدم التأكد، ونقص المعلومات، وضيق الوقت للتفكير في مواجهة الأزمة، باتخاذ قرارات صائبة وسريعة، وفقدان السيطرة على مجريات الأمور، وتهديد كيان الدولة وفقدان التوازن الناتج عن الشعور بدرجة عالية من التوتر في بداية الأزمة، مما يضعف إمكانيات الفعل المؤثر والسريع لمواجهتها، يتطلب مواجهة الأزمة عمليات فعالة لإدارتها بشكل سليم للحد من نتائجها (آثارها) السلبية على المجتمع وعلى الدولة.

عوامل نشوء الأزمة:

تمت الإشارة الى أن هناك عوامل مختلفة تسهم في تشكيل الازمة، والى حد ما يمكن تقليص هذه الأسباب وحصرها. وبشكل عام فإنه من الممكن استنتاج سبب حدوث الأزمة الذي يكمن في عدم الترابط بين البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة والمنظمة ذاتها وهناك العديد من الأسباب التي تؤدي الى حدوث الأزمة كما أشار لها (الظاهر، 2009) كالآتي:

- سوء الفهم: ويظهر سوء الفهم نتيجة سوء الفهم بين التسرع وإصدار القرار والمعلومات القليلة والناقصة.
- سوء الإدراك: وتعتبر من المراحل الأكثر أهمية، إذ أنه يتم من خلالها فهم المعلومات واستيعابها وإصدار الأحكام الأولوية المتعلقة بالأزمة.
- سوء التقييم: يظهر سوء التقييم بسبب ثقة الفرد الزائدة بنفسه واعتقاده الزائد بالمواجهة الذاتية من الطرف الآخر.
- الإدارة العشوائية: وتقوم هذه الإدارة على الجهل الأمر الذي يزيد من اللامبالاة والتسيب.
- اليأس: ويعتبر اليأس من الأزمات السلوكية والنفسية التي تشكل خطراً كبيراً على المؤسسة وبالتالي التأثير السلبي والغير فعال على الدولة نفسها.
- الإشاعات: تؤدي الى زيادة التوتر في المؤسسة أو المنظمة ويكون مصدر الإشاعات في الغالب كاذب.
- استعراض القوة: يكون الهدف الأساسي من استعراض القوة تحجيم المؤسسات الصغيرة والتقليل من حجمها وغالباً ما تأتي من قبل المؤسسات الكبيرة والكيانات الإدارية الطموحة التي بدورها تحاول إبراز بعض عناصر القوة.

- تعارض المصالح والأهداف: يكون تعارض المصالح من أحد أبرز الدوافع التي تُسهم في حدوث الأزمة، وغالباً ما يؤدي إلى تعارض الأهداف إلى تقليل ثقة الفرد بنفسه، وبالتالي تفاقم الأزمة.

ويرى الباحث أنه بعد مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة الخاص بمراحل نشوء الأزمات فقد أستنتج أن عوامل نشوء الأزمة تقوم على عدد من العوامل وهي: مرحلة بداية الأزمة، إيجاد المناخ المناسب أو توافره لنشوء الأزمة، واستخدام العوامل المساعدة منها عدم الإحساس وتغاضي عن بوادر قوى الأزمة، وسيادة مظاهر التوتر والقلق، وحدث العامل المُرتقب، وانفجار الأزمة.

مميزات الأزمة

- وهناك العديد من الأمور التي تميز الأزمة وهي كما أشار لها (جاد الله، 2008) كالاتي:
- الأحداث التي تحصل فجأة ومن غير سابق إنذار، أو التي يتم التنبؤ بحدوثها بوقت قصير جداً، وبالتالي عدم المقدرة على اتخاذ الإجراءات المناسبة.
- توقع الهدف قبل حدوثه بوقت قصير أو عدم توقع الهدف من الأصل، الأمر الذي يُسهم بعدم القدرة على اتخاذ القرارات أو اتخاذ القرارات الغير مناسبة.
- وقوع العديد من الخسائر النفسية والبشرية والمادية.
- خلق المشكلات الجديدة التي لا تستطيع المؤسسة امتلاكها بسبب نقص الخبرة.
- تهديد الأهداف الرئيسية للمؤسسة والقيم العُليا لها، وبالتالي الطلب من صانعي القرار اتخاذ القرارات الملائمة والسريعة التي من شأنها التخلص من الأزمة.

ويرى الباحث إن الأزمات تخلق إلى جانب التحديات فُرصاً قد لا تكون متاحة في أي وقت آخر. ويعود السبب في ذلك إلى أنها تسمح بدرجة من التغيير لا تناظرها درجة أخرى في الأوقات الأخرى هو أنه في الأزمة يتم تنحية جميع القواعد القديمة جانباً، فأزمة الحرب توحد البلدان المتناحرة لصد هجوم عدو مشترك فمن المهم استغلال مثل هذه الفرص النادرة في حل خلافات أخرى قد تكون بحاجة سابقة إلى مخرج لها وقد وجد الباحث أن هناك عدد من المميزات التي تنتج عن الأزمة ومنها ظهور القادة الحقيقيين، وتسريع التغيير، ومواجهة المشكلات الكامنة، وإمكانية تغيير الأفراد، ووضع استراتيجيات جديدة لحل الأزمة، وإنشاء أنظمة للإنذار تكون مبكرة.

مراحل إدارة الأزمة Crisis Management Phases

هناك عدة مراحل تتكون منها إدارة الأزمة، وهي كما أشار لها (إسماعيل، 2016):

- **مرحلة إشارات الإنذار:** ويشار لها بالمرحلة الأولية التي يتم من خلالها إرسال تحذيرات قبل وقوع الأزمة أو الأعراض التي تُشير إلى قرب حدوثها، وبالتالي لا تجد من يُعيرها أي اهتمام لهذه الإشارات.
- **مرحلة الاستعداد والوقاية:** يتلخص الهدف من الوقاية في الكشف عن نقاط الضعف في نظام الوقاية الخاص بالمجتمع، إذ إنه من الصعب جداً منع حدوث شيء ما غير متوقع، وبناء على ذلك فإنه من الضروري أن تستعد المؤسسة بشكل كافٍ من أجل الوقاية من الأزمات، ويوجد هناك علاقة بين الاستعداد والوقاية من الأزمات والتنبؤ بها، حيث إن السيول والحرائق والزلازل تعد من أهم الكوارث التي تتعرض لها الدولة، الأمر الذي ينعكس على خطط الوقاية والاستعداد التي يقوم بها الدفاع المدني.

- **مرحلة احتواء الأضرار:** وتتم هذه المرحلة من خلال إعداد الوسائل التي من شأنها الحد من الأضرار ومنع انتشارها لتشمل بعض الأجزاء غير المتأثرة بعد في المجتمع.
- **مرحلة استعادة النشاط:** تتضمن هذه المرحلة تنفيذ وإعداد البرامج الجاهزة التي تم اختبارها بالفعل سواء كانت طويلة أو قصيرة الأمد.
- **مرحلة استيعاب الدروس المستفادة:** وهي عبارة عن المرحلة التي يتم من خلالها إعادة التقييم لتطوير وتحسين ما تم إنجازه في الماضي بالاعتماد على التعلّم المُستمر، والذي يُعتبر من أحد الأمور الحيوية التي يتم من خلالها استخلاص الدروس التي تمت الاستفادة منها في الماضي من خلال أزمة أو كارثة معينة، بغض النظر عن الطريقة التي يحس فيها الإنسان، الأمر الذي يجعل هذا الفرد يُفكر بمُعانة غيره، ويتصور من يحب أو نفسه يمر بهذه التجربة، ويحاول أن يتخلص منها.

آثار الأزمة:

- قد يكون أثر الأزمة إيجابياً، إذ إنه يسهم في نجاح وتقدم المؤسسة، وبالتالي ليس بالضرورة ارتباط الأزمة بالخطر أو بالآثار السلبية، وبهذا فإنه يوجد جانبان لآثار الأزمة.

أولاً: الآثار الإيجابية للأزمة وتكمن فيما يلي:

- العمل على إجراء التغييرات المناسبة التي لا تكون متوفرة ومتاحة في ظروف عمل المؤسسة العادية.
- الكشف عن أوجه الضعف والقصور الموجودة في إدارة المؤسسة، وبالتالي تجنبها.
- الاستفادة من النتائج التي حصلت بسبب الأزمة الحالية، والعمل على وضع الخطط المستقبلية التي تُحسن التعامل مع الأزمات التي قد تحدث مُستقبلاً.

ثانياً: الآثار السلبية للأزمة، وتكمن فيما يلي:

- إعاقة تحقيق أهداف المؤسسة.
- الخسائر البشرية والمادية.
- اتخاذ القرارات بشكل عشوائي، وعدم الاعتماد على الأسلوب العلمي بسبب ردود الأفعال الناتجة عن الأحداث المتلاحقة.
- تقليل ثقة المؤسسة بذاتها.

مفهوم إعلام الأزمة:

يعرف شومان (2000) إعلام الأزمة بأنها عملية التفاعل اللفظي والحالة الاستثنائية التي تعيشها المؤسسات الإعلامية المختلفة، استجابة لأزمة سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية يمر بها المجتمع، ويُنشط إعلام الأزمة وقت حدوثها من خلال برامج التغطية الإعلامية.

وتعتبر الأزمة خلل مفاجئ يحدث نتيجة لأوضاع غير مستقرة تتضمن انفصام يُعلن الانتقال الحتمي من حالة لأخرى، أو تهديداً خطراً أو غير متوقع لأهداف أو قيم أو معتقدات تحد من عمليات اتخاذ القرارات الصحيحة. ويعد التشخيص السليم للأزمات مفتاح التعامل معها وحلها، ومن أساسيات التشخيص السليم للأزمات وفرة المعلومات، والمعرفة والخبرة، والممارسة (جميل، 2016).

ويعرف (أبو العلا، 2013) إدارة الأزمات بأنها: أسلوب إداري في التعامل مع الأزمات باستخدام أساليب منهجية علمية سليمة تتمثل في التخطيط، والتنظيم، والتوجيه، والمتابعة، وتشكيل أعضاء فريق الأزمات والقيادة ونظم الاتصال والمعلومات والتقييم.

ويرى الباحث أنه يتوجب استخدام وسائل الإعلام الرسمية في الأزمات وذلك من أجل إعداد مناخ إعلام دولي بشكل عام، ومحلي بشكل خاص لمواجهة الكوارث والأزمات، فوسائل الإعلام هي حلقة الاتصال بين الأفراد والجماعات من جهة والأجهزة والسلطات المختصة بمواجهة الأزمات من جهة أخرى وعلى ذلك فإن العلاقة بين القيادة والإعلام يجب أن تؤخذ بدرجة عالية من الأهمية والحذر.

مزايا وخصائص الإعلام في الأزمات

من أهم مزايا وخصائص إعلام الأزمة أنه نشاط اتصالي عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجيح الأثر الإعلامي، كما وأن الإعلام يتسم بالصدق والدقة والصراحة دون تحري فليس بالضرورة أن تلتزم وسيلة إعلامية ما بهذه المعايير القياسية خصوصاً في ظل الفضائيات الحرة المفتوحة اليوم وضعف الرقابة المهنية النزيهة وتوسع دائرة الإعلام الخاضع بالضرورة لسياسات وتوجهات ومصالح الجهة الممولة أو المنشئة وهنا يتحول المفهوم من الإعلام إلى الدعاية باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب بالأحداث الواقعية، بالإضافة إلى أنه يستهدف الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع (الدليمي، 2011).

أهمية الإعلام في إدارة الأزمات

تزداد أهمية وسائل الإعلام والاتصال في أوقات التي تُصيب المجتمعات، وتشكل إحدى أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في استقاء المعلومات والأخبار المرتبطة بهذه الأحداث، من خلال قيامها بدورين مختلفين، الأول إيجابي ويكون بضمان تغطية كاملة ومتوازنة للأزمة، أما

الدور الثاني فهو سلبي ويتجلى في تشويه الحقائق وتقديم معالجة ناقصة للحدث بعيدة عن الموضوعية والمصدقية (قادري وجلولي، 2015).

ويعود الاهتمام بإعلام الأزمة إلى خصائص الأزمة نفسها التي تتسم بما يأتي (رفاعي وجبريل، 2001):

1. المفاجأة العنيفة عند انفجار الأزمة.
2. أن الأزمة نقطة تحول أساسية.
3. ينقص فيها التحكم في الأحداث.
4. تسود فيها ظروف عدم التأكد ونقص المعلومات.
5. الغموض وعدم وضوح الرؤية للأزمة.
6. ضغط الوقت والحاجة إلى اتخاذ قرارات سريعة وفعالة وصائبة.
7. التهديد الشديد للمصالح والأهداف والافتراضات الأساسية التي يقوم عليها النظام.
8. انهيار سمعة المنظمة أو سمعة متخذي القرار.
9. تفقد رسالة المنظمة مصداقيتها تجاه المجتمع.
10. تأثير القلق والاضطراب على حياة الأفراد.
11. المنازعات القانونية والمالية بين جماعات المصالح والأطراف المعنية.
12. تتسبب في وقوع خسائر مادية أو بشرية أو نفسية.
13. الدخول في دائرة من المجاهيل المستقبلية والعلاقات المعقدة المتداخلة التي يصعب حسابها بدقة.

ويرى الباحث أن أهم القرارات التي يجب اتخاذها في وقوع الأزمات وخاصة في الساعات

الأولى من وقوع الأزمة هي على النحو الآتي:

1. ضرورة اختيار وتحديد المتحدث الرسمي أمام أجهزة الإعلام تفادياً لتناقض التصريحات.
2. اختيار متحدث رسمي له قدرة عالية على التعامل بموضوعية وعدم الانفعال أمام أجهزة الإعلام مع تحديد التصريحات الرسمية والجوهرية بدقة ووضوح مع ضمان التزام وسائل الإعلام بإذاعتها كما هي.
3. إعلان الحقائق متى تم التحقق من صحتها وذلك لإزالة مناخ الغموض وتفادي تولد الإشاعات.
4. الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عمليات الإغاثة حتى لا تُصور بشكل مبالغ فيه إذا تسربت من جهة أخرى غير المتحدث الرسمي.

خطوات إعلام الأزمة

تتم إدارة إعلام الأزمة عن طريق خطوات منها (الخضري، 2017):

1. تشخيص الأزمة وتحديد أسبابها: عن طريق جمع البيانات والمعلومات بالإضافة إلى الخبرة والممارسة والإدراك الفعلي للأزمة.
2. تحديد الأهداف: وذلك بترتيب الأهداف حسب أهميتها كالبدء بالهدف العام وبعدها الانتقال إلى الأهداف الفرعية والجزئية.
3. الحد من تفاقم الأزمة: وذلك بتحديد الآلية التي تُساعد على الحد من الأزمة وعدم تفاقم أحداثها.
4. تحديد البدائل الممكنة: ويتم بتوليد الأفكار والتنبؤ بتساؤلات ذكية وعديدة من أجل الوصول إلى البدائل المحتملة.

5. اختيار أفضل البدائل: ويتم ذلك بعد دراسة كل بديل واستخراج مزاياه وعيوبه والمفاضلة بين البدائل ليتم اختيار أحسن وأكثر البدائل فاعلية.

دور الإعلام في الأزمات:

تعد التغييرات السياسية والأحداث الاجتماعية، والاقتصادية التي تواجهها الدول من أهم المواضيع التي يتناولها الإعلام في وسائله المتعددة، لما يلعبه من دور توعوي يُمكن الأفراد من والكيانات المختلفة من فهم هذه التطورات والأحداث. ويبرز دور إعلام الأزمة في الأزمات والأحداث السياسية من حملته للرسائل التوعوية الأمنية ليس للتحذير من الخطر فقط وإنما للتحذير من مخاطر تفاقم هذه الأحداث السياسية التي تؤدي إلى الإخلال بالأمن القومي والوطني، ومثال ذلك الربيع العربي الذي شهدته الساحة السياسية مؤخراً، ومدى تأثير وإبراز الإعلام وتوضيحه لهذه الثورات الداعية للديمقراطية، وكان دور الإعلام بارزاً في هذه الثورات وخاصة في توضيح التحول الديمقراطي وتغيير التشريعات والسماح لأفراد المجتمع بنشاطات سياسية مختلفة كالعصيان والإضرابات والمظاهرات والتمرد والاحتجاجات ورفع الشعارات. ونتيجة للمتغيرات السياسية يأتي دور الإعلام بضرورة تطوره ومغادرة حالة الإعلام التقليدي الذي يفتقر للمعلومة والمعرفة واعتماد إعلام الشفافية والحقائق ونشر المصادقية في رسائله (الحطاب، 2012).

مما سبق يتضح لدى الباحث أن الإعلام يشكل مكوناً رئيسياً في مركز إدارة الأزمات. ولذا فإنه يتم تشكيل وحدة إعلام بمركز إدارة الأزمات بحيث يكون لها دور هام في جميع مراحل الأزمة المختلفة. حيث تظهر مشاهد وظواهر تشير إلى احتمال حدوث الأزمة مما يستوجب الحذر والاستعداد مع وضع الخطط المناسبة ويتلخص دور الإعلام في الآتي:

1. قياس الرأي العام ومعرفة اتجاهاته.

2. توفير المعلومات اللازمة لمواجهة الأزمة.

3. قياس مدى سلامة النسيج الاجتماعي وقوة تماسكه وقت الأزمة.

4. قياس قدرة المجتمع على التضحية والمشاركة أثناء الأزمات.

خطة إعلام الأزمة:

تشمل خطة إعلام الأزمة على عمليات الاتصال الأزموي من حيث الكم والنوع، وإن كل منظمة أو مؤسسة أو مركز وطني مُمثل في آلية إدارة الأزمة يجب أن يكون لديها خطة محددة لمواجهة الأزمات، والتخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات له خصوصية وصعوبة مستمدة ونابعة من خصوصية وصعوبات الأزمات ذاتها والتي تتمثل في ضيق الوقت، ومشاعر القلق والتوتر وربما الخوف الذي يُكثف الجمهور إيام الأزمات. إن خطة إعلام الأزمة تعتمد على التفكير الإبداعي، وتجنب البيروقراطية والقدرة على التكيف والاستجابة لتطورات الأزمة وتداعياتها بما يحقق للجمهور الطمأنينة والإحاطة بالحدث والإجراءات. والخطة الإعلامية لمواجهة الأزمة لها أهداف عامة لا تخرج عن أهداف إدارة الأزمة ومواجهتها ومن الضروري أن تكون هذه الأهداف واقعية ومرنة وقابلة للتحقق، وتدور أهداف الخطة الإعلامية للأزمة حول (زين، 2012):

- التصدي للأزمة عند وقوعها بأكبر قدر ممكن من الفاعلية والتأثير.
- تفعيل قدرات الاتصال والتعامل مع وسائل الإعلام.
- تخفيف الآثار السلبية للأزمة.
- التعاطف مع ضحايا الأزمة وذويهم.
- أن يكون الإعلام موجهاً لمجتمع الأزمة، أي يؤثر في كل فرد من أفراد المجتمع ويحوّله من مجرد مُتلق للرسالة الإعلامية إلى متفاعل معها ومتجاوب مع عناصرها ومُحقق لأهدافها.

ويرى الباحث أن الخطة الإعلامية التي يجب أن يعمل بها إدارة الأزمات لمواجهة الأزمة

تتكون من عدد من العناصر وهي على النحو الآتي:

1. تحديد الأزمات المحتملة وإبعاد هذه الأزمات.
2. تحديد الأهداف (أهداف الخطة الإعلامية).
3. تحديد الفئات المستهدفة بخطة إعلام الأزمة.
4. تحديد الإمكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة للخطة.
5. إعداد الرسالة الإعلامية الخاصة بخطة إعلام الأزمة.

الدراسات السابقة:

1. دراسة عمران (2011)، بعنوان "دور الصحافة السعودية في التعامل مع "الأزمات والكوارث":

دراسة تحليلية لصحف عكاظ والرياض والوطن".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة السعودية اليومية (عكاظ، الرياض، الوطن) في التعامل وقت الأزمات والكوارث، إذ كان من أولويات هذه الصحف الاهتمام بالأزمة والكارثة في جميع مراحلها (قبل وأثناء وبعد وقوعها)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وكان أهمها: أن الصحف السعودية ركزت على المرحلة الثانية من مراحل الأزمة والكارثة (حين وقوعها) ومن ثم المرحلة الثالثة (بعد وقوعها) بينما لم تهتم بالشكل المطلوب بالمرحلة الأولى التي تُعد هي الأهم، حيث أنها تُحذر من وقوع الأزمة والكارثة، وتحد من الآثار السلبية الناتجة عنهما، كما وأشارت النتائج إلى عدم اهتمام الصحافة السعودية بمعظم الفنون الصحفية عند تناولها موضوعات الأزمة والكارثة، بل ركزت على استخدام (الخبر).

2. قام (Wetzstien, et.al, 2014) بإجراء دراسة بعنوان: "إظهار حالات الاستخدام العلمي

لوسائل الإعلام الاجتماعية بخصوص الأزمة".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على حالات الاستخدام العلمي لوسائل الإعلام الاجتماعية بخصوص الأزمات، وقد أُستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث قامت بتحليل المقالات الأكاديمية لإعلام الأزمة وعددها (66) بحثاً، وقد استخدمت الأسئلة التي تناولت خصائص الخطاب الأكاديمي، وقد أظهرت الدراسة عدد من النتائج كان أهمها: أن وسائل الإعلام الحديث تقوم بالتركيز بشكل أقوى على دور ومشاركة المواطنين الأفراد والمجتمعات المحلية (كمقدمين ومستقبلين للمعلومات وكأطراف فاعلة).

3. أجرى (Coombs, 2014) دراسة بعنوان: "كيف تتجاوب الشعوب مع جهود إعلام

الأزمات: مقارنة ردود الفعل والاستجابة للأزمات عبر الصراعات الفرعية".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إلى كيفية تجاوب الشعوب مع جهود إعلام الأزمة، وذلك خلال الأزمات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدام الدراسة تحليل المحتوى لتقييم وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت الدراسة: أن تطبيق أصحاب الأسهم والمصالح في البورصة يبين فعالية في الاستجابة للأزمات إعلامياً من حيث التفويض لمدة شهر.

4. (Coombs, Timothy, (2014) بعنوان: "إدارة الأزمات والاتصالات"، هدفت هذه الدراسة

إلى التعرف على كيفية إدارة الأزمات والاتصالات ودمجها في عملية إدارة الأزمة وسمعة المنظمة بعد الأزمة والوصول إلى المحافظة على كافة المعلومات المتداولة خلال الأزمة، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداته الاستبانة وأظهرت الدراسة النتائج التالية: الأزمة تسبب ضرراً على سمعة المنظمة بسبب المعلومات السلبية التي تصدرها عن المنظمة، إنشاء فئات الأزمات التشغيلية وأزمات السمعة ما بعد انتهاء الأزمات، يمكن للأزمة أن تؤثر على كليهما ولكن أحد العوامل يمكن أن يهيمن على الأزمة.

5. دراسة (الإمام، 2015) بعنوان " دور التخطيط الإذاعي في إدارة الأزمات الأمنية (بالتطبيق

على إذاعة ساهرون في الفترة من يناير 2014 إلى ديسمبر 2015) "هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التخطيط الإذاعي في إدارة الأزمات الأمنية وتكمن المشكلة في مدى أهمية وضرورة الدور الذي تلعبه الأجهزة الإعلامية في نشر الحقائق وتنقيف الجمهور وبلورة رأي عام موحد يساعد على تماسك الجبهة الداخلية، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي وأظهرت نتائج الدراسة أن التخطيط الإذاعي أحدث تطوراً في إدارة الأزمة وذلك من خلال

الاستعداد لمواجهة الأزمات المفاجئة والتعامل بطريقة سريعة مع الأزمة كما أنه يقلل من مخاطر الأزمات.

6. أجرى (Coombs, 2015) دراسة بعنوان: "قيمة التواصل خلال الأزمة: رؤى من بحوث

الاتصالات الاستراتيجية"، هدفت الدراسة إلى البحث في مجموعة الدروس المستفادة من قيمة التواصل والإعلام أثناء حدوث الأزمات، واستعراض بعض الخطوط العريضة التي يوظفها بعض المديرين التنفيذيين للإبلاغ عن جهودهم في أثناء هذه التحديات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت الدراسة أن الاختيارات للاستراتيجيات المطبقة والفرق بين ما خطط إليه وبين النتيجة الفعلية الحقيقية. ويتضمن ذلك توقيت الاستجابة والعوامل الموضوعية والتي بُرهنَت قوته في التأثير على التحدي. وكانت النتائج لصالح تطبيق استراتيجيات إعلام الأزمات وكان هذا بناء على حالات حقيقة قد حدثت وتمت الاستجابة لها.

7. قام (Cheng, 2016) بإجراء دراسة عنوان: "كيف تغير وسائل الإعلام الاجتماعية

استراتيجيات اتصال الأزمات: أدلة من الأدب المحدث". هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الحديث على استراتيجيات إدارة الأزمات والإعلام الخاص فيها. وقدمت الدراسة مراجعة شاملة للمنحة الدراسية حول وهي استراتيجيات إعلام الأزمات CCS في سياق عالمي، ومن خلال تحليل محتوى المقالات المنشورة في 11 مجلة مدرجة وعلاقتها بالعلوم الاجتماعية(SSCI)، لتحقيق أهداف الدراسة تم تحديد 73 مقالاً يُركز على إدارة الأزمات الاجتماعية. خلصت الدراسة إلى النتائج التالية أن الاستراتيجيات الجديدة التي تم تحسين مستواها وتصعيدها من خلال نقل المعارف بين مؤسسات الإعلام تمت إضافتها للأجندة المعنية بنقل إعلام الأزمات. وتم تطبيق هذه الاستراتيجيات على أصحاب والقائمين على

المؤسسات الإعلامية. وتشير النتائج أيضا إلى وجود حلقة ضعف في الدراسات السابقة في نفس المجال.

8. أجرى (Cheung & Leung, 2016) دراسة بعنوان: "شفافية الإعلام أثناء الأزمات في

العصر الرقمي: حالات من أزمات الأمن الغذائي". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على شفافية الإعلام أثناء الأزمات في العصر الرقمي: حالات من أزمات الأمن الغذائي". واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وأظهرت الدراسة أن شفافية الإعلام قد يكون حرجا ومهما خصوصا في العصر الرقمي. لتطبيق أهداف الدراسة أكثر الطرق فعالية في تحقيق الإعلام وفي نفس الوقت السيطرة على الأزمات هو من خلال عدم التكتم على المعلومات الحقيقية لتحقيق شفافية ومصداقية أعلى من قبل الجمهور.

9. دراسة (الداغر، 2017) بعنوان "اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية

للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013 م "مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا" هدفت الدراسة إلى التعرف اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد ثورة 30 يونيو 2013م واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت النتائج إلى أن التغطية الإعلامية بالوسائل المتعددة عند تناول موضوعات الأزمات الأمنية عبر المواقع التواصل الاجتماعي جاء في مقدمة أسباب تفضيل النخبة مقارنة بالوسائل الأخرى، ثم جاءت التغطية المنتظمة للأحداث وإمكانية التفاعل مع الحدث بالمعلومات والصور ومقاطع الفيديو، وأن ثقة النخبة المصرية في المعلومات المتاحة من الأحداث والأزمات الأمنية المارة في الإعلام التقليدي تأخذ حيزاً من الثقة أكبر من تطبيقات الإعلام الجديد.

10. دراسة (خالدي، 2017): "بعنوان دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في العالم العربي

أزمة الربيع العربي أنموذجاً"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في العالم العربي أزمة الربيع العربي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لوصف ظاهرة الربيع العربي وتحليلها، ومنهج دراسة الحالة لاعتمادنا على الثورة المصرية. وأظهرت الدراسة إلى أن الربيع العربي هو حالة طبيعية من التغير الاجتماعي، إلا أنه تحول إلى تغيير تسارعت أحداثه بسبب أزمة الثورات وتداخل عدة عوامل مساعدة كالإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي والمصالح الجيوستراتيجية في عملية اتصالية معقدة أعطت النظرة الكلية لعلاقة الدولة بجمهورها الداخلي أي الشعب والخارجي أي الدول الأجنبية.

11. **Fistbacka, Sonja, (2017)** بعنوان: إدارة الأزمات في وسائل التواصل الاجتماعي -

الحفاظ على الصورة التنظيمية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على رؤى للمنظمات، حول كيفية الاستفادة من وسائل الإعلام الاجتماعية في اتصالات الأزمة مع تحليل الخطاب النقدي تم تحديد وتحليل استخدام منصات واستراتيجيات إدارة الأزمات المستخدمة من وجهة نظر أصحاب المصلحة. وقد درس هذا البحث أولاً النظرات التي تعتبر مهمة في مجال إدارة الأزمات والاتصال بالأزمات. حيث استخدمت المنهج التحليلي لوسائل الاعلام الاجتماعي وجاءت نتائج الدراسة على النحو التالي: العمل على تثقيف أنفسهم للحفاظ على الصورة التنظيمية للمنظمة، العمل على التخفيف من تهديدات وسائل الاعلام الاجتماعية في الاتصالات الأزمة.

12. دراسة (الدبي، 2018) بعنوان: سياسة الإعلام الأردني الرسمي خلال الأزمات من وجهة

نظر الصحفيين الأردنيين، هدفت الدراسة الى توضيح سياسة الاعلام الاردني الرسمي خلال

الأزمات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. ولغرض تحقيق هدف الدراسة الباحث المنهج الوصفي، وأظهرت الدراسة أن الخطاب الإعلامي الأردني الرسمي خلال الأزمات يهتم بالسرعة في نقل المعلومات، ويتسم بالواقعية والدقة في نقل الخبر، ويتعامل مع الحدث بحجمه واهتمامه بالتأثير الإيجابي بالشباب الأردني وصانع القرار، والسعي لإحداث تطور إيجابي لدى النخب الإعلامية. ومن حق الإعلام الأردني الرسمي إلا ينشر كافة المعلومات والايخبار حتى لا تتفاقم الأزمة، من خلال الاحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأمنية تجاه الوطن، وان لتعدد المرجعيات (حراسة البوابة الاعلامية) التأثير المباشر في الاعلام الأردني الرسمي على كيفية تغطية الحدث، والسرعة في نقل الاخبار خلال الأزمات، وخطاب اعلام الأزمة تنقصه الخبرة وآلية التعامل مع مراحلها.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على عدد كبير من الدراسات السابقة، التي تقيس اتجاهات الرأي العام في الإعلام وخاصة الإعلام الرسمي تجاه قضية عالمية وهي الأزمات التي قد تعترض أي دولة من الدول أن كانت عربية أو أجنبية، فقد تم اختيار عدد منها لأنها تلتقي أو تتشابه مع الدراسة الحالية في بعض محاورها وجوانبها، فإما أن يكون التشابه في نوع الوسيلة الإعلامية موضوع الدراسة وهو الإعلام الرسمي، أو كان في طبيعة مجتمع الدراسة وعينته التي تم دراستها، وهي التي تتكون من الشباب كما في هذه الدراسة، وقد يكون التشابه في درجة الاعتماد على الإعلام الرسمي، وتعد هذه الدراسة من هذا النوع من الدراسات التي تهتم بدرجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار والمعلومات وقت الأزمات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

لقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في الآتي:

1. ساعدت الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة بشكل جيد حيث مكنت الباحث من الوصول إلى نتائج أفضل من نتائج الدراسات السابقة؛ وستشكل هذه النتائج إضافة إلى جهود الباحثين السابقين، لأن من أهم إعدادات البحث العلمي أنه يعتمد على التراكمية، والترابط بين الدراسات الحالية والدراسات السابقة.

2. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تحديد منهج الدراسة، وصياغة الأسئلة، مع الاستفادة من إدارة الدراسة من أجل تطويرها، وتحديد كيفية جمع البيانات وتحليلها، وتحديد متغيرات الدراسة. وقد تميزت هذه الدراسة في أنه لا يوجد أي دراسة أُجريت عن درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي أثناء الأزمات.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يشتمل هذا الفصل على منهجية الدراسة، وأهم الإجراءات التي استخدمها الباحث من أجل تنفيذ هذه الدراسة، والتي تمثلت في تحديد مجتمع الدراسة، والطرق التي استخدمت في جمع البيانات التي احتاجت إليها الدراسة، وأهم الأساليب الإحصائية التي تم من خلالها تحليل البيانات، وكيفية الوصول إلى نتائج الدراسة.

منهجية الدراسة:

اتبعت هذه الدراسة المنهج المسحي الذي يقوم بدراسة ظاهرة معينة وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها وهذا المنهج يعتمد على دراسة الواقع ويهتم بوصفها ويوضح خصائصها ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية الرسمية ضمن مرحلة البكالوريوس، والبالغ عددهم ما يقارب (150116) طالب وطالبة وفقاً لإحصائيات وزارة التعليم العالي لعام الدراسي (2018-2019).

عينة الدراسة:

وبهدف اختيار عينة الدراسة حدد الباحث ثلاث جامعة رسمية في إقليم الشمال وإقليم الوسط وإقليم الجنوب، وهي جامعة اليرموك والجامعة الأردنية وجامعة مؤتة لتمثل أقاليم المملكة الأردنية الهاشمية، وقام الباحث بتوزيع (1235) استبانة على طلبة هذه الجامعات، استرد منها (1181) استبانة وكما مبين في الجدول رقم 1، وبعد مراجعة الاستبانات تبين أن عدد الاستبانات

الغير صالحة للتحليل الإحصائي (47) استبانة، وبهذا فقد تكونت عينة الدراسة من (1134) طالب وطالبة، يوضح الجدول رقم (1) عدد الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل الإحصائي.

الجدول رقم (1): عدد الاستبانات الموزعة والمستردة والصالحة للتحليل الإحصائي

الجامعة	عدد الطلبة	الاستبانات الموزعة	الاستبانات المستردة	الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي
جامعة اليرموك	37924	450	422	380
الجامعة الاردنية	28599	400	382	379
جامعة مؤتة	14126	385	377	375
المجموع	80649	1235	1181	1134

وبهذا فقد تكونت عينة الدراسة من (1134) طالب وطالبة في الجامعات الاردنية الرسمية تم اختيارهم بطريقة الطبقيّة العشوائية من مجتمع الدراسة، وذلك ينسجم مع ما ورد في جدول تحديد حجم العينة (Bartlett, Kotrlik & Higgins, 2001)، الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها.

الجدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	546	48.1
	انثى	588	51.9
	المجموع	1134	100.0
العمر	18 - أقل من 22 سنة	619	54.6
	22 - 27 سنة	495	43.7
	27 سنة فأكثر	20	1.8
	المجموع	1134	100.0
المستوى الدراسي	السنة الأولى	236	20.8
	السنة الثانية	403	35.5
	السنة الثالثة	260	22.9
	السنة الرابعة	235	20.7

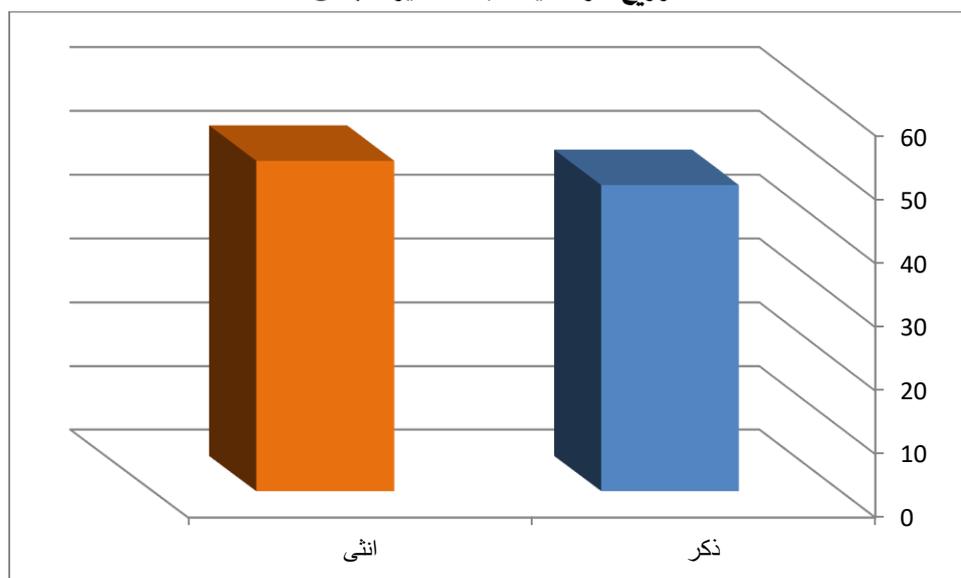
المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
	المجموع	1134	100.0
نوع الكلية	الكلية العلمية	666	58.7
	الكلية الإنسانية	468	41.3
	المجموع	1134	100.0

يظهر من الجدول رقم (2) ما يلي:

1- أن عدد الذكور في عينة الدراسة بلغ (546) بما نسبته (48.1%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، بينما بلغ عدد الإناث (588) بما نسبته (51.9%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، ويوضح الشكل البياني رقم (1) توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الجنس.

الشكل البياني رقم (1)

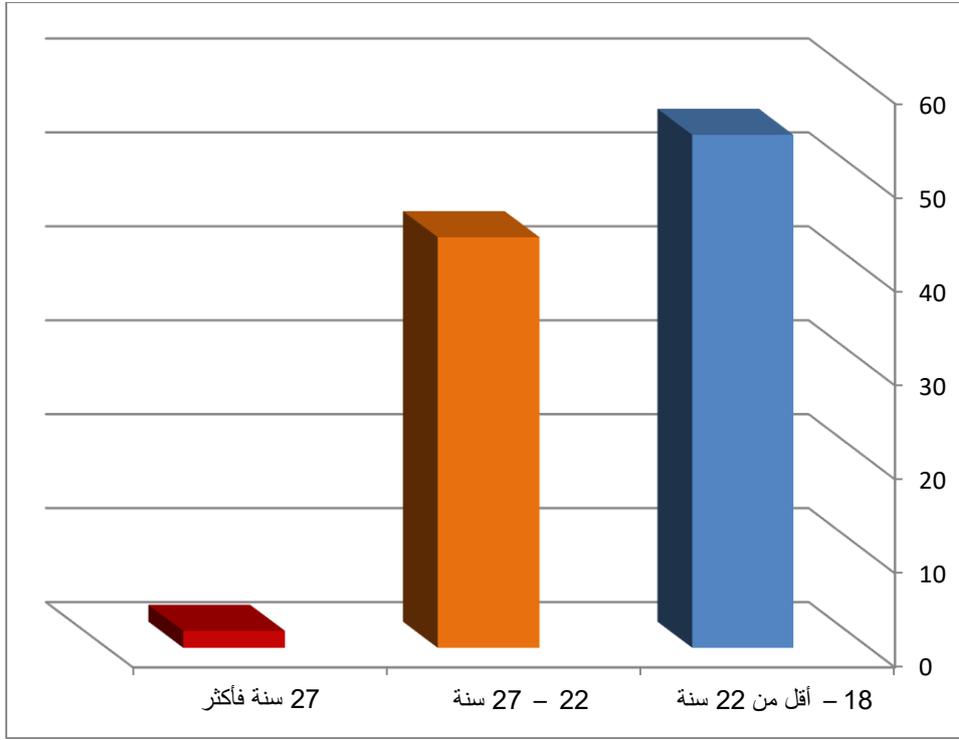
توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الجنس



2- بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر (54.6%) للفئة العمرية (18-أقل من 22 سنة)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (1.8%) للفئة العمرية (27 سنة فأكثر).

الشكل البياني رقم (2)

توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الفئة العمرية



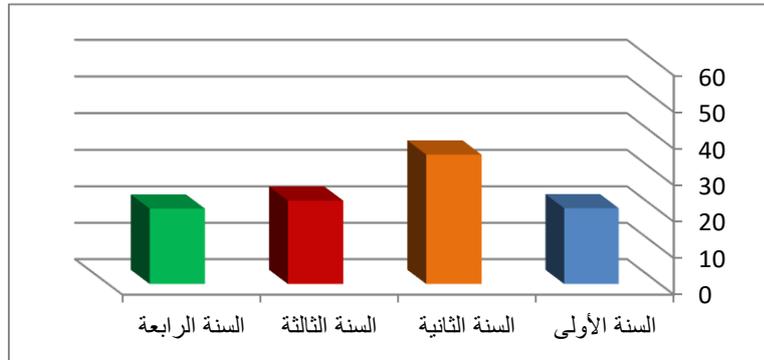
3- بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى الدراسي (35.5%)

للمستوى الدراسي (السنة الثانية)، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (20.7%) للمستوى الدراسي

(السنة الرابعة).

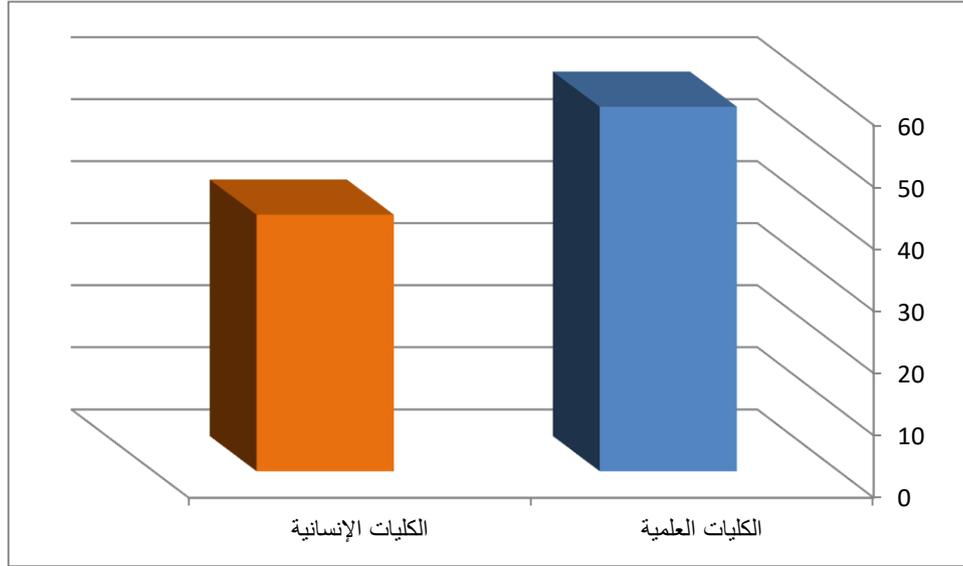
الشكل البياني رقم (3)

توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير المستوى الدراسي



4- بلغت أعلى نسبة مئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع الكلية (58.7%) للكليات العلمية، بينما بلغت أدنى نسبة مئوية (41.3%) للكليات الإنسانية.

الشكل البياني رقم (4)
توزيع أفراد عينة تبعاً لمتغير الكليات



مصادر جمع البيانات:

اعتمد الباحث على مصدرين رئيسيين لجمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة؛ والتي تمثلت

في:

المصادر الثانوية: تمثلت هذه المصادر في مجموعة من الكتب والدوريات ذات العلاقة بموضوع

البحث، إضافة إلى المعلومات المتوفرة حول الموضوع والموجودة على المواقع المعتمدة على

الإنترنت.

المصادر الرئيسية: ولأغراض الحصول على البيانات اللازمة للوصول إلى النتائج المطلوبة من

الدراسة فقد تم تطوير استبانة ذات علاقة بموضوع الدراسة.

أداة الدراسة:

بالاعتماد على الإطار النظري لهذه الدراسة، والدراسات السابقة التي تم عرضها سابقاً، اعتمدت أداة الدراسة الاستبانة حيث تكونت هذه الاستبانة من جزأين (ملحق رقم 2)، وقد اشتمل الجزء الأول منها على المعلومات الشخصية والوظيفية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة، والتي تمثلت فيما يلي:

- النوع الاجتماعي، وله فئتان (ذكر، أنثى).
 - العمر، وله ثلاث مستويات (18 - أقل من 22 سنة، 22 - أقل من 27 سنة، 27 سنة فأكثر).
 - المستوى الدراسي، وله أربعة مستويات (السنة الأولى، السنة الثانية، السنة الثالثة، السنة الرابعة).
 - نوع الكلية، وله فئتان (الكلية العلمية، الكلية الإنسانية)
- وتكون الجزء الثاني من الاستبانة من (46) فقرة تعكس تقييم أفراد العينة المدروسة لدرجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات، والذي تكون من مجموعة من الأبعاد الفرعية كما هي موضحة في الجدول (3):

الجدول (3): توزيع فقرات محاور الدراسة

عدد الفقرات	المحور
6	أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات
13	الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات
14	خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات
5	دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات
8	مدى ثقة الشباب الأردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي

لتحليل بيانات والإجابة عن أسئلة الدراسة تم الاعتماد على مقياس ليكرت الرباعي لمحاور الأول والثانية والرابع والخامس وذلك حسب الدرجة التالية: درجة (0) تعبر عن درجة أبداً، درجة (1) تعبر عن درجة نادراً، درجة (2) تعبر عن درجة أحياناً، درجة (3) تعبر عن درجة دائماً، ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات هذه المحاور؛ تم استخدام المعيار الاحصائي الاتي والمبين في الجدول (4):

الجدول (4): اختبار مقياس الاستبانة

الدرجة	0	1	2	3
مستوى الموافقة	أبداً	نادراً	أحياناً	دائماً

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدها هذه الدراسة فيما يتعلق بهذا المحاور عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات الواردة في نموذجها لتحديد درجة الموافقة فقد حدد الباحث ثلاث مستويات هي (مرتفع، متوسط، منخفض) بناءً على المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفترة} = (\text{الحد الأعلى للبدل} - \text{الحد الأدنى للبدل}) / \text{عدد المستويات}$$

$$1.00 = 3/3 = 3/(0-3)$$

درجة موافقة منخفضة من 0.00 - أقل من 1.00.

درجة موافقة متوسطة من 1.00 - أقل من 2.00.

درجة موافقة مرتفعة من 2.00 - 3.00.

لتحليل بيانات والإجابة عن أسئلة الدراسة تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي للمحور الثالث وذلك حسب الدرجة التالية: درجة (1) تعبر عن بدرجة قليلة جداً، درجة (2) تعبر عن درجة قليلة، درجة (3) تعبر عن درجة متوسطة، درجة (4) تعبر عن درجة عالية، درجة (5)

بدرجة عالية جداً، ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المحور الثالث؛ تم استخدام المعيار الاحصائي الاتي والمبين في الجدول (5):

الجدول (5): اختبار مقياس الاستبانة

الدرجة	1	2	3	4	5
مستوى الموافقة	درجة قليلة جداً	درجة قليلة	درجة متوسطة	درجة عالية	درجة عالية

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدها هذه الدراسة فيما يتعلق بهذا المحاور عند التعليق على المتوسط الحسابي للمتغيرات الواردة في نموذجها لتحديد درجة الموافقة فقد حدد الباحث ثلاث مستويات هي (مرتفع، متوسط، منخفض) بناءً على المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفترة} = (\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}) / \text{عدد المستويات}$$

$$1.33 = 3/4 = 3 / (1-5)$$

درجة موافقة منخفضة من 1.00 - أقل من 2.33 .

درجة موافقة متوسطة من 2.33 - أقل من 3.66 .

درجة موافقة مرتفعة من 3.66 - 5.00 .

صدق أداة الدراسة.

وللتأكد من الصدق والثبات قام الباحث بقياس ما يجب قياسه والوصول إلى مستوى عالٍ من الصدق الداخلي في الدراسة، وللتعرف على قدرة أداة الدراسة من قياس متغيرات هذه الدراسة ولاختبار مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات والمعلومات، فقد قام الباحث بإخضاعها إلى عدة اختبارات أهمها:

اختبار الصدق الظاهري:

تم عرض الاستبانة على عدد من أساتذة الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة بين ذوي الخبرة والاختصاص بموضوع الدراسة، وبعد اطلاعهم على عباراتها أشاروا إلى بعض المقترحات والتوصيات القيمة حول عبارتها، حيث أجرى التعديل وفقاً لآرائهم حتى برزت الأداة بشكلها النهائي، الملحق رقم (1) يوضح قائمة بأسماء المحكمين.

صدق البناء

للتحقق من البناء لأداة الدراسة تم استخراج معاملات الارتباط (Corrected-item total)

(correlation) بين الفقرات والمحور الذي تنتمي إليه والأداة ككل، الجدول رقم (5) يوضح ذلك.

الجدول رقم (6): معاملات الارتباط بين الفقرات والبُعد الذي تنتمي إليه والأداة ككل

الفقرة	أشكال الإعلام الرسمي		الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الأعلام الرسمي وقت الأزمات		خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات	
	البُعد	الأداة	البُعد	الأداة	البُعد	الأداة
1	0.60*	0.40*	0.50*	0.50*	0.63*	0.37*
2	0.43*	0.57*	0.50*	0.50*	0.53*	0.47*
3	0.70*	0.30*	0.53*	0.47*	0.67*	0.33*
4	0.63*	0.37*	0.53*	0.47*	0.40*	0.60*
5	0.53*	0.47*	0.53*	0.47*	0.60*	0.40*
6	0.57*	0.43*	0.45*	0.52*	0.61*	0.65*
7			0.45*	0.56*	0.51*	0.38*
8			0.48*	0.49*	0.55*	0.58*
9			0.41*	0.58*	0.48*	0.68*
10			0.61*	0.41*	0.48*	0.61*
11			0.51*	0.68*	0.45*	0.51*
12			0.50*	0.50*	0.70*	0.30*
13			0.57*	0.43*	0.63*	0.37*

0.47*	0.53*					14
		مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي	دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات			
		0.62*	0.62*	0.43*	0.57*	1
		0.52*	0.52*	0.50*	0.50*	2
		0.66*	0.56*	0.46*	0.59*	3
		0.39*	0.49*	0.49*	0.42*	4
		0.59*	0.49*	0.42*	0.69*	5
		0.69*	0.46*			6
		0.62*	0.46*			7
		0.51*	0.50*			8

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

يظهر من الجدول رقم (6) أن جميع معاملات الارتباط بين الفقرات والمحور الذي تنتمي إليه

والأداة ككل كانت دالة إحصائية.

ثبات الأداة:

للتأكد من ثبات أداة تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا (Chronbach Alpha) على جميع

فقرات محاور أداة الدراسة والأداة ككل، كما هو مبين في جدول (7) الذي يوضح معاملات الثبات.

جدول (7): معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لمحاور أداة الدراسة والأداة ككل

معامل الثبات	المحور
0.77	أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات
0.78	الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات
0.73	خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات
0.81	دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات
0.71	مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي
0.82	الأداة ككل

يظهر الجدول رقم (7) أن جميع قيم معاملات الثبات بطريقة (كرونباخ الفا) كانت مقبولة لأغراض التطبيق، حيث إنها تراوحت بين (0.71-0.81)، وقد أشارت الدراسات إلى قبول معاملات الثبات وجمعيتها قيم مقبولة لأغراض التطبيق؛ إذ أشارت معظم الدراسات إلى أن نسبة قبول معامل الثبات (0.60) (Amir & Sonderpandian, 2002).

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: درجة اعتماد الشباب الإعلام الرسمي.

المتغير التابع: خلال الأزمات.

المتغيرات الوسيطة: البيانات الشخصية (النوع الاجتماعي، العمر، المستوى الدراسي، نوع الكلية).

إجراءات الدراسة:

لأغراض تحقيق أهداف الدراسة اتبع الباحث الإجراءات الآتية:

- تم إعداد استبانة وتحكيمها من قبل المختصين والأكاديميين. وحصل الباحث على موافقة رسمية لتطبيق الأداة من جامعات اليرموك والاردنية ومؤتة.
- قام الباحث بإجراء مجموعة من الزيارات لمباني الجامعات الحكومية الاردنية المختارة بالدراسة الحالية بهدف توزيع الاستبانات.
- تم توضيح الإجابة على الأداة وجمع البيانات المتعلقة بذلك.
- بلغ عدد الاستبانات الموزعة على الطلبة (1235) استبانة وتم استرجاع (1134) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي.
- جمع الأدوات المعبأة، وتدقيقها للتأكد من صلاحيتها للتحليل الإحصائي.

- تفرغ استجابات أفراد العينة، ثم ترميزها وإدخال البيانات باستعمال الحاسب الإلكتروني، ثم قام الباحث بمعالجة البيانات باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

المعالجة الإحصائية:

- ولغرض تحليل البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة، وذلك من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة، فقد تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تشتمل عليها الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) والتي تتمثل في:

- التكرارات، والنسب المئوية وذلك من أجل وصف خصائص الأفراد المبحوثين.
- المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للتعرف على درجة موافقة الأفراد المبحوثين على فقرات أداة الدراسة.
- معادلة كرونباخ ألفا للتأكد من مدى ثبات أداة الدراسة.
- تطبيق اختبار (Independent Sample T-Test) للتحقق من صحة الفرضيات.

الفصل الرابع

عرض النتائج

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي هدفت للتعرف على درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات، وذلك وفقاً لما تناولته من أسئلة:

- **النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:** ما أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء)

التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المحور الأول في أداة الدراسة والذي يهدف للتعرف على أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات

مرتبة تنازلياً حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	6	أتابع شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمة.	1.43	0.75	متوسطة
2	5	أتابع المواقع الإلكترونية الرسمية الأردنية وقت الأزمات.	1.14	0.54	متوسطة
3	1	أتابع التلفزيون الأردني الرسمي كمصدر للأخبار والمعلومات وقت الأزمات.	1.00	0.76	متوسطة
4	2	أتابع الصحف المحلية الرسمية الأردنية كمصدر للأخبار وقت الأزمة.	0.93	0.79	منخفضة
5	4	أتابع القنوات الفضائية الأردنية وقت الأزمات.	0.80	0.90	منخفضة
6	3	أتابع الإذاعة الرسمية الأردنية وقت الأزمات.	0.71	0.83	منخفضة
		أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات ككل	1.00	0.42	متوسطة

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات تراوحت ما بين (0.71-1.43)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (6): أتابع شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمة ، بمتوسط حسابي (1.43) ودرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (3): أتابع الإذاعة الرسمية الأردنية وقت الأزمات، بمتوسط حسابي(0.71) ودرجة تقييم متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (1.00) بدرجة تقييم متوسطة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في

الأعلام الرسمي وقت الأزمات؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المحور الثاني في أداة الدراسة والذي يهدف للتعرف على الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الأعلام الرسمي وقت الأزمات، وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور /

الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الأعلام الرسمي وقت الأزمات مرتبة تنازلياً حسب

المتوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	3	أطلع على التحليلات والتعليقات التي يبثها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.	1.40	0.81	متوسطة
2	1	أقوم بمتابعة أخبار الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة لحظة بلحظة.	1.17	0.68	متوسطة
3	5	أشارك في مناقشة المواضيع التي يطرحها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.	1.14	0.82	متوسطة

متوسطة	0.82	1.10	أقوم بمطالعة الدراسات والأبحاث التي يبثها الإعلام الرسمي الخاص بالأزمة.	9	4
متوسطة	0.82	1.10	يخصص الإعلام الرسمي وقتاً كافياً لتغطية الأزمة بكافة أشكالها.	11	4
متوسطة	0.79	1.08	يهتم الإعلام الرسمي بتحليل الأحداث الجارية حول الأزمات والقضايا المدرجة على الساحة الوطنية.	13	6
متوسطة	0.80	1.07	أقوم بالمشاركة مع الجمهور في التعليقات المفتوحة في الإعلام الرسمي على الأزمة.	7	7
متوسطة	1.07	1.06	يعرض الإعلام الرسمي مختلف الآراء حول الأزمة من الجهات المختصة.	4	8
متوسطة	0.88	1.00	متابعة قادة الرأي بخصوص الموضوعات المتعلقة بالأزمات.	10	9
منخفضة	0.83	0.98	يعد الإعلام الرسمي مصدراً مهماً لمعلومات الأزمات المختلفة.	12	10
منخفضة	0.91	0.93	أقوم بمشاهدة القصص الإخبارية التي يبثها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.	8	11
منخفضة	0.89	0.87	أطلع على التحقيقات التي يقدمها الإعلام الرسمي للكشف عن الحقائق الخاصة بالأزمة.	6	12
منخفضة	0.88	0.83	أشاهد التقارير التي يقدمها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.	2	13
متوسطة	0.41	1.06	الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات ككل		

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات

محور / الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات

تراوحت ما بين (0.83-1.40)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (3): أطلع على

التحليلات والتعليقات التي يبثها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة ، بمتوسط حسابي (1.40)

ودرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2): أشاهد التقارير التي يقدمها

الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة ، بمتوسط حسابي (0.83) ودرجة تقييم منخفضة، وبلغ المتوسط

الحسابي للمحور ككل (1.06).

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع

الأزمات؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المحور الثالث في أداة الدراسة والذي يهدف للتعرف على خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات، وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات مرتبة تنازليا حسب المتوسط الحسابي

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	1	يتعامل الإعلام الرسمي بسرعة خلال مراحل الأزمة.	2.84	0.65	متوسطة
2	14	يستخدم الإعلام الرسمي التقنيات المتقدمة في تغطية الأزمة.	2.60	0.79	متوسطة
3	9	يقدم الإعلام الرسمي الأزمة لحظة وقوعها.	2.59	0.83	متوسطة
4	10	يقدم الإعلام الرسمي تحليلات دقيقة عن الأزمات.	2.58	0.75	متوسطة
5	2	ينشر الإعلام الرسمي المعلومات الخاصة بمراحل الأزمة لحظة وقوعها.	2.56	0.65	متوسطة
6	4	يعرض الإعلام الرسمي الرأي والرأي الآخر فيما يتعلق بالأزمة.	2.55	0.76	متوسطة
7	11	يتعامل الإعلام الرسمي بالطرح الجريء للقضايا الخاصة بالأزمات	2.54	0.79	متوسطة
8	7	يتميز الإعلام الرسمي بالبحث عن مصادر قصص صحفية حول الأزمات بأساليب جديدة	2.53	0.71	متوسطة
9	12	يقدم الإعلام الرسمي الأزمة بالصوت والصورة.	2.52	0.80	متوسطة
10	13	يتميز الإعلام الرسمي بالشمول في تغطيته الأزمة والنتائج المترتبة عليها.	2.51	0.78	متوسطة
11	8	يوفر الإعلام الرسمي خلاصة الأخبار المتعلقة بالأزمات.	2.50	0.72	متوسطة
12	3	يتمتع الإعلام الرسمي بالحرية اللازمة حول تناوله لمواضيع الأزمات.	2.40	0.88	متوسطة
13	6	متابعة أخبار الأزمة المنشورة في الصفحات الإلكترونية للإعلام الرسمي الأردني.	2.27	0.60	منخفضة
14	4	يتعامل الإعلام الرسمي بدقة وموضوعية في نقل الحدث خلال الأزمة.	1.95	0.99	منخفضة
		خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات ككل	2.50	0.39	متوسطة

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات تراوحت ما بين (1.95- 2.84)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (1): يتعامل الإعلام الرسمي بسرعة خلال مراحل الأزمة، بمتوسط حسابي (2.84) ودرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (4): يتعامل الإعلام الرسمي بدقة وموضوعية في نقل الحدث خلال الأزمة، بمتوسط حسابي (1.95) ودرجة تقييم منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (2.50).

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المحور الرابع في أداة الدراسة والذي يهدف للتعرف على دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات، وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات مرتبة تنازلياً حسب المتوسط

الحسابي

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	1	أقتنع بالإعلام الرسمي لأنه ينتقي المصطلح الأنسب للحدث.	1.49	0.81	متوسطة
2	4	يساعدني الإعلام الرسمي من تكوين فكرة صحيحة عن كيفية وقوع الأزمة.	1.31	1.75	متوسطة
3	3	يلبي الإعلام الرسمي حاجات المشاهدين فيما يتعلق بالأزمة.	1.29	0.82	متوسطة
4	5	يوفر الإعلام الرسمي إعلاميين في المناطق التي يتعذر الوصول إليها.	1.23	0.84	متوسطة
5	2	يساعدني الإعلام الرسمي في إشباع فضولي المعلوماتي حول مختلف الأزمات.	1.07	0.99	متوسطة
محور / دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات ككل					
			1.28	0.55	متوسطة

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات تراوحت ما بين (1.07-1.49)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (1): أقتنع بالإعلام الرسمي لأنه ينفقي المصطلح الأنسب للحدث ، بمتوسط حسابي (1.49) ودرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2): يساعدني الإعلام الرسمي في إشباع فضولي المعلوماتي حول مختلف الأزمات ، بمتوسط حسابي(1.07) ودرجة تقييم متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (1.28).

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ما مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية

التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المحور الرابع في أداة الدراسة والذي يهدف للتعرف على مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي، وفيما يلي عرض النتائج:

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات محور / مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي مرتبة تنازليا حسب المتوسط

الحسابي

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
1	3	أثق بالإعلام الرسمي خلال الأزمات لأنه واقعي.	1.26	0.80	متوسطة
2	1	أتابع الإعلام الرسمي بسبب ثقتي في المعلومات التي يقدمها.	1.24	0.79	متوسطة
3	4	أثق في الإعلام الرسمي بسبب المتابعة المستمرة للإحداث والأزمات والتحليلات الخاصة في ذلك.	1.23	1.00	متوسطة
4	5	أثق في الإعلام الرسمي بسبب سرعة التغطية الفورية في	1.14	0.88	متوسطة

الرتبة	الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
		نقل احداث الازمة			
5	7	أثق في الإعلام الرسمي بسبب عمق المعالجة والتفصيل للأزمة.	1.10	0.90	متوسطة
6	6	اتابع الإعلام الرسمي بسبب عرضه لمختلف الآراء السياسية والاجتماعية والاقتصادية الخاصة بالأزمة.	1.09	0.92	متوسطة
7	8	أثق في الإعلام الرسمي بسبب استضافة شخصيات مهمة تتحدث عن الأزمة بكل صدق وشفافية.	1.05	0.90	متوسطة
8	2	أثق في الإعلام الرسمي لسهولة الحصول على الأخبار والمعلومات.	1.01	0.93	متوسطة
		محور / مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي ككل	1.14	0.43	متوسطة

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات

محور / مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي تراوحت ما بين (1.01-1.26)، حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة رقم (3): أثق بالإعلام الرسمي خلال الأزمات لأنه واقعي، بمتوسط حسابي (1.26) ودرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2): أثق في الإعلام الرسمي لسهولة الحصول على الأخبار والمعلومات ، بمتوسط حسابي (1.01) ودرجة تقييم متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (1.14).

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: هل يوجد فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات

تعزى للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، العمر المستوى الدراسي، نوع الكلية)؟

تمت الإجابة عن هذا السؤال من خلال تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test)

(Test) على دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات

تبعاً لمتغيري (النوع الاجتماعي، نوع الكلية)، كما تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات تبعاً لمتغيرات (العمر، المستوى الدراسي)، وفيما يلي عرض نتائج:

جدول (13) تطبيق اختبار (Independent Samples T-Test) على دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات تبعاً لمتغيري (النوع الاجتماعي، نوع الكلية)

المتغيرات	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدلالة الإحصائية
النوع الاجتماعي	ذكر	1.23	0.49	1.59	0.11
	انثى	1.32	0.60		
نوع الكلية	الكليات العلمية	1.29	0.50	0.51	0.61
	الكليات الإنسانية	1.26	0.62		

يوضح الجدول السابق عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات

تعزى للنوع الاجتماعي، ونوع الكلية، حيث كانت قيم (T) غير دالة إحصائياً.

جدول (14) تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) على دوافع اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات تبعاً لمتغيري (العمر، المستوى الدراسي)

المتغيرات	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	الدلالة الإحصائية
العمر	18 – أقل من 22 سنة	1.24	0.46	1.10	0.33
	22 – 27 سنة	1.31	0.65		
	27 سنة فأكثر	1.47	0.48		
المستوى الدراسي	السنة الأولى	1.25	0.46	1.10	0.27
	السنة الثانية	1.31	0.48		
	السنة الثالثة	1.38	0.77		
	السنة الرابعة	1.23	0.43		

يوضح الجدول السابق عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($0.05 \geq \alpha$) في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات

تعزى للعمر والمستوى الدراسي، حيث كانت قيم (F) غير دالة إحصائياً.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل عرضاً لمناقشة نتائج الدراسة التي هدفت للتعرف على درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات، وذلك وفقاً لما تناولته من أسئلة، وأهم الدراسات التي أظهرتها الدراسة في ضوء النتائج المتعلقة بكل سؤال وفقاً لترتيبها وهي على النحو الآتي:

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع،

المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الأول أن أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات جاءت بدرجة متوسطة، حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على أتابع شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمة، وبدرجة تقييم متوسطة أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت الفقرة التي تنص على أتابع الإذاعة الرسمية الأردنية وقت الأزمات، بدرجة تقييم متوسطة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الشباب الأردني وخاصة طلبة الجامعات يدركون أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي أسرع بكثير في نقل الأزمة من الإعلام الرسمي؛ كما أنهم يعتقدون أن متابعتهم للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لهم فرصة المشاركة والتعبير عن رأيهم بحرية خصوصاً في حال استخدامهم لأسماء غير حقيقية، كما أنهم يرون أن الإعلام الرسمي قد تمارس عليه ضغوط أثناء تغطيته للأزمة بما يحد من حرية التغطية وخضوعها للرقابة الرسمية قبل بث الأخبار والمعلومات والموضوعات المتعلقة بالأزمة.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن اعتماد الشباب الجامعي على الإعلام الرسمي الأردني أصبح ضعيفاً في ظل تعدد القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي التي استحوذت على ثقة الشباب الأردني أكثر من الإعلام الرسمي.

واختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الإمام، 2015) التي جاء في نتائجها أن التخطيط الإذاعي في الإعلام الرسمي أحدث تطوراً في إدارة الأزمة وذلك من خلال الاستعداد لمواجهة الأزمات المفاجئة والتعامل بطريقة سريعة مع الأزمة كما أنه يقلل من مخاطر الأزمات.

وتشير دراسة (الداغر، 2017) التي جاء في نتائجها إلى أن التغطية الإعلامية بالوسائل المتعددة عند تناول موضوعات الأزمات الأمنية عبر المواقع التواصل الاجتماعي جاء في مقدمة أسباب تفضيل مواقع التواصل الاجتماعي على باقي الوسائل الإعلامية الأخرى.

وتتسجم هذه النتيجة مع إحدى فروض نظرية الاعتماد والتي تنص على أنه حيوية الوسائل الإعلامية بالنسبة للأفراد مما يزيد من درجة اعتماد الجمهور عليها لإشباع حاجاتهم.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني أن الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات جاءت بدرجة متوسطة حيث جاء بالمرتبة الأولى الفقرة التي تنص على أطلع على التحليلات والتعليقات التي يبثها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة، ودرجة تقييم متوسطة، وجاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على أشاهد التقارير التي يقدمها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة، وبدرجة تقييم منخفضة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الإعلام الرسمي الأردني لا يمثل الشباب الأردني وخاصة الشباب الجامعي الذي له الأولوية في

الاطلاع والمشاركة في التحليلات والتعليقات التي تخص الأزمة، ولا يعتمد على هذه الإعلام بشكل مباشر لأنه من وجهة نظرهم أنه أعلام شكلي غير متوازن، وغير ورصين، وصدق من حيث التغطية والتحليل والتعليق على هذه الأزمة.

ومما لا شك فيه أنه يقع على كاهل الإعلام الرسمي الأردني اتجاه الشباب وخاصة الشباب الجامعي أهمية كبيرة بتزويد الشباب الأردني بالمعلومات، والأخبار أولاً بأول من باب الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية والأمنية لقطع الطريق على الآخرين في تأجيج الأزمة، وزيادة انتشارها.

وتشير دراسة (خالدي، 2017): أن ثورات الربيع العربي هو حالة طبيعية من التغيير الاجتماعي، إلا أنه تحول إلى تغيير تسارعت أحداثه وتداخل عدة عوامل مساعدة كالإعلام وموضوعاته التي يقدمها ومواقع التواصل الاجتماعي والمصالح الجيوستراتيجية في عملية اتصالية معقدة أعطت النظرة الكلية لعلاقة الدولة بجمهورها الداخلي أي الشعب والخارجي أي الدول الأجنبية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث أن خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات جاء بدرجة متوسطة حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة التي تنص على يتعامل الإعلام الرسمي بسرعة خلال مراحل الأزمة، وبدرجة تقييم متوسطة، أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على يتعامل الإعلام الرسمي بدقة وموضوعية في نقل الحدث خلال الأزمة، وبدرجة تقييم منخفضة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الشباب الأردني وخاصة

الشباب الجامعي يدرك أن الإعلام الرسمي مغيب تماماً من المساهمة الفعالة في تقديم الأخبار والمعلومات أثناء الأزمات، وتراجعته بشكل ملحوظ في ظل غياب التزامه بالشفافية، وإفراطه في تقديم الأخبار والمعلومات حسب مصالحه، هذا الأمر لم يعد خافياً على المجتمع، مما دفعه إلى البحث عن مصادر أخرى أكثر مصداقية وواقعية وسرعة.

وتشير دراسة (Cheung & Leung, 2016) أن أكثر الطرق فعالية في تحقيق الإعلام لأهدافه وفي نفس الوقت السيطرة على الأزمات هو من خلال عدم التكتم على المعلومات الحقيقية لتحقيق شفافية ومصداقية أعلى من قبل الجمهور.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام

الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع أن دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات بدرجة تقييم متوسطة حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة التي تنص على أفتتخ بالإعلام الرسمي لأنه ينتقي المصطلح الأنسب للحدث وبدرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على يساعدني الإعلام الرسمي في إشباع فضولي المعلوماتي حول مختلف الأزمات وبدرجة تقييم متوسطة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى الشباب الجامعي لا يعتمد بشكل رئيسي على الإعلام الرسمي الأردني خلال تلقي الأخبار والمعلومات خلال الأزمات، لذلك لا بد من السعي إلى الاستثمار في تطوير الإعلام الرسمي الأردني المسموع والمرئي والمقروء من أجل إيصال المعلومة بالصورة الصحيحة عن كيفية وقوع الأزمة والسرعة الممكنة، وأن يقوم الإعلام الرسمي بانتقاء المصطلح الأنسب للأزمة، كل ذلك من أجل أن يلبي

الإعلام الرسمي الأردني حاجات المشاهدين وخاصة فئة الشباب والشباب الجامعي فيما يتعلق بالأزمة.

وتشير دراسة (الدبي، 2018) أن تعدد المرجعيات في الإعلام الرسمي له أثر مباشر على كيفية تغطية الحدث، والسرعة في نقل الاخبار خلال الأزمات، وخطاب اعلام الأزمة تتفصه الخبرة وآلية التعامل مع مراحلها.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ما مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات

الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس أن مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي جاءت بدرجة متوسطة حيث جاءت بالمرتبة الأولى الفقرة التي تنص على أثق بالإعلام الرسمي خلال الأزمات لأنه واقعي، وبدرجة تقييم متوسطة، في حين جاءت بالمرتبة الأخيرة الفقرة التي تنص على أثق في الإعلام الرسمي لسهولة الحصول على الأخبار والمعلومات بدرجة متوسطة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن ثقة الشباب في الإعلام الرسمي الأردني متوسطة وذلك بحسب اعتقادهم أنه اعلام يقوم بإيصال المعلومة للمجتمع الأردني، كل ذلك يؤدي إلى منع انتشار الإشاعة وبناء نوع من الثقة بين فئات الشباب و الإعلام الرسمي.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الإعلام الرسمي الأردني يركز على لغة (الخطاب)، وخاصة أثناء الأزمات، ويأتي هذا الخطاب من توجيهات جلالة الملك، وما يصدر عنه من خطاب وأوراق نقاشية، وتوجيهات للحكومة والبرلمان والقضاء وسائر مكونات الدولة الأردنية (الشبول، 2018).

كما يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الإعلام الرسمي يحاول دائماً أن يكون إعلاماً متزناً وورصيناً وصادقاً، وقد أكد القائمون على الإعلام الرسمي أن سياسة الدولة تؤثر في الإعلام في بعض الأحيان، وتتدخل فيه بقصد عدم إثارة البلبلة والخوف في المجتمع، وتتدخل الجهات الرسمية في أغلب ما يخص الإعلام، وخاصة فيما يتعلق بالجانب السياسي، فتتدخل فيما ينشر وفيما لا ينشر، وفي كيفية النشر في مؤسسات الإعلام الرسمي، ومؤسسات الدولة جميعها (الماضي، 2018).

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تنسجم مع ما أورده العاني (2013) حول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والسلوكية والعاطفية على الجمهور، والفرص الأهم هو كلما زادت المعلومات عبر وسائل الإعلام وكانت ذات قيمة كبيرة زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: هل يوجد فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات تعزى للمتغيرات الشخصية (النوع الاجتماعي، العمر المستوى الدراسي، نوع الكلية)؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال السادس إلى عدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات تعزى للنوع الاجتماعي، ونوع الكلية، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أتفاق أفراد عينة الدراسة في اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار في أوقات الأزمات.

التوصيات:

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية تم الوصول إلى عدد من التوصيات التي من شأنها أن تسهم في زيادة فاعلية وأهمية الدور الذي يقوم به الإعلام الرسمي خلال الأزمات وذلك على النحو الآتي:

1. يجب على الإعلام الرسمي الأردني أن يحرص على أمداد الجمهور بالمعلومات الصحيحة حول الأحداث، وبأسرع وقت ممكن، وذلك من خلال تزويد كوادر الإعلام الرسمي بالأجهزة والتسهيلات اللازمة لتقديم الأخبار والمعلومات.
2. ضرورة عمل القائمين على الإعلام الرسمي بالسعي من أجل الوصول لنقل الحقيقة كما هي بمهنية وموضوعية عاليتين، مما سيجعل الاعتماد عليها أكبر مما هو عليه الآن.
3. أن يعمل الإعلام الرسمي على عرض وجهات النظر المتعددة حول الأحداث، خصوصاً المحلية منها، وعدم الاكتفاء بإبداء وجهة النظر الرسمية للأزمة.

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

أبو إصبع، صالح خليل. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

أبو العلا، ليلي (2013). مفاهيم وروى في الإدارة والقيادة التربوية، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

إسماعيل، محمود حسن (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

إسماعيل، وائل محمد (2016). نظرية إدارة الأزمة الدولية، ط1، لبنان: دار السنهوري.

الإمام، الطيب أحمد (2015) دور التخطيط الإذاعي في إدارة الأزمات الأمنية (بالتطبيق على إذاعة ساهرون في الفترة من يناير 2014 إلى ديسمبر 2015)، رسالة الماجستير غير منشورة، جامعة الرباط الوطني، المغرب العربي.

بوكرموش، عيسى (2013). استراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية: دراسة وصفية لاستراتيجية التوعية المرورية ولاية غرداية نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر.

جادالله، محمود (2008). إدارة الأزمات، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع والطباعة.

جرار، فارويق أنيس (1996). الإذاعة والتلفزيون في الأردن، عمان: منشورات لجنة تاريخ الأردن. (34)، عمان.

جلده، سليم بطرس (2010). الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات في ظل عالم متغير، عمان:

دار الراية للنشر والتوزيع والطباعة.

جميل، عبد الكريم أحمد (2016): إدارة الأزمات والكوارث، ط1، دار الجنادرية للنشر والتوزيع،

عمان، الأردن.

حسونة، نسرین (2015). نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، دار الألوكة للنشر، الرياض.

الخطاب، سلطان هاشم (2012): دور الإعلام في التوعية الأمنية وإدارة الأزمات، جامعة نايف

العربية للعلوم الأمنية، السعودية.

حلس، موسى عبد الرحيم، مهدي، ناصر علي (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي

الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب

جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، 12(2)، ص 135 -

.180

الحمداني، حازم (2010). الإعلام الحربي والعسكري، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

خالدي، سعاد (2015). دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في العالم العربي أزمة الربيع

العربي أنموذجاً، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران، جمهورية مصر العربية.

الخضري، نجلاء هشام محمد (2017): فاعلية اتخاذ القرار لدى مديري المدارس الثانوية في

محافظات غزة وعلاقتها بإدارة الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية،

غزة.

الخلايلة، عواد سالم (2009). السياسة الاعلامية الاردنية من خلال رؤية الملك عب الله الثاني

ابن الحسين للإعلام. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.

الداغر، مجد عبد الجواد (2017). اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 نويه 2013م، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية- الحولية الثامنة والثلاثون.

الدبعي، عاهد. (2018). سياسة الإعلام الأردني الرسمي خلال الأزمات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الاردن.

الدليمي، عبد الرزاق (2011). المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبد الرزاق (2012). وسائل الإعلام والأطفال، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

الدليمي، عبد الرزاق (212). الإعلام وإدارة الأزمات، عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع. الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011): الإعلام والتنمية. ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الرحباني، عبير (2013). الإعلام الرقمي (الإلكتروني). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

رفاعي، ممدوح، وجبريل، ماجدة (2001): إدارة الأزمات، جامعة عين شمس، مصر.

زواوي، الحاج سعيد (2013). اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، الجزائر.

زين، منصور عثمان محمد (2012): دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، مجلة دراسات الكوارث واللاجئين، العدد 1، جامعة أم درمان، السودان.

سلطان، محمد صاحب (2012). وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، ط1،

عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

سيد، محمد محمد (2004). وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، القاهرة: دار الفكر العربي

للنشر والتوزيع.

الشبول، فيصل (2018) مدير عام وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بتاريخ 10-10-2018 مقابله.

الشبيري، محمد صالح (2011). اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية

للأزمات "حرب الحوثيين أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط،

عمان، الأردن.

الشعلان، غادة (1999). أدوات القيادة الرؤية والمبادرة الزخم، الرياض: الكعبيان.

شومان، محمد (2000). الإعلام والأزمات، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر.

صلاح، مها عبد المجيد (2012). الإعلام الجديد وإدارة الأزمات الأمنية، ورقة علمية مقدمة في

الملتقى العلمي للإعلام الأمني ودوره في إدارة الأزمات، عمان، الأردن.

الظاهر، نعيم إبراهيم (2009). إدارة الأزمات، اربد: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان:

جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع.

العاني، عامر وهاب خلف (2013). الإعلام ودوره في معالجة ظاهرة الإرهاب والموقف من

المقاومة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

عبد السميع، محد، وطبية، أحمد (2010) الإدارة الاستراتيجية في إدارة الأزمات، عمان: دار

جليس الزمان.

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

- عرجه، تيسير (1996). الصحافة الأردنية المعاصرة، مجلة البصائر.
- عزي، عبد الرحمة (2011). المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، القاهرة: الدار المتوسطة للنشر والتوزيع.
- العطري، عبد الرحيم (2005). سيولوجيا الشباب: من الانتفاضة إلى سؤال العلائق، الحوار المتمدن، العدد 1236.
- عطوان، فارس (2008). الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عمران، نسرين (2011). دور الصحافة السعودية في التعامل مع "الأزمات والكوارث": دراسة تحليلية لصحف عكاظ والرياض والوطن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- عودة، غازي (2014). الإعلام الفلسطيني الرسمي وحرية التعبير، فلسطين، نشرت هذه الدراسة بدعم مشكور من مؤسسات المجتمع المفتوح في فلسطين.
- قادري، حسين، وجلولي، مختار (2015). معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة للأزمات الداخلية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الثالث عشر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.
- القاضي، محمد، رئيس تحرير التلفزيون الأردني، بتاريخ 27-2-2018 مقابله.
- قطيش، نواف (2009). إدارة الأزمات، ط1، عمان: دار الرأية للنشر والتوزيع والطباعة.
- الماضي، حافظ رئيس تحرير التلفزيون الأردني، بتاريخ 13-10-2018 مقابلة.
- محافظة، علي، اسماعيل، عبد الرحمن، عبد الحي، وليد (2006). التربية الوطنية. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

محمد عبد الحميد، (2010). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتب، 2010.

مراد، كامل خورشيد (2011). الاتصال الجماهيري والاعلام - التطور - الخصائص - النظريات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

مسعود، شهرزاد (2013). الإعلام وإدارة الأزمات - الإعلام الأمريكي نموذجاً، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

المصري، رفيق يونس صالح (2016). تأثير وسائل الإعلام الرسمية في تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية فضائية فلسطين حالة دراسة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح، غزة، فلسطين.

مكاوي، حسن عماد (2009). نظريات الإعلام، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

مهنا، محمد نصر (2003). في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية. الإسكندرية: المكتبة الجامعية للنشر والتوزيع.

نصار، تركي (2008). تاريخ الإعلام الأردني، دراسة وصفية تاريخية، ط3، اربد: عالم الكتب الحديث.

المراجع الأجنبية:

- Cheng, Yang. (2016). How Social Media Is Changing Crisis Communication Strategies: Evidence from the Updated Literature. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. Missouri School of **Journalism, 179-C Gannett Hall, Columbia.**
<http://proactivereport.com/wp-content/uploads/2017/06/Social-Media-Crisis-Cheng-1.pdf>
<http://essay.utwente.nl/67758/1/Velthorst%20Jo%C3%AB1%20-s%201123300%20scriptie.pdf> .
- Coombs, W. (2014). **How publics react to crisis communication efforts: Comparing crisis response reactions across sub-arenas.** *Journal of Communication Management* Volume 18, Issue 1.
<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/JCOM-03-2013-0015>
- Coombs, W. Timothy. (2015). the value of communication during a crisis: Insights from strategic communication research. **Business Horizons**, Volume 58, Issue 2, March–April 2015, Pages 141-148.
- Wetzstein, Irmgard, Grubmüller, Verena, Götsch, Katharina & Rainer, Karin .2014. Crises and Social Media: A Metastudy on Pertinent Research and Practice. An Interdisciplinary, **Journal on Humans in ICT Environments**. Volume 10 (2), November 2014, 95–124. DOI: <http://dx.doi.org/10.17011/ht/urn.201411203312>,<https://pdfs.semanticscholar.org/7679/91c00936995933a9c20693bf5089aacc9434.pdf>>

الملحقات
ملحق (1)
قائمة المحكمين

الرقم	اسم المحكم	الرتبة العلمية	التخصص	الجامعة
1.	أحمد عريقات	أستاذ مساعد	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
2.	كامل خورشيد	أستاذ مشارك	الإعلام	جامعة الشرق الأوسط
3.	عزت حجاب	أستاذ	الإعلام	جامعة الشرق الأوسط
4.	تيسير أبو عرجه	أستاذ	الصحافة	جامعة البتراء
5.	محمد المناصير	أستاذ مساعد	إذاعة وتلفزيون	كلية الخوارزمي الجامعية
6.	محمد صاحب سلطان	أستاذ مساعد	إعلام / علاقات عامة	جامعة البتراء
7.	جمال محمد التميمي	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	جامعة البتراء

ملحق (2)
استبانة بحث علمي



أخي الطالب / أختي الطالبة.....

تأتي هذه الاستبانة في إطار دراسة للحصول على درجة الماجستير في الصحافة والإعلام من جامعة الشرق الأوسط، وموضوع الدراسة " درجة اعتماد الشباب الأردني على الإعلام الرسمي خلال الأزمات" أرجو منكم الإجابة على كافة أسئلة الاستبانة بصدق، وبوضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، أملاً في الوصول إلى نتائج دقيقة تعكس الواقع، علماً بأن نتائج هذه الدراسة ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والاحترام على حسن تعاونكم

الباحث:

حمزة محاميد

البيانات الشخصية:

النوع الاجتماعي: ذكر أنثى

العمر: 18 - أقل من 22 سنة 22 - أقل من 27 سنة 27 سنة فأكثر

المستوى الدراسي: السنة الأولى السنة الثانية السنة الثالثة السنة الرابعة

نوع الكلية: الكليات العلمية الكليات الإنسانية

المحور الأول: ما أشكال الإعلام الرسمي (المرئي، المسموع، المقروء) التي يعتمد عليها الشباب الأردني كمصدر للأخبار وقت الأزمات.

الرقم	العبارة	نادراً	أبداً	أحياناً	دائماً
1.	أتابع التلفزيون الأردني الرسمي كمصدر للأخبار والمعلومات وقت الأزمات.				
2.	أتابع الصحف المحلية الرسمية الأردنية كمصدر للأخبار وقت الأزمة.				
3.	أتابع الإذاعة الرسمية الأردنية وقت الأزمات.				
4.	أتابع القنوات الفضائية الأردنية وقت الأزمات.				
5.	أتابع المواقع الإلكترونية الرسمية الأردنية وقت الأزمات.				
6.	أتابع شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمة.				

المحور الثاني: ما الموضوعات الإخبارية التي يتابعها الشباب الأردني في الإعلام الرسمي وقت الأزمات؟

الرقم	العبارة	نادراً	أبداً	أحياناً	دائماً
1.	أقوم بمتابعة أخبار الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة لحظة بلحظة.				
2.	أشاهد التقارير التي يقدمها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.				
3.	أطلع على التحليلات والتعليقات التي يبثها الإعلام الرسمي الخاصة				

				بالأزمة.
				4. يعرض الإعلام الرسمي مختلف الآراء حول الأزمة من الجهات المختصة.
				5. أشارك في مناقشة المواضيع التي يطرحها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.
				6. أطلع على التحقيقات التي يقدمها الإعلام الرسمي للكشف عن الحقائق الخاصة بالأزمة.
				7. أقوم بالمشاركة مع الجمهور في التعليقات المفتوحة في الإعلام الرسمي على الأزمة.
				8. أقوم بمشاهدة القصص الاخبارية التي يبثها الإعلام الرسمي الخاصة بالأزمة.
				9. أقوم بمطالعة الدراسات والأبحاث التي يبثها الإعلام الرسمي الخاص بالأزمة.
				10. متابعة قادة الرأي بخصوص الموضوعات المتعلقة بالأزمات.
				11. يخصص الإعلام الرسمي وقتاً كافياً لتغطية الأزمة بكافة أشكالها.
				12. يعد الإعلام الرسمي مصدراً مهماً لمعلومات الأزمات المختلفة.
				13. يهتم الإعلام الرسمي بتحليل الأحداث الجارية حول الأزمات والقضايا المدرجة على الساحة الوطنية.

المحور الثالث: ما خصائص الإعلام الرسمي الأردني في التعامل مع الأزمات؟

الرقم	العبرة	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة متوسطة	درجة قليلة	درجة قليلة جداً
1.	يتعامل الإعلام الرسمي بسرعة خلال مراحل الأزمة.					
2.	ينشر الإعلام الرسمي المعلومات الخاصة بمراحل الأزمة لحظة وقوعها.					
3.	يتمتع الإعلام الرسمي بالحرية اللازمة حول تناوله لمواضيع الأزمات.					
4.	يعرض الإعلام الرسمي الرأي والرأي الآخر فيما يتعلق بالأزمة.					
5.	يتعامل الإعلام الرسمي بدقة وموضوعية في نقل الحدث خلال الأزمة.					
6.	متابعة أخبار الأزمة المنشورة في الصفحات الإلكترونية للإعلام					

					الرسمي الأردني.
					7. يتميز الإعلام الرسمي بالبحث عن مصادر قصص صحفية حول الأزمات بأساليب جديدة
					8. يوفر الإعلام الرسمي خلاصة الأخبار المتعلقة بالأزمات.
					9. يقدم الإعلام الرسمي الأزمة لحظة وقوعها.
					10. يقدم الإعلام الرسمي تحليلات دقيقة عن الأزمات.
					11. يتعامل الإعلام الرسمي بالطرح الجريء للقضايا الخاصة بالأزمات
					12. يقدم الإعلام الرسمي الأزمة بالصوت والصورة.
					13. يتميز الإعلام الرسمي بالشمول في تغطيته الأزمة والنتائج المترتبة عليها.
					14. يستخدم الإعلام الرسمي التقنيات المتقدمة في تغطية الأزمة.

المحور الرابع: ما دوافع اعتماد الشباب الاردني على الإعلام الرسمي كمصدر للأخبار خلال الأزمات؟

الرقم	العبارة	نادراً	أبداً	أحياناً	دائماً
1.	أقتنع بالإعلام الرسمي لأنه ينتقي المصطلح الأنسب للحدث.				
2.	يساعدني الإعلام الرسمي في إشباع فضولي المعلوماتي حول مختلف الأزمات.				
3.	يلبي الإعلام الرسمي حاجات المشاهدين فيما يتعلق بالأزمة.				
4.	يساعدني الإعلام الرسمي من تكوين فكرة صحيحة عن كيفية وقوع الأزمة.				
5.	يوفر الإعلام الرسمي إعلاميين في المناطق التي يتعذر الوصول إليها.				

المحور الخامس: ما مدى ثقة الشباب الاردني في الموضوعات الإخبارية التي يتابعونها عبر الإعلام الرسمي؟

الرقم	العبارة	نادراً	أبداً	أحياناً	دائماً
1.	أتابع الإعلام الرسمي بسبب ثقتي في المعلومات التي يقدمها.				
2.	أثق في الإعلام الرسمي لسهولة الحصول على الأخبار والمعلومات.				
3.	أثق بالإعلام الرسمي خلال الأزمات لأنه واقعي.				
4.	أثق في الإعلام الرسمي بسبب المتابعة المستمرة للإحداث والأزمات والتحليلات الخاصة في ذلك.				
5.	أثق في الإعلام الرسمي بسبب سرعة التغطية الفورية في نقل احداث الازمة				
6.	أتابع الإعلام الرسمي بسبب عرضه لمختلف الآراء السياسية				

				والاجتماعية والاقتصادية الخاصة بالأزمة.	
				أثق في الإعلام الرسمي بسبب عمق المعالجة والتفصيل للأزمة.	.7
				أثق في الإعلام الرسمي بسبب استضافة شخصيات مهمة تتحدث عن الأزمة بكل صدق وشفافية.	.8

ملحق (3)
تحديد حجم العينة

تقدير "حجم العينة" في ضوء "المجموع الإحصائي"

HANDOUT #16 Accreditation Study Course 2003
Universal Accreditation Board

Table for Determining Random Sample Size from a Given Population
(Confidence Level 95%; Margin of error + or - 5%)

المجموع Population N	العينة Sample S	المجموع N	العينة S	المجموع N	العينة S
10	10	220	140	1,200	291
15	14	230	144	1,300	297
20	19	240	148	1,400	302
25	24	250	152	1,500	308
30	28	260	155	1,600	310
35	32	270	159	1,700	313
40	36	280	162	1,800	317
45	40	290	165	1,900	320
50	44	300	169	2,000	322
55	48	320	175	2,200	327
60	52	340	181	2,400	331
65	56	360	186	2,600	335
70	59	380	191	2,800	338
75	63	400	196	3,000	341
80	66	420	201	3,500	346
85	70	440	205	4,000	351
90	73	450	210	4,500	354
95	76	480	214	5,000	357
100	80	500	217	6,000	361
110	86	550	226	7,000	364
120	92	600	234	8,000	367
130	97	650	242	9,000	368
140	103	700	248	10,000	370
150	108	750	254	15,000	375
160	113	800	260	20,000	377
170	118	850	265	30,000	379
180	123	900	269	40,000	380
190	127	950	274	50,000	381
200	132	1,000	278	75,000	392
220	136	1,100	285	100,000	384
				1,000,000	384
				10,000,000	384

NOTE: - Opinion surveys of the entire United States frequently consist of 1500 to 2000 interviews, to permit valid information for subgroups such as geographic regions, age, gender, and income. In a state of 3,000,000 population, surveys often involve a sample of 500 to 600, to permit breakouts.

Source: Adapted from Educational and Psychological Measurement
David A Payne; Robert F McMorris 1967 English Book x, 419 p. illus. 23 cm.
Waltham, Mass., Blaisdell Pub. Co.