

التأطير الإعلامي لقضايا الشباب تلفزيونياً "برنامج كرفان أنموذجاً"

**Media Framing of Youth Issues on Television,
"The Caravan Program As o Model"**

إعداد

غالب سامر غالب جوده

إشراف

الدكتور أحمد عريقات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2021

تفويض

أنا غالب سامر غالب جوده، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخة من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند
طلبها.

الاسم: غالب سامر غالب جوده.

التاريخ: 2021 / 06 / 29.

التوقيع:


قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب : التاطير الإعلامي لقضايا الشباب تلفزيونياً 'برنامج كرفان انموذجاً'
للباحث: غالب سامر غالب جوده.

وأجيزت بتاريخ: 09 / 06 / 2021.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
أ.د. عزت محمد حجاب	عضواً من داخل الجامعة ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
د. احمد علي عريقات	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
د. حنان كامل الشيخ	عضواً من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
أ. د. موسى عوده برهومة	عضواً من خارج الجامعة	الجامعة الأمريكية / دبي	

شكر وتقدير

الشكر لله وحده في السراء والضراء الذي أعانني ووفقني لإتمام رحلة الماجستير ولما يسره لي في هذه الحياة...

يقال (وراء كل رجل ... امرأة عظيمة) فشكراً لوالدتي أم غالب التي كانت تدعمني وتدعو لي بالنجاح والتوفيق، وتحملت المسؤولية، وكانت قادرة على تحمل الصعاب لتقودنا إلى بر الأمان...

الشخصية العظيمة جدتي نهلة؛ هي امرأة بألف رجل، قلب دافئ حنون وصلب؛ شكراً لك فأنت نور الحياة وبهجتها، وشكراً لك على كل شيء، لا سيما أنك كنت سر رحلة الماجستير...

شكراً بحجم السماء لسندي في هذه الحياة أعمامي ماهر وفايز وساهر وفراس وأحمد، وإخوتي منصور ونبيل، وأبناء عمومتي فرداً فرداً، فمنكم كانت القوة والدعوات... شكراً لصاحبات القلوب الحنونة أخواتي الصغيرات، وعمتي، وخالاتي وأولادهن، على كل الدعوات والدعم...

شكراً بحجم السماء لرفيق دربي حمزة عمر، وأصدقائي الأعراء ديانا وزين وتالا وسارة... شكراً لرجل المهمات الصعبة عادل عواد... شكراً لصديقتي دانا الشرايري على كل الدعم... شكراً للداعم الكبير محمود الفقيه... شكراً لجميع أصدقائي الرائعين في الأردن والوطن العربي بلا استثناء...

شكراً لأحبتني في قناة رؤيا ندى العناني وهيا الحموز وحسن القيسي وفادي عزيز، ولبقية الزملاء...

شكراً لمشرف رسالتي الدكتور أحمد عريقات على كل شيء قدمه لي...

شكراً لكل شخص علمني حرفاً في هذه الحياة من الحياة العامة والمدرسة والجامعة بمرحلتها البكالوريوس والماجستير...

شكراً لكل شخص كان جزءاً رائعاً في مشوار الحياة.

الباحث

غالب سامر غالب جوده

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى روح والدي سامر...

وإلى جدي غالب...

وإلى جدتي حنان...

وإلى جدي رفيق...

وإلى الشهيد بلال رواجبة...

وإلى شهداء فلسطين...

وإلى شهداء الوطن العربي والإسلامي...

وإلى طلاب العلم...

وإلى الوطن الكبير الأردن وفلسطين وبلادنا العربية...

وأهدي هذا العمل إلى المرابطين في هذه الأيام في المسجد الأقصى والقدس عاصمة فلسطين

الأبدية...

وللأهل ولكل الداعمين لي...

الباحث

غالب سامر غالب جوده

فهرس المحتويات

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

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: مقدمة الدراسة.....	1.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	2.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	3.....
رابعاً: أهمية الدراسة.....	3.....
خامساً: أسئلة الدراسة.....	3.....
سادساً: حدود الدراسة.....	4.....
سابعاً: محددات الرسالة.....	4.....
ثامناً: مصطلحات الرسالة.....	5.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	6.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	30.....
ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة.....	36.....

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

منهج الدراسة.....	38.....
مجتمع الدراسة.....	38.....

38	عينة الدراسة
39	أداة الدراسة
43	صدق الأداة
43	ثبات الأداة
44	متغيرات الدراسة
44	إجراءات الدراسة

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

46	نتائج الدراسة
60	التحليل النوعي لنتائج الدراسة

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

71	النتائج
71	التوصيات

المصادر والمراجع

73	أولاً: المراجع العربية
77	ثانياً: المراجع الأجنبية
82	الملحقات

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
46	الأطر: ماذا قيل في إطار قضايا الشباب في برنامج كرفان؟	1-4
53	الأساليب المتبعة في تغطية قضايا الشباب في برنامج كرفان	2-4
55	مصادر المعلومات التي اعتمد عليها في برنامج كرفان، ضمن أطر قضايا الشباب	3-4
56	الإستمالات التي اعتمدها برنامج كرفان في إطار قضايا الشباب	4-4
57	الهدف من نشر المضمون في برنامج كرفان في إطار قضايا الشباب	5-4
58	الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟) في إطار القضايا في برنامج كرفان	6-4
59	التأطير الإعلامي لقضايا الشباب في البرامج التلفزيونية الشبابية	7-4

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
83	أسماء المحكمين	1
84	استمارة تحليل المضمون وكشاف ترميز صحيفة التحليل	2

التأثير الإعلامي لقضايا الشباب تلفزيونياً " برنامج كرفان أنموذجاً "

إعداد:

غالب سامر غالب جوده

إشراف:

الدكتور أحمد عريقات

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التأثير الإعلامي لقضايا الشباب في البرامج التلفزيونية الشبابية، من خلال برنامج كرفان في قناة رؤيا الفضائية الأردنية، ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي، وتحليل المضمون كأسلوب للدراسة، من خلال أداة تحليل المضمون التي تم إعدادها لهذه الغاية، وخضعت لاختبارات الصدق والثبات، وتكونت عينة الدراسة العمدية من أسبوعين صناعيين تحققت خلالهما (14) حلقة من برنامج كرفان، ويمثلان الدورة البرمجية لبرنامج كرفان، وينحصران في الفترة الزمنية بين 23 آب 2020 و 26 تشرين ثاني 2020، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أبرزها: أن القضايا الاقتصادية هي أكثر الأطر استخداماً في برنامج كرفان، وكان هناك ضعف في استخدام أطر القضايا التعليمية والسياسية، وبينت النتائج اهتمام برنامج كرفان بالقضايا الثقافية؛ إذ كانت في المرتبة الثالثة كأكثر الأطر استخداماً، وضعفاً في استخدام الإنفوغرافيك والرسوم الكاريكاتورية، وركزت القناة على الإستمالات العاطفية في الرسائل التي يبثها برنامج كرفان، واعتمد القائمون على البرنامج على الجانب الترفيهي، إذ شكل نصف برنامج كرفان.

الكلمات المفتاحية: التأثير الإعلامي، القضايا الشبابية، البرامج التلفزيونية، برنامج كرفان، قناة رؤيا الفضائية الأردنية.

**Media framing of youth issues on television, "The Caravan
Program as a Model"**

Prepared by:

Ghaleb Samer Ghaleb Joudeh

Supervised by:

Dr. Ahmad Oreqat

Abstract

This study aimed at learning about the Media Framing of Youth Issues in Youth TV Programs "An Analytical Study on the Caravan Program on Roya TV station."

In order to achieve the aim of this study, the descriptive research and content analysis methods were used. Validity and reliability tests were conducted on the content analysis method. The study sample included (14) episodes of Roya's Caravan program which constitutes the cycle of the Caravan program, which was between August 23, 2020 and November 26, 2020.

The study found several results, most notably:

- The results of the study showed that economic issues are the most used frameworks in the Caravan program, in addition it was found that there was a weakness in the use of educational and political issues frameworks.
- The results showed that the Caravan program also focuses on cultural issues, as these issues ranked third as the most used frameworks. The use of infographics and caricatures was weak.
- The Roya TV station focused on emotional appeals in the messages broadcasted by the Caravan program, and those responsible for the program relied on the entertainment side, as it constituted half of the program.

Keywords :Roya Tv, Caravan program, Media Framing, Youth TV Programs, Youth Issues.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: مقدمة الدراسة

تشكل فئة الشباب الفئة الأكبر بالمجتمع وتؤدي الدور المهم في تنمية المجتمعات وبنائها والشباب هم ركائز أي أمة، لذلك فإن الاعتناء بهم وتقديم كل ما يسهم في تطويرهم هو واجب على أي دولة ومؤسسة وأسرة في هذا العالم، والشباب لهم حصة من الاهتمام الدولي، إذ إنهم يشكلون 16% من سكان العالم حالياً، ومن المتوقع بحسب الإحصاءات العالمية أن تزيد نسبتهم إلى 23% في سنة 2030، لذلك خصصت الأمم المتحدة قمةً موجهةً إلى الشباب، ومنتدى شباب العالم في مصر الذي عقد في 2017 و2018 و2019، وقمة العشرين للشباب التي تقام سنوياً، وأنشأت دولة الإمارات العربية المتحدة مركزَ الشباب العربي في سنة 2017.

ويشكل الشباب في المجتمع الأردني النسبة الأكبر من البنية السكانية، إذ أن 54% منه، من ضمن الفئة العمرية الأقل من 30 عاماً. (تقرير لدائرة الإحصاء العامة 2020).

وأصبح التلفزيون منذ سنوات يتميز عن غيره وسائل الإعلام الأخرى بالإمكانيات الكبيرة التي أتاحت له، ليصبح أداةً فعالة في شتى مجالات الحياة، ولا سيما في الجانب الترفيهي والتوعوي للشباب.

وأدرك الأردن بقيادة جلالة الملك عبد الله الثاني أهمية الكنز الذي تمتلكه دولة الاردن واكد على اهمية دعم الشباب في كافة المجالات وكان لمجال الاعلام دور خاص في تغطية كافة احتياجات الشباب مثل قناة رؤيا والتي خصصت برنامجا تلفازيا للشباب فقط وهو برنامج كرفان الذي اهتم في مجالات عديدة تخص الشباب كالمجال الاقتصادي والاجتماعي والفني والسياسي

وايصال رسالة وصوت الشباب بأسلوبهم وبطريقتهم للمجتمع لذلك كان للبرنامج دور كبير في تغطية قضايا الشباب.

وبرنامج كرفان، بحسب ما جاء في موقع القناة باللهجة العامية؛ "جمعة شبابية، راح ياخذكم فيها كرفان في لفة سريعة بيتوقف على "كل ما بيهمنا" احنا الشباب من أخبار مواقع التواصل الاجتماعي، للمصاريف وأهمها للأكل وصحاب المزاج بالطبخ، ومن ثم لأصحاب الذوق الرفيع في اللبس والترتيب، لنعيش مغامرة جديدة، وبعدين نشارك في استفتاءات غريبة، على قناة رؤيا الفضائية". (موقع رؤيا الرسمي)

وكان تواجد الباحث في فريق البرنامج أثر في معرفة تفاصيل دقيقة عن البرنامج واستخدامها في الرسالة.

ثانياً: مشكلة الدراسة

مثل العام 2003 صفحة جديدة في تاريخ الإعلام الأردني، إذ سمح ببدء عمل القنوات الخاصة، وظهرت قناة رؤيا في العام 2011 كقناة تلفزيونية تجارية خاصة، وتتنوع برامجها بما يخدم المجتمع المحلي في الأردن، وكان للشباب نصيباً في هذه الخدمة، وجاء برنامج كرفان الذي يستهدف فئة الشباب من ضمن الدورات البرمجية للقناة، على مدار تسع سنوات من البث اليومي لتتناول أهم القضايا التي تمس حياتهم، ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على التأطير الإعلامي لقضايا الشباب في برنامج كرفان على قناة رؤيا.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تتطلق هذه الدراسة من الأهداف التالية:

- 1- التعرف على الأطر الإعلامية لقضايا الشباب في برنامج كرفان.
- 2- التعرف على ماذا قيل في إطار القضايا في برنامج كرفان.
- 3- التعرف على كيف قيل إطار القضايا في برنامج كرفان.

رابعاً: أهمية الدراسة

تبرز الحاجة إلى هذه الدراسة من الآتي:

أولاً الأهمية العلمية:

- 1- إنها تبحث في ماهية التأطير الإعلامي لقضايا الشباب في برامج الشباب.
- 2- يمكن من خلال هذه الدراسة معرفة دور البرامج الشبابية في بحث قضايا الشباب في المجتمع الأردني.

ثانياً الأهمية العملية أو التطبيقية:

تأمل الدراسة بأن تساعد في تطوير البرامج الشبابية في الأردن والوطن العربي.

خامساً: أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس للبحث: ما هي الأطر الإعلامية لقضايا الشباب في

البرامج الشبابية من خلال برنامج كرفان على قناة رؤيا.

السؤال الفرعي الأول: ماذا قيل في إطار قضايا الشباب في برنامج كرفان؟

السؤال الفرعي الثاني: ما هي الأساليب المتبعة في إطار القضايا في برنامج كرفان؟

السؤال الفرعي الثالث: ما هي مصادر المعلومات التي اعتمد عليها برنامج كرفان؟

السؤال الفرعي الرابع: ما هي الإستمالات التي اعتمدها برنامج كرفان في إطار القضايا؟

السؤال الفرعي الخامس: ما هو الهدف من نشر المضمون في برنامج كرفان؟

السؤال الفرعي السادس: ما هي الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟) في إطار القضايا

في برنامج كرفان؟

سادساً: حدود الدراسة

تحددت فيما يلي:

أولاً: المجال الموضوعي، وهو:

برنامج كرفان على قناة رؤيا.

ثانياً: المجال المكاني، وهو:

قناة رؤيا الأردنية التي تبث من العاصمة عمّان في المملكة الأردنية الهاشمية.

ثالثاً: المجال الزمني، وهو:

الموسم السادس عشر لبرنامج كرفان، وقد انطلق يوم الأحد الموافق 2020/08/23، وانتهى

يوم الخميس الموافق 2020/11/26.

سابعاً: محددات الرسالة

يعتمد تعميم نتائج الدراسة على مجتمعتها، على المحددات التالية:

1- صدق استمارة التحليل المصممة خصيصاً لهذه الدراسة وثباتها.

2- صدق وجدية الباحث في تحليل عينة الدراسة للإجابة عن أسئلتها.

3- قلة الدراسات التي بحثت الأطر المستخدمة في القضايا الشبابية في التلفزيون.

ثامناً: مصطلحات الرسالة

القضية: هي مسألة يتنازع عليها بين شخصين أو أكثر، وتكون موضع خلاف. (معجم

المعاني الجامع)

وتعرف القضية إجرائياً بأنها: نقاط الخلاف بين الشباب ومكونات الدولة المتمثلة في الحكومة

والمجتمع.

الشباب: رغم عدم وجود تعريف دولي متفق عليه عالمياً للفئة العمرية للشباب، فإنّ الأمم

المتحدة - ولأغراض إحصائية، ومن دون المساس بأي تعريفات أخرى تضعها الدول الأعضاء،

تعرف "الشباب" بأنهم الأشخاص ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 عاماً. ونشأ هذا التعريف في

سياق الأعمال التحضيرية للسنة الدولية للشباب عام 1985، وتستند جميع إحصاءات الأمم

المتحدة بشأن الشباب إلى هذا التعريف، كما توضح الحولية السنوية للإحصاءات التي تنشرها

منظومة الأمم المتحدة حول الديموغرافيا والتعليم والعمل والصحة. (تعريف الأمم المتحدة للشباب

الصادر عام 1985).

قضايا الشباب: المواقف والأحداث التي تتسبب بوقوع الشباب في مشكلات أو معيقات أمام

تحقيق ما يسعون إليه من أهداف. (أحمد، 2012).

قناة رؤيا: هي قناة تأسست سنة 2011، وتسعى نحو إحداث التغيير الجذري بما يتعلق

بالإمكانات على المستوى المحلي والعربي، وتشكيل الأفكار الإيجابية حول الإعلام، وتسعى نحو

تقديم الأخبار بدقة وحيادية، كما أنها تركز على الموازنة بين الانفتاح الناتج عن العولمة، والهوية

الثقافية العربية (موقع رؤيا، 2021A).

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للأدب النظري المرتبط بموضوع الدراسة الحالية، والذي يتضمن التعريف بالتأطير الإعلامي، وقضايا الشباب، والبرامج التلفزيونية الشبابية، كما يتضمن هذا الفصل عرضاً للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية، والتي تم ترتيبها وفق تسلسلها الزمني من الأقدم إلى الأحدث، ويتضمن هذا الجزء عرضاً للأدب النظري المرتبط بالدراسة الحالية، حيث تم التعريف بالتأطير الإعلامي، وقضايا الشباب، والبرامج التلفزيونية الشبابية وبرنامج كرفان تحديداً، وفيما يلي عرض لذلك:

أولاً: الأدب النظري

نظرية التأطير الإعلامي Framing Theory

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري إلى نظرية التأطير الإعلامي، التي تفترض أن لوسائل الإعلام القدرة على اختزال ما تتضمنه القضايا من وقائع وأحداث معقدة، وتقوم وسائل الإعلام بوضع تلك الأحداث والقضايا ضمن تنظيم وسياق منظم، وذلك من خلال تحديد الخصائص المرتبطة بالألفاظ، والمعاني، والنصوص المرتبطة بالخبرات والقيم السائدة في المجتمع، وهو ما يطلق عليه التأطير الإعلامي (D'Angelo, 2012).

ويعدّ إنتمان (Entman, 1993) المشار إليه في (D'Angelo & Shaw, 2018) أحد أبرز الباحثين في التأطير، وأشار إلى أن التأطير هو انتقاء بعض الجوانب المرتبطة بواقع قضية معينة، واستخدام الأساليب الصحفية الملائمة لإبرازها، وبيان المشكلة وتحديدها، والتأكد من تفسير الأسباب وتحليلها، وتقديم الحلول والمقترحات المرتبطة بها، كما أشار إنتمان (Entman) في

نظرية التأطير الإعلامي إلى أنها تجري ضمن مكونين رئيسيين، هما: الاختيار الذي يتعلق بأن تقوم وسائل الإعلام باختيار قصدي لجوانب معينة من القضية؛ والأهمية، والتي تتعلق باختيار العمليات والوسائل التي تُعرض من خلالها تلك الجوانب للجمهور بشكل يبرز أهميتها.

وتتشكل الأطر الإعلامية من خلال عدد من العناصر التي يتم التركيز عليها لإبراز أفكار معينة مرتبطة بالخبر الصحفي، واستبعاد أفكار أخرى، وفيما يلي تفصيل لتلك العناصر:

- القائم بالاتصال (Communicator): إذ إن التأطير الإعلامي هو الأفكار والقضايا ضمن الحدث الإخباري التي تنقلها أنواع مختلفة من وسائل التأطير، بحيث يُدمج محتوى العناصر النصية (الكلمات والصور) مع المعالجة السياقية لتأطير الخبر، ومن خلالها يقدم القائم بالاتصال الأحكام المستندة إلى قيمه ومعتقداته، ويؤدي دوراً مهماً في تأطير الخبر من خلال اختياره اللغة، والمفاهيم، والمعلومات التي تشكل الخبر، وتأكيد عناصر محددة ينبغي إبرازها في الخبر، ويقوم الإعلاميون بتأطير الخبر من خلال كتابتهم، وكيفية تحريرهم، بصورة تسهم بالتأثير على طريقة تفسير الأفراد له (D'Angelo, 2002). ويستخدم الإعلاميون التأطير الإعلامي لرسم النمط الذي يؤثر في النقاشات العامة، ومستوى المعرفة لدى الأفراد، من خلال تغطيتهم جانباً أو أكثر من كامل القضية الإعلامية، وتفسيره إما بصورة مبسطة أو بصورة كبيرة، ويلتزم الصحفيون بالصورة التي تنظم معارفهم وتحقق اتساقها، بما يحقق التكيف مع ما يواجهونه من ضغوط مهنية؛ مثل ضغوط السياسة التحريرية، والمساحة، وسرعة العمل (Cacciatore, Scheufele & Iyengar, 2016).

- النص (Text): ويتضمن الكلمات، والجمل، والمفاهيم الأساسية، والمعلومات، والصور النمطية التي تبرز من خلالها الحقائق المرتبطة بالقضية الإعلامية، حيث تُحدّد الأطر من خلال

قيام الصحفي بإبراز أو إخفاء كلمات أساسية؛ لبيان جزء معين من القضية الإعلامية (de Vreese, 2014).

- المتلقي (Receiver): تسعى الأطر الإعلامية إلى إيجاد المحتوى الذي يتم من خلاله التفاعل مع الممارسات والسلوكيات على المستوى المعرفي والاجتماعي للمستمع والمتابع للخبر، وقد يعكس تفكير المتلقي واستنتاجه الأطر في النص الإعلامي، وهو ما يركز جزئياً إلى وجهة نظر كل من كيندر وساندرز (Kinder & Sanders, 1990) اللذين أشارا إلى أنه في الحالة المعرفية توجد الأطر في الذهن كمعرفة سابقة، ويستخدمها الأفراد لمعالجة المعلومات المنقولة في الأخبار، فيستخدمون المعرفة السابقة في أطهرم الذهنية؛ لتفسير القضايا السياسية، كما أن التأطير يمكن أن يحدث من خلال ممارسات الأفراد ضمن المجموعة، إذ تعمل خطابات المجموعات على تأطير الجوانب التي يمكن تأييدها، وتلك التي يمكن حجبها، وبالتالي، فإن هذا التأطير قد يؤثر على قوة الأطر النصية للقضية الإعلامية.

- الثقافة (Culture): أشار إنتمان (Entman, 1993) إلى أن الثقافة هي الأطر المشتركة التي يُقدّم من خلالها المحتوى المتوافق مع مستوى التفكير الفردي، والجماعي، والمجتمعي، بحيث يتم اختيار المحتوى بما يتوافق مع المبادئ والقيم المجتمعية، أو بما يبرز تعارضها معه، واستخدامه لبناء المشكلة المرتبطة بالقضية الإعلامية وتحليلها، وتحديد مسبباتها، للتمكن من تقييمها واقتراح الحلول المتوافقة مع تلك المبادئ والقيم. ويستخدم الإعلام وسائل الاتصال والتواصل المختلفة للتمكن من تطوير الخبر الإعلامي بالاستناد إلى المعرفة المرتبطة بالجوانب اللغوية والنفسية التي تسهم في ربط الخبر بأفكار الأفراد، والتأكد من إكساب الأفراد المعرفة والخبرة المناسبة حوله. وينبغي التأكد من وجود الرقابة على الإعلاميين؛ لضبط الخبر في حدود الثقافة

السائدة، والتأكد من أن تقدم وسائل الإعلام صوراً دقيقة وكاملة حول القضايا للتأكد من سلامة المعلومات وقدرتها على تحقيق أهداف الإعلام (محمد، 2018).

ويمكن قياس المحتوى الظاهر للرسالة فقط، ومحاولة التعرف على الأساليب المعروضة في المكونات المرئية واللفظية للمعلومات، ويميز غانم (Ghanem, 1997) أربعة أبعاد في إطارات الإعلام، وهي: الموضوعات الفرعية للأخبار، والآليات التي توّطر حجم الخبر، الخصائص المعرفية التي تساعد على تحديد أهمية القضايا، والخصائص العاطفية التي تركز على القصة المرتبطة بالقضية وهيكلها السردية.

وأكد جوفمان (Goffman, 1974)، المشار إليه في (D'Angelo & Shaw, 2018)، على دور التأطير الإعلامي في تنظيم التجارب الخاصة بالأفراد، إذ إن التعلم من الحياة يتم من خلال بيان كيفية التعامل مع الظروف المختلفة، وكيفية تفسيرها، وكيفية المشاركة في الجوانب المرتبطة بها، من خلال الأطر، ويعتمد ما يعتبره الفرد واقعاً على الأطر التي يستخدمها لمقاربة العالم وتحليله وفهمه. وبناءً على ذلك، ونظراً لقوة وسائل الإعلام في وضع الأجندة العامة، فإن كيفية تأطير وسائل الإعلام لموضوعات وأحداث معينة؛ تؤثر على الإعلام، وعلى كيفية تناول ما يعرفونه عن العالم الذي يعيشون فيه.

ويتكون التأطير الإعلامي من المكون الوصفي المتعلق بالوصف التمهيدي للخبر من حيث الجوانب التي يتم تناولها، والجوانب التي يتم من خلالها تطوير الحديث، وتحديد الأطراف المتفاعلة التي تتأثر من محتوى الخبر، والمكون المعلوماتي، وهو ما يُقدّم من معلومات صريحة في التقرير (Scheufele, 1999).

وهناك العديد من أنواع الأطر الإعلامية التي يمكن تطبيقها لتغطية القضايا الإعلامية ومعالجتها، وهي كالاتي (الحمود والشامي وبن صافية، 2016):

- إطار الصراع: يعتمد هذا الإطار على صياغة الأحداث، وتقديمها ضمن إطار تنافسي وصراعي حاد؛ لإبراز السياق الخاص بالصراع، كالفساد، وعدم ثقة الجمهور بالمسؤولين.

- إطار الاهتمامات الإنسانية: ويشار من خلاله إلى الجوانب الإنسانية المؤثرة على الجمهور وعلى مستوى تعاطفه، ويتم تحقيق ذلك من خلال صياغة الخبر والقصص بصورة درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

- الإطار الاقتصادي: وتُدرس فيه النتائج المرتبطة بالوضع الاقتصادي الناتج عن الأحداث، بحيث يشار إلى النتائج المرتبطة بالجانب المادي؛ لجعل الخبر الإعلامي مؤثراً على الجمهور ومصالحه.

- الإطار العام: وهو الإطار الذي يعتمد على النظر إلى الخبر بصورة عامة ومجردة، وتُقدّم التفسيرات العامة للوقائع المختلفة، وتُربط بمعايير ثقافية وسياسية، وهي من الأطر المهمة لفهم المشكلة وتقديم الحلول الملائمة لها؛ على الرغم من أن هذا النوع من الأطر قد يكون ذو عبء كبير على المتلقي من الناحية المهنية.

- الإطار المحدد بقضية: يعتمد على تحديد قضية معينة، أو جانب محدد منها، والتركيز عليه بشكل واضح للتأكد من التأثير على الجمهور، ويركز على المدخل الشخصي، أو تقديم حدث معين يمس الواقع المرتبط بالجمهور.

- إطار الاستراتيجية: يتم تأطير الأخبار في سياقها الاستراتيجي المؤثر على الأمن القومي، وهو من الأطر المستخدمة في القضايا السياسية والعسكرية.

- إطار المبادئ الأخلاقية: وهو الإطار الذي تعرض من خلاله القضايا والأحداث في سياق أخلاقي مرتبط بما هو سائد في المجتمع من قيم وعادات، بحيث يُخاطب المتلقي من خلال ما يمتلكه من قيم ومبادئ ومعتقدات راسخة، فيقوم الصحفي بمخاطبة الجمهور بحسب تلك المبادئ والقيم.

وفي هذه الدراسة نتناول الإطار المحدد للقضية فقط، ويعود سبب اختيار الإطار المحدد للقضية، وهو التركيز، لتحليل قضايا الشباب فقط، ونجد أن نظرية الأطر تحقق الهدف من الدراسة، من خلال مكوناتها المتمثلة في الأطر المحددة للقضية، وتمكنت الدراسة من التوصل لنتائج تجيب عن أسئلة الدراسة، وتحقق أهدافها.

ثانياً: التأطير الإعلامي

يعدّ الإعلام عملاً أو ممارسة يهدف إلى إنتاج المعلومات ونشرها بما يتعلق بالقضايا المعاصرة ذات الاهتمام العام، والأهمية بصورة مستمرة من خلال الصحف، والإذاعة، والمواقع الإلكترونية، وتطبيقات الأجهزة المحمولة، ويقوم الصحفيون من مراسلين، ومحررين، ومنتجين بجمع المعلومات من مصادر متعددة، ومعالجتها، وتحويلها إلى قصص، وتوزيعها عبر الوسائط المختلفة؛ للتأكد من وصولها إلى الجمهور (Picard, 2014).

ويعد مفهوم الإطار من المفاهيم التي تمت دراستها في العديد من المجالات؛ مثل التيارات الفكرية في الأنثروبولوجيا، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والبلاغة؛ لأن فهمها يسهم في فهم أثر هيكله السياق على التفاعلات البشرية، في حين أن السياقات تحكم عملية الاتصال على المستوى

الفردية، والجماعية، والثقافية، والتنظيمية، وإرسال الرسائل التي تهدف إلى التأثير على كيفية تفكير الأفراد والمجموعات، والمؤسسات المختلفة بالقضايا التي تتم مواجهتها عند التعرض للمواقف وكيفية التعامل معها (Littlejohn & Foss 2009).

ويقوم الإعلاميون بوضع أطر للأخبار من خلال وضع مخطط لتفسير القضايا، يمكن الأفراد من تحديد وإدراك وتسمية الأحداث التي مروا بها بشكل مباشر، أو غير مباشر، وتتضمن الحجج، والصور، والاستعارات، التي يتم اختيارها وبنائها بالاستناد إلى مجموعة من المعتقدات الثقافية (Kelly, 2004).

وأكد جوفمان (Goffman, 1974) أن للإطار بعدين؛ هما:

أولاً: إن الأطر أنظمة تصنيف مستدامة اجتماعياً، تختلف في درجة تنظيمها، وعند التحديد المعرفي للإطار الاجتماعي الأساسي للموقف؛ يلتزم الأفراد بإدارة وسائل الاتصال اللفظية وغير اللفظية الخاصة بهم، من خلال القواعد والمعايير المرتبطة بها، وهو ما يكون الإطار الاجتماعي الأساسي، الذي يتم من خلالها إخضاع الفرد لمعايير مستندة إلى التقييم الاجتماعي، واستخدامها لتقييم مستوى المصادقية والكفاءة واللباقة، وغيرها من الجوانب.

ثانياً: إن الأطر رسائل لفظية وغير لفظية، يفسر من خلالها الإطار الاجتماعي للموقف، إذ تُنظَّم الحياة اليومية عندما يتبع الفرد الإطار الأساسي للموقف، وعندما يضع ميزاته في ضوء معين، وبالتالي يوظفها للآخرين.

وتكمن مساهمة الصحفيين في تأطير المعلومات أو الإعلان؛ في كيفية سرد القصص والغرض منها، وتتضمن الأطر تحليل المبادئ الهيكلية للصحفيين كأفراد، بهذا المعنى، وتمثل

الأخبار العالم وفقاً لكيفية إدراك الإعلاميين لها، وإعادة بنائها في سياق محدد، وكلمات وأفكار محددة (De Vreese&Elenbaas, 2008).

وتتمحور عملية التأطير الإعلامي حول سلوكيات معالجة المعلومات للصحفيين، واحتياجات نشر المعلومات لمصادر الأخبار، وأنماط الرسائل في المواد الإعلامية، والتكامل المنهجي للصحافة في المؤسسات الأخرى داخل المجتمع. ويعرف التأطير الإعلامي بحسب ما أشار إليه جوفمان (Goffman, 1974) بأنه: البناء المحدد للتوقعات التي تجعل الإعلام يعزز مستوى الإدراك للمواقف الاجتماعية لدى أفراد المجتمع، وتعتمد على القدرة على تفعيل عملية الاتصال التي تعتمد بدورها على تنظيم الخبر أو القضية بشكل مقنع ويحقق رد الفعل والتجاوب من قبل الأفراد حولها.

وعرفها ليشلر ودي فيرس وسلوثوس (Lecheler, de Vreese & Slothuus, 2009) بأنها: نماذج تتضمن استخدام الرموز الشفهية والمرئية، وتنظيمها بصورة مستمرة، من خلال مجموعة من النماذج المتواصلة من المعرفة، والتفسير، والعرض، وتتمثل أهمية التأطير الإعلامي في أنه من الوسائل التي تحقق القدرة للمؤسسات الإخبارية على التقدم، وتنمية مستوى التنافس بينها وبين المؤسسات الأخرى، وزيادة القدرة على فرض سيطرتها.

ويعرف التأطير الإعلامي بأنه: الأنماط التي يتم من خلالها التمثيل والانتقاء والاستثناء والتوكيد، ثم تنظيم المحتوى الخبري، وتوفير السياق المناسب للقضية الإعلامية (وهبي، 2011).

وأشار أجمية (2017) إلى أن التأطير الإعلامي هو اختيار عناصر محددة في القضية الإعلامية، والتركيز عليها لبناء الحجج والبراهين على وجود مشكلة محددة، وتحديد العوامل المسببة لها وتحليلها، وتقييم أثرها على الواقع، واقتراح الحلول المناسبة للتعامل معها، ويتحقق

التأطير من خلال قيام الصحفي بانتقاء الكلمات، أو الجمل، أو الصور النمطية، أو المعلومات التي تتضمن حقائق مرتبطة بالقضية، والتركيز عليها؛ لجعلها قادرة على تعزيز محتوى القضية بشكل فعال.

في حين عرفها ديانجيلو وشاو (D'Angelo & Shaw, 2018) بأنها: الفكرة الرئيسة التي تنظم من خلالها الأحداث لزيادة مستوى إدراك القضية، واستيعابها، والقدرة على فهم أبعادها وتحليل جوانبها، واستخلاص النقاط التي يمكن استخدامها للنقاش حول القضية.

يعرف التأطير الإعلامي بأنه: الانتقاء المتعمد لجانب محدد من قضية معينة، ومحاولة إبرازها بأسلوب معين يبين المشكلة المرتبطة بها، ويمكن من تحليلها، وتقييمها، والوصول إلى الحلول الفعالة، بالإضافة إلى اختيار الكلمات، والعبارات، والنصوص الملائمة التي تشجع الجمهور على التركيز عليها والبحث فيها.

وينعكس جوهر التأطير الإعلامي في أنه يسعى إلى تحديد الكيفية التي يمكن من خلالها تنشيط الخبر، والبحث عن سبل التفاعل معه، وتقييم المعرفة السابقة حول الخبر، والتأثير على التفسيرات، وجمع المعلومات، واتخاذ القرارات، وتقييمها، إلى جانب تحديد كيفية تشكيل الخبر المتعلق بالأنشطة الاجتماعية كالرأي العام، ومناقشة القضايا السياسية (D'Angelo, 2002).

ويعد التأطير الإعلامي استراتيجية تجعل الطرف المهيمن في الإعلام؛ قادراً على التأثير في الرأي العام، وأكدت دراسة تشونغ ودركمان (Chong & Druckman, 2007) حول تأثير التأطير الإعلامي على اتجاهات الأفراد بما يخص القضايا السياسية، أن هناك العديد من الأفراد لديهم مقاومة للمعلومات غير المتسقة قبل دمجها في تفكيرهم، وأنه بصرف النظر عما إذا كان التأطير

يؤثر حقًا على غالبية الرأي، أم لا، فمن المحتمل أن يكون له تأثير على المستوى السياسي؛ من خلال تأطير الواقع بناء على الاستطلاعات الاجتماعية، ووسائل الإعلام.

وتتمثل أهمية التأطير الإعلامي في أنه من الوسائل التي تساعد الصحفيين على تكوين الخبر، إذ إنهم يكتبون التقارير الإخبارية التي ينبغي أن تتميز بالموضوعية، والتنظيم الفعال للمحتوى والمادة الإعلامية، ويستخدمون آليتي البناء، والتركيب للتأطير الإعلامي، ويتأكدون من إبراز جوانب معينة من الخبر، وعزل جوانب أخرى؛ لضمان الوصول إلى المحتوى الإعلامي الملائم (de Vreese, 2014).

كما يسهم التأطير الإعلامي في زيادة قدرة الصحفيين على تحديد المشكلة، والعوامل المسببة لها، ووضع الأحكام، والتقييم الأخلاقي للقضية الإعلامية، وتحديد الآثار غير المباشرة الناتجة عنها، والتنبؤ بآثارها مستقبلاً (de Vreese, 2015).

إضافة إلى ما سبق، يقوم التأطير الإعلامي على توفير القدرة على قياس محتوى الخبر الإعلامي، وتفسير مدى قدرته على التأثير في آراء الأفراد واتجاهاتهم، فهناك العديد من المواقف والقضايا التي تحدث في الحياة، ولا يلتفت الأفراد إليها، غير أن الإعلام يستخدم اللغة والصياغة، والتركيز على موقف أو عنصر محدد للخبر؛ لتحويله إلى قضية تلفت أنظار المجتمع إليها (علي، 2020).

ويسهم التأطير الإعلامي في عملية تشكيل الرأي العام، والتأثير على القرارات المتخذة من قبل الجمهور حول القضية، من خلال تقديم التفسير الخاص بكل قضية، وإبراز جوانب محددة ذات صلة بها، وهو ما يؤثر على اتجاهات الجمهور (Al-Madi, Al-Khraisha & Al-Issawi, 2020).

ويقوم التأطير الإعلامي على تفسير الكيفية التي يقوم الإعلام من خلالها بتشكيل المعرفة حول القضية الإعلامية، إضافة إلى دوره في إبراز الكيفية التي يتم من خلالها بيان العلاقة بين الأطر والأيدولوجية، وبين محتوى الخبر والرسالة الإعلامية، بحيث يتشكل المحتوى الإعلامي، الذي يُنقل من خلاله الفكر الأيدولوجي بالاستعانة بوسائل الاتصال (أحمد، 2020).

وتتنافس المؤسسات الإعلامية على تشكيل الإطار في وسائل الإعلام، والتأثير على تصورات المواطنين واتجاهاتهم، ويتحقق ذلك من خلال ردود المواطنين على الاستطلاعات حول موضوع أو موقف بشكل عام، ومن خلال تأثير استخدامهم للإطار بشكل مباشر على المعلومات، للوصول إلى الاستنتاجات التي يرغبون بعرضها على المواطنين للتدخل في الرأي العام (Oller Alonso, 2014).

ثانياً: قضايا الشباب

تعد فئة الشباب من الفئات التي تمثل شريحة كبيرة من المجتمع، والتي تتأثر أنشطتها بالعديد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية المرتبطة بالدولة، ولهذه الفئة أهمية كبيرة باعتبارها الركيزة الأساسية التي يسعى المجتمع إلى تطويرها، وتنمية مهاراتها وخبراتها المختلفة؛ في سبيل تحقيق المستقبل المشرق، والدولة القوية (Ksiazek, Malthouse & Webster, 2010).

ولم تُحدّد فئة الشباب بشكل واضح من قبل العلماء، إذ أشار بعضهم إلى أنها الفئة الأقل من 20 سنة، بينما أشار بعضهم الآخر إلى أنها الفئة الأقل من 25 سنة، كما أنها تتفاوت بين البلدان النامية والبلدان المتقدمة، إذ إن فترة الشباب في الدول النامية أقصر من فترة الشباب في الدول المتقدمة، وتتمثل أهمية الشباب في دورهم المهم في إحداث التغيير، وفي إحداث التنمية على المستوى الاجتماعي، والاقتصادي، والتنموي، والسياسي، وأولى الأردن اهتماماً كبيراً بهذه الفئة من

خلال التركيز على إيجاد المؤسسات والتنظيمات المختلفة ومن ضمنها: المجلس الأعلى للشباب، وهيئة شباب كلنا الأردن، والعديد من المؤسسات الوطنية التي يتم من خلالها إشراكهم في تحقيق التنمية (علاونة ونجادات، 2011).

كما وتعرف فئة الشباب بأنها: الفترة التي يسعى المجتمع خلالها إلى تأهيل الأفراد ليتمكنوا من أداء أدوارهم الاجتماعية ضمن سياق اجتماعي مستند إلى مجموعة من المعايير والقيم الخاصة بالمجتمع (عكيلة، 2014). وهي المرحلة التي ينتقل الأفراد فيها من الاستهلاك إلى الإنتاج والتي تسهم في تحقيق التنمية المجتمعية، وتعدّ المرحلة التي يتميز خلالها الأفراد بالنضج والقدرة على إبراز المواهب والطاقات المختلفة لديهم (Gautam, Kumar & Singh, 2017).

وهناك العديد من الخصائص المميزة للشباب، فهُم في المرحلة التي تتميز بالنمو الجسدي والنضج الانفعالي من حيث انتقالهم إلى مرحلة الاتزان في عواطفهم وممارساتهم واستجاباتهم للمواقف المختلفة، بالإضافة إلى النظرة الموضوعية للعلاقات والمشكلات المختلفة التي يتعرضون لها، كما أنهم يتميزون بالنضج العقلي والمعرفي الذي يجعلهم أكثر قدرة على النقاش والحوار، وبيان الاتجاهات والميول الثابتة، بعكس فترة المراهقة التي لا يتمكّن المراهق خلالها من اختيار الاتجاهات الثابتة، ولا يملك القدرة على التعبير عن ذاته. (Durlak, Taylor, Kawashima, Pachan, DuPre, Celio, Berger, Dymnicki & Weissberg, 2007).

إن هذه الفئة تتميز بالنضج الاجتماعي وتطوره المستمر، بحيث تصبح أكثر قدرة على إدراك وفهم القواعد والمبادئ التي يقوم عليها المجتمع، والالتزام بما هو مقبول مجتمعياً من سلوكيات وممارسات، تجعل أفرادها مقبولين بشكل أكبر في البيئة التي يعيشون فيها، ويتفاعلون معها، وتسهم في تكوين شخصيتهم المستقلة المعتمدة على الذات (Wonneberger & Kim, 2017).

وأشار لالكال (Lacalle, 2015) إلى أن الشباب يتميزون بأنهم يسعون نحو ربط المهن والوظائف بما يمتلكونه من مؤهلات وقدرات، وبما يمتلكونه من استعداد وتجهيز لبذل الجهد، كما أنهم يشغلون أوقات فراغهم بالمشاركة في الأنشطة المنظمة مع الأقران، ومحاولة تطوير هواياتهم، وبالتالي فإنهم يصبحون أقل عشوائية، وأكثر تنظيماً في القرارات المرتبطة بمهنتهم، والشباب يسعون نحو الالتزام بالمبادئ والقواعد العامة المرتبطة بالمجتمع، من خلال نمو الضمير، والالتزام بشكل أكبر بالمعايير الأخلاقية، كما أنهم أكثر قدرة على التعبير عن ذاتهم واحترامها وتقديرها، ولا يتقبلون في ما يتخذونه من قرارات تتعلق بهم (Mahmood, 2019).

وتتنوع المشكلات والجوانب التي يواجهها الشباب في حياتهم، وهو ما يتطلب البحث عن الحلول الملائمة للتعامل مع تلك المشكلات، وإكسابهم القدرة على التوافق مع المجتمع والبيئة المحيطة بهم، وتعرف قضايا الشباب بأنها مشكلة ملموسة من قبل الشباب تهدد طرفاً موضوعياً ينعكس أثره على المبادئ والقيم المجتمعية، وتُحدّد من خلالها العلاقات والنتائج التي يمكن أن تتسبب بها المشكلة في واقع المجتمع وأفراده (علاونة ونجادات، 2011).

وتعرف قضايا الشباب بأنها: المواقف والأحداث التي تتسبب بوقوع الشباب في مشكلات أو معيقات أمام تحقيق ما يسعون إليه من أهداف (أحمد، 2012).

وأشارت السروجي (2012) إلى أن القضايا الشبابية هي المحاور والمواضيع الخاصة بالشباب ضمن مجتمع معين، وترتبط بحياتهم اليومية، وما يطمحون إلى تحقيقه من أهداف مستقبلية، وتتأثر بالعديد من العوامل كالعوامل السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية.

وتعرف قضايا الشباب كذلك بأنها: وجود احتياجات للشباب غير مشبعة، تتسبب في التأثير على مستوى أدائهم، والسعي نحو تحقيق طموحاتهم وأهدافهم، وتعد من العوامل التي قد تتسبب بضغط نفسية عليهم لعدم قدرتهم على تحقيق ما يطمحون إليه (شاهين، 2014).

ويمكن تعريف قضايا الشباب بأنها المشكلات التي تواجه فئة الشباب بشكل ملحوظ، والتي تظهر بصورة عامة في المجتمع، وتتسبب في وجود حالة من عدم الاستقرار بالنسبة لهم.

وهناك العديد من قضايا الشباب التي تعكس حاجتهم لوجود شيء معين يسهم في إشباع حاجاتهم، وتتفاوت تلك الاحتياجات بحسب أهميتها، وهي ما يحقق لهم التوازن والاستقرار في العديد من المستويات، ومن ضمنها الاحتياجات المرتبطة بفئة الشباب (أبو المعاطي، 2003):

- الحاجات الجسمية: كممارسة الأنشطة الرياضية والحركة لتكوين الجسم السليم.
- الحاجات الدينية: وتعد من الحاجات المهمة التي يتم من خلالها تكوين الشباب للجوانب التي تجعلهم يتمسكون بالدين، ويمتلكون قدرة أكبر على الدفاع عنه، بالإضافة إلى تنمية الوازع الديني والأخلاقي لهم.
- الحاجات النفسية: وتشمل الاستقلالية، وتقدير الذات، والأمن، والانتماء، والتفاعل الإيجابي.
- الحاجات المعرفية: وهي الحاجات التي تسهم في تنمية الذهن وإكسابهم الخبرات الجديدة التي تنمي ما اكتسبوه سابقاً من خبرات، وتنمية المستوى الثقافي لديهم.
- الحاجات الاجتماعية: وهي السعي نحو بناء العلاقات الاجتماعية، والتفاعل مع الأفراد المحيطين بالشباب، وفهمهم لما لهم من حقوق، وما عليهم من واجبات، وهو ما ينمي من مستوى شعورهم بالمسؤولية.

- الحاجات الترفيهية: وهي الحاجة إلى وجود الوسائل التي تسهم في الترويح عن النفس، مثل لعب الرياضة، أو الذهاب إلى المتنزهات والحدائق، ووجود البرامج والأنشطة لشغل وقت الفراغ.

وهناك العديد من القضايا المرتبطة بالشباب، من ضمنها:

التعليم

يعد التعليم حجر الأساس لتنمية الشباب وتوسعة مداركهم وخبراتهم، وينبغي أن يتم التأكد من توفير المستوى الملائم من الخدمات التعليمية، والتركيز على البحث عن المناهج الملائمة التي تنمي الجوانب الفكرية والاجتماعية والنفسية، وتعزز قدرتهم على مواجهة الصعوبات والتحديات التي يمكن أن يتعرضوا لها، والتأكد من توفير الدورات التدريبية الملائمة التي تساعدهم على تطوير مهاراتهم في المجالات المختلفة (أبو بكر، 2010).

ومن القضايا التي ترتبط بالتعليم فيما يخص فئة الشباب؛ ما هو مرتبط بأساليب التدريس والحاجة إلى تطويره، إذ إن التكنولوجيا أسهمت في ظهور العديد من الوسائل والأساليب غير التقليدية التي تساعد الطلبة على التعلم بشكل أكثر كفاءة، إضافة إلى أثرها على مستوى الخبرات والمعارف التي يمتلكونها، وهو ما ينعكس على تحصيلهم الأكاديمي (Johnson, Jacovina,) (Russell & Soto, 2016).

وتعدّ التخصصات الجامعية والرسوم الدراسية من الجوانب المؤثرة في مجال التعليم بالنسبة للشباب، إذ يتعرض كثيرون من هذه الفئة لانخفاض احتمالية دراستهم التخصصات التي يفضلونها، فيدرسون التخصصات التي تتوفر للحصول على مقعد جامعي، إضافة إلى أن الرسوم قد تتسبب بتشكيل عبء على الطلبة وأسرهم، ما يعد من القضايا التي تُدرس للبحث عن الوسائل التي تسهم في الحد من المشكلات المرتبطة بها (Alona& DiPrete, 2015).

ويعد التعليم عن البعد من القضايا التي أسهمت التكنولوجيا من خلالها في التأثير على العملية التعليمية، وطبيعتها، خصوصاً في ظل جائحة كورونا، والتي تسببت بالعديد من التغييرات في قطاع التعليم نتيجة إغلاق المؤسسات التعليمية، وهو ما انعكس على مستوى التحصيل الأكاديمي والمعرفي للطلبة، ومدى امتلاك المهارات الحياتية التي تساعدهم على التعامل مع الظروف المتغيرة، واكتساب القدرة على التعامل معها (غنايم، 2020).

إن التأكد من إكساب الشباب مهارات البحث العلمي، وتشجيعهم على القيام بالأنشطة المنهجية واللامنهجية، والتأكد من تحفيزهم نحو التعليم؛ من أكبر التحديات التي تواجه قطاع التعليم، خاصةً عند عدم امتلاكهم الميول والحافز للتعلم، وفي ظل التعلم الإلكتروني، فإن هذا التحدي يتزايد، فقد أكد (Dhawan, 2020) أن الشباب لا يميلون إلى التعلم الإلكتروني، ولا يشعرون بجذوى هذا النوع من أساليب التعليم لعدم توفر البنى التحتية الملائمة لتطبيقه، وعدم شعورهم بأنهم قادرين على تنمية مهاراتهم الأكاديمية والحياتية بالشكل الكافي.

العمل

يعدّ العمل من القضايا المهمة لفئة الشباب، والهاجس الأكبر لهم، لأنه المجال الذي يطبقون من خلاله ما تعلموه من خبرات ومهارات خلال المرحلة التعليمية والتدريبية، ويظهر مدى تأثرهم وتأثيرهم بالآخرين، والسعي نحو بناء المستقبل وتطوير الذات (Niall, 2017).

وهناك العديد من القضايا المرتبطة بالعمل من وجهة نظر الشباب، تعد البطالة أهمها، إذ إن غياب فرص العمل، وعدم الحصول على الوظيفة المتوافقة مع تخصص الطلبة، يتسبب في حدوث العديد من المشكلات المادية والنفسية لهم، ويزيد عدم حصولهم على تلك الوظائف من شعورهم بالفراغ، وعدم الشعور بأهميتهم، وهو ما يتسبب بالعديد من الأمراض النفسية، والاتجاه نحو

ممارسات سلبية وغير مقبولة مجتمعيًا، كالاتجاه نحو تجارة المخدرات، بهدف الحصول على الدخل، والهروب من الواقع الذي يعيشونه، وهو أمر يتسبب بالانحلال القيمي والأخلاقي، والتأثير السلبي على الشباب، والمجتمع، وعلى الاستقرار المجتمعي (Hussainat, Ghnimat & Rabea Al – Dlaeen, 2013).

إضافة إلى ما سبق، يعدّ بدء الشباب بالمشاريع الصغيرة، وتوفير سبل تطويرها من الجوانب المهمة بالنسبة لهم، لا سيما أن المشاريع تعدّ من الوسائل التي تسهم في توفير فرص العمل، وتصحيح توجهاتهم نحو العمل، خصوصاً في حال عدم حصولهم على الوظائف المرتبطة بتخصصاتهم الأكاديمية (OECD, 2020).

ويعدّ التأكيد من وجود الدعم المادي والمعنوي لتمكين الشباب من العمل من قبل مؤسسات المجتمع المحلي، والتأكد من توفير بيئة العمل السليمة، التي تسهم في تحقيق الأمن النفسي والوظيفي، من المتطلبات المهمة التي يسعى الشباب إلى التأكد من توافرها في مجال العمل، لأنها تعدّ من الجوانب التي تسهم في تعزيز الشعور بالرضا، والسعي نحو الإنجاز، ويتسبب غيابها بالعديد من الآثار السلبية كشعورهم بعدم الأمان، وعدم القدرة على تطوير الذات وتحقيق الأهداف، وعدم الاهتمام بتحقيق الجودة وعدم الشعور بالانتماء المؤسسي (Mizinstseva, Sardarian, Petrochenko & Chavykina, 2017).

وتؤثر قضية العمل على الجانب الاجتماعي لفئة الشباب، والمتمثل بالزواج وتكوين الأسرة، إذ إن عزوف الشباب عن الزواج آخذ بالتزايد نتيجة عدم حصولهم على فرص العمل والوظائف التي تساعد على تغطية التكاليف المرتبطة بالزواج، وهو ما يستدعي البحث عن الأسباب والعوامل، والطرق التي تساعد الشباب على الزواج دون الحاجة إلى اللجوء إلى الاقتراض من البنوك

والمؤسسات التمويلية، وتحمل الأعباء المادية الناتجة عن غياب فرص العمل، وهو من القضايا التي تزايدت في ظل جائحة كورونا، إذ إن الجائحة تسببت بتخلي الشباب عن فكرة الزواج نتيجة للضغوط النفسية والاجتماعية والاقتصادية التي تسببت بها (Makalesi, Kiran & Üyesi, 2020).

ونجد أن عدد ساعات العمل، والدخل، والضمان الاجتماعي من أهم القضايا التي ترتبط بالعمل وتؤثر على اتخاذ القرارات حوله، فعدم تناسب مدة العمل مع الدخل يتسبب بعدم شعور الشباب بالحافز نحو العمل، إضافة إلى أن غياب الحوافز المادية والمعنوية من أهم المسببات لغياب الدافع نحو بذل الجهد، والشعور بعدم الرضا الوظيفي، وعدم الشعور بأهمية أفكارهم ومقترحاتهم في سبيل تحسين العمل، وقد أسهمت جائحة كورونا في زيادة حدة هذه القضايا (Zipperer & Gould, 2020).

التكنولوجيا

تعد التكنولوجيا من القضايا التي تلفت نظر الشباب وتثيرهم نحو اكتشافها وتحليلها، خصوصاً أن لها دوراً كبيراً في الانفتاح على الثقافات، والتواصل مع العديد من الأفراد والمشاهير والأفراد المؤثرين، وهو ما يعدّ من الجوانب التي تسهم في تنمية العديد من المهارات المرتبطة بالتواصل والتفاعل، إلى جانب الحصول على المعرفة والمعلومات المتنوعة والمرتبطة بالعديد من المجالات كالمجال الاقتصادي، والسياسي، والمجتمعي، والصحي، وهو ما يسهم بدوره في تنمية الوعي لدى الشباب، وتوسيع مداركهم حول العديد من القضايا المرتبطة بهم (Roberts, Henriksen & Foehr, 2009).

وعلى الرغم من أهمية التكنولوجيا، وأثرها الإيجابي على الشباب في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، فإن هناك العديد من المشكلات على المستوى النفسي، والاجتماعي، والأخلاقي لديهم؛ إذ إنها تسببت بانعزال الشباب عن الواقع الاجتماعي، والسعي نحو تطوير أنفسهم، وازدياد معدلات القلق والاضطراب نتيجة الإدمان على الإنترنت، إضافة إلى تأثير القيم والمبادئ الأخلاقية لدى الشباب نتيجة ما يُداول من أفكار ومعلومات تتسبب بالإضرار بالشباب، وما تم تشنئتهم عليه، وهو ما يتسبب في حدوث العديد من المشكلات على المستوى النفسي، والاجتماعي، والثقافي. أما على المستوى الصحي، فإن هناك العديد من المشكلات التي تسببت بها التكنولوجيا كالإرهاق وآلام المفاصل، والتهابات العين، إلى جانب الأمراض العصبية الناتجة عن التفاعل مع الأجهزة الإلكترونية لفترات طويلة، وهو ما يعدّ من القضايا المهمة التي ينبغي تداولها، وتنمية الوعي حولها خصوصاً لدى الأطفال والشباب (Ohannessian, Boyd & Kirsh, 2014).

كما أن الفراغ من القضايا الشبابية المرتبطة بالتكنولوجيا، إذ إنها تسببت بانعزالهم عن العالم الواقعي، وجعلتهم يتعلقون بالألعاب الرقمية، والتطبيقات المختلفة كوسيلة لشغل أوقاتهم، وهو ما جعلهم أكثر انسحاباً عند التعامل مع الآخرين في الواقع، وأكثر اتجاهًا نحو الممارسات السلبية كالكسل، والخمول، وعدم أداء الأنشطة والمهام اليومية، إضافة إلى أنها تسببت بعدم أدائهم أي نشاط غير مرتبط بالتكنولوجيا، وهو من الجوانب التي ينبغي التأكد من دراستها وتحليلها ومعالجتها (غيطاس والغمري، 2012).

الثقافة

تسهم الثقافة بدور مهم في إكساب الشباب القيم والمبادئ التي تضبط ممارساتهم وسلوكياتهم بما يتوافق معها، كما أن طبيعة الثقافة وما تحتويه من عناصر يسهم في إضفاء معنى للحياة، ويضع الضوابط والتصورات المتسقة مع واقع التنظيم الاجتماعي، والتي يعدّ الدين مصدراً لها. وتتشكل الثقافة من الدين، والتراث، والتفاعل الاجتماعي (الأمين، 2004).

وفي ظل العولمة، والانفتاح على المجتمعات والثقافات الأخرى، فإن اتجاهات الشباب وميولهم تأثرت بما يشاهدونه، كما تسبب ذلك بالتأثير في المعتقدات والاتجاهات التي أثرت بدورها على العديد من الجوانب المرتبطة بالثقافة، وأهمها الهوية الثقافية، التي تعدّ من القضايا التي ينبغي التركيز عليها لدى الشباب، لأنها تسببت بالانفتاح على العديد من الثقافات، وعلى المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، واللغوية، إضافة إلى أنها تسببت في نقل الأفكار والمشكلات الاجتماعية، والتي تسببت بالتأثير على الهوية الثقافية. (رفيق، 2007).

وتتميز الدول بالمبادئ والقيم التي نشأت عليها مجتمعاتها، ويعد الحفاظ على الدين والقيم والأخلاق الانسانية من أهم الجوانب التي ينبغي التأكد من تأصيلها والحفاظ عليها لدى الشباب، لأنها الأساس الذي يحفظ المجتمع وشبابه من الانحرافات والتشوّهات الخلقية، وهو من القضايا المهمة للحفاظ على سلامة واستقرار المجتمع، وأمن أفراده النفسي والمجتمعي (Al-Madi, Al-). (Khraisha & Al-Issawi, 2020).

ويعد التأكد من الحصول على المعلومات السليمة المرتبطة بالثقافة من مصادر موثوقة؛ من القضايا المهمة المرتبطة بالشباب، خصوصاً بوجود العولمة ودورها في التأثير على الشباب والذي تسبب في حدوث صراع أجيال بينهم وبين جيل الكبار، وهو ما يبرز في العديد من المشكلات

وحالات عدم التوافق بينهم، ويتسبب في زيادة حدة الانفعالات والاضطرابات الناتجة عن التفاوت في التجارب والأفكار، وهو ما يعدّ من القضايا المهمة المرتبطة بفئة الشباب، والتي ينبغي التأكد من التعامل معها بشكل جدي للتأكد من قدرة الشباب على الحفاظ على الثقافة وتكوين الأسر المتناسكة، والمساهمة في تنمية المجتمع (بولمهار، 2020).

ثالثاً: البرامج التلفزيونية الشبابية

تعدّ وسائل الإعلام من الوسائل المهمة التي يتم من خلالها خدمة المجتمع بتزويد الشباب بالمعلومات، والحقائق، والمعرفة التي تسهم في تكوين الاتجاهات والآراء ووجهات النظر حول قضية محددة تساعدهم على تكوين الرأي وتعديل الممارسات والسلوكيات، ومن خلال الرأي العام، فإنه يتم التعبير بشكل موضوعي عن أفكارهم، وعقلياتهم، ويرتبط أثر الإعلام بمستوى ثقة الجمهور به بشكل إيجابي، إذ كلما كانت وسائل الإعلام أكثر قدرة على نشر القضايا بموضوعية ومصداقية ووضوح، كلما كانت ثقة الجمهور بها أكبر (عبد الواحد والديبسي، 2019).

ويقوم الإعلام بتأطير الشباب بطرق مختلفة، لمساعدة جمهورهم على فهم الظواهر أو الأحداث، وتحديد الظواهر وتفسيرها، وعرض القضايا المرتبطة بهم، والاستناد إلى الحجج والصور، والتي تم اختيارها بناء على المبتدئ والقيم الثقافية المرتبطة بالمجتمع (Kelly, 2004).

وتسهم البرامج التلفزيونية الشبابية والصحافة بشكل كبير في إثارة القضايا الخاصة بالشباب والمجتمع، وإبراز التطورات والتغيرات فيها، كما يتم من خلالها توفير الإرشادات والتوجيهات؛ وطرح المقترحات وسبل العلاج المرتبطة بالقضية الشبابية، وبالتالي فإنها تعدّ من وسائل إرشاد الشباب وتوجيههم للتعامل مع القضايا المختلفة (علاونة ونجادات، 2011).

وتشير البرامج التلفزيونية إلى: البرامج التي تعكس تصورات المؤسسة التلفزيونية من خلال تنظيم مجموعة من المواضيع والقضايا التي تعكس الواقع المجتمعي، بالاستناد إلى منظومة القيم الأخلاقية السائدة في المجتمع كمعايير لضبط ممارسات المؤسسة الإعلامية وأنشطتها، وإبراز ذلك في محتوى برامجها (Urresti & Loos, 2015).

وتعرف البرامج التلفزيونية بأنها: "تصورات المؤسسة التليفزيونية وتمثيلاتها للوظائف الأساسية التي يجب أن يقوم بها التلفزيون والجمهور الذي تريد الوصول إليه" (بابكر، 2018: 121).

وتعرف البرامج التلفزيونية بأنها: من أدوات الإعلام المستخدمة لاستقطاب الشباب من خلال تحديد عدد من المجالات التي يهتمون بها كالرياضة، وعرض المحتوى من خلال الصوت والصورة، وتحليل الجوانب المتعلقة بهم؛ لتنمية الوعي حول المواضيع المرتبطة بهم، وتوفير الوسائل التي تساعدهم على التواصل والتفاعل مع المواضيع المرتبطة بتلك البرامج (خالد وصلاح الدين، 2020).

وبناء على ما سبق تعرف البرامج التلفزيونية بأنها البرامج التي تقوم المؤسسات الإعلامية بعرضها، وتتناول القضايا المحلية والعالمية في سياق متوافق مع الضوابط والمعايير السائدة في المجتمع، والتي يزداد من خلالها مستوى الوعي والمعرفة حول العديد من المجالات المرتبطة بحياة الأفراد.

وتعد البرامج التلفزيونية الشبابية من الوسائل المستخدمة في تغيير اتجاهات الشباب وميولهم نحو قضية أو جانب معين، إذ إنها قادرة على التأثير على أفكارهم، ومعتقداتهم، بالإضافة إلى توسيع معارفهم حول جوانب معينة، وهو ما قد ينعكس بشكل إيجابي أو سلبي على فئة الشباب (Boone & Lomore, 2001). إضافة إلى أن البرامج التلفزيونية الشبابية تسهم في تعزيز

مستوى الوعي السياسي لدى الشباب، والاندماج في المجتمع، كما تسهم في عرض الجوانب المرتبطة بالقضايا السياسية والاجتماعية من خلال تكوين الرسائل والتصورات التي ترتبط بالواقع، بالإضافة إلى مساعدتهم على تعلم القيم السياسية الخاصة بالدولة، وتشكيل وجهات النظر السياسية الخاصة بهم، وتنمية الشعور بالمسؤولية المدنية (McFarland & Thomas, 2006).

والبرامج التلفزيونية الشبابية من وسائل الاتصال الأقوى، والأكثر تأثيراً على الشباب، إذ يعتمد معظم المعلنين على الإعلان عن منتجاتهم؛ لجذبهم نحو المنتجات، ويعزى ذلك إلى حقيقة أنه من السهل إقناعهم بشراء أي منتج معين يُعلن عنه، وبنفس الطريقة، تؤثر مشاهدة التلفزيون بشكل عام على نمط حياة الشباب، بصورة تجعلهم يركزون على اتباع نمط حياة معين متوافق مع نمط الحياة الصحية أو نمط الحياة الذي يقوم به الأفراد المؤثرون بهم (Hassan & Daniyal, 2013).

كما تؤثر البرامج التلفزيونية الشبابية على "الموضة"، مما يدفعهم لتفضيل طريقة معينة بارتداء الملابس، وقد يُقدّم نوع من الملابس المستخدمة في التمثيل والموسيقى التصويرية والإعلان إلى المجتمع على أنه أفضل لباس لجعل المرء يبدو جيداً، وهو ما أكدته مانغوير (Mangwere, 2013) (Inadesango & Kuerba, 2013) بأن التلفزيون يؤثر على طريقة ارتداء الشباب لثيابهم، وكيفية التحدث، والمشى، إضافة إلى اختيار نوع الموسيقى أو الطعام الذي يريدونه.

ويتأثر الشباب بالشخصيات على التلفاز، ومن ضمنهم مقدّمو البرامج الشبابية، بحيث يكتسبون محتويات البرامج بشكل مباشر من دون قيود أو تفكير ثانٍ، ما يؤثر على الجانب الفكري والمعرفي للشباب، إذ إن الوقت الذي يمضونه يتسبب في تحديد اتجاهاتهم وميولهم، إضافة إلى مستوى التركيز والتفكير، مما قد يتسبب بتشتت الذهن والشروذ وكسل العمليات العقلية، وهو ما ينعكس على أدائهم وتحصيلهم الأكاديمي (Shin, 2004).

ويعد التلفزيون مصدراً موثقاً للمعلومات لعدة أسباب، من ضمنها عرض اللون، والحركة، والتأثيرات السمعية والبصرية، وعرض المقدمين للبرامج المختلفة والصحفيين، وهو ما يجعله وسيلة واقعية للجمهور، إضافة إلى أنه يعرض البرامج والأفلام الدرامية والوثائقية وغيرها من البرامج، وهو ما يجعله من الوسائل المساهمة في الترفيه والتنقيف والإعلام، كما يمكن استخدام التلفزيون، كأداة لبناء ثقافة الناس أو تدميرها بسبب طبيعته التخاطبية، كما يؤدي دوراً مهماً في الحياة اليومية والاجتماعية من خلال محاكاة التصرفات والممارسات المعروضة عليه، والطريقة التي يديرون بها حياتهم (Apuke & Dogari, 2017).

وقناة رؤيا من القنوات التي بدأت العمل عام 2011، وتسعى نحو إحداث التغيير الجذري بما يتعلق بالإمكانيات على المستوى المحلي والعربي، وتشكيل الأفكار الإيجابية حول الإعلام، وتسعى نحو تقديم الأخبار بدقة وحيادية، كما أنها تركز على الموازنة بين الانفتاح الناتج عن العولمة، والهوية الثقافية العربية (موقع رؤيا، A2021).

ويعد برنامج كرفان أحد البرامج التلفزيونية الشبابية التي تُعرض على قناة رؤيا، ويهتم بالقضايا التي تتعلق بالشباب، فيما يخص التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي، والأزياء، والطبخ، ومشاركتهم في مواضيع متنوعة من خلال تبادل وجهات النظر حولها (موقع رؤيا، B2021). ويعد وجود مثل هذه البرامج مهماً بالنسبة للشباب لأنها تسهم في العديد من المجالات المرتبطة بهم، كالمساهمة في العمل التطوعي، وتوفير القضايا المتنوعة، التي يمكن أن تسهم في إثراء محتوى البرنامج، والبحث عن الوسائل التي تحفز الشباب نحو المشاركة في القضايا المختلفة التي يعرضها برنامج كرفان من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

يتضمن هذا الجزء عرضاً للدراسات السابقة المرتبطة بالدراسة الحالية، والتي تم الاستفادة منها

في الإطار النظري، وأسئلة الدراسة، والمنهجية المتبعة:

هدفت دراسة وهبي (2011) التي أجريت في مصر إلى الكشف عن أثر التأطير الإعلامي للمصطلحات السياسية في الصحافة المصرية بعد ثورة 25 يناير 2011 على تشكيل الوعي في القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي. تكونت عينة الدراسة من الصحف التي صدرت خلال ثورة 25 يناير، ومن (300) من الطلبة الجامعيين. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام المنهج النوعية المستندة إلى تحليل المحتوى لتحديد دلالات المفاهيم التي استخدمت في الصحف، والمنهج الوصفي المسحي من خلال الدراسة الميدانية. أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك (30) مصطلحاً مؤطراً إعلامياً تم استخدامها للإشارة إلى القضايا السياسية، وكان "الدستور"، و"الإعلان الدستوري"، و"ثورات الربيع العربي" من أكثر المصطلحات المعروفة لدى أفراد العينة، وكان "الشرق الأوسط الكبير" أقل المصطلحات معرفة بالنسبة لهم. بينت النتائج أن الطلبة كانوا رافضين لمصطلح "العسكر" بديلاً عن "الجيش المصري". أظهرت النتائج أن المواقع الإلكترونية، والصحف كانت المصادر المهمة لمعرفة القضايا السياسية حول الثورة.

وسعت دراسة علاونة ونجادات (2011) إلى الكشف عن مستوى معالجة الصحف اليومية الأردنية للقضايا الشبابية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين. تكونت عينة الدراسة من (511) من الطلبة الجامعيين. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام منهج المسح الإعلامي. بينت نتائج الدراسة أن مستوى تركيز الصحف اليومية الأردنية على القضايا الأردنية كان منخفضاً، وأن التركيز الأكبر كان حول القضايا السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية. أشارت النتائج إلى أن القضايا الشبابية

التي توليها الصحف الأردنية اهتماماً كانت على التوالي: الرياضة، الزواج، البطالة، العنف، الهجرة، المشاركة السياسية.

وهدفت دراسة حسن ودانيال (Hassan & Daniyal, 2013) التي أجريت في باكستان إلى الكشف عن أثر البرامج الشبابية على اتجاهات الشباب وممارساتهم، ونمط الحياة على المراهقين. تكونت عينة الدراسة من (400) من المراهقين ضمن الفئة العمرية (13-16) سنة. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام الاستبانة. بينت نتائج الدراسة وجود أثر للبرامج الشبابية على اتجاه المراهقين وممارساتهم ونمط الحياة لديهم بحسب المدة الزمنية التي يقضونها في مشاهدتها. بينت نتائج الدراسة أن قضاء مدة زمنية أطول في مشاهدة البرامج الشبابية يرتبط عكسياً مع مستوى أدائهم الأكاديمي، وميلهم نحو ممارسة الأنشطة الرياضية والحفاظ على أنماط الحياة الصحية.

في حين سعت دراسة عكيلا (2014) إلى التعرف على التأطير الإعلامي المستخدم في الصحافة الفلسطينية لتقديم قضايا الشباب. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية الوصفية المستندة إلى تحليل المحتوى لصحيفتين. بينت نتائج الدراسة أن الصحيفتين استخدمتا العديد من الوسائل لتأطير قضايا الشباب، أهمها: التقرير الصحفي، والمقال الصحفي. أشارت النتائج إلى أن الصحيفتين قد أطرنا العناوين الخاصة بالشباب بقضايا: الإبداع، والانحراف، والانتحار، والمبادرة، والتأثير. أشارت النتائج إلى استخدام الصحيفتين للأطر الإعلامية، وكان إطار الصراع الأكثر استخداماً، تلاه كل من الضحية، والإطار العام.

وقام الشلهوب (2015) بإجراء دراسة في السعودية للكشف عن مستوى تأطير الصحف الإلكترونية للقضايا الرياضية من وجهة نظر الشباب. تكونت عينة الدراسة من (501) من طلبة الجامعة. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام الاستبانة. بينت نتائج الدراسة أن مستوى تأطير

الصحف الإلكترونية للقضايا الرياضية كان مرتفعاً، وكانت الأبعاد على التوالي: الأندية الرياضية، العقود الرياضية، والانتقالات، والمسابقات. أشارت النتائج إلى أن دوافع الشباب الجامعي لمتابعة القضايا الرياضية كانت: متابعة الفريق الذي يشجعونه، ومتابعة الأخبار الرياضية، ومعرفة أخبار اللاعبين، وتبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين تلك الدوافع وبين مستوى متابعتهم للصحف الرياضية الإلكترونية.

وقام نايت (Knight, 2015) بإجراء دراسة في أمريكا للكشف عن مدى استخدام التأطير الإعلامي لقضية التنمر بين الشباب في الصحف اليومية. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية النوعية المستندة إلى تحليل المحتوى من خلال تحليل (50) مقالاً منشوراً في الصحف حول التنمر. بينت نتائج الدراسة أن مستوى تركيز الصحف على قضية التنمر بين الشباب كان مرتفعاً. أظهرت النتائج أن الصحف قد أطررت العوامل المسببة لانتشار ظاهرة التنمر في (6) من العوامل، وهي على التوالي: المدرسة، العوامل الشخصية، العنف، غياب العدالة الاجتماعية، التقدم التكنولوجي، والأسرة.

وهدف دراسة لكال (Lacalle, 2015) التي أجريت في إسبانيا إلى التعرف على أثر البرامج التلفزيونية الشبابية على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب. تكونت عينة الدراسة من (86) من الشباب ضمن الفئة العمرية (15-29) سنة. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية النوعية المستندة إلى المقابلة، حيث تمت مقابلة الشباب في صورة مجموعات من الأصدقاء تراوح عددهم بين (8-12) من الشباب لكل مجموعة. بينت نتائج الدراسة وجود أثر لاختيارات الأصدقاء من البرامج التلفزيونية الشبابية التي يفضلون متابعتها، واتجاه مقدمي البرامج الشبابية نحو استخدام مواقع التواصل الإعلامي للتعبير عن أنفسهم بموضوع العلاقات الاجتماعية للشباب. بينت نتائج

الدراسة وجود أثر للقضايا والمواضيع المتناولة في البرامج الشبابية، والخيال التلفزيوني والتقنيات الحديثة المستخدمة لعرض تلك القضايا على التنشئة الاجتماعية للشباب.

وسعت دراسة قندوزي (2017) التي أجريت في الجزائر إلى الكشف عن دور برنامج "خاطر" الشبابي، على توجيه سلوك الشباب. تكونت عينة الدراسة من (100) من الشباب المتابعين لبرنامج خاطر. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية الكمية من خلال استخدام الاستبانة. بينت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي لبرنامج خاطر في توجيه الشباب دينياً واجتماعياً. أشارت النتائج إلى وجود فروق في متابعة برنامج خاطر بين فئة الشباب يعزى لمتغير الجنس؛ لصالح الإناث.

وقام أبوك ودوغاري (Apuke & Dogari, 2017) بإجراء دراسة في نيجيريا للتعرف على أثر البرامج الشبابية على نمط ملابس الشباب الجامعيين. تكونت عينة الدراسة من (100) من الطلبة الجامعيين. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية الكمية من خلال استخدام الاستبانة. أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الترفيهية والموسيقية كانت أكثر البرامج تفضيلاً لدى الشباب، والطلبة الجامعيين. وأشارت النتائج إلى أن الطلبة الجامعيين يقلدون مجموعات الهيب هوب، ويحاولون تقليد الملابس التي يرتديها مقدمو البرامج الشبابية التي قد لا تعدّ ملائمة للبيئة الجامعية.

وهدفت دراسة جوتام وكومار وسينغ (Gautam, Kumar & Singh, 2017) التي أجريت في الهند إلى تقييم دور البرامج التلفزيونية الشبابية في تنمية الوعي الصحي لدى الشباب حول فيروس الإيدز. تكونت عينة الدراسة من (100) من الشباب في الفئة العمرية (17-25). بينت نتائج الدراسة أن مستوى وعي الشباب حول مرض الإيدز كان مرتفعاً. أظهرت النتائج وجود دور للبرامج الشبابية في تنمية الوعي حول مرض الإيدز بين فئة الشباب.

وأجرت ونبيرغر وكيم (Wonneberger & Kim, 2017) دراسة في كوريا وهولندا للكشف عن دور البرامج التلفزيونية الشبابية في تغيير أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية الطولية على البيانات الخاصة بفئة الشباب بين (15-25) سنة خلال المدة الزمنية (1998-2006) وتم التركيز فيها على انتقال الشباب من قراءة الصحف إلى مشاهدة التلفاز. وبينت نتائج الدراسة أن استخدام التلفاز في عرض البرامج الشبابية كان متزايداً في كل من كوريا وهولندا، وكان تركيز اهتمام الشباب على متابعة البرامج الشبابية المرتبطة بالمجتمع والترفيه؛ أكبر من متابعة الأخبار.

وأجرى المزيني (2018) دراسة في فلسطين للكشف عن دور المواقع الإخبارية الفلسطينية في معالجة القضايا الشبابية. تكونت عينة الدراسة من (4) مواقع إخبارية. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية النوعية المستندة إلى تحليل المحتوى، والمقابلة، والمنهج المقارن، وتم حصر الدراسة بالمدة الزمنية (2017/8/1-2017/10/31). بينت نتائج الدراسة أن القضايا الشبابية المتضمنة في المواقع الإخبارية الفلسطينية؛ تركزت على البطالة، والفقر، والعمل. أشارت النتائج إلى أن المواقع الإخبارية لا تركز على تحديد مصدر المعلومات المنشورة فيها.

وقام محمود وعوان (Mahmood & Awan, 2019) بإجراء دراسة في باكستان للكشف عن مستوى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بهدف متابعة القضايا السياسية. تكونت عينة الدراسة من (250) من الطلبة الجامعيين. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية الكمية باستخدام الاستبانة. بينت نتائج الدراسة وجود أثر لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الشباب للقضايا السياسية، وفي مشاركة الشباب في تلك القضايا. أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق في مستوى متابعة الشباب للقضايا السياسية يعزى لمتغير المرحلة الدراسية.

وهدفت دراسة الدلي (2019) التي أجريت في الإمارات إلى الكشف عن دور التأطير الإعلامي في نشر الوعي الأمني لدى الشباب. تكونت عينة الدراسة من (400) من الشباب ضمن الفئة العمرية (19-35) سنة. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهجية الكمية من خلال استخدام الاستبانة، والمنهجية النوعية المستندة إلى المقابلة. بينت نتائج الدراسة أن الشباب يركزون في الحصول على الأخبار المرتبطة بالأمن من خلال عدد من الوسائل، وكانت على التوالي: المواقع الإلكترونية، والصحف المطبوعة، والتلفزيون، والراديو. أشارت نتائج الدراسة إلى أن مستوى تأطير الصحف للقضايا الإعلامية كان مرتفعاً، وكانت صحيفة دار الخليج الأكثر تأطيراً للقضايا الإعلامية.

وقام الدنادنة (2019) بإجراء دراسة في الأردن للتعرف على درجة رضا الشباب الجامعي عن تغطية قضاياهم في المواقع الإخبارية واختار موقعي عمون وخبرني أنموذجاً. وتكونت عينة الدراسة من (523) من طلبة البكالوريوس والماجستير في جامعتي اليرموك والبترا. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي. وبينت نتائج الدراسة أن القضايا السياسية والترفيهية هي الأكثر متابعة لدى فئة الشباب. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القضايا التوعوية هي أقل القضايا التي يتابعها الشباب.

وهدفت دراسة الحنيطي (2019) التي أجريت في الأردن إلى تقييم دور البرامج التلفزيونية الشبابية المعروضة على قناة رؤيا في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر الطلبة الجامعيين. تكونت عينة الدراسة من (170) من طلبة كلية الإعلام في جامعتي الشرق الأوسط والبترا. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي المسحي. بينت نتائج الدراسة أن مستوى اهتمام قناة رؤيا بعرض البرامج الشبابية كان مرتفعاً، وكانت القضايا التي تتناولها على التوالي:

القضايا السياسية، والاجتماعية، والثقافية. كشفت النتائج وجود أثر إيجابي لقناة رؤيا في تناول القضايا الشبابية.

وقام عباس (Abbas,2020) بإجراء دراسة في العراق للكشف عن مستوى التأطير الإعلامي لقضايا الانتحار المتزايدة لدى فئة الشباب، وتقييم الأثر السلبي للإعلام على السخرية السياسية. بينت نتائج الدراسة أن مستوى التأطير الإعلامي لقضايا الانتحار كان مرتفعاً. كما أشارت النتائج إلى أن هناك أثراً سلبياً للبرامج الإعلامية ووسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الأحزاب السياسية التي تسهم في تهديد المجتمع وإبراز السلوكيات المدمرة له.

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

بالرجوع إلى ما تم عرضه من الدراسات السابقة، يلاحظ أن هناك اهتماماً بتناول التأطير الإعلامي، وقضايا الشباب، وبرامج التلفزيون الشبابية؛ وقد استندت دراسة كل من وهبي (2011)، وعكيله(2014)، Knight(2015)، والدلي (2019)، وAbbas(2020) إلى نظرية التأطير الإعلامي، ونجد أن كلا من دراسة محمود وعوان (Mahmood & Awan, 2019)، ودراسة علاونة ونجادات(2011)، ودراسة جوتتام وكومار وسينغ (Gautam, Kumar & Singh, 2017)، قد تناولت قضايا الشباب، كما تناولت الدراسات السابقة أيضاً دور وسائل الإعلام بمختلف أشكالها من الراديو والصحافة، حتى المواقع الإخبارية، في تغطية قضايا الشباب واتجاهاتهم عبر ما تقدمه هذه الوسائل لهم، بينما تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تغطية القنوات الفضائية، وتحديداً قناة رؤيا عبر برنامجها الشبابي كرفان، للقضايا الشبابية، والرسائل التي وجهتها لهم من خلال البرنامج؛ نظراً للأهمية الكبيرة للبرامج الشبابية.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

مما سبق عرضه من الدراسات السابقة، وأوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، تبين أن ما يميز الدراسة الحالية عن غيرها؛ أنها تناولت الرسائل نفسها الموجهة للشباب، وهو ما ندرّ تناوله في الدراسات السابقة؛ لذلك بدأ الباحث من حيث انتهى الباحثون بتحليل حلقات برنامج كرفان، والاستفادة من النتائج العلمية والعملية للدراسات السابقة، بالمقارنة مع النتائج التي سيحصل عليها الباحث في هذه الدراسة، وملاحظة ما إذا كان هناك فروق تعود إلى الأسلوب الذي تتبناه قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب، مع ما تقدمه على شاشتها، خصوصاً بعد ما أظهرت نتائج بعض الدراسات السابقة أن قناة رؤيا تحقق درجة عالية من الاهتمام بقضايا الشباب. كما تميزت الدراسة الحالية من حيث مجتمع الدراسة والعينة، فقد تكونت عينة الدراسة الحالية من القضايا الشبابية المطروحة في برنامج كرفان، وهو ما يسهم في إثراء الإطار النظري للباحثين والدارسين في هذا المجال.

واستفاد الباحث من خلال الدراسات السابقة في بناء فكرة الدراسة، وإثراء الأدب النظري في الموضوعات التي تناولت التأطير الإعلامي، والقضايا الشبابية، والبرامج التلفزيونية الشبابية، وفي اختيار عينة الدراسة وتحديدها؛ وكذلك تحديد الأساليب الإحصائية المناسبة، واختيار المنهج والأداة المناسبين للدراسة الحالية، وجمع البيانات والتعرف على نتائجها، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة، وفي تدعيم بعض الآراء المتعلقة بالإطار النظري.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يستعرض هذا الفصل عدة عناوين هي: منهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها، والأداة المستخدمة في جمع المعلومات، وصدق الأداة وثباتها، والمعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة، وإجراءات تطبيق الدراسة.

منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، وتم تطبيق المنهج الوصفي من خلال أسلوب تحليل المضمون، الذي يهدف إلى كشف الوقائع والظواهر، ووصفها وصفاً دقيقاً، بالإضافة إلى تحديد خصائصها كيفاً وكماً، وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتقديم توصيات واقتراحات من شأنها تعديل الواقع لتصل إلى ما يجب أن تكون عليه هذه الظواهر والوقائع (النعيمي والبياتي وخليفة، 2009، ص 227)

مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة الموسم الخامس عشر من برنامج كرفان على قناة رؤيا ومكون من (68 حلقة) موزعة على 14 أسبوعاً، بين 23-08-2020 و 26-11-2020 وهي فترة الدورة البرمجية التي بث فيها البرنامج.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة من خلال العينة العمدية المتمثلة في الأسبوع الصناعي، أي حلقة من كل أسبوع، لتصل عينة الدراسة إلى (14) حلقة، وهي تمثل هنا أسبوعان صناعيان.

أداة الدراسة

استخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون كأداة لها، وهي من الأدوات البحثية التي يكثر استخدامها لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية، لأن أسلوب تحليل المضمون يعتمد على فهم منظم ودقيق لمحتوى ومضمون المواد الإعلامية للوصول إلى نتائج علمية متميزة. (المشهداني، 2018، ص175)، وتمثلت وحدة التحليل في الحلقة الواحدة من ضمن الأربع عشرة حلقة التي تكونت منها عينة الدراسة، وأربع فئات تحليل، وتسع وعشرين فئة تحليل فرعية، وهي كما يلي:

أولاً: فئات المضمون: (ماذا قيل؟)

تعرف بأنها مجموعة من الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه. وهدف التحليل هو وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة من النوعية والشمولية، بما يتيح إمكانية التحليل، واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر. (حسين 1983 ص88)

وقسمت بناء على ما يقرب من نسبة 10% من خارج هذه العينة، لتحديد الفئات الفرعية، كما جرى وضع التعريفات الإجرائية والمنهجية الخاصة بكل فئة من فئات التحليل كي يسهل عدّها وقياسها وضبطها.

وتم التوصل إلى:

1-1 القضايا السياسية/ وهي المتعلقة بالبعد السياسي في تناولها للشباب، مثل: المشاركة

السياسية، الانتخابات النيابية، القضية الفلسطينية.

2-1 القضايا الاقتصادية/ وهي المتعلقة بالجانب الاقتصادي في تناولها للشباب، مثل: البطالة،

والفقر، وفرص العمل، والقروض، والمشاريع.

3-1 القضايا التعليمية/ وهي المتعلقة بالجوانب التعليمية وعملية التعليم المرتبطة بالشباب، مثل: المنح والقروض التعليمية، والرسوم الجامعية، وأخبار التقويم الدراسي والتدريب، والتعليم الجامعي والمدرسي، والتعليم التقني.

4-1 القضايا الرياضية/ وهي القضايا ذات الطابع الرياضي، مثل: التعصب، وأخبار المنتخبات والأندية الوطنية ونتائجها، والمسابقات الخارجية.

5-1 القضايا الاجتماعية/ وهي المتعلقة بالبعد الاجتماعي في تناولها للشباب، مثل: العنف والجريمة والإدمان والزواج.

6-1 القضايا الصحية/ وهي المتعلقة بمجال الصحة عند تناولها للشباب، مثل: الأنظمة الغذائية، والخدمات الطبية، والتوعية، والوقاية، والإجراءات الحكومية الصحية.

7-1 القضايا التكنولوجية/ وهي المرتبطة بالتطور التكنولوجي وتأثيره في اهتمامات الشباب، مثل: الألعاب الرقمية، وآخر تطورات التكنولوجيا، والجرائم الإلكترونية، ومخاطر التكنولوجيا على الصحة والعلاقات الاجتماعية.

8-1 القضايا الثقافية/ وهي القضايا التي تركز إلى الجوانب الثقافية لدى الشباب، مثل: الثقافة العامة، والمناسبات الثقافية.

9-1 أخرى: هي أي قضية لم توضع في التصنيفات المحددة

2- فئة الأساليب المتبعة

وهي الطرق والوسائل التي اتبعتها برنامج كرفان في تقديم مضمون المادة الإعلامية المتعلقة

بقضايا الشباب، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

2-1 المقبلات

2-2 التقارير

2-3 عرض منصات التواصل الاجتماعي

2-4 الفقرات

2-5 الكاريكاتير

2-6 الإنفوغراف

3- فئة مصادر المعلومات

ويقصد بها الجهة الإعلامية التي اعتمد عليها برنامج كرفان في الحصول على المعلومات المتصلة بقضايا الشباب، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

1-3 مصادر داخلية: وهي المصادر التي تكون خاصة بالمؤسسة الإعلامية؛ وهي المراسل

أو البرامج الداخلية للقناة مثل ترحال، ابن حتوتة، وv12، وأستاتيكا، ومدير حاله.

2-3 مصادر خارجية: وهي وسائل عامة لا تقصر خدماتها على جهة معينة، وبإمكان أي

وسيلة إعلامية تأخذ منها، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

2-1-3 قنوات تلفزيونية: سواء أكانت محلية أم عربية أم دولية.

2-2-3 وسائل التواصل الاجتماعي: وهي الأخبار أو التعليقات التي ينشرها الأشخاص على

مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

وهي الفئات التي تتعلق بوصف الشكل الذي قدمت من خلاله المادة الإعلامية التي تم تحليلها

بالمعالجة والتفسير، وهي:

1-2 المادة المصورة

2-2 الرسوم الكاركتيرية

3-2 إنفوغرافيك

4-2 اسكتشات

5-2 تقارير مصورة.

ثالثاً: فئة الاستمالات

وتقسم إلى:

1-3 استمالة عقلية: وهي الأساليب الإقناعية المستخدمة لتقديم الرسائل الإعلامية بشكل تخاطب فيه الجانب المنطقي والأفكار التي تدور في ذهن الشباب، مثل قصص النجاح، أو فقرات المعلومات.

2-3 استمالة عاطفية: هي الأساليب التي تركز على الاحتياجات النفسية والاجتماعية للشباب، مثل حالات إنسانية، أو محتوى ترفيهي.

3-3 استمالة عقلية ووجدانية.

وتم تحديد مدة كل فقرة حسب استمالتها.

رابعاً: فئة الهدف من نشر المادة

1-4 الهدف الإعلامي التفسيري.

2-4 الهدف الترفيهي: وهو الهدف المقصود منه الترفيه عن الشباب.

3-4 الهدف التوعوي: والقصد منه المحتوى الإعلامي الذي يحذر الشباب من أفعال خاطئة.

4-4 الهدف الإعلاني التجاري: وهو المحتوى الإعلامي المدفوع، ويتم التعريف من خلاله بمنتج،

أو خدمة تهم الشباب

الإحصاء المستخدم

- استخدام التكرارات والنسب المئوية.
- استخدام مقياس هولستي للتأكد من ثبات الأداة.

صدق الأداة

هدفت إجراءات الصدق إلى التأكد من دقة عملية تحليل المعلومات والبيانات، ولتحقيق الصدق

في أداة الدراسة قامت الدراسة بالإجراءات الآتية:

أ. التأكد من التعريف الإجرائي الدقيق لفئات تحليل المضمون وتحديدها؛ لضمان عدم وجود أي تداخل أو تضارب فيما بينها.

ب. تحديد وحدات التحليل والقياس التي تتلاءم مع طبيعة الدراسة بما يكفل تحقيق أهدافها وتساؤلاتها.

ت. إجراء دراسة قبلية لاستمارة تحليل المضمون على بعض المواد الإعلامية التي بثت في البرنامج.

ث. عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين بالشأن الإعلامي وقضايا الشباب.

وقام الباحث الأخذ برأي المحكمين والخبراء وإدخالها إلى أداة التحليل النهائية

ثبات الأداة

ويقصد به "التأكد من درجة الاتساق العالية للأداة؛ بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة

عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة، أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في

جمع المعلومات نفسها، أو في قياس الظواهر أو المتغيرات نفسها، سواء من المبحوثين أنفسهم، أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث واحد أو عدة باحثين في أوقات مختلفة. (حسين، 2006، ص 301-302)

تم عرض استمارة تحليل المضمون على ثلاثة باحثين للقيام بتحليل عينة الدراسة من حلقات برنامج كرفان، وكانت نتيجة معامل ثبات الأداة 86.6%، وهي نسبة توشح على صحة أداة الدراسة، وقدرتها على الإجابة عن أسئلة الدراسة.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{M \times 2}{2N+1N}$$

حيث ان $M =$ عدد الفئات المتفق عليها في عملية التحليل وقيمة m في المعادلة هي 26

و $N =$ مجموع فئات التحليل وقيمة n في المعادلة هي 30

متغيرات الدراسة

بحكم واقع الدراسة فإن المتغير المستقل هو القنوات الفضائية، والمتغير التابع هو التغطية الشبابية.

إجراءات الدراسة

قامت الدراسة بجمع معلومات عن قناة رؤيا الفضائية الأردنية وبرنامج كرفان، وقام الباحث بالاطلاع على الدراسات السابقة، والاستفادة منها في كتابة الإطار النظري للدراسة، وبناء أسئلة الدراسة، وتحديد مجتمع الدراسة والعينة.

وقام الباحث بتصميم استمارة تحليل المضمون بعد أن قام بتحديد فئاتها، وعرضها على المحكمين، ثم تطبيقها على عينة الدراسة، ثم تحليل النتائج لبناء تقرير النتائج في الفصل الرابع، ومناقشة النتائج للخروج بالتوصيات في الفصل الخامس.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة للإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها، حيث قام الباحث بتحليل برنامج كرفان؛ ليستخرج التكرارات والنسب المئوية، وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول: ماذا قيل في إطار قضايا الشباب في برنامج كرفان؟ وللإجابة عن هذا تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للإجابة عن السؤال، والجدول رقم (1) يوضح ذلك:

الجدول رقم (1)

الأطر: ماذا قيل في إطار قضايا الشباب في برنامج كرفان

فئات الأطر (فئة ماذا قيل؟)						
تسلسل	فئات مجال قضايا الشباب	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	القضايا السياسية	(1-1)	9.90	27	8.99	40:50
	الانتخابات النيابية	(1-1-1)	44.44	12	48.14	19:50
	القضية الفلسطينية	(1-1-2)	11.12	3	9.52	3:45
	مشاركة الشباب السياسية	(1-1-3)	44.44	12	42.34	17:15
2	القضايا الاقتصادية	(2-1)	10.99	30	19.65	89:55
	الفقر	(2-1-1)	16.66	5	12.67	11:20
	البطالة	(2-1-2)	23.34	7	33.61	30:10
	فرص العمل	(2-1-3)	20	6	11.50	10:30
	القروض والمشاريع	(2-1-4)	40	12	42.22	37:45
3	القضايا التعليمية	(3-1)	6.23	17	6.11	27:55
	المنح والقروض التعليمية	(3-1-1)	11.76	2	17.99	5:05
	الأخبار المتعلقة بالتعليم المدرسي	(3-1-2)	35.29	6	29.35	8:20
	الأخبار المتعلقة بالتعليم الجامعي	(3-1-3)	29.43	5	23.21	6:30
	الأخبار المتعلقة بالتعليم المهني	(3-1-4)	11.76	2	11.60	3:10
	الرسوم الجامعية	(3-1-5)	11.76	2	17.85	4:50

فئات الأطر (فئة ماذا قيل؟)						
تسلسل	فئات مجال قضايا الشباب	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
4	القضايا الرياضية	(4-1)	21.24	58	9.26	42:20
	التعصب	(4-1-1)	12.07	7	19.25	8:10
	أخبار ونتائج المسابقات المحلية	(4-1-2)	18.97	11	21.50	9:05
	أخبار ونتائج المسابقات الدولية	(4-1-3)	68.96	40	59.25	25:05
5	القضايا الاجتماعية	(5-1)	6.96	19	7.82	35:45
	العنف	(5-1-1)	31.58	6	16.80	5:55
	الجريمة	(5-1-2)	21.05	4	17.83	6:30
	الزواج	(5-1-3)	26.32	5	40.50	14:25
	الإدمان	(5-1-4)	21.05	4	24.87	8:55
6	القضايا الصحية	(6-1)	11.72	32	11.08	50:40
	الأنظمة الغذائية	(6-1-1)	9.38	3	29.66	15:05
	الخدمات الطبية	(6-1-2)	31.25	10	23.70	11:55
	التوعية والوقاية	(6-1-3)	34.37	11	27.90	14:10
	إجراءات الحكومة الصحية	(6-1-4)	25	8	18.74	9:30
7	القضايا التكنولوجية	(7-1)	21.24	58	15.72	71:55
	الألعاب الرقمية	(7-1-1)	13.80	8	31.60	22:40
	تطورات التطبيقات الذكية	(7-1-2)	55.18	32	42	30:15
	الجرائم الإلكترونية	(7-1-3)	15.51	9	10.4	7:45
	مخاطر التكنولوجيا الصحية والاجتماعية	(7-1-4)	15.51	9	16	11:15
8	القضايا الثقافية	(8-1)	6.22	17	11.97	54:45
	الثقافة العامة (معلومات عامة، أو أخبار ثقافة عالمية)	(8-1-1)	58.82	10	66.21	36:10
	المناسبات الثقافية	(8-1-2)	41.18	7	33.79	18:35
9	أخرى (وهي التي لم تندرج ضمن أي إطار مثل الأغاني، والأخبار الفنية)	(9-1)	5.49	15	9.46	43:50
	المجموع		100	273	100	457:55

ويوضح الجدول رقم (1) أبرز قضايا الشباب التي تمت تغطيتها في برنامج كرفان عبر قناة

رؤيا، وبينت النتائج أن القضايا الاقتصادية كانت بالمرتبة الأولى، كأكثر القضايا التي تناولها

برنامج كرفان بنسبة مدة زمنية بلغت 19.65%، وعدد تكرارات 30 بنسبة 6.23% من التكرارات، ومدة زمنية 89:55 دقيقة من مجموع القضايا التي تمت تغطيتها في برنامج كرفان، وقد تكون للظروف الاقتصادية التي يعاني منها الأردن، وفئة الشباب تحديداً، دور في ظهور هذه النسبة المرتفعة، خصوصاً أنها تزامنت مع أزمة كورونا، التي أثرت على الاقتصاد الأردني. نلاحظ أن فئة القروض والمشاريع حازت على النسبة الأعلى بتغطية القضايا الاقتصادية لاهتمام الشباب؛ بتكرار 12 مرة من القضايا الاقتصادية بنسبة 40%، ومدة زمنية 37:45 دقيقة بنسبة 42.22%، وذلك لرغبة الشباب في معرفة أي خطوة تساعدهم في تجاوز أزماتهم الاقتصادية، يليها فئة البطالة التي حازت على تغطية بمدة زمنية 30:10 دقيقة، بنسبة 33.61%، و6 تكرارات نسبتها 20% من أصل 30 مرة تكررت فيها القضايا الاقتصادية، وهو أمر غير مستغرب نظراً لوصول نسبة البطالة في الأردن إلى 24.7% في الربع الرابع من سنة 2020؛ بحسب آخر تقرير صادر عن دائرة الإحصاءات العامة الأردنية على موقعها الرسمي.

وكانت فئة الفقر بالمرتبة الثالثة؛ بنسبة مدة زمنية 12.67% وقدرها 11:20 دقيقة، وتكررت 5 مرات بنسبة 16.66% من القضايا الاقتصادية، بعد أن كانت تغطي الأخبار التي تتحدث عن نسب الفقر في الأردن، وجهود الحكومة في محاولة القضاء عليه، تليها ونسبة متقاربة فئة فرص العمل، التي غطيت لمدة زمنية 10:30 دقيقة ونسبة 11.50%، وتكرار 6 مرات بنسبة 11.50% من القضايا الاقتصادية.

أما القضايا التكنولوجية، فكانت في المرتبة الثانية كأكثر القضايا التي تناولها برنامج كرفان، بمدة زمنية 71:55 دقيقة ونسبة 15.72%، وعدد تكرارات 58 شكّلت نسبة 21.24% من مجموع القضايا التي تم تغطيتها في برنامج كرفان، ويرى الباحث أن هذه التغطية الكبيرة جاءت

نظراً لما نعيشه في هذا الوقت من تطور التكنولوجيا، وتحولها إلى جزء من حياة البشرية، ودخولها في مجالات العمل، والتعليم، والتسوق، وتصدرت تطورات التطبيقات الذكية القضايا التكنولوجية في تغطية برنامج كرفان للقضايا التكنولوجية بنسبة 42% حازت مدة 30:15 دقيقة، وتكررت 32 مرة بنسبة 55.18%، ويرجع ذلك لأزمة واتساب وفيسبوك الأخيرة مع المستخدمين حول العالم، وظهور برامج جديدة تقدم خدمات مجانية ومميزة للمستخدمين؛ مثل تلغرام وكلوب هاوس، وهو ما دفع التطبيقات إلى الدخول في سباق لتطوير نفسها لجلب أكبر عدد من المستخدمين، تليها الألعاب الرقمية بمدة زمنية 22:40 ونسبتها 31.60% وتكرار 8 مرات بنسبة 13.80%، وهي نسبة غير مستغربة؛ لاهتمام الشباب بوسائل الترفيه، خصوصاً بعد زيادة وقت بقائهم بالمنزل؛ بسبب قيود كورونا، وإغلاق المدارس والجامعات.

وكما أسلفنا فإن دخول التكنولوجيا في حياتنا، أسهم بظهور بعض المخاطر الصحية على الإنسان؛ بسبب كثرة قضاء الوقت على الأجهزة، وكانت تغطية كرفان للقضايا التكنولوجية بنسبة 16% بمدة زمنية 11:15 دقيقة، وتكرارات 9 بنسبة 15.51%، تعتمد على دراسات طبية لهذه المخاطر، سواء على الإنسان أو غيره، وأخيراً الجرائم الإلكترونية، التي كانت لها حصة بتغطية برنامج كرفان؛ بمدة زمنية قدرها 7:45 دقيقة، ونسبتها 10.40% من القضايا التكنولوجية بتكرار 9 مرات ونسبتها 15.51%.

وكانت القضايا الثقافية في المرتبة الثالثة بنسبة 11.97%، بمدة زمنية 54:45 دقيقة، وتكرارات 17 نسبتها 6.22%، ورغم أن تكراراتها كانت قليلة؛ مقارنة بغيرها من القضايا، فإن اعتماد البرنامج على التقارير والفقرات (السكتشات) في تغطية هذه القضايا، هو ما أسهم في إعطائها هذه المساحة الضخمة من برنامج كرفان، وكانت الثقافة العامة، التي ارتكزت على

المعلومات العامة، أو الأخبار الثقافية العالمية، حصلت على نسبة 66.21% بتغطية 36:10 دقيقة، وتكررت 10 مرات بنسبة 58.82% من القضايا الثقافية، مثل فقرة تريك، التي كانت تعطي معلومات عامة عن فلسطين، أما المناسبات الثقافية فحصلت على تغطية بـ18:35 دقيقة ونسبة 33.79% من تغطية كرفان للقضايا الثقافية.

أما القضايا الصحية فحلت رابعة في الأطر التي استخدمها برنامج كرفان بنسبة 11.08% ومدة زمنية 50:40 دقيقة، وتكررات 32 نسبتها 11.72%، واللافت أن الأنظمة الغذائية حصلت على النسبة الأعلى من القضايا الصحية بنسبة 29.66%، وكانت كلها عبر تقريرين مطولين، وفقرة واحدة مدتهم 15:05 دقيقة، وتكررات 3 فقط نسبتها 9.38%، وتناولت الأنظمة الغذائية للشباب، وخلفها التوعية والوقاية بنسبة 27.90% بمدة زمنية 14:10، بتكرار 11 مرة نسبتها 34.37% من القضايا الصحية، اعتمد جُلّها على الأخبار والنصائح للشباب للوقاية من فيروس كورونا، وبالمرتبة الثالثة الخدمات الصحية بمدة زمنية 11:55 دقيقة ونسبة 23.70% من القضايا الصحية، وتكررت 10 مرات، بنسبة 31.25%، وغطت كل الخدمات الصحية التي قامت بها الحكومة لتطوير القطاع الصحي الأردني، في ظل أزمة فيروس كورونا بالاردن، وأخيراً الإجراءات الحكومية الصحية بنسبة 18.74%، وارتكزت على إجراءات الحظر، وقوانين الدفاع، ومنع التجمعات، وترى الدراسة أن تزامن عينة الدراسة مع موجة كورونا الأولى في الأردن، أسهمت في إعطاء هذه النسبة العالية للاهتمام بالقضايا الصحية.

الأطر التي وردت في أخرى، هي التي لم تندرج ضمن أي إطار مثل الأغاني والأخبار الفنية وكانت مدتها الزمنية 43:55 ونسبتها 9.46% وتكررات عددها 15 بنسبة بلغت 5.49%،

وارتكزت على الأغاني وبعض الأخبار الفنية وبعض الأخبار التي كانت تروج لبعض المنتجات التي تهم الشباب.

وجاءت القضايا الرياضية في المرتبة السادسة ضمن الأطر التي قام برنامج كرفان بتغطيتها بنسبة 9.26% لمدة 42:20 دقيقة، وتكرارات عددها 58 بنسبة 21.24%، ورغم أن تكراراتها كانت الأكثر (بالتساوي مع القضايا التكنولوجية)، فإنها كانت بالمركز السادس؛ نظراً لاعتمادها فقط على الأخبار القصيرة، وحازت المسابقات الدولية على النسبة الأكبر من تغطية القضايا الرياضية، بعدما شكلت نسبة 59.25% بمدة 25:05 دقيقة، بتكرار 40 مرة بنسبة 68.96% من القضايا الرياضية، وخلفها المسابقات المحلية بمدة زمنية 9:05 دقائق بنسبة 21.50%، وتكرارات 11 ونسبة 18.97%، خلفها التعصب بـ 8:10 دقائق مشكّلة 19.25%، مع تكرار 7 مرات بنسبة 12.07%، ويعود استحواد المسابقات الدولية على النسبة الأكبر إلى المتابعة الواسعة من الشباب الأردني للمسابقات الدولية؛ مثل الدوري الإنجليزي والإسباني، ودوري أبطال أوروبا، بالإضافة لتوقف المنافسات المحلية الرياضية الأردنية في تلك الفترة؛ ما أدى إلى قلة تغطيتها.

وجاءت القضايا السياسية في المرتبة السابعة بمدة زمنية 40:50 دقيقة ونسبة 8.99%، وتكررت 27 مرة بنسبة 9.90% من مجمل الأطر، وكان النصيب الأكبر منها للانتخابات النيابية التي كانت الحدث الأبرز في الأردن في نهاية عام 2020، وقد حصلت على 48.14%، ونالت تغطية واسعة بمدة 19:50 دقيقة، و12 تكراراً بنسبة 44.44% من الأخبار والتقارير، وخلفها، وبنسبة مقاربة، المشاركة السياسية للشباب في الأردن، بمدة زمنية 17:15 دقيقة ونسبة 42.34%، وتكرارات عددها 12 بنسبة 44.44%، وتمت تغطيتها عبر التقارير والفقرات (السكتشات)، وأخيراً القضية الفلسطينية التي شكلت نسبة ضعيفة من القضايا السياسية التي

غطيت بمدة زمنية 3:45 دقائق بنسبة 9.52%، وتكررت 3 مرات فقط، ورغم قلة التغطية فإنّ البرنامج كان يذكّر الشباب بالقضية الفلسطينية التي تعتبر من أهم قضايا المجتمع العربي والإسلامي.

وخلت القضايا الاجتماعية بالمرتبة الثامنة وقبل الأخيرة في سلم الأطر التي قام برنامج كرفان بتغطيتها، بمدة زمنية 35:45 دقيقة ونسبة 7.82%، وعدد تكرارات بلغ 19 بنسبة 6.96%، وكانت المفاجأة أن الزواج كان القضية الأبرز في القضايا الاجتماعية؛ بأكثر من 40 بالمئة وتغطية لمدة 14:25 دقيقة، وذلك عبر التقارير المصورة، وخلفه الإدمان بمدة 8:55 دقيقة ونسبة 24.87% من القضايا الاجتماعية، مع 4 تكرارات نسبتها 21.05%، متساويا مع الجريمة التي غطيت بمدة 6:30 دقيقة بنسبة 17.83%، وأخيراً العنف الذي حاز على نسبة 16.80% بمدة 5:55 دقيقة، مع نسبة تكرار هي الأعلى بالقضايا الاجتماعية بـ31.58%، واللافت أن القضايا الاجتماعية كانت تغطي بصورة تقارير، أو عبر أخذ آراء مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الأردن والوطن العربي.

وفي المرتبة الأخيرة جاءت القضايا التعليمية وهي أقل الأطر التي اعتمد عليها برنامج كرفان في تغطيتها وتقديمها للشباب بمدة زمنية 27:55 دقيقة نسبتها 6.11%، بتكرارات عددها 17 بنسبة 6.23%، وكانت حصة الأسد منها للقضايا المتعلقة بالتعليم المدرسي، وجاءت تغطيتها عبر الأخبار والتقارير بمدة زمنية 8:20 دقيقة نسبتها 29.35%، وتكررت 6 مرات بنسبة 35.29% من القضايا التعليمية، وخلفها القضايا المتعلقة بالتعليم الجامعي بمدة 6:30 دقائق نسبتها 23.21%، تكررت في برنامج كرفان 5 مرات بنسبة 29.43%، أما القروض والمنح التعليمية فتتمت تغطيتها بخبر واحد وتقرير واحد، بنسبة 11.76% مدتهما 5:05 دقيقة بنسبة 17.99%،

بالإضافة للقضايا المتعلقة بالرسوم الجامعية بمدة زمنية 4:50 نسبها 17.85%، بخبر واحد وتقرير واحد، نسبة تكرارهما 11.76%، وأخيراً قدمت القضايا المتعلقة بالتعليم المهني في المرتبة الأخيرة بخبرين اثنين فقط، بنسبة تكرار 11.76% ومدة زمنية 3:10 دقيقة شكلت نسبة 11.60% من القضايا التعليمية.

ويرى الباحث أن القضايا التعليمية لم تحصل على نسبة عالية، رغم أن القطاع التعليمي والطلاب كانوا من أكثر القطاعات تضرراً بأزمة فيروس كورونا، وكثرة المشاكل التي واجهت الطلاب في الانخراط بعملية التعليم عن بعد.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: ما هي الأساليب المتبعة في تغطية قضايا

الشباب في برنامج كرفان؟

ويهدف الإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات، والنسب المئوية، والجدول رقم (2)

يوضح ذلك:

الجدول رقم (2)

الأساليب المتبعة في تغطية قضايا الشباب في برنامج كرفان

فئة الأساليب المتبعة						
تسلسل	فئة الأساليب	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	المقابلات	(1-2)	2.94	8	4.51	20:40
2	التقارير	(2-2)	6.95	19	18.69	85:35
3	عرض منصات التواصل الاجتماعي	(3-2)	9.15	25	12.90	59:05
4	الفقرات	(4-2)	11.35	31	37.08	169:50
5	إنفوغرافيك	(5-2)	2.20	6	1.72	7:55
6	الكاريكاتير	(6-2)	1.11	3	0.87	4:00
7	أخرى (لم تذكر في الأساليب المرفقة)	(7-2)	66.30	181	24.23	110:50
	المجموع		100	273	100	457:55

أشار الجدول رقم (2) إلى أن برنامج كرفان استخدم أسلوب الفقرات؛ كأكثر أسلوب في البرنامج بنسبة 37.08% ومدة زمنية 169:50 دقيقة، وواحد وثلاثين تكراراً نسبتها من البرنامج 11.35%، وهي نسبة مرتفعة، لكنها غير مفاجئة؛ نظراً لأن البرنامج يعتمد على 18 فقرة في الموسم، وكانت "فئة أخرى" في المرتبة الثانية، ويقصد بها أي أسلوب لم يذكر في الجدول، وكانت بمدة زمنية 110:50 دقيقة بنسبة 24.23%، وتكررت 181 مرة، ونسبة تكرارها 66.30، وهي الأعلى، وتعد نسبة مرتفعة.

وفي المرتبة الثالثة كانت التقارير بنسبة 18.69% لمدة 85:35 دقيقة، وتكرارات 19 نسبتها 6.95%، وتشكل التقارير جزءاً مهماً من تكوين برنامج كرفان، إذ يوجد في الحلقة الواحدة تقرير، وقد يكون هناك تقريران في الحلقة الواحدة، إذا دعت الحاجة لذلك.

وجاءت فئة عرض منصات التواصل الاجتماعي رابعاً بمدة زمنية قدرها 59:05 دقيقة ونسبة 12.90%، وتكراراتها 25 نسبتها 9.15%، وهذا دليل على اعتماد البرنامج أيضاً على منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب، في أساليبه المتبعة، ويرى الباحث أن هذا الأسلوب يخلق قرباً وتواصلًا بين البرنامج والشباب، ويعد فرصةً لإيصال قضاياهم بأنفسهم.

أما فئة أسلوب المقابلات، فحلت خامساً؛ نظراً لتكرارها ثماني مرات بنسبة مئوية بلغت 2.94%، مع مدة زمنية 20:40 دقيقة، ونسبتها 4.51 في المئة فقط، ويرى الباحث أن قالب البرنامج، والديكور الخاص به، لا يساعد على أن يكون للبرنامج مساحة للضيوف.

أما الإنفوغرافيك فكان بالمرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة 1.72%، وخصص له 7:55 دقيقة، وتكرارات 6 نسبتها 2.20%، كلها متعلقة بالجوانب الإعلانية؛ للمقارنة بين الترويج لسلعة شبابية في البرنامج، مع سلع أخرى، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة أقل من 1% مع ظهوره بالبرنامج لمدة 4

دقائق، وبثلاثة تكرارات فقط ونسبة تكرار بلغت 1.11% وهي نسبة متدنية جداً، ولا تكاد تذكر في البرنامج.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما هي مصادر المعلومات التي اعتمد عليها

في برنامج كرفان في أطر قضايا الشباب؟ ويهدف الإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (3) يوضح ذلك:

الجدول رقم (3)

مصادر المعلومات التي اعتمد عليها في برنامج كرفان في أطر قضايا الشباب

فئة مصادر المعلومات						
تسلسل	فئة المصادر	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	المصادر الداخلية (برامج القناة، المراسلون، الإنتاج الداخلي للقناة)	(1-3)	49.08	134	63.18	289:20
2	المصادر الخارجية (محطات تلفزيونية عربية ودولية)	(2-3)	50.92	139	36.82	168:35
	المجموع		100	273	100	457:55

أشار الجدول رقم (3) إلى أن برنامج كرفان اعتمد على المصادر الداخلية، مثل: مراسلي القناة، وبرامج القناة، أو الفقرات المنتجة من القناة بدرجة أكبر، وذلك بمدة زمنية 289:20 دقيقة وبنسبة مئوية 63.18%، وتكرارات 134 بنسبة قدرها 49.08%، مقارنة مع المصادر الخارجية التي تمثلت بمحطات عالمية وعربية اعتمد عليها بنسبة 63.82% ومدة زمنية قدرها 168:35 دقيقة، و139 تكرار شكلت نسبة 50.92% من مجمل التكرارات في برنامج كرفان، ويبين الجدول تقاربا كبيرا في نسب التكرار بين المصادر الداخلية والخارجية، مع تفاوت كبير في المدة الزمنية.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما هي الإستمالات التي اعتمدها برنامج كرفان

في إطار القضايا؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (4) يوضح ذلك:

جدول رقم (4)

الإستمالات التي اعتمدها برنامج كرفان في إطار قضايا الشباب

فئة الإستمالات						
تسلسل	فئة الإستمالات	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	استمالة عقلية	(1-4)	44.70	122	33.74	154:30
2	استمالة عاطفية	(2-4)	30.40	83	42.06	192:35
3	عقلي ووجداني	(3-4)	24.90	68	24.20	110:50
	المجموع		100	273	100	457:55

يوضح الجدول رقم (4) أن الاستمالة العاطفية كانت في المرتبة الأولى في فئة الإستمالات

التي اعتمدها عليها برنامج كرفان، بعد أن استخدمت بمدة زمنية 192:35 دقيقة ونسبة 42.06%،

وتكررت 83 مرة شكلت 30.40% من نسبة التكرارات، وحلت الاستمالة العقلية في المرتبة الثانية

بمدة زمنية 154:30 دقيقة، شكلت نسبة 33.74% من فئة الإستمالات، وتكررت 122 مرة مع

نسبة 44.70%؛ لتكون هي الأعلى بالتكرارات، ثم كانت الاستمالة العقلية والوجدانية بالمرتبة

الأخيرة بعد أن تم استخدامها 110:50 دقيقة أي بنسبة 24.20% من مدة البرنامج وتكررت 68

مرة بنسبة 20.90% من مجمل الإستمالات التي استخدمها برنامج كرفان.

خامساً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس: ما هو الهدف من نشر المضمون في

برنامج كرفان في إطار قضايا الشباب؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (5) يوضح ذلك:

الجدول رقم (5)

الهدف من نشر المضمون في برنامج كرفان في إطار قضايا الشباب

فئة الهدف						
المدة الزمنية	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية للتكرار	الترميز	فئة الهدف من نشر المضمون في البرنامج	تسلسل
140:25	30.66	136	49.82	(1-5)	إعلامية تفسيرية	1
67:05	14.64	39	14.28	(2-5)	توعوية	2
21:55	4.78	15	5.49	(3-5)	إعلانية	3
228:30	49.95	83	30.41	(4-5)	ترفيهية	4
457:55	100	273	100		المجموع	

توضح النتائج في الجدول رقم (5) أن برنامج كرفان اعتمد على الجانب الترفيهي بشكل أكبر بعد أن شكّل قرابة نصف البرنامج بنسبة 49.95% ومدة زمنية 228:30 دقيقة، وتكرار 83 مرة شكلت نسبة 30.41% من تكرارات برنامج كرفان، وهي نسبة مرتفعة جدا خلال هذه المدة الزمنية، ثم حل الهدف الإعلامي التفسيري في المرتبة الثانية، بمدة زمنية 140:25 دقيقة نسبتها 30.60% من الحلقات، لكنها كانت الأعلى في التكرارات بـ136 مرة شكلت نسبة 49.82% من الأهداف في نشر المضمون، وفي المرتبة الثالثة كان الهدف التوعوي بمدة زمنية 67:05 دقيقة ونسبة 14.64%، وتكرر هذا الهدف 39 مرة بنسبة 14.28% من مجمل التكرارات، وأخيراً كان الهدف الإعلاني في المرتبة الأخيرة بنسبة 4.78% ومدة زمنية 21:55 دقيقة، وتكرر 15 مرة بنسبة 5.49% فقط في حلقات برنامج كرفان.

سادسا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس: ما هي الأشكال الفنية للمادة الإخبارية

(كيف قيل؟) في إطار القضايا في برنامج كرفان؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (6) يوضح ذلك:

الجدول رقم (6)

الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل) في إطار القضايا في برنامج كرفان

فئات الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟)						
تسلسل	فئة الهدف من نشر الخبر	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	المادة المصورة	(1-6)	78.39	214	41.64	190:35
2	الرسوم الكاريكاتيرية	(2-6)	1.11	3	0.87	4:00
3	إنفوغرافيك	(3-6)	2.20	6	1.72	7:55
4	التقارير المصورة	(4-6)	6.95	19	18.69	85:35
5	السكتشات (الفقرات)	(5-6)	11.35	31	37.08	169:50
	المجموع		100	273	100	457:55

توضح النتائج في الجدول رقم (6) أن برنامج كرفان استخدم المادة المصورة كأكثر الأشكال

الفنية للمواد الإخبارية في البرنامج بنسبة 41.64% ومدة زمنية 190:35 دقيقة، وعدد تكرارات بلغ 214 مرة نسبتها من البرنامج هي 78.39%، وهي نسبة مرتفعة جداً، لأن البرنامج يعتمد على قالب الإخباري الشبابي، والأخبار الكثيرة التي يقدمها خلال الحلقة الواحدة، وجاءت السكتشات (الفقرات) في المرتبة الثانية، وكانت بمدة زمنية 169:50 دقيقة ونسبة 37.08%، وتكراراتها 31 مرة بنسبة 11.35%؛ نظراً لاعتماد البرنامج على ثماني عشرة فقرة في الموسم الواحد.

وفي المرتبة الثالثة كانت التقارير بنسبة 18.69% لمدة 85:35 دقيقة، ويعد 19 تكراراً بلغت نسبتها 6.95%، وتشكل التقارير جزءاً مهماً من تكوين برنامج كرفان، حيث يوجد في الحلقة الواحدة تقرير على الأقل، وقد يكون هناك تقريران في الحلقة الواحدة؛ إذا دعت الحاجة لذلك.

وحلّ شكل الإنفوغرافيك في المرتبة ما قبل الأخيرة في الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف

قيل؟) بنسبة 1.72%، وخصص له 7:55 دقيقة، وعدد تكرارات بلغ ستة ونسبته 2.20%،

جميعها تتعلق بالجوانب الإعلانية؛ للمقارنة بالترويج لسلعة شبابية في البرنامج مع سلع أخرى، وأخيراً الكاريكاتير بنسبة أقل من 1% مع ظهوره بالبرنامج لمدة 4 دقائق، وتكرر ثلاث مرات فقط بنسبة 1.11%، وهي نسبة متدنية جداً، ولا تكاد تذكر في البرنامج.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس للدراسة: ما هي الأطر الإعلامية لقضايا الشباب في البرامج

التلفزيونية الشبابية؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (7) يوضح ذلك:

الجدول رقم (7)

التأثير الإعلامي لقضايا الشباب في البرامج التلفزيونية الشبابية

فئات التحليل						
السؤال الفرعي	فئات التحليل	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
فئات الأطر (فئات ماذا قيل؟)	القضايا الاقتصادية	(1-7)	10.99	30	19.65	89:55
فئة الأساليب المتبعة في برنامج كرفان	الفقرات (السكتشات)	(2-7)	11.35	31	37.08	169:50
فئة مصادر المعلومات التي اعتمد عليها برنامج كرفان	المصادر الداخلية (برامج القناة، المراسلون، الإنتاج الداخلي للقناة)	(3-7)	49.08	134	63.18	289:20
فئة الاستمالات	الاستمالات العاطفية	(4-7)	30.40	83	42.06	192:35
فئة الهدف من نشر المضمون في برنامج كرفان	الترفيهي	(5-7)	30.41	83	49.95	228:30
فئات الأشكال الفنية للمادة الاخبارية (كيف قيل؟):	المادة المصورة	(6-7)	78.39	214	41.64	190:35

ويوضح الجدول رقم (7) أن القضايا الاقتصادية كانت بالمرتبة الأولى؛ كأكثر الأطر التي تناولها برنامج كرفان، بمدة زمنية نسبتها 19.65%، وعدد تكرارات 30 بنسبة 6.23% من التكرارات، ومدة زمنية 89:55 دقيقة من مجموع القضايا التي تمت تغطيتها في برنامج كرفان، وبينت نتائج الجدول أن أسلوب الفقرات (السكتشات) كان الأسلوب الأبرز الذي اعتمده القائمون على برنامج كرفان؛ بنسبة 37.08% ومدة زمنية 169:50 دقيقة، وتكرارات بلغت 31 مرة نسبتها 11.35% من فئات الأساليب المتبعة في برنامج كرفان، واعتمد البرنامج على المصادر الداخلية مثل برامج القناة والمراسلين بمدة زمنية 289:20 دقيقة وبنسبة مئوية 63.18%، وتكرارات عددها 134 بنسبة قدرها 49.08%، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإستimalات العاطفية هي أكثر الإستimalات استخداماً بعدما اعتمد عليها القائمون على برنامج كرفان، بمدة زمنية 192:35 دقيقة ونسبة 42.06%، وتكررت 83 مرة شكلت 30.40% من نسبة التكرارات، وشكلت الأهداف الترفيهية الحيز الأكبر بنسبة 49.95% ومدة زمنية 228:30 دقيقة، وتكرار بلغ 83 مرة شكلت نسبة 30.41%، وهذا يؤكد أهمية الترفيه عند فئة الشباب، وبينت نتائج الدراسة أن فئة المادة المصورة جاءت في المرتبة الأولى من فئات الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟) للبرنامج؛ بنسبة 41.64% ومدة زمنية 190:35 دقيقة، وتكررت 214 مرة بنسبة 78.39% من البرنامج.

التحليل النوعي لنتائج الدراسة

تظهر الدراسة أن الظروف الاقتصادية التي يمر بها الاقتصاد الأردني من ارتفاع نسب البطالة، وعجز الموازنة والمديونية العام، أسهمت في هذا الاهتمام الكبير بالقضايا الاقتصادية، ودفعت القائمين على البرنامج إلى تغطية أكبر، وإعطائها مساحة أوسع؛ مقارنة بغيرها من القضايا الأخرى، وهذا ما يعكسه التركيز الأكبر على القروض والمشاريع التي تغطي قصص نجاح،

ومشاريع تدعم الشباب الأردني، بالإضافة إلى أن البطالة كانت ثانية في حصة القضايا الاقتصادية؛ لذلك فكل هذه العوامل ساعدت في أن تكون القضايا الاقتصادية أكثر الأطر تغطية في كرفان.

ونجد أن حلول القضايا التكنولوجية جاءت في المرتبة الثانية؛ لأن التكنولوجيا أصبحت جزءا من حياة الإنسان في العصر الحديث، والتنافس الكبير الذي تقدمه الشركات العالمية والتطبيقات الحديثة، ساعد على خلق منافسة لجذب الشباب حول العالم، والشباب الأردني هو جزء منه، لذلك نلاحظ أن هناك اهتماما من برنامج كرفان بتغطية القضايا التكنولوجية؛ كما نلاحظ أن أخبار التطبيقات الذكية والألعاب الرقمية نالت اهتماماً كبيراً؛ لإطلاع الشباب الأردني على آخر الأخبار، مع تغطية المخاطر الصحية والاجتماعية التي قد تسببها التكنولوجيا.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن الجانب الثقافي كان حاضراً في البرنامج، بعد حلوله في المرتبة الثالثة؛ كأكثر الأطر تغطية في كرفان، وهو مفاجئ نوعاً ما، لكنه ليس مستغرباً، لأنه كانت هناك فقرات تعتمد على إعطاء معلومات عامة من جانب ترفيهي، مثل اللهجات في المحافظات الأردنية والفلسطينية، وبعض المعلومات الجغرافية المختلفة حول العالم، أو معلومات عامة، وكانت تجذب الشباب الأردني، وكذلك المناسبات الثقافية التي تمت تغطيتها من خلال مراسلات البرنامج مثل مهرجان أرماث عمان وهاكاثون التعليم العالي؛ لذلك جاءت القضايا الثقافية في المركز الثالث.

ولعل أزمة كورونا، وما صاحبها من إغلاقات وقيود وإجراءات حكومية وقائية، فرضت حضورها على البرنامج الشبابي؛ لكون الشباب الأردني جزءا من المجتمع ويتعرض لخطر الإصابة بالعدوى، لذلك يرى الباحث أن القضايا الصحية كانت موجودة، وهذا يؤكد أن فئة التوعية والوقاية

والخدمات الطبية والإجراءات الحكومية، كانت مقارنة بالفترة الزمنية ودرجة التكرار؛ نظراً لأهميتها في القضايا الصحية لذلك نجد أن النتائج أظهرت تقاربها.

وحلّت أطر "الأخرى" في المرتبة الخامسة، وهي المتعلقة بالأخبار الفنية والفقرة الغنائية، وعُرِضت في حلقات قليلة من البرنامج، وجاءت في هذا المركز نظراً لأن مدة الأغنية الواحدة تقترب من الأربع دقائق تقريباً.

ومن المعروف أن الرياضة تشكل جزءاً كبيراً من اهتمامات الشباب؛ لذلك كانت في المرتبة السادسة، وتسبب توقف الرياضة الأردنية بسبب جائحة كورونا، بضعف وجودها في تغطية كرفان، ما ترك المجال لإعطاء المسابقات الدولية حيزاً أكبر من نصف القضايا الرياضية، مع حضورٍ خجول للأخبار التي تنبذ التعصب الرياضي.

ولم يركز البرنامج على القضايا السياسية التي حلت في المرتبة السابعة، لكن تزامن انعقاد الانتخابات النيابية في الأردن مع فترة البرنامج؛ أدى إلى منح الانتخابات النيابية، والمشاركة السياسية للشباب الأردني مساحة تغطية في برنامج كرفان، وهو ما أثر على تغطية القضية الفلسطينية التي كانت قليلة جداً.

أما القضايا الاجتماعية؛ فتوضح النتائج أن الزواج كان من أبرز القضايا الاجتماعية التي تناولها البرنامج، عبر التقارير، وطرح مشاكل تكاليف الزواج، ونظرة الشباب إلى منظومة الزواج، وتمت مناقشتها من خلال التقارير، واستطلاع رأي الشارع، وكذلك الأمر مع الإدمان، وقد جعل الاعتماد على الأخبار فقط في العنف والجريمة، مدتها الزمنية قصيرة في البرنامج.

ورغم تأثير جائحة كورونا على العملية التعليمية في الأردن، فإنّ القضايا التعليمية كانت في المرتبة الأخيرة، لكن لكون الشريحة الكبرى من جمهور البرنامج من طلاب المدارس، فإنّ النتائج أظهرت أن الأخبار المتعلقة بالقطاع المدرسي كانت هي الأكثر تغطية، يليها التعليم الجامعي، والقروض التعليمية والرسوم الجامعية، لكن حجم التغطية يبقى ضعيفا مقارنة بغيرها من القضايا.

وأوضحت نتائج الدراسة أن الفقرات (السكتشات) هي الأسلوب الأكثر استخداما في برنامج كرفان، وهذا الأمر متوقع لأن البرنامج يعتمد على 18 فقرة متنوعة المضمون في الموسم الواحد، ولهذه الأسباب نجد أن الفقرات تشكل النسبة الأكبر منه، وقالب البرنامج فرض وجود تقرير بشكل عام في كل حلقة، لكن هناك حلقات فيها تقريران لكنها قليلة، وهو ما يؤكد عدد التكرارات، ولأن التقارير اتصفت بالمطولة، فإنها حصلت على مدة زمنية جيدة، وفرض الطابع الشبابي، الذي يركز على ما يحدث على منصات التواصل الاجتماعي ويهتم بها، على البرنامج أيضاً تخصيص وقت للحديث عن أهم ما يحدث في وسائل التواصل الاجتماعي من موضوعات تهم الشباب بالدرجة الأولى.

أما المقابلات؛ فيعود سبب ضعف استخدامها إلى طبيعة الاستديو، وقالب البرنامج الذي لا يسمح بوجود الضيوف فيه، واقتصرت على 8 مقابلات مدفوعة في بداية البرنامج، ثم لم تُستخدم نهائياً.

وتسبب اقتصار استخدام الإنفوغراف على الأغراض الإعلانية، في وجوده بنسبة قليلة، والأمر نفسه ينطبق على الكاريكاتير الذي تم عرضه في 3 مناسبات فقط، وجميعها من قبل رسام القناة عبد اللطيف الفتياني.

من المعروف أن قناة رؤيا تمتلك كادراً كبيراً جداً، ومراسلين في كل محافظات الأردن، ومكتبا في فلسطين، ومراسلة في لبنان، وهذا الكادر والإنتاج الداخلي، جعل القناة قادرة على أن تعتمد على نفسها في البرامج؛ لذلك فإن نتائج الدراسة تبين أن النسبة الأكبر من مصادر برنامج كرفان داخلية، وهي إما أخبار من القناة (قسم الأخبار)، أو مراسلات البرنامج، أو من برامج القناة الأخرى، وكذلك الفقرات الموجهة إلى الجمهور الفلسطيني هي من إنتاج مكتب فلسطين.

واقترع استخدام المصادر الخارجية على جل الأخبار الرياضية الدولية، والقضايا التكنولوجية، أو الاجتماعية، وكانت الأكثر بالتركرارات، لكنها أقل بكثير بالمدة الزمنية؛ لذلك ظهرت لدينا هذه النتائج وفق الجدول (3).

أما في فئة الإستمالات؛ فإننا نلاحظ أن الإستمالات العاطفية حازت على نسبة عالية من البرنامج، رغم أن تكراراتها لم تكن الأعلى فيه، ويعود سبب ذلك إلى أن الإستمالات العاطفية تركزت على الفقرات، وما يقدم على منصات التواصل الاجتماعي والتقارير، لذلك نجدها الأعلى استخداماً، تليها الاستمالة العقلية التي تم استخدامها في الأخبار الرياضية والتكنولوجية والسياسية بشكل كبير؛ لذلك كانت هي الأعلى في التكرارات، بينما تركزت بقية التكرارات على الاستمالة العقلية والوجدانية.

ويبدو أن قالب البرنامج الأساسي فرض وجوده في النتائج؛ لذلك تشير الدراسة إلى أنه ليس مستغرباً أن يشكل الجانب الترفيهي نصف البرنامج تقريباً، فالبرنامج يعتمد على فقرات أغلبها ترفيهي، وهو ما يؤكد أن التكرارات كانت قليلة مقارنة بمدتها، والشق الإخباري المنوع اليومي من البرنامج هو ما يبرر أن يشكل الهدف الإعلامي التفسيري نسبة عالية من البرنامج، لأنه كان يخصص يومياً 4 أو 5 فقرات إخبارية سياسية أو رياضية أو تكنولوجية وغيرها.

وجائحة كورونا والإجراءات الصحية المفروضة في الأردن؛ دفعت القائمين على البرنامج إلى تخصيص تغطية للجانب التوعوي لنشره بين الشباب، وأخيراً فإن اعتماد البرنامج على الأهداف الإعلانية كان قليلاً، نظراً لطبيعة القناة التي تقلل من الترويج والإعلانات داخل برامجها، إلا في حالات قليلة مثل ما حدث في كرفان، حيث اقتصر على الترويج لشركتين مختصتين بالهواتف الذكية، بالإضافة إلى منصات تعليمية خاصة.

وبحسب ما أظهرت النتائج؛ فإنه نتج عن تخصيص البرنامج لفقرات إخبارية يومية، واعتماده على منصات التواصل الاجتماعي، أن تكون المادة المصورة هي أكثر الأشكال الفنية للمادة الإخبارية استخداماً، وهي طريقة مشابهة تماماً للأخبار التي يقرأها مذيع النشرة الإخبارية، وتكون مرفقة معها مادة مصورة أو صور، ثم بدرجة مقارنة الفقرات، أو السكتشات التي تشكل جزءاً كبيراً من البرنامج الذي يعتمد، كما أسلفنا، على 18 فقرة في الموسم الواحد.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

سنناقش في هذا الفصل النتائج التي توصلت إليها دراسة "التأثير الإعلامي لقضايا الشباب في البرامج التلفزيونية الشبابية" دراسة تحليلية على برنامج كرفان في قناة رؤيا الفضائية الأردنية"، وطرح التوصيات التي انبثقت عنها، وفيما يأتي مناقشة لهذه النتائج:

أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول: ماذا قيل في إطار قضايا الشباب في برنامج كرفان؟

لعبت الظروف الاقتصادية في الأردن دوراً كبيراً في تغطية البرنامج للقضايا الاقتصادية التي لها تماس مباشر مع الشباب الأردني، ما جعلها في المركز الأول كأكثر الأطر استخداماً في البرنامج، لذلك اتفقت الدراسة مع دراسة الحنيطي (2019) التي بينت نتائجها أن مستوى اهتمام قناة رؤيا بعرض البرامج الشبابية كان مرتفعاً، وكانت القضايا التي تتناولها القضايا الثقافية.

لكنها اختلفت معها في أن القضايا السياسية والاجتماعية كانت من أقل القضايا التي قام برنامج كرفان بتغطيتها، واختلفت الدراسة أيضاً مع دراسة الداندة (2019) التي أظهرت نتائجها أن القضايا السياسية هي الأكثر متابعة لدى فئة الشباب، وأظهرت نتائج الدراسة أن القضايا الاقتصادية كانت الأعلى من حيث تغطية برنامج كرفان للأطر المستخدمة، وهذا ما يتفق مع دراسة علاونة ونجادات (2011)، التي بينت نتائجها أن القضايا الاقتصادية نالت التغطية الأكبر في الصحف الأردنية، فيما يخص القضايا الشبابية، وتحديداً الزواج والفقير، ويرجع سبب هذا الاهتمام للأوضاع التي يعاني منها الاقتصاد الأردني، أما دراسة المزني (2018) فبيّنت نتائجها أن القضايا الشبابية المتضمنة في المواقع الإخبارية الفلسطينية؛ تركزت على البطالة، والفقير،

والعمل، وهي القضايا ذاتها التي ارتكز عليها برنامج كرفان، واختلفت الدراسة مع دراسة محمود وعوان (Mahmood & Awan, 2019) ودراسة وهبي (2011) اللتين أظهرت نتائجهما أن الشباب يهتم بالقضايا السياسية بشكل كبير، إذ جاءت القضايا السياسية بمرتبة متأخرة في برنامج كرفان، بعد أن حلت بالمركز السادس.

وتحظى الرياضة والمسابقات الرياضية بمتابعة من الشباب الأردني والعربي، والعالمى حتى، وقد أظهرت النتائج توافقاً مع نتائج دراستي الشلهوب (2015) وعلاونة ونجادات (2011)، التي أوضحت أن الشباب لديه اهتمام بالقضايا الرياضية بنسبة عالية، وتشكّل جزءاً من اهتماماته، وتصدرت نتائج الفرق التي يشجعونها، والانتقالات، والمسابقات الرياضية، الاهتمام الأكبر، وهو ما يتطابق مع برنامج كرفان، فقد كانت نتائج المسابقات الدولية والمحلية، أغلب القضايا الرياضية في برنامج كرفان.

ويحظى الجانب الفني باهتمام أقل من الشباب؛ لذلك كان حضوره قليلاً في البرنامج، لكنه حصل على المركز الخامس من الناحية الزمنية في ترتيب الأطر المستخدمة في كرفان، واندرج تحت أطر (أخرى)، وهذا ما يتفق مع دراسة أبوك ودوغاري (Apuke&Dogari, 2017)، التي بينت أن الموسيقى والفنون كانت من بين أكثر القضايا تفضيلاً لدى الشباب.

ومن زاوية أخرى يهتم الشباب بالقضايا الاجتماعية التي تمس أمن المجتمع وسلامته بشكل مباشر؛ لأن الإنسان يضع أمنه وسلامته في سلم أولوياته؛ لذلك اتفقت الدراسة مع دراسة نايت (2015) التي أظهرت نتائجها أن الصحف أظرت الأخبار الاجتماعية حول العنف والجريمة والإدمان والقضايا التكنولوجية، في تطورات التطبيقات الذكية، لجلب أكبر عدد من الجمهور إليها.

ثانياً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: ما هي الأساليب المتبعة في إطار القضايا في برنامج كرفان؟

من خلال قراءة نتائج الدراسة فإن الفقرات أو السكتشات، كانت أكثر الأساليب استخداماً في برنامج كرفان؛ لما يعطيه من مساحة كبيرة لمعدّي البرنامج، للحديث عن مضمون الحلقة، والتي يستخدمها مقدّمو الفقرات لطرح وجهات نظرهم، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة عكيلا (2014) التي أظهرت نتائجها أن صحيفتين فلسطينيتين استخدمتا أسلوب المقال الصحفي في تأطير القضايا، وفي المرتبة الثالثة كان أسلوب التقارير من الأساليب التي يتبعها برنامج كرفان، وهذه النتائج تتوافق مع نتائج دراسة عكيلا (2014) التي أظهرت نتائجها أن صحيفتين فلسطينيتين اعتمدتا على التقارير الصحفية في تأطير القضايا.

وفيما يخص حصول أسلوب عرض منصات التواصل الاجتماعي على نسبة تغطية من برنامج كرفان، فإن هذه النتائج تتوافق مع نتائج دراسة لكال (2015) التي بينت نتائجها اهتمام الشباب بما يعرض عبر منصات التواصل الاجتماعي، واتفقت أيضاً مع دراسة محمود وعوان (2019) التي أظهرت نتائجها وجود أثر لمنصات التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا.

ثالثاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما هي فئة مصدر المعلومات التي اعتمد عليها برنامج كرفان؟

كما أسلفنا في الفصل الرابع فإن برنامج كرفان كان يعتمد بشكل كبير على المصادر الداخلية، مثل برامج القناة، ومراسليها، وإنتاجها الداخلي، ويعزى هذا الأمر إلى أن قناة رؤيا تمتلك كادراً يمكّنها من إنتاج فقرات، ومسلسلات، وبرامج خاصة بها، أو غير ذلك؛ لذا فإن اعتمادها على المصادر الخارجية، مثل القنوات العربية والدولية، كان أقل من المصادر الداخلية.

والدراسة اختلفت مع دراسة الدلي (2019) التي أظهرت نتائجها أن الشباب يركزون على المصادر المعتمدة على المواقع الإلكترونية بشكل أكبر من التلفزيون.

رابعاً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما هي الإستمالات التي اعتمدها برنامج كرفان في إطار القضايا؟

في هذا الإطار بينت نتائج الدراسة أن الإستمالات العاطفية كانت في المرتبة الأولى في فئة الإستمالات؛ لما لها من قوة تأثير على فئة الشباب، وهو ما أكده غانم (1997) بأن الخصائص العاطفية للقصة والرسالة والقضية؛ هي الأكثر تأثيراً، لذلك لم يكن مستغرباً اعتماد القائمين على برنامج كرفان على الإستمالات العاطفية، وحلت الاستمالة العقلية في المرتبة الثانية بأكثر من ثلث البرنامج لأن فئة الشباب تتميز أيضاً بالنضج العقلي، والتفكير، والمنطق في تكوين أي صورة تُبثُّ عبر الأطر الإعلامية؛ وفق (Durlak, Taylor, Kawashima, Pachan, DuPre, Celio,) (Berger, Dymnicki & Weissberg, 2007)، واختلفت الدراسة مع دراسة قندوزي (2017) التي بينت نتائجها أن لبرنامج خواطر الذي يعتمد على الاستمالة العقلية الوجدانية، أثراً إيجابياً على الشباب، بينما كانت الأقل استخداماً في برنامج كرفان.

خامساً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس: ما هو الهدف من نشر المضمون في برنامج كرفان؟

أظهرت نتائج الدراسة أن الهدف الترفيهي شكّل نصف البرنامج تقريباً، وهي نتيجة عالية، ويعود السبب في ذلك إلى اعتماد غالبية الفقرات على الهدف الترفيهي، وهي تتفق مع دراسة أبوك ودوغاري (2017) التي أظهرت نتائجها أن البرامج الترفيهية هي أكثر البرامج تفضيلاً لدى فئة الشباب، واتفقت الدراسة أيضاً مع دراسة ونبيرغر وكيم (2017) التي بينت نتائجها أن اهتمام

الشباب بالبرامج الشبابية كان مرتبطاً بالجانب الترفيهي أكثر من الجانب الإخباري، وانفقت الدراسة مع دراسة الدنادنة (2019) التي بينت نتائجها اهتمام الشباب بالجانب الترفيهي.

وبالعودة إلى نتائج الدراسة فإننا نرى أن كرفان اعتمد على الهدف الترفيهي يليه الهدف الإخباري.

واعتمد برنامج كرفان على الهدف التوعوي؛ بسبب تزامنه مع جائحة فيروس كورونا، وهذا الهدف له أثر على الشباب، وهو ما تتفق عليه الدراسة مع دراسة جوتنام وكومار وسينغ (2017) التي بينت نتائجها أن للبرامج الشبابية دوراً في تنمية الوعي بين فئة الشباب.

سادساً: مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس: ما هي الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟) في إطار القضايا في برنامج كرفان؟

بينت نتائج الدراسة أن برنامج كرفان استخدم المادة المصورة، كأكثر الأشكال الفنية للمواد الإخبارية في كرفان، حيث استخدم القائمون على البرنامج نمط الأخبار، الذي يعتمد على الصور والفيديوهات القصيرة لعرضها، وتكون مدة الأخبار في المتوسط دقيقة لكل خبر، ولأن الطابع الإخباري يشكل جزءاً كبيراً من البرنامج؛ فإن المادة المصورة كانت الأكثر استخداماً، يليها وبنسبة قريبة جداً الفقرات التي تكون جزءاً مهماً من البرنامج.

النتائج

- حصول القضايا الاقتصادية على المرتبة الأولى، كأكثر الأطر استخداماً في برنامج كرفان، إذ حصلت على نسبة 19.65% من تغطية البرنامج.
- القضايا التعليمية كانت أقل الأطر استخداماً في برنامج كرفان، بنسبة 6.11% فقط، وهي نسبة قليلة؛ مقارنة مع التحديات التي واجهها التعليم بسبب جائحة كورونا.
- اعتماد برنامج كرفان على أسلوب الفقرات (السكتشات) بنسبة عالية، إذ شكل نسبة 37.08% من البرنامج.
- عدم اعتماد البرنامج على المقابلات، فقد تكررت 8 مرات فقط.
- اعتماد القائمين على البرنامج على المصادر الداخلية بنسبة مرتفعة.
- الهدف الترفيهي شكل نصف البرنامج، وهي نسبة مرتفعة، تلاها الهدف الإعلامي التفسيري.
- اعتماد برنامج كرفان على المادة المصورة بنسبة 41.64%.
- الرسوم الكاريكاتورية استخدمت بنسبة أقل من 1% وهي نسبة متدنية جداً.
- بروز الجانب التوعوي في برنامج كرفان.

التوصيات

- بعد عرض النتائج ومناقشتها، فإن الدراسة وصلت إلى عدد من التوصيات:
- أن يهتم برنامج كرفان بالقضايا السياسية، وتعزيز ثقافة مشاركة الشباب في الحياة السياسية.
 - إعداد المزيد من الدراسات التحليلية لمعرفة الأطر المستخدمة في البرامج الشبابية في القنوات التلفزيونية.
 - العمل على التوسع في إنشاء البرامج التلفزيونية الموجهة إلى الشباب في العالم العربي.

- ضرورة تنوع برنامج كرفان في الأساليب المتبعة لتأطير قضايا الشباب وعدم الاقتصار على أسلوب الفقرات أو السكتشات.
- السماح لفئة الشباب في إعطاء رأيهم في القضايا التي يتم تغطيتها من قبل برنامج كرفان.
- الاهتمام بأسلوب المقابلات، واستضافة عدد من المسؤولين الذين لهم تماس مباشر مع فئة الشباب، وفتح باب النقاش بينهم.
- التوسع في أسلوب الإنفوغرافيك، والرسوم الكاريكاتورية في البرنامج.
- إبراز القضية الفلسطينية وتغطيتها بشكل أكبر؛ لتعزيز ارتباط فئة الشباب بقضية العرب المركزية.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو المعاطي، ماهر (2003). الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب. ط2. حلوان: مكتبة زهراء الشرق.

أجعية، مفتاح (2017). التأطير الإعلامي لقضايا الإرهاب في الصحف الإلكترونية اللببية: دراسة تحليلية. مجلة جامعة سرت العلمية-العلوم الإنسانية، 7(1)، 285-310.

أحمد، عبدالعزيز (2020). قناة الحدث الفضائية والتأطير الإخباري لجائحة كورونا (COVID-19) (تحليل مضمون نشرات الأخبار بقناة الحدث). مجلة كلية الفنون والإعلام، 5(10)، 113-146.

أحمد، وفاء (2012). القضايا والقيم الاجتماعية للشباب. السكان: بحوث ودراسات، 85: 1-51.

بابكر، خالد. (2018). دور برامج التلفزيون في بث ثقافة السلم المجتمعي دراسة اتجاهات الجمهور نحو برنامج المسامح كريم على موقع اليوتيوب. مجلة الباحث الإعلامي، (39): 119-132.

بولمهار، ناجي (2020). الشباب الجامعي والبرامج الثقافية التلفزيونية بين النظرية التطبيقية. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.

حسن، مكاوي والسيد، ليلي (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

حسين، سمير (1983). تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته، استخداماته الأساسية، وحداته وفئاته، جوانبه المنهجية، تطبيقاته الإعلامية، الرياض: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع.

حسين، سمير (2006). دراسات في مناهج البحث العلمي-بحوث الإعلام، ط3. القاهرة: عالم الكتب.

الحمود، عبد الناصر والشامي، علاء وبن صافية، علاء. (2016). أطر المعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية دراسات حالة لمشروعات "الهيئة الملكية للجبيل وينبع" بالسعودية- "قناة السويس الجديدة" بمصر "إقلاع للنهوض بقطاع الصناعة" بالمغرب. المنتدى السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال -الإعلام والاقتصاد: تكامل الأدوار في خدمة التنمية، 1-55.

الحنيطي، محمد منصور (2019). دور قناة رؤيا الفضائية الأردنية في تناول قضايا الشباب من وجهة نظر طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

خالد، مريشيش وصلاح الدين، جلال (2020). دور البرامج التفاعلية الرياضية بالتلفزيون الجزائري في تنمية الثقافة الرياضية لدى طلبة الإعلام والاتصال الرياضي. مجلة الإبداع الرياضي، 11(1)، 519-536.

الدلي، خليفة (2019). دور المعالجة الإعلامية للقضايا الأمنية للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية في نشر الوعي الأمني لدى الشباب الإماراتي. حوليات آداب عين شمس، 47: 309-341.

الدليمي، عبد الرزاق محمد (2010). فن التحرير الإعلامي المعاصر، عمان: دار جرير للنشر.

الدنادنة، علي غالب (2019). درجة رضا الشباب الجامعي عن تغطية قضاياهم في المواقع الإخبارية: عمون وخبرني أنموذجاً. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

رفيق، أبو بكر (2007). مخاطر العولمة على الهوية الثقافية للعالم الإسلامي. دراسات-الجامعة الإسلامية العالمية شيتاغونغ، 5: 5-16.

السروجي، فاطمة (2012). الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات قضايا الشباب الاجتماعية. مجلة البحث العلمي في الآداب، 15(1)، 105-128.

شاهين، مصطفى (2014). الشباب والمسألة السكانية في سورية. مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، 30(2)، 295-312.

الشديفات، أمين (2017). البطالة وعلاقتها بالجرائم الاقتصادية في العالم العربي: الأردن، السعودية، لبنان، مصر، المغرب. دراسات-العلوم الإنسانية والاجتماعية، 44(1)، 71-84.

الشلهوب، عبد الملك (2015). اعتماد الشباب الجامعي السعودي على الصحف الرياضية الإلكترونية في متابعة القضايا الرياضية: دراسة مسحية. مجلة الآداب-جامعة الملك سعود، 27(2)، 245-310.

عبد الحميد، محمد (1983). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1. جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع.

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

عبد الواحد، إسراء والديسي، عبدالكريم (2019). تغطية الصحافة الأردنية اليومية لموضوعات المخدرات: دراسة تحليلية لمضمون صحف الرأي والدستور والعرب اليوم. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، 12(1)، 45-62.

العدوي، فهمي (2010). إدارة الإعلام، ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عكيعة، سامي (2014). أطر تقديم صورة الشباب في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، فلسطين.

علاونة، حاتم ونجادات، علي (2011). قضايا الشباب في الصحف الأردنية اليومية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك: دراسة ميدانية. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، 4(2)، 159-179.

علي، محمد (2020). أطر تقديم جائحة كورونا "كوفيد-19" في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، (29): 557-588.

الغضبان، السيد (2010). الفضائيات العربية؛ ما لها وما عليها، ط1. القاهرة: سفير الدولية للنشر.

غنايم، مهنى (2020). التعليم العربي وأزمة كورونا: سيناريوهات للمستقبل. المجلة الدولية للبحوث في العلوم التربوية، 3(4)، 75-104.

غيطاس، جمال. والغمري، خالد (2012). قضايا الشباب في الفضاء الرقمي في العام 2010. الرياض: مؤسسة الفكر العربي.

القحطاني، عبدالرحمن (2018). مقالات الرأي لأحداث عاصفة الحزم في الصحافة اليومية السعودية: دراسة تحليلية في إطار نظرية التأطير الإعلامي. المجلة العربية للإعلام والاتصال، (20): 307-360.

قندوزي، حنان (2017). دور البرامج التلفزيونية في توجيه سلوك الشباب الجزائري: برنامج خواطر أنموذجاً- دراسة ميدانية على عينة من شباب أم البواقي. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم البواقي، الجزائر.

محمد، محمد (2018). التأطير الإعلامي والإيدولوجيا في الصحافة الإيرانية. مجلة كلية الآداب، (1)50، 63-122.

المزيني، إبراهيم فتحي (2018). معالجة المواقع الإخبارية الفلسطينية لقضايا الشباب دراسة تحليلية مقارنة. (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

المشهداني، سعد سلمان (2019). منهجية البحث العلمي، ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

موقع رؤيا. (2021A). عن رؤيا. استرجع من: <https://roya.tv/about>

موقع رؤيا. (2021B). كرفان. استرجع من: <https://roya.tv/program/76>

نصر توفيق، محاضرة عن البرمجة التلفزيونية، كلية الإعلام الجامعية الإسلامية المغربية، سنة 2002م.

وهبي، سحر. (2011). المصطلحات السياسية في الصحافة المصرية بعد ثورة 25 يناير 2011 في ضوء متغير السياسة التحريرية ودوره في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي بإقليم جنوب الصعيد: دراسة تحليلية وميدانية. مجلة كلية الآداب-جامعة سوهاج، (35): 363-401.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Abbas, A. (2020). Dark tiad and political cynicism as intermediate variables in the relationship between news frames and increased suicides. *The Arab Journal of Educational & Psychological Sciences*, (14): 279-340.
- Al-Madi, B., Al-Khraisha, M. & Al-Issawi, J. (2020). The implication of priming and framing effects for news coverage of Gaza's the great march of return in Arabic news websites: a comparison between Aljazeera and Al-Arabiya. *Dirasat-Human & Social Sciences*, 47(1), 626-641.
- Alona, S. & DiPrete, T. (2015). Gender Differences in the Formation of a Field of Study Choice Set. *Sociol Sci.*, 2: 50-81.
- Apuke, O. & Dogari, K. (2017). Influence of television programmes on youth dressing patterns in Nigerian Teritary institutions. *International Journal of International Relations, Media & Mass Communication Studies*, 13(2), 32-45.
- Baya, S. & Mberia, H. (2014). The impact of television viewing in influencing adolescents sexual behavior. *International Journal of Scientific & Research Publications*, 4(5), 1-4.
- Boone, S. & Lomore, C. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults: Explaining perceptions of celebrity influence on identity. *Human Communication Research*, 27 (2), 432-465.
- Boukesm M., Boomgaarden, H., Moorman, M. & de Vreese, C. (2015). Political news with a personal touch: how human interest framing indirectly affects policy attitudes. *Framing of Mental Health and Gay Issues: Antecedents & Effects*, 92(1), 121-141.
- Bushman, B. & Huesmann, L. (2014). Twenty-five years of research on violence in digital games and aggression revisited: A reply to Elson and Ferguson (2013). *European Psychologist*, 19(1), 47-55.

- Cacciatore, M., Scheufele, D. & Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it, and the future of media effects. *Mass Communication & Society*, 19(1), 7–23.
- Chong, D. & Druckman, J. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10: 103-126.
- D'Angelo, P. & Shaw, D. (2018). Journalism as framing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 205-223.
- D'Angelo, P. (2012). Studying framing in political communication with an integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 353– 364.
- D'Angelo, P. (2002). News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- de Vreese C. (2014). *Mediatization of News: The Role of Journalistic Framing*. In: Esser F., Strömbäck J. (eds) *Mediatization of Politics*.
- de Vreese, C. & Elenbaas, M. (2008). Media in the game politics: Effects of strategic metacoverage on political cynicism. *The International Journal of Press/ Politics*, 13: 285-309.
- de Vreese, C. (2015). News framing: theory and typology. *Information design Journal+ Document Design*, 13(1), 51-62.
- Dhawan, S. (2020). Online learning: a panacea in the time of COVID-19 crisis. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(1), 5-22.
- Durlak, J., Taylor, R., Kawashima, K., Pachan, M., DuPre, E., Celio, C., Berger, S., Dymnicki, A. & Weissberg, R. (2007). Effects of positive youth development programs on school, family, and community systems. *Am J Community Psychol.*, 39, 269–286.
- Dussailant, P. (2004). La neutralidad como forma de encuadre en una campaña electoral. *Comunicación y sociedad*, 18(2), 45-71.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

- Gautam, S., Kumar, R. & Singh, H. (2017). The role of television in creating awareness and reducing HIV/AIDS related stigma among youth (The study focused on Doon University, Dehradun). *Green Communication and Sustainable Development: Prospects and Challenges. International Journal of Reviews & Research in Social Sciences*, 5(1), 15 - 21.
- Ghanem, S. (1997). El segundo nivel de composition de la agenda: la opinión pública y cobertura del crimen. *Communication y Sociedad*, 10(1), 167-151.
- Hassan, A. & Daniyal, M. (2013). Impact of television programs and advertisements of school going adolescents: a case study of Bahawalpur City, Pakistan. *Bulgarian Journal of Science & Education Policy (BJSEP)*, 7(1), 26-37.
- Hussainat, M., Ghnimat, Q. & Rabee Al – Dlaeen, M. (2013). The impact of unemployment on young people in the Jordanian community: a case study from unemployed perspective. *Asian Social Science*, 9(1), 155-164.
- Johnson, A., Jacovina, M., Russell, D. & Soto, C. (2016). *Challenges and solutions when using technologies in the classroom*. In S. A. Crossley & D. S. McNamara (Eds.) *Adaptive educational technologies for literacy instruction* (pp. 13-29). New York: Taylor & Francis.
- Kelly, K. (2004). Frame work: helping youth counter their misrepresentations in media. *Canadian Journal of Education*, 29(1), 27-84.
- Kinder, D. & Sanders, L. (1990). Mimicking political debate with survey questions: The case of white opinion on affirmative action. *Social Cognition*, 8: 73–103.
- Knight, K. (2015). *Framing responsibility for bullying: an ethnographic content analysis*. Unpublished Masters' Thesis, University of Arkansas, USA.
- Ksiazek, T., Malthouse, E. & Webster, J. (2010). News-seekers and avoiders: Exploring patterns of total news consumption across media and the relationship to civic participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 551–568.
- Lacalle, C. (2015). Young people and television fiction. Reception analysis. *Communications* 40(2), 237-255.

- Lecheler, S., de Vreese, C. H. & Slothuus, R. (2009). Issue Importance as a Moderator of Framing Effects. *Communication Research*, 36(3), 400–425.
- Littlejohn, S. & Foss, K. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. Los Angeles: Sage.
- Mahmood, S. & Awan, A. (2019). Role of social media in activation of youth in politics: a case study of district Khanewal. *Global Journal of Management, Social Sciences and Humanities*, 5(4), 718-742.
- Makalesi, A., Kiran, E. & Üyesi, O. (2020). Prominent issues about the social impacts of Covid-19. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 1: 752-766.
- Mangwere, A. Inadesango, N. and Kuerba M. (2013). Influence of electronic media on the behaviour of children/teenagers in Zimbabwe. *Journal of communication*, 4(2), 29-34.
- McFarland, D. & Thomas, R. (2006). Bowling young: How youth voluntary associations influence adult political participation. *American Sociological Review*, 71(3), 401–425.
- Mizinstseva, M., Sardarian, A., Petrochenko, A. & Chavykina, M. (2017). Problems and trends of the youth labor market and youth labor mobility in the world. *Revista*, 38(54), 1-16.
- Niall, O. (2017). *Rising to the youth employment challenge: New evidence on key policy issues*. Geneva: International Labour Organization.
- OECD. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on jobs and incomes in G20 economies. Retrieved from: <https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports>.
- Ohannessian, C., Boyd, M. & Kirsh, S. (2014). Media and youth development: an overview of issues, theory, and research. *Journal of Youth Development*, 9(1), 7-13.

- Oller Alonso, M. (2014). The triangle formed by framing, agenda-setting and metacoverage. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 7 (1), 41-66.
- Picard, R. (2014). Twilight or new dawn of journalism? evidence from the changing news ecosystem. *Journalism Studies*, 15(4), 500–510.
- Roberts, D., Henriksen, L. & Foehr, U. (2009). Adolescence, adolescents, and media. *Adolescent Psychology*, 2: 314-344.
- Scheufele, B. (2004). Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *Communications*, 29: 401-428.
- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Shin, N. (2004). Exploring pathways from television viewing to academic achievement in school age children. *J. Genet. Psychol.*, 165: 367-382.
- Urresti, X. & Loos, E. (2015). Contemporary meanings and experiences of television in the digital age. *International Journal of Digital Television*, 6(1), 43-60.
- Wonneberger, A. & Kim, S. (2017). TV news exposure of young people in changing viewing environments: A longitudinal, cross-national comparison using people-meter data. *International Journal of Communication Systems*, 11(1), 72-93.
- Zipperer, B. & E. Gould (2020). Unemployment filing failures: New survey confirms that millions of jobless were unable to file an unemployment insurance claim, Economic Policy Institute Working Economics Blog, Retrieved from: <https://www.epi.org/blog/unemployment-filing-failures-newsurvey-confirms-that-millions-of-jobless-were-unable-to-file-an-unemployment-insuranceclaim>.

الملحقات

الملحق رقم (1)



الدكاترة الأفاضل

يقوم الطالب غالب سامر غالب جوده بدراسة تحت عنوان "التأطير الإعلامي لقضايا الشباب في البرامج التلفزيونية الشبابية دراسة تحليلية على برنامج كرفان في قناة رؤيا الفضائية الأردنية" للحصول على درجة الماجستير من كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، وكونكم من أهل العلم والاختصاص؛ أرجو التكرم بتحكيم أداة التحليل.

قائمة بأسماء المحكمين الأفاضل

الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	الجامعة
أ.د. تيسير أبو عرجة	أستاذ دكتور	الصحافة والإعلام	البترا
أ.د. عزت حجاب	أستاذ دكتور	الصحافة والإعلام	الشرق الأوسط
د. كامل خورشيد	أستاذ مشارك	الصحافة والإعلام	الشرق الأوسط
د. عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	الصحافة والإعلام	الشرق الأوسط
د. حنان الكسواني	أستاذ مساعد	الصحافة والإعلام	البترا

الملحق رقم (2)

فئات الأطر (فئات ماذا قيل؟)						
المدة الزمنية	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية للتكرار	الترميز	فئات مجال قضايا الشباب	تسلسل
				(1-1)	القضايا السياسية	1
				(1-1-1)	الانتخابات النيابية	
				(1-1-2)	القضية الفلسطينية	
				(1-1-3)	مشاركة الشباب السياسية	
				(2-1)	القضايا الاقتصادية	2
				(2-1-1)	الفقر	
				(2-1-2)	البطالة	
				(2-1-3)	فرص العمل	
				(2-1-4)	القروض والمشاريع	
				(3-1)	القضايا التعليمية	3
				(3-1-1)	المنح والقروض التعليمية	
				(3-1-2)	الأخبار المتعلقة بالتعليم المدرسي	
				(3-1-3)	الأخبار المتعلقة بالتعليم الجامعي	
				(3-1-4)	الأخبار المتعلقة بالتعليم المهني	
				(3-1-5)	الرسوم الجامعية	
				(4-1)	القضايا الرياضية	4
				(4-1-1)	التعصب	
				(4-1-2)	الأخبار ونتائج المسابقات المحلية	
				(4-1-3)	الأخبار ونتائج المسابقات الدولية	
				(5-1)	القضايا الاجتماعية	5
				(5-1-1)	العنف	

				(5-1-2)	الجريمة	
				(5-1-3)	الزواج	
				(5-1-4)	الإدمان	
				(6-1)	القضايا الصحية	6
				(6-1-1)	الأنظمة الغذائية	
				(6-1-2)	الخدمات الطبية	
				(6-1-3)	التوعية والوقاية	
				(6-1-4)	إجراءات الحكومة الصحية	
				(7-1)	القضايا التكنولوجية	7
				(7-1-1)	الألعاب الرقمية	
				(7-1-2)	تطورات التطبيقات الذكية	
				(7-1-3)	الجرائم الإلكترونية	
				(7-1-4)	مخاطر التكنولوجيا؛ الصحية والاجتماعية	
				(8-1)	القضايا الثقافية	8
				(8-1-1)	الثقافة العامة (معلومات عامة أو أخبار ثقافية عالمية)	
				(8-1-2)	المناسبات الثقافية	
				(9-1)	أخرى (وهي التي لم تندرج ضمن أي إطار مثل الأغاني والأخبار الفنية)	9
					المجموع	

فئة الأساليب المتبعة						
تسلسل	فئة الأساليب	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	المقابلات	(1-2)				
2	التقارير	(2-2)				
3	عرض منصات التواصل الاجتماعي	(3-2)				
4	الفقرات	(4-2)				
5	الإنفوغراف	(5-2)				
6	الكاريكاتير	(6-2)				
7	أخرى	(7-2)				
	المجموع					

فئة مصادر المعلومات						
تسلسل	فئة المصادر	الترميز	النسبة المئوية لل تكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	المصادر الداخلية (برامج القناة، المراسلون)	(1-3)				
2	المصادر الخارجية (محطات تلفزيونية؛ عربية ودولية)	(2-3)				
	المجموع					

فئة الاستمالات						
تسلسل	فئة الاستمالات	الترميز	النسبة المئوية لل تكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	استمالة عقلية	(1-4)				
2	استمالة عاطفية	(2-4)				
3	عقلي ووجداني	(3-4)				
	المجموع					

فئة الهدف						
تسلسل	فئة الهدف من نشر الخبر	الترميز	النسبة المئوية لل تكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	إعلامية تفسيرية	(1-5)				
2	توعوية	(2-5)				
3	إعلانية	(3-5)				
4	ترفيهية	(4-5)				
	المجموع					

فئات الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟):						
تسلسل	فئة الهدف من نشر الخبر	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
1	المادة المصورة	(1-6)				
2	الرسوم الكاريكاتيرية	(2-6)				
3	إنفوغرافيك	(3-6)				
4	التقارير المصورة	(4-6)				
5	السكتشات (الفقرات)	(5-6)				
	المجموع					

فئات التحليل						
السؤال الفرعي	فئات التحليل	الترميز	النسبة المئوية للتكرار	التكرار	النسبة المئوية	المدة الزمنية
فئات الأطر (فئات ماذا قيل؟)	القضايا الاقتصادية	(1-7)				
فئة الأساليب المتبعة في برنامج كرفان	الفقرات (السكتشات)	(2-7)				
فئة مصادر المعلومات التي اعتمدها برنامج كرفان	المصادر الداخلية (برامج القناة، المراسلون، الإنتاج الداخلي للقناة)	(3-7)				
فئة الاستمالات	الاستمالات العاطفية	(4-7)				
فئة الهدف من نشر المضمون في برنامج كرفان	الترفيهي	(5-7)				
فئات الأشكال الفنية للمادة الإخبارية (كيف قيل؟):	المادة المصورة	(6-7)				