

معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية الأردنية للقضايا الأمنية: دراسة تحليلية

أ. عصام زعل عبد الرحمن السلايطة*

إشراف: أ.د. عادل فهمي بيومي**

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة التعرف على كيفية معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية وإبرازها إعلامياً بهدف التأثير على الرأي العام الأردني، وتحديد القوى الفاعلة وطبيعة الأدوار التي تمارسها. واعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية، ويتحدد مجتمع الدراسة في المواد الأمنية المنشورة عبر القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، وبلغ إجمالي الأخبار الأمنية التي تم تحليلها 546 خبر.

وتوصلت الدراسة التحليلية لتفوق موقع عمون في المقدمة بالاهتمام بالقضايا الأمنية بنسبة 31.3% تلاه موقع الوكيل الإخباري بنسبة 28.9% في مقابل اهتمام القنوات الفضائية بهذه النوعية من القضايا حيث قدمتها قناة المملكة بنسبة 21.1% في مقابل قناة رؤيا بنسبة 18.7% من إجمالي المواد الإعلامية التي تناولت القضايا الأمنية، وجاء نسبة 57.1% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني من خلال الأخبار في مقابل نسبة 20.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها عبر مقالات الرأي تلاه نسبة 13.7% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال التحقيقات، كما جاء نسبة 82.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تعتمد على الأسانيد العقلية في مقابل نسبة 28.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تعتمد على الأسانيد العاطفية، وجاء نسبة 26.9% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني متعلقة بأحداث أمنية لصالح قناة روبا وموقع عمون، في مقابل نسبة 26.6% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات وطنية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع الوكيل الإخباري، تلاه نسبة 23.8% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات عربية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع عمون الإخباري، ونسبة 15.2% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات إنسانية وذلك لصالح قناة روبا وموقع عمون الإخباري، وأخيراً جاء نسبة 7.5% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات عالمية وذلك لصالح قناة روبا وكذلك موقع عمون الإخباري.

الكلمات المفتاحية: الفضائيات- المواقع الإلكترونية- القضايا الأمنية- الجمهور الأردني- الأطر.

* باحث دكتوراة بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة
** الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام-جامعة القاهرة

Processing Jordanian Satellite Channels and Electronic Platforms for Security Issues: An Analytical Study

Abstract:

The study aims to understand how to process spatial and electronic platforms for security issues and highlight them in the media to influence public opinion in Jordan. It seeks to identify the active forces and the nature of roles they play. The study relies on the theory of media frameworks. The study community consists of security materials published through satellite channels and electronic platforms.

A total of 546 security news pieces were analyzed. Ammon News website surpassed others in its focus on security issues with a percentage of 31.3%, followed by Al-Wakeel News website with 28.9%. As for satellite channels, Al-Mamlaka Channel presented security issues at a rate of 21.1%, while Roya Channel presented them at a rate of 18.7% of the total media content covering security issues.

Furthermore, 57.1% of the security-related news content is presented as news, compared to 20.7% presented as opinion articles, followed by 13.7% presented as investigations. Additionally, 82.2% of the security-related news content relies on rational justifications, compared to 28.2% relying on emotional justifications. Moreover, 26.9% of the security-related news content is related to security events favoring Roya Channel and Ammon News website, while 26.6% is related to national interests favoring Al-Mamlaka Channel and Al-Wakeel News website. Furthermore, 23.8% of the security-related news content is related to Arab interests favoring Al-Mamlaka Channel and Ammon News website, while 15.2% is related to humanitarian interests favoring Roya Channel and Ammon News website. Finally, 7.5% of the security-related news content is related to global interests favoring Roya Channel and Ammon News website.

Keywords: Satellite channels, electronic platforms, security issues, Jordanian public, frameworks

المقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت الشبكة الدولية للاتصالات (إنترنت) في كافة أرجاء العالم وربطت أجزاءه المترامية بفضائها الواسع، ومهدت المجال أمام كافة المجتمعات للتعارف والتقارب وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، فأصبحت وسائل الاتصال الرقمية والتقليدية تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المجتمعية المختلفة، وبالتالي أصبحت مصدرًا رئيسياً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته حول كافة القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليتها الاجتماعية وبالتبعية تكوين الرأي الجماهيري، فالمواقع الإلكترونية أصبحت أداة إعلامية استطاعت نقل الإخبار لمختلف الجماهير بكافة أنواعها، وبالتبعية تنوعت تأثيراتها، كما أتاحت للجمهور إمكانية التفاعلية مع بعضهن البعض في أي وقت ومكان، إلا أن التليفزيون تمكن من الاحتفاظ بمكانته أمام الشبكة المعلوماتية بتطوراتها المختلفة، فهي تتنافس في السبق الإعلامي والتأثير في المتلقي، كما تعددت القنوات الفضائية التي تُبث من خلاله، واستطاعت أن تجذب المشاهدين وتؤثر فيهم من خلال الكلمة والصورة، والصوت والحركة.

ومما سبق أصبح كل من التليفزيون والإنترنت وسيلتان متكاملتان ومتنافستان لنشر المعلومات، لذا اتجهت المؤسسات الإعلامية كافة نحو الاعتماد على خصائص شبكة الإنترنت في مشاركة الرأي العام لها في معالجته للقضايا المجتمعية، وهو ما مكن المؤسسات الإعلامية من تحقيق اتصال الكتروني حواري ثنائي الاتجاه يساعد في تعظيم الدور الخاص بالتغطية الإعلامية للقضايا الأمنية، وشرح مختلف أبعاد هذه القضايا وتحليلها، وتعريف المواطن بأسبابها وتأثيراتها، إلى جانب نشر الوعي بها، وفي المملكة الأردنية الهاشمية يوجد العديد من القنوات الفضائية، وكذلك العديد من التلفزيونات ذات البث الأرضي تنتشر في الأراضي المملكة الأردنية الهاشمية، وجميع تلك القنوات الفضائية والأرضية لعبت دوراً كبيراً في تغطية ما يجري من قضايا وأحداث أمنية في الساحة المملكة الأردنية الهاشمية، وانطلاقاً مما سبق، تأتي هذه الدراسة للبحث في معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية وأساليب المستخدمة في إبرازها وبالتالي التأثير في الرأي العام الأردني.

أولاً: مشكلة الدراسة:

وإذا كان الإعلام الأمني أحد شرائح الإعلام التي تهتم المجتمع الأردني بأكمله، فإن قيام المؤسسات الأمنية بالتنسيق والتعاون مع وسائل الإعلام لأجل إبراز أدوارها المختلفة وسياساتها الأمنية الهادفة لاستقرار المجتمع وضبطه. وفي إطار حرص وسائل الإعلام على استقاء المعلومات من مصادرها الأمنية ومناقشة هذه المعلومات وتحليلها لتقديم المعلومات الكاملة والدقيقة تجنباً للشائعات، تأتي هذه الدراسة للوقوف على كيفية معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية وإبرازها إعلامياً بهدف التأثير على الرأي العام الأردني.

ثانياً: أهمية الدراسة:

1- تضيف الدراسة للتراث العلمي المتعلقة بالمقارنة بين الإعلام التقليدي والجديد في معالجة القضايا المجتمعية، حيث سعت الدراسة لإبراز الفروق بين القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية في معالجتها لأحد القضايا المجتمعية الأردنية والتي تتمثل هنا القضايا الأمنية، خاصة في ظل محدودية الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا الأمنية.

2- تبرز أهمية الدراسة فيما تثيره من تساؤلات حول طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية وكيفية إبراز الأحداث والقضايا الأمنية في ظل خصائص كل وسيلة.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتحدد في التعرف على معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية الموجهة للجمهور الأردني، ويبرز تحت هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

- 1- رصد موضوعات ومحتوى الأخبار التي تنشرها الفضائيات والمواقع الإخبارية حول قضايا الأمن والقضايا الفرعية التي تتضمنها.
- 2- التعرف على محاور الارتكاز داخل الأخبار المنشورة على الفضائيات والمواقع الإخبارية وطبيعة المصادر التي تستند إليها.
- 3- رصد وتحليل اتجاهات المعالجة داخل الفضائيات والمواقع الإخبارية، ومدى التوازن في عرضها وعناصر الإبراز التي تستخدمها.
- 4- تحديد القوى الفاعلة داخل الأخبار المنشورة على الفضائيات والمواقع الإخبارية محل الدراسة وبيان طبيعة الأدوار التي تمارسها.
- 5- التعرف على أبرز الجوانب الشكلية والفنية في التغطية الخاصة بالقضايا الأمنية على الفضائيات والمواقع الإخبارية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات العربية والأجنبية التي تبرز دور الفضائيات والمواقع الإلكترونية في معالجة القضايا الأمنية، والتي جاءت أبرز نتائجها على النحو التالي:

تنوعت الدراسات التي ناقشت دور الفضائيات في معالجة القضايا الأمنية، حيث سعت دراسة (بليقيس محمد علوان، 2023)¹ الوقوف على أطر معالجة البرامج الساخرة على الفضائيات اليمنية للأحداث الجارية في اليمن، من خلال تحليل محتوى عينة من سبعة برامج تبث على الفضائيات اليمنية على اختلاف توجهاتها، حيث تم تحليل 49 حلقة بواقع سبع حلقات من كل برنامج، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة: تصدر الموضوع السياسي قائمة المواضيع المتناولة في البرامج، ثم المواضيع العسكرية، ثم الأمنية، فالاجتماعية، وغلب الحديث المباشر على الأشكال الدرامية المقدمة، واستخدمت اللهجة المحلية بدرجة أكبر من البيضاء، وبدرجة أقل

العربية الفصحى، وتتنوع الأهداف التي سعت إليها البرامج وفي مقدمتها إدانة طرف، والنقد، واعتمدت البرامج عينة الدراسة على وسائل الإعلام التقليدية ثم وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمضامين المقدمة، وبرزت المقارنة والتهويل والتهوين في أساليب النقد والسخرية المقدمة، وكان اتجاه المعالجة سلبياً في أغلب المحتوى المقدم ذي المعلومات المبسطة غالباً، كما استخدمت الاستمالات العقلية وتصدر الإطار المحدد بقضية أطر المعالجة تلاه إطار الصراع، فالمسؤولية، ويظهر الاعتماد الأكبر على المواد المؤرشفة من مصادر أخرى، ثم الجرافيكس في عناصر الجذب والإبراز. ووجود فروق دالة إحصائية بين الأطر المستخدمة في معالجة القضايا، وكذا وجود فروق دالة إحصائية بين أساليب المعالجة المستخدمة في تناول القضايا في البرامج عينة الدراسة، كما سعت دراسة (محمد مختار، محمود حسن إسماعيل، ولاء إبراهيم، 2021)² التعرف على معالجة القضايا الدولية الموجهة لقضايا التنظيمات الإرهابية. وتمثلت عينة الدراسة في النشرات الإخبارية المقدمة بالقنوات الدولية الموجهة (BBC) عربي، فرنسا 24، روسيا اليوم، الحرة الأمريكية) وذلك خلال دورة برامج مدتها ثلاثة شهور لعام (2020 م). وجاءت نتائج البحث لتؤكد على أن القنوات عينة البحث اعتمدت في تغطيتها لقضايا التنظيمات الإرهابية في الرتبة الأولى على الخبر الطويل وفي المرتبة الثانية على الخبر القصير وفي المرتبة الأخيرة على الخبر المتوسط، وأكدت النتائج أن القنوات تنوعت في استخدام أخبار التنظيمات الإرهابية وتصدرها أسلوب مذبذب مع مادة فلمية أو تسجيلية، وأوضحت أن القنوات ركزت على الموضوعات السياسية في مناقشة قضايا التنظيمات الإرهابية وبفارق ضئيل جاءت الموضوعات الأمنية في المرتبة الثانية وجاء في الترتيب الثالث الموضوعات العسكرية وفي الترتيب الرابع الموضوعات الاجتماعية، وأوضحت النتائج أن القنوات جمعت بين أكثر من مصدر للمعلومات حول قضايا التنظيمات الإرهابية بينما جاءت المصادر الأمنية والحكومية في المرتبة الثانية، وأشارت النتائج إلى أن القنوات ناقشت الكثير من القضايا المتعلقة بأخبار التنظيمات الإرهابية في النشرات خلال فترة الدراسة.

اتسع نطاق اهتمام الدراسات بالبحث في تأثيرات المواقع الإلكترونية، وشمل ذلك دور هذه المواقع في تشكيل الوعي العسكري للجمهور، حيث اهتمت دراسة (هاجر محمود محمد، 2021)⁽³⁾ بالخطاب العسكري الجمهوري المصرية العربية عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية ودوره في تشكيل وعي الجمهور بقضايا المجتمع، من خلال تحليل محتوى الخطاب العسكري، وقد توصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة التعرض للخطاب العسكري عبر الصفحات الرسمية للمتحدث العسكري للقوات المسلحة ومستوى الوعي بقضايا المجتمع لدى الجمهور، وسعت دراسة (الربيعي، 2019)⁽⁴⁾ للكشف عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي ببناء خطاب الكراهية، وتوصلت إلى أن أشكال خطاب الكراهية المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت ضمن مستويات ثلاثة قوي، ومتوسط، وخفيف، وهذا يعني أن لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك دوراً كبيراً في بناء خطاب الكراهية، كما أكدت كل من دراسة (هنا عبد الحميد إبراهيم، 2023)⁽⁵⁾ ودراسة (صليحة بن سباع، 2023)⁽⁶⁾ على أن الأمن القومي يُعد أساس وجود الدولة وهدف من أهداف سياستها العليا، وقد برز دور الإعلام الرقمي الأمني عبر المواقع الإلكترونية والشبكات

الاجتماعية في مناقشة القضايا الأمنية وطرحها على الساحة المحلية والدولية وربط المواطنين بهموم وقضايا بلدهم.

لم تقتصر القضايا التي تناولتها الدراسات السابقة على القضايا العسكرية فقط، بل شملت أيضاً القضايا المحلية، حيث اهتمت دراسة (رحاب أشرف عدلي، 2021)⁽⁷⁾ بمعالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية العامة والمحلية لقضايا شمال الصعيد باستخدام منهج المسح والمقارن وأداة تحليل المضمون خلال الفترة الزمنية من 2018/4/1م حتى 2018/6/30م، حيث أكدت أن مواقع الدراسة وظفت شكل الخبر الصحفي لتغطية أغلب قضايا وشئون مجتمع شمال الصعيد، كما اتفقت مواقع الدراسة على مصاحبة الصور الثابتة للمادة الصحفية أثناء معالجة قضايا مجتمع شمال الصعيد، ولم تستغل مقاطع فيديو كوسيلة تكنولوجية حديثة تسهم في زيادة المعرفة والمعلومات تجاه موضوعات مجتمع شمال الصعيد.

بالتركيز على القائمين بالاتصال، استهدفت دراسة (الهام صلاح عبدالموالي، 2021)⁽⁸⁾ التعرف على رؤية القائم بالاتصال حول مواجهة القنوات المعادية التي تسعى إلى ضرب هوية الأمة والطعن في رموزها، بما يخدم المصالح الغربية واليهودية، كما أوضحت أن بعض النظم في الدول العربية تدعم إطلاق القنوات الفضائية بهدف تلميعها والدفاع عنها تحت ستار كونها مستقلة، وأن ما يحتاجه القائم بالاتصال ليتمكن من المواجهة الفعالة لهذه القنوات المعادية يتمثل في توفير التقنيات الحديثة لتحليل الصوت والصورة والتأكد من مصداقيتها، والتدريب على فنون صياغة وعرض المعلومات وتحليلها، وتطبيق القيم والمصادقية والموضوعية في الرد والتفنيد.

نظرًا للدور الفعال الذي تؤديه قناة الجزيرة الإخبارية وانجذاب الشباب إليها، توصلت دراسة أسماء يحيى محمد بدوي، (2015)⁽⁹⁾ إلى أن القضايا السياسية المثارة في حلقات البرامج الحوارية بقناة الجزيرة مباشر جمهورية مصر العربية احتلت المركز الأول، يلي ذلك القضايا الاقتصادية، وأن أهم أسباب موقف المبحوثين السلبي تجاه معالجة قناة الجزيرة مباشر جمهورية مصر العربية للأحداث والشئون الجمهورية مصر العربية هو حرصها على عرض القضايا السلبية عن جمهورية مصر العربية، وافتعال الاهتمام بأحداث معينة، والمبالغة بدرجة ما في معالجتها للشئون الجمهورية مصر العربية، وإثارة الجمهور ضد الحكومة، كما أثبتت دراسات أخرى دور التلفزيون في التأثير على المشاهدين، منها دراسة كرسيتين، ميشال، ستيفن Christine & Michelle & Steven (2014)⁽¹⁰⁾ التي أكدت في نتائجها علاقة الأسرة بتأثير الشباب بمحتوى وسائل الإعلام ودور الأسرة في التحكم في المحتوى الذي يتعرض له أطفالهم وشبابهم في مراحل العمر المختلفة، وأن وسائل الإعلام تؤدي دورًا مهمًا في تشكيل المعلومات الصحية والنفسية حول القضايا الاجتماعية المختلفة لدى المراهقين. تتفق معها دراسة (روباكاشامشر، محمد عبدالله، 2012)⁽¹¹⁾ التي سعت إلى معرفة تأثير القنوات الفضائية على الثقافة في بنجلاديش، مؤكدة ارتفاع التأثيرات الثقافية للقنوات الفضائية، ودور وسائل الإعلام الأجنبية في الانفتاح على الثقافة الأجنبية، كما أشارت إلى دور هذا التغيير الثقافي في تحقيق فوائد تسويقية كبيرة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من مراجعة الدراسات والبحوث السابقة في جوانب عديدة متمثلة في صياغة مشكلة الدراسة وأهدافها ومنهج البحث، ونوع عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات، والإطار النظري الملائم للدراسة، إلى جانب تحديد تساؤلات الدراسة وفروضها، ومتغيراتها وأهدافها.

خامساً: الإطار النظري للدراسة: نظرية الأطر الإعلامية:

تُعتبر النظرية واحدة من الإطارات التفسيرية الأكثر انتشاراً في فهم الدور الإخباري لوسائل الإعلام،⁽¹²⁾ تقدم النظرية أدوات منهجية قياسية للباحثين لشرح عمليات الإقناع وتنظيم وتفسير المعلومات ضمن إطار محدد وواضح، وتغيير التوجهات وبالتالي تشكيل الرأي العام.⁽¹³⁾ تركز النظرية على دراسة وتحليل الأطر التي تحيط بتغطية الأحداث والقضايا المتميزة في وسائل الإعلام، وترتبط هذه الأطر بتفاعل الجمهور واستجابته المعرفية والعاطفية تجاه هذه القضايا.⁽¹⁴⁾

تهدف النظرية التعرف على آليات استخدام وسائل الإعلام للغة الإخبارية في التواصل مع الرأي العام وإقناعه بأطروحات بعينها بشأن المشكلات والقضايا المهمة، وبالتالي استقراء استخدامات اللغة الإخبارية في بنية النص الإخباري والقصص الخبرية، وأخيراً الربط النظري والفلسفي بين استخدامات اللغة الإخبارية، وبلورة المتلقي لمفردات تلك اللغة ذهنياً في أنساقه المعرفية والوجدانية.⁽¹⁵⁾

اجمع الباحثون المهتمون بتحليل المضامين الإخبارية بوسائل الإعلام على أنّ "الإطار الخبري"، أو ما يُعرف بـ "The News Frame"، يُعتبر الفكرة المركزية في المحتوى الإخباري، حيث يحدد سياق المضمون، وأهدافه، ومسار القضية المعينة التي تُغطى إعلامياً وهو الأمر الذي تم توظيفه بشكل محدد في الدراسة الحالية حيث الوقوف على الأطر الإخبارية لتقديم الأخبار الأمنية. وهناك عدة أمور ترتبط بتكوين الإطار حيث استخدام استراتيجيات الانتقاء والبروز، وتوظيف معلومات محددة دون الأخرى.⁽¹⁶⁾ إن الأطر الإخبارية تُمثل "عملية انتقاء لبعض الجوانب من الواقع الفعلي والعمل على زيادة إبرازها بحيث تساعد في توصيف معين للمشكلة، وإعطاء تفسير سببي وتقييم أخلاقي لها، وتحديد طرق للتعامل معها"⁽¹⁷⁾، مما سبق يتضح أن تغطية الأحداث بناء على ما يتم اختياره وإبرازه في إطار مناسب له،⁽¹⁸⁾ وأن مفهوم البروز "Salience"، يُعد جوهرياً في بناء أطر الرسائل الإعلامية، حيث يمكن جعل المعلومات أكثر بروزاً في النص الإخباري عن طريق تكرارها وربطها بالمخزون الثقافي لأفراد الجمهور، لتكون أكثر تأثيراً وفاعلية في آرائه ومعتقداته واتجاهاته، كما أن الكلمات والصور التي يتكون منها الإطار يمكن تمييزها من بين بقية الخبر بقدرتها على إثارة مساندة وتأييد أو معارضة لأحد أطراف الصراع في النص.⁽¹⁹⁾

تكون الأطر الإخبارية ذات صلة وثيقة بالأحداث الجارية والقضايا والشخصيات مجال الاهتمام فهنا بالدراسة الحالية الاهتمام هو الشأن الأمني، وبالتالي سيتم تحليل الشخصيات المحورية الأمنية وكذلك سماتها وأدوارها، إذ يُشكل الإطار الخبري الحوارات العامة والنقاشات بين

الأفراد الذين يهتمون بالموضوعات مجال الاهتمام، ويساعد في اكتساب المعلومات حول الأحداث والتطورات في مجال الدراسة.⁽²⁰⁾

ووفق ما سبق فإن بناء الإطار هو اختيار بعض جوانب الحقيقة المُدرَكة وجعلها أكثر بروزاً في نص الاتصال⁽²¹⁾، وعرف دي فيرسي De Veerse (2005)⁽²²⁾ الأطر باعتبارها عملية تواصل تشمل الإنتاج، والمحتوى ومنظور استخدام وسائل الإعلام، في حين أشار جاميسو نوموديليانى Jamiso numodiliani (1989) إلى "أدوات بناء الأطر" التي تكثف المعلومات وتعرض "حزمة وسائل الإعلام" الخاصة بالقضية وهي: الاستعارات، النماذج، تكوين العبارات، التصور، والصور المرئية باعتبارها أدوات لبناء الأطر⁽²³⁾.

فروض نظرية الأطر الإعلامية⁽²⁴⁾:

1. أن الأحداث تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.
2. الإطار الإخباري هو الذي يحدد جوانب القضية ويعطي لها مغزى معين، فالإطار الخبري يضفي المعنى أو المغزى على الخبر بحيث يكون له دلالة وأهمية لدى الجمهور، كما يحدد لهم المدخل أو الزاوية التي يمكن رؤية الخبر من خلالها، فوسائل الاعلام تمارس تأثيرا ذا دلالة في تشكيل معارف الراي العام واتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة.

سادساً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما الفئات الخاصة بشكل الأخبار التي تنشرها الفضائيات والمواقع الإخبارية حول القضايا الأمنية؟
2. ما عناصر الابرار المستخدمة في تقديم الخبر الذي تنشره الفضائيات والمواقع الإخبارية حول القضايا الأمنية؟
3. ما أطراف الصراع في الخبر الذي تنشره الفضائيات والمواقع الإخبارية حول القضايا الأمنية؟
4. ما طبيعة الشخصيات المحورية التي وردت في الخبر الذي تنشره الفضائيات والمواقع الإخبارية حول القضايا الأمنية؟
5. ما السمات البارزة للشخصيات المحورية الواردة في الخبر الذي تنشره الفضائيات والمواقع الإخبارية حول القضايا الأمنية؟
6. ما اتجاه التغطية الخبرية الذي تنشره الفضائيات والمواقع الإخبارية حول القضايا الأمنية؟

سابعاً: الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: نوع الدراسة: تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية (Descriptive Studies) التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، من أجل الوصول إلى

استنتاجات مفيدة، بغرض تصحيح هذا الواقع أو تطويره في الوقت الحالي أو في المستقبل⁽²⁵⁾، حيث تستهدف الدراسة التعرف على معالجة الفضائيات والمواقع الإلكترونية للقضايا الأمنية، ووصف وتحليل أساليب هذه المعالجة في الوسائل وعناصر الإبراز المستخدمة في ذلك.

ثانياً: منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر محل الدراسة، فهو من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، خاصة البحوث الوصفية⁽²⁶⁾. وبذلك فإن هذه الدراسة توظف منهج مسح محتوى القضايا الأمنية المقدم عبر الفضائيات والمواقع الإلكترونية.

ثالثاً: خصائص مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:

يحدد مجتمع الدراسة في المواد الأمنية المنشورة عبر القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، تم سحب عينة من المواد الإخبارية من كلا من القنوات الفضائية (المملكة، رؤيا) والمواقع الإلكترونية (عمون، الوكيل الإخباري)، وقد تمثلت خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة التحليلية

توزيع العينة	ك	%
قناة المملكة	115	21.1
قناة رؤيا	102	18.7
موقع عمون	171	31.3
موقع الوكيل الإخباري	158	28.9
الإجمالي	546	100.0

يكشف الجدول السابق رقم (1) عن وجود اهتمامات مختلفة بالقضايا الأمنية وتقارب بين الوسائل محل التحليل، حيث تفوق موقع عمون في المقدمة بالاهتمام بالقضايا الأمنية بنسبة 31.3% تلاه موقع الوكيل الإخباري بنسبة 28.9% في مقابل اهتمام القنوات الفضائية بهذه النوعية من القضايا حيث قدمتها قناة المملكة بنسبة 21.1% في مقابل قناة رؤيا بنسبة 18.7% من إجمالي المواد الإعلامية التي تناولت القضايا الأمنية.

رابعاً: أداة جمع البيانات: تعتمد الدراسة بشكل أساسي على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالمواد الأمنية التي يتم نشرها عبر القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية عينة الدراسة.

خامساً: نتائج اختبار صدق مقاييس الدراسة وثباتها:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختبارات الثبات والصدق لها،⁽²⁷⁾ وذلك على النحو التالي:

– **اختبار الصدق (Validity):** الصدق الظاهري: يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في

البحث لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي، حيث تم عرض أداة جمع البيانات (استمارة تحليل المضمون) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام والاجتماع والإحصاء والتكنولوجيا، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدّراسة التحليلية، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الفئات، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

– **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، كما يُقصد بثبات التحليل أن الاستمارة تعطي النتائج نفسها أو قريبة منها إذا ما تم تطبيقها على مادة مُعينة في أوقات مُختلفة، أو بواسطة باحثين مُختلفين (28).

❖ وقد قام الباحث بإجراء ثبات التحليل مع زميلين خلاف الباحث وتم شرح الفئات لهم وتدريبهم عليها، وتزويدهم بقائمة التعريفات الخاصة بفئات التحليل.

❖ وقد أجرى الثبات على عينة مُختارة من المواد الأمنية، وهي 60 مادة "محل الدراسة"

من إجمالي 546 انفوجراف أي بنسبة (10.9%) من عينة الدّراسة الإجمالية، وقد تم حساب

ثبات التحليل وفقاً للخطوات التالية:

❖ عدد حالات الثبات = $3 \times 2 = 6$ حالات.

❖ إذا رمزنا للمحللين بالرموز (أ، ب، ج) تكون حالات الثبات كالتالي: (أب، أ ج، ب ج).

❖ وبالتالي حالات الثبات، هي كالتالي:

❖ ثبات أ ب = $\frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{1357 \times 2}{3015} = 0,900$.

❖ ثبات أ ج = $\frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{1387 \times 2}{3015} = 0,923$.

$$\leftarrow \text{ثبات ب ج} = \frac{2 \times \text{عدد الفئات التي تم عليها الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = \frac{1418 \times 2}{3015} = 0,945$$

$$\leftarrow \text{ترتيب الوسيط} = \frac{1+n}{2} = \frac{1+3}{2} = 2$$

وبترتيب القيم السابقة تنازليًا أو تصدديًا لحساب الوسيط، تصبح القيم كالتالي: (0,900،

0,923، 0,945).

∴ الوسيط = 0,921.

∴ المتوسط = $\frac{0.940+0.920+0.900}{3} = 0,922$ ، وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس

وصلاحيته للتطبيق.

ثامناً: المعالجة الإحصائية للبيانات:

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

تاسعا: نتائج الدراسة التحليلية:

المحور الأول: خصائص المواد الإخبارية في القنوات الفضائية:

- ورود عناوين مع المواد الإخبارية في القنوات الفضائية:

جدول رقم (2) ورود عناوين مع المواد الإخبارية في القنوات الفضائية

الاجمالي	المواقع الإلكترونية				القنوات الفضائية				ورود الخبر في عناوين الاخبار
	الوكيل الإخباري		عمون		رويا		المملكة		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
55.3	302	70.3	111	59.1	101	38.2	39	44.3	51
44.7	244	29.7	47	40.9	70	61.8	63	55.7	64
100	546	100	158	100	171	100	102	100	115
كا: 32.870 درجة الحرية: 3 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.238									

تظهر بيانات الجدول رقم (2) مدى ورود عناوين للأخبار التي تناولت القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية وكذلك المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 55.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني ورد لها عناوين في مقابل نسبة 44.7% من المواد الإخبارية التي لم يرد لها عناوين، وعلى صعيد النتائج التفصيلية بالنسبة لكل من القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية مجال الدراسة، فقد جاء ما يلي:

- جاء الحرص على وجود عناوين للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني على موقعي عمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (101) تكراراً وبنسبة (59.1%) وبواقع (111) تكراراً وبنسبة (70.3%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (11.2%) لصالح موقع الوكيل الإخباري، في حين احتلت هذه الفئة مع كل من قناتي المملكة ورؤيا المرتبة الثانية بواقع (51) تكراراً وبنسبة (44.3%) وبواقع (39) تكراراً وبنسبة (38.2%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (6.1%) لصالح قناة المملكة.
- وبالنسبة لعدم وجود عناوين للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني على موقعي عمون والوكيل الإخباري فقد جاء ذلك في المرتبة الثانية بواقع (70) تكراراً وبنسبة (40.9%) وبواقع (47) تكراراً وبنسبة (29.7%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (11.2%) لصالح موقع عمون، في حين احتلت هذه الفئة مع كل من قناتي المملكة ورؤيا لتحتل المرتبة الأولى بواقع (64) تكراراً وبنسبة (55.7%) وبواقع (63) تكراراً وبنسبة (61.8%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (6.1%) لصالح قناة رؤيا.
- كما أشارت نتائج هذا الجدول لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ورود عناوين للأخبار التي تناولت القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية وكذلك المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² (32.870) عند درجة حرية (3) بمستوى معنوية (0.000)، حيث بلغ معامل توافقها (0.238).
- وتشير هذه النتيجة وفق رأي الباحث إلى أن هناك جزءاً من المواد الإخبارية يتم تقديمها بشكل عام دون تحديد عنوان محدد أو توجيه فوري للقارئ لفهم المحتوى، وهذه النسب

تشير إلى أهمية القضايا الأمنية في وسائل الإعلام سواء المرئية أو الإلكترونية المقروءة ويبرز أن هناك تباين في تقديم المواد الإخبارية حيث يتم توجيه انتباه أكبر للقضايا التي تحمل عناوين واضحة، ويمكن أن يكون هذا ناتجاً عن استراتيجيات تحريرية أو تفضيل من قبل القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية لتسليط الضوء على مواضيع معينة أو لجذب انتباه الجمهور.

- مدة المواد الإخبارية في القنوات الفضائية:

جدول رقم (3) مدة المواد الإخبارية في القنوات الفضائية

مدة الخبر	القنوات الفضائية				الإجمالي
	المملكة		رويا		
	ك	%	ك	%	ك
دقيقة	91	79.1	79	77.5	170
ثانية	24	20.9	23	22.5	47
الإجمالي	115	100.0	102	100.0	217

تظهر بيانات الجدول رقم (3) مدة الأخبار التي تناولت القضايا الأمنية وعالجتها القنوات مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 78.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني كان مدتها (دقيقة) في مقابل نسبة 21.7% من المواد الإخبارية التي كانت مدتها الزمنية (ثانية)، وعلى صعيد النتائج التفصيلية فقد جاءت الأخبار المتعلقة بالشأن الأمني مدتها (دقيقة) مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الأولى بواقع (91) تكراراً وبنسبة (79.1%) وبواقع (79) تكراراً وبنسبة (77.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (1.6%) لصالح قناة المملكة، وفيما يتعلق بالأخبار التي مدتها (ثواني) والمتعلقة بالشأن الأمني مع كل من قناتي المملكة ورؤيا لتحل المرتبة الثانية بواقع (24) تكراراً وبنسبة (20.9%) وبواقع (23) تكراراً وبنسبة (22.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (1.6%) لصالح قناة رؤيا.

يظهر من واقع نتائج الجدول السابق أن القنوات الفضائية اهتمت بمجال الأخبار الأمنية، حيث تصل نسبة المواد الأمنية التي تقدم لمدة دقيقة وأكثر لنسبة 78.3%، وهو ما يعكس تفصيلاً أكبر للقضايا الأمنية، وهو ما يشير إلى رغبة القنوات الفضائية في توفير تحليل وتفسير أعمق للموضوعات الأمنية، كما يظهر التنافس بين كل من قناة المملكة وقناة رؤيا كأبرز اللاعبين في مجال تغطية الشأن الأمني، وهذا التنافس مفيداً للمشاهدين، حيث يعمل على التحفيز لتقديم محتوى أكثر جودة وتنوعاً، كما يمكن أن يعكس التفاوت بين مدة الدقيقة والثانية التفاعل المختلف والمتنوع مع الأخبار الأمنية، فالأخبار ذات المدة دقيقة تقدم توضيح وتفسير للتطورات الأمنية بشكل أفضل، بينما تكون الأخبار ذات المدة الثانية أكثر فعالية لنقل المعلومات بسرعة، لذا جاء الفارق النسبي الضئيل (1.6%) بين قناة المملكة ورؤيا، كما يجب الأخذ في الاعتبار السياق الإعلامي والثقافي المحلي، حيث يمكن أن يؤثر على الطريقة التي يتم بها تفسير الأخبار واستيعابها.

- موقع المواد الإخبارية في نشرات القنوات الفضائية:

جدول رقم (4) موقع المواد الإخبارية في نشرات القنوات الفضائية

الإجمالي		القنوات الفضائية				موقع الخبر في النشرة
		رويا		المملكة		
%	ك	%	ك	%	ك	
72.8	158	71.9	73	73.9	85	وسط النشرة
18.9	41	19.6	20	18.3	21	مقدمة النشرة
8.3	18	8.8	9	7.8	9	نهاية النشرة
100	217	100	102	100	115	الإجمالي
كا: 0.158 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.924 غير دال						

تظهر بيانات الجدول رقم (4) موقع الأخبار التي تناولت القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية في النشرة مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 72.8% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني في وسط النشرة في مقابل نسبة 18.9% من المواد الإخبارية جاءت في مقدمة النشرة، وأخيراً جاء نسبة 8.3% من الأخبار المتعلقة بالشأن الأمني في نهاية النشرة، وعلى صعيد النتائج التفصيلية، فقد جاء ما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وجاءت في (وسط النشرة) فقد جاءت مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الأولى بواقع (85) تكراراً وبنسبة (73.9%) وبواقع (73) تكراراً وبنسبة (71.9%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2%) لصالح قناة المملكة.
 - بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وجاءت في (مقدمة النشرة) فقد جاءت مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الثانية بواقع (21) تكراراً وبنسبة (18.3%) وبواقع (20) تكراراً وبنسبة (19.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (1.3%) لصالح قناة رؤيا.
 - بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وجاءت في (نهاية النشرة) فقد جاءت مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الثالثة بواقع (9) تكراراً وبنسبة (7.8%) وبواقع (9) تكراراً وبنسبة (8.8%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.1%) لصالح قناة رؤيا.
- كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين موقع الأخبار التي تناولت القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية في النشرة مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² (0.158) عند درجة حرية (2) بمستوى معنوية (0.924).

– القوالب الفنية المرتبطة بالمواد الإخبارية في القنوات الفضائية:

جدول رقم (5) القوالب الفنية المرتبطة بالمواد الإخبارية في القنوات الفضائية

القوالب الفنية التي قدمت	القنوات الفضائية				الإجمالي	
	المملكة		رويا			
	ك	%	ك	%	ك	%
حديث مباشر	53	46.1	49	48	102	47
حوار	27	23.5	25	24.5	52	24
تقرير إخباري	14	12.2	10	9.8	24	11.1
فاصل دعائي أمني	5	4.3	10	9.8	15	6.9
مشاركة المواطنين	9	7.8	5	4.9	14	6.5
مناقشات	7	6.1	3	2.9	10	4.6
الإجمالي	115	100	102	100	21	100

2كا: 4.547 درجة الحرية: 5 مستوي المعنوية: 0.474 غير دال

تظهر بيانات الجدول رقم (5) طبيعة القوالب الفنية التي يتم توظيفها لتقديم المادة الخبرية في النشرة التليفزيونية والتي تتناول القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 47% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال الحديث المباشر في مقابل نسبة 24% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الحوار، ثم جاء نسبة 11.1% من الأخبار المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها في شكل تقرير إخباري، ثم جاءت نسبة 6.9% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال فاصل دعائي أمني، ثم جاء نسبة 6.5% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال مشاركة المواطنين، وأخيراً جاء نسبة 4.6% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال المناقشات، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها من خلال (حديث مباشر) فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا في المرتبة الأولى بواقع (53) تكراراً وبنسبة (46.1%) وبواقع (49) تكراراً وبنسبة (48%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (5%) لصالح قناة رؤيا.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها من خلال (قالب الحوار) فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا في المرتبة الثانية بواقع (27) تكراراً وبنسبة (23.5%) وبواقع (25) تكراراً وبنسبة (24.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (1%) لصالح قناة رؤيا.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها من خلال (تقرير إخباري) فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا في المرتبة الثالثة بواقع (14) تكراراً وبنسبة (12.2%) وبواقع (10) تكراراً وبنسبة (9.8%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2.4%) لصالح قناة المملكة.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها من خلال (فاصل دعائي أمني) فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الرابعة بواقع (5) تكراراً وبنسبة (4.3%) وبواقع (10) تكراراً وبنسبة (9.8%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (5.5%) لصالح قناة رؤيا.
 - بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها من خلال (مشاركة المواطنين) فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الخامسة بواقع (9) تكراراً وبنسبة (7.8%) وبواقع (5) تكراراً وبنسبة (4.9%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2.9%) لصالح قناة المملكة.
 - بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها من خلال (مناقشات) فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة السادسة بواقع (7) تكراراً وبنسبة (6.1%) وبواقع (3) تكراراً وبنسبة (2.9%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (3.2%) لصالح قناة المملكة.
- كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة القوالب الفنية التي يتم من خلالها تقديم المادة الخبرية في النشرة التلفزيونية والتي تتناول القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة χ^2 (4.547) عند درجة حرية (5) بمستوى معنوية (0.474).

المحور الثاني: خصائص المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية:

- ترتيب المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (6) ترتيب المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية

ترتيب الخبر في الموقع	المواقع الإلكترونية				الإجمالي
	الوكيل الإخباري		عمون		
	ك	%	ك	%	%
في الصفحات الداخلية	216	69.6	110	62	65.7
في الصفحة الرئيسية	113	30.4	48	38	34.3
الإجمالي	329	100	158	100	100
2.121: 2. درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.145 غير دال					

تظهر بيانات الجدول رقم (6) ترتيب المواد الخبرية التي تتناول القضايا الأمنية قدمتها المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 65.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم نشرها في الصفحات الداخلية في مقابل نسبة 34.3% من المواد الإخبارية يتم نشرها في الصفحة الرئيسية للمواقع، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم نشرها في الصفحات الداخلية بالمواقع الإلكترونية حيث جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى

بواقع (106) تكراراً وبنسبة (62%) وبواقع (110) تكراراً وبنسبة (69.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (7.6%) لصالح موقع الوكيل الإخباري.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم نشرها في الصفحة الرئيسية بالمواقع الإلكترونية حيث جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الثانية بواقع (65) تكراراً وبنسبة (38%) وبواقع (48) تكراراً وبنسبة (30.4%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (7.6%) لصالح موقع عمون الإخباري.

كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب المواد الخيرية التي تتناول القضايا الأمنية وقدمتها المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا (2.121) عند درجة حرية (1) بمستوى معنوية (0.145).

يكشف الشكل السابق عن التخصيص والتفرد حيث قد يكون استخدام الصفحات الداخلية مؤشراً على التفرد والتخصيص، حيث يُمكن للمواقع تقديم محتوى تفصيلي وتحليلات عميقة يصعب تحقيقها على الصفحة الرئيسية، وهو ما برز في موقع عمون الإخباري حيث تخصص جزء داخلي لأخبار الحوادث وتعامل الأمن معاً، كذلك تسعى المواقع بناء على التحديد الجيد لمكان نشر الخبر للتفاعل مع استراتيجية جذب الانتباه حيث يمكن أن تعكس النسب المتدنية على الصفحة الرئيسية استراتيجية لجذب الانتباه إلى أمور أمنية هامة وعاجلة، كما تسعى المواقع بناء على الاختيار بين الصفحات الداخلية والرئيسية لتوجيه اهتمام المستخدمين وتحقيق التوازن بين التفاصيل العميقة والتغطية الشاملة.

- طول المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (7) طول المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية

الإجمالي	المواقع الإلكترونية				طول الخبر في الموقع
	الوكيل الإخباري		عمون		
%	ك	%	ك	%	ك
40.4	133	43	68	38	65
31.3	103	30.4	48	32.2	55
28.3	93	26.6	42	29.8	51
100	329	100	158	100	171
كا: 0.902 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.637 غير دال					

تظهر بيانات الجدول رقم (7) طول المواد الخيرية التي تتناول القضايا الأمنية قدمتها المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 40.4% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تنسم بالطول في مقابل نسبة 31.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تنسم بطولها متوسط تلاه نسبة 28.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تنسم بكون طولها قصير، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتنسم بالطول وتقدمها في المواقع الإلكترونية حيث جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (65)

تكراراً وبنسبة (38%) وبواقع (68) تكراراً وبنسبة (43%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (5%) لصالح موقع الوكيل الإخباري.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتنسم بتوسط الطول وتقديمها في المواقع الإلكترونية حيث جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (55) تكراراً وبنسبة (32.2%) وبواقع (48) تكراراً وبنسبة (30.4%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (1.8%) لصالح موقع عمون الإخباري.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتنسم طولها بأنه قصير وتقديمها في المواقع الإلكترونية حيث جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (51) تكراراً وبنسبة (29.8%) وبواقع (42) تكراراً وبنسبة (26.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (3.2%) لصالح موقع عمون الإخباري.

كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طول المواد الخبرية التي تتناول القضايا الأمنية قدمتها المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² (0.902) عند درجة حرية (2) بمستوى معنوية (0.637).

يكشف الشكل السابق عن وجود تنوع في أطوال المواد الإخبارية مما يعكس تنوعاً بالأهداف المراد تحقيقها، حيث يعكس اختلاف نسب الطول تفضيل المواقع لتقديم محتوى يتميز بالتفاصيل العميقة أو السرعة في توفير المعلومات أي تفضيل العمق أو السرعة، كما قد تكون الفارق في الطول يعكس استجابة المواقع لاحتياجات جمهورها المستهدف وتفضيلاتهم باستهلاك المحتوى، كما أن المحتوى ذو الطول الطويل قد يستند إلى استراتيجية تحليلية وتقديم تحقيقات عميقة، بينما قد يتم التركيز بالمحتوى ذو الطول القصير على توفير الأخبار بشكل سريع وفعال، أي تحقيق استراتيجية التحليل والتحقق.

- القوالب الفنية التي قدمت من خلالها المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية: جدول رقم (8) القوالب الفنية التي قدمت من خلالها المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية

القوالب الفنية التي قدمت	المواقع الإلكترونية				الإجمالي	
	عمون		الوكيل الإخباري		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	94	55	94	59.5	188	57.1
مقال رأي	36	21.1	32	20.3	68	20.7
تحقيق	23	13.5	22	13.9	45	13.7
فيديوهات	15	8.8	10	6.3	25	7.6
انفوجراف	3	1.8	-	-	3	0.9
الإجمالي	171	100	159	100	329	100
كا ² : 3.750	درجة الحرية: 4 مستوى المعنوية: 0.441 غير دال					

تظهر بيانات الجدول رقم (8) القوالب الفنية التي يتم توظيفها في تقديم القضايا الأمنية بالمواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 57.1% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني من خلال الأخبار في مقابل نسبة 20.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال مقالات الرأي تلاه نسبة 13.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال التحقيقات، ثم نسبة 7.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال الفيديوهات وأخيراً جاء نسبة 0.9% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الانفوجرافات، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها في قالب (خبر) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (94) تكراراً وبنسبة (55%) وبواقع (94) تكراراً وبنسبة (59.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (4.5%) لصالح موقع الوكيل الإخباري.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها في قالب (مقال رأي) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الثانية بواقع (36) تكراراً وبنسبة (21.1%) وبواقع (32) تكراراً وبنسبة (20.3%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.8%) لصالح موقع عموم الإخباري.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها في قالب (تحقيق) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الثالثة بواقع (23) تكراراً وبنسبة (13.5%) وبواقع (22) تكراراً وبنسبة (13.9%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.4%) لصالح موقع الوكيل الإخباري.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها في قالب (فيديوهات) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الرابعة بواقع (15) تكراراً وبنسبة (8.8%) وبواقع (10) تكراراً وبنسبة (6.3%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2.5%) لصالح موقع عموم الإخباري.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديمها في قالب (انفوجراف) بموقع عموم الإخباري في المرتبة الخامسة بواقع (3) تكراراً وبنسبة (1.8%).

كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين القوالب الفنية التي يتم توظيفها في تقديم القضايا الأمنية بالمواقع الإلكترونية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كاي² (3.750) عند درجة حرية (4) بمستوى معنوية (0.441).

– أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في تقديم المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية:

جدول رقم (9) أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في تقديم المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية

أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في تقديم الخبر بالموقع	المواقع الإلكترونية				الإجمالي
	عمون		الوكيل الإخباري		
	ك	%	ك	%	ك
نص + صورة	103	60.2	116	73.4	219
نصوص	20	11.7	12	7.6	32
نص + فيديو	15	8.8	10	6.3	25
روابط Links	10	5.8	8	5.1	18
رسوم ثابتة + نص	12	7	5	3.2	17
رسوم متحركة	8	4.7	7	4.4	15
صورة	3	1.8	-	0	3
الإجمالي	171	100	158	100	329

كأ: 9.444 درجة الحرية: 6 مستوى المعنوية: 0.150 غير دال

تظهر بيانات الجدول رقم (9) أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في تقديم القضايا الأمنية بالمواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 66.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني من خلال النصوص والصورة في مقابل نسبة 9.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال نصوص تلاه نسبة 7.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال نصوص وفيديوهات، ثم نسبة 5.5% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال روابط ثم جاء نسبة 5.2% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الرسوم الثابتة والنصوص، ثم جاء نسبة 4.6% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الرسوم المتحركة وأخيراً جاء نسبة 0.9% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الصور، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (نصوص وصورة) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (103) تكراراً وبنسبة (60.2%) وبواقع (116) تكراراً وبنسبة (73.4%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (13.2%) لصالح موقع الوكيل الإخباري.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (نصوص) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الثانية بواقع (20) تكراراً وبنسبة (11.7%) وبواقع (12) تكراراً وبنسبة (7.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (4.1%) لصالح موقع عمون الإخباري.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (نصوص وفيديو) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الثالثة بواقع

- (15) تكراراً وبنسبة (8.8%) وبواقع (10) تكراراً وبنسبة (6.3%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2.5%) لصالح موقع عمون.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (روابط) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الرابعة بواقع (10) تكراراً وبنسبة (5.8%) وبواقع (8) تكراراً وبنسبة (5.1%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.7%) لصالح موقع عمون.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (رسوم ثابتة ونصوص) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الخامسة بواقع (12) تكراراً وبنسبة (7%) وبواقع (5) تكراراً وبنسبة (3.2%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (3.8%) لصالح موقع عمون.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (رسوم متحركة) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة السادسة بواقع (8) تكراراً وبنسبة (4.7%) وبواقع (7) تكراراً وبنسبة (4.4%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.3%) لصالح موقع عمون.
- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم توظيف الوسيط (صورة) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع موقع العمون الإخباري في المرتبة السابعة بواقع (3) تكراراً وبنسبة (1.8%).
- كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أنواع الوسائط المتعددة المستخدمة في تقديم القضايا الأمنية بالمواقع الإلكترونية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² (9.444) عند درجة حرية (6) بمستوى معنوية (0.150).
- يرى الباحث تنوع القوالب الفنية التي قدمت من خلالها المواد الإخبارية، وأن هذا التنوع يسعى لتحقيق التوازن بين النصوص والوسائط المتعددة حيث أن النسب المتباينة تشير إلى استراتيجيات متباينة في توظيف النصوص والوسائط المتعددة لتلبية احتياجات وتفضيلات القراء، وأن اعتماد الفيديوهات والتحقيقات يمكن أن يكون استجابة لرغبة الجمهور في تفاعل أكبر وتفصيل أعمق، كما أن استخدام مقالات الرأي يعزز تقديم رؤى فردية ورأي شخصي حول القضايا الأمنية يعمل على توجيه الرؤى الشخصية.

أنواع الروابط المتضمنة عند تقديم المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية:
جدول رقم (10) أنواع الروابط المتضمنة عند تقديم المواد الإخبارية المنشورة في المواقع الإلكترونية

الإجمالي	المواقع الإلكترونية				أنواع الروابط المتضمنة في الخبر بالموقع	
	الوكيل الإخباري		عمون			
	ك	%	ك	%	ك	%
8	37.5	3	50	5	44.4	
7	37.5	3	40	4	38.9	
3	25	2	10	1	16.7	
18	100	8	100	10	100	

تظهر بيانات الجدول رقم (10) الروابط المستخدمة في توضيح القضايا الأمنية بالمواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 44.4% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديم فيها روابط لمؤسسات أمنية في مقابل نسبة 38.9% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال مواقع المؤسسة الأمنية تلاه نسبة 16.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال روابط لصفحات مواقع أخرى، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديم (روابط لمؤسسات أمنية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (5) تكراراً وبنسبة (50%) وبواقع (3) تكراراً وبنسبة (37.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (12.5%) لصالح موقع عمون الإخباري.
 - بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديم (روابط لمواقع المؤسسة الأمنية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (4) تكراراً وبنسبة (40%) وبواقع (3) تكراراً وبنسبة (37.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2.5%) لصالح موقع عمون الإخباري.
 - بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني ويتم تقديم (روابط لصفحات مواقع أخرى) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (1) تكراراً وبنسبة (10%) وبواقع (2) تكراراً وبنسبة (25%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (15%) لصالح موقع الوكيل الإخباري.
- يرى الباحث من النتائج السابقة أن استخدام الروابط المباشرة لمؤسسات أمنية يمكن أن يُظهر التركيز على توفير معلومات موثوقة ومباشرة من مصادر رسمية أي تحقيق الثقة والموثوقية، كما يمكن أن يعزز استخدام الروابط لمواقع المؤسسات الأمنية التواصل المباشر مع القراء وتوفير تجربة استخدام متكاملة، علاوة على أنه في حالة التوجيه لمواقع أخرى قد يستخدم لتوسيع آفاق القراء وتقديم وجهات نظر متنوعة عبر توجيههم إلى مواقع أخرى.

المحور الثالث: خصائص المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات من حيث المضمون:

– طبيعة الحدث الذي تتناوله المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات:

جدول رقم (11) طبيعة الحدث الذي تتناوله المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات

الإجمالي	المواقع الإلكترونية				القنوات الفضائية				طبيعة الحدث الذي يتناوله الخبر	
	الوكيل الإخباري		عمون		رويا		المملكة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
26.9	147	31	49	32.2	55	21.6	22	18.3	21	حدث أمني
26.6	145	27.8	44	21.1	36	29.4	30	30.4	35	اهتمامات وطنية
23.8	130	20.3	32	24	41	24.5	25	27.8	32	اهتمامات عربية
15.2	83	15.2	24	26.4	28	14.7	15	13.9	16	اهتمامات إنسانية
7.5	41	5.7	9	6.4	11	9.8	10	9.6	11	اهتمامات عالمية
100	546	100	158	100	171	100	102	100	115	الإجمالي

كا: 14.288 درجة الحرية: 12 مستوي المغنوية: 0.283 غير دال

تظهر بيانات الجدول رقم (18) طبيعة الحدث الذي تتناوله المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 26.9% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني متعلقة بأحداث أمنية لصالح قناة رويما وموقع عمون، في مقابل نسبة 26.6% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات وطنية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع الوكيل الإخباري، تلاه نسبة 23.8% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات عربية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع عمون الإخباري، ونسبة 15.2% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات إنسانية وذلك لصالح قناة رويما وموقع عمون الإخباري، وأخيراً جاء نسبة 7.5% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات عالمية وذلك لصالح قناة رويما وكذلك موقع عمون الإخباري، وعلى صعيد النتائج التفصيلية فقد جاء ما يلي:

بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتتعلق بتقديم (حدث أمني) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (55) تكراراً وبنسبة (32.2%) وبواقع (49) تكراراً وبنسبة (31%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (6%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويما في المرتبة الثالثة بواقع (21) تكراراً وبنسبة (18.3%) وبواقع (22) تكراراً وبنسبة (21.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (3.3%) لصالح قناة رويما. يُظهر الارتباط بين المواضيع الأمنية وقناة المملكة وموقع الوكيل الإخباري أن هناك اهتماماً كبيراً بالقضايا الأمنية على الصعيد الوطني والإقليمي كما قد تكون هذه الوسائل الإعلامية تسعى لتسليط الضوء على التطورات الأمنية المحلية. ويشير هذا إلى أهمية الأمان المحلي وروعة الجمهور في البقاء على إطلاع دائم بشأن التطورات في الساحة الأمنية المحلية.

بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتتعلق بتقديم (اهتمامات وطنية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الثالثة بواقع (36) تكراراً وبنسبة (21.1%) وذلك مع موقع عمون وفي المرتبة الثانية وبواقع (44) تكراراً وبنسبة (27.8%) مع موقع الوكيل الإخباري، وبفارق نسبي مقداره (6.7%) لصالح موقع الوكيل الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد احتلت المرتبة الأولى، وجاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا بواقع (35) تكراراً وبنسبة (30.4%) وبواقع (30) تكراراً وبنسبة (29.4%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (1%) لصالح قناة المملكة. ويتضح أن الاهتمامات الوطنية برزت في كل من قناة المملكة وموقع الوكيل الإخباري مما يظهر أهمية التركيز على الشؤون الداخلية والأحداث التي تؤثر على الوطن بشكل مباشر، كما يُظهر هذا التوجه نسبة عالية من الاهتمام الوطني في المحتوى الإخباري.

بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتتعلق بتقديم (اهتمامات عربية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الثانية بواقع (41) تكراراً وبنسبة (24%) وذلك مع موقع عمون وفي المرتبة الثالثة وبواقع (32) تكراراً وبنسبة (20.3%) مع موقع الوكيل الإخباري، وبفارق نسبي مقداره (3.7%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد احتلت المرتبة الثانية، وجاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا بواقع (32) تكراراً وبنسبة (27.8%) وبواقع (25) تكراراً وبنسبة (24.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (3.3%) لصالح قناة المملكة. ويُظهر ارتباط قناة المملكة وموقع عمون الإخباري بالقضايا العربية أن هناك توجيهاً نحو تقديم تحليلات وتغطية للقضايا التي تؤثر في العالم العربي بشكل عام، مما يُظهر توجيهاً نحو تغطية الأخبار الإقليمية حيث قد تركز هذه الأحداث على قضايا تؤثر على الشرق الأوسط بشكل عام، مما يعكس اهتمام الجمهور بالقضايا الإقليمية والعربية.

بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتتعلق بتقديم (اهتمامات إنسانية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (28) تكراراً وبنسبة (26.4%) وبواقع (24) تكراراً وبنسبة (15.2%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (11.2%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا في المرتبة الرابعة بواقع (16) تكراراً وبنسبة (13.9%) وبواقع (15) تكراراً وبنسبة (14.7%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.8%) لصالح قناة رؤيا. وتشير النسبة المرتفعة للمواد المتعلقة بالقضايا الإنسانية المقدمة من قناة رويما وموقع عمون الإخباري إلى الاهتمام بتسليط الضوء على القضايا الإنسانية، مما يعكس توجيهاً لدعم القضايا الاجتماعية والإنسانية للقضايا الأمنية.

بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتتعلق بتقديم (اهتمامات عالمية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العموم والوكيل الإخباري في المرتبة الخامسة بواقع (11) تكراراً وبنسبة (6.4%) وبواقع (9) تكراراً وبنسبة (5.7%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.7%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا في المرتبة الخامسة بواقع (11) تكراراً وبنسبة (9.6%)

وبواقع (20) تكراراً وبنسبة (9.8%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.2%) لصالح قناة رؤيا. وتشير النسبة الأقل للمواد المتعلقة بالقضايا العالمية إلى أن الاهتمام بالقضايا الدولية قد لا يكون بارزاً كثيراً في التقارير الإخبارية الأمنية، ولكن يظل له دوره الخاص وأن تغطية الأحداث الدولية بهدف استعراض تأثيرها على مجريات الأحداث العالمية والإقليمية والعربية، مما يشير لأهمية إدراك الجمهور للقضايا العالمية وتأثيرها على الساحة المحلية.

كما أشارت نتائج هذا الجدول لعدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الحدث الذي تتناوله المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² (14.288) عند درجة حرية (12) بمستوى معنوية (0.283). يُظهر توزيع الموضوعات بين القنوات والمواقع مجال الدراسة متنوعاً ومختلفاً، مما يسلط الضوء على أهمية تقديم محتوى متنوع لتلبية اهتمامات وتوقعات الجمهور المتنوعة.

– طبيعة أطراف الصراع في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات:

جدول رقم (12) طبيعة أطراف الصراع في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات

الإجمالي	المواقع الإلكترونية				القنوات الفضائية				أطراف الصراع في الخبر	
	الوكيل الإخباري		عمون		رويا		المملكة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
38.6	211	32.3	51	41.5	71	40.2	41	41.7	48	شخصية أردنية
26.4	144	24.7	39	22.8	39	34.3	35	27	31	شخصية عربية
5.1	28	3.8	6	4.7	8	5.9	6	7	8	شخصية عالمية
29.9	13	39.2	62	31	53	19.6	20	24.3	28	لا يوجد
100	546	100	158	100	171	100	102	100	115	الإجمالي

كا²: 16.789 درجة الحرية: 9 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.173

تظهر بيانات الجدول رقم (12) طبيعة أطراف الصراع في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات مجال الدراسة، وبشكل عام جاء نسبة 38.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني مرتبطة بشخصيات أردنية لصالح قناة المملكة وموقع عمون، في مقابل نسبة 26.4% من المواد الإخبارية متعلقة بشخصيات عربية وذلك لصالح قناة روبا وموقع الوكيل الإخباري، تلاه نسبة 5.1% من المواد الإخبارية متعلقة بشخصيات عالمية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع عمون الإخباري، في مقابل نسبة 29.9% من المواد الإخبارية لم ترد بها أي شخصيات محورية، كما أشارت نتائج هذا الجدول لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة أطراف الصراع في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كا² (16.789) عند درجة حرية (9) بمستوى معنوية (0.000) حيث كانت قيمة معامل التوافق (0.173).

ويرى الباحث في ضوء نتائج السابقة أن تمثيل شخصيات محلية يكون ذو تأثير كبير على الجمهور المحلي، حيث يرتبط الجمهور بشكل أفضل مع القضايا التي تمثل مصالحهم المحلية،

كما يحقق التواصل الإعلامي، حيث يشير التوجه نحو تمثيل شخصيات إلى أهمية الدور الإعلامي في تشكيل الرأي العام والتأثير في الساحة العامة، كما يُظهر التمثيل العربي والعالمي أهمية فهم القضايا الأمنية من منظور دولي مما يمكن أن يزيد هذا من جاذبية المحتوى على جمهور أوسع. كما يمكن للمنصات الإعلامية تعزيز جودة محتواها بتقديم تحليلات عميقة للأحداث والقضايا بغض النظر عن وجود شخصيات محورية، وبالتالي فإن فهم طبيعة أطراف الصراع وتأثير الشخصيات يسهم في تطوير استراتيجيات إعلامية فعالة وفقاً لاحتياجات الجمهور وتطلعاته من المواد الإخبارية.

كما يبدو أن هناك تفضيلات واضحة لبعض الشخصيات الوطنية في محتوى قناة المملكة وموقع عمون، بينما تركز قناة روبا وموقع الوكيل الإخباري على شخصيات عربية، وها قد يكون ناتجاً عن توجيه الاهتمام نحو الشؤون الوطنية أو الإقليمية بناءً على اتجاهات الجمهور المستهدف. كما يظهر أن هناك اهتماماً بالشؤون العالمية وهو مرتبط بشكل رئيسي بقناة المملكة وموقع عمون مما يشير إلى أن هناك جهوداً لتقديم محتوى إخباري يغطي قضايا دولية بالإضافة إلى الشؤون الوطنية والإقليمية.

والجدير بالذكر أن للاتجاهات السياسية والاقتصادية تأثير كبير على اختيار المحتوى الإخباري والشخصيات الفاعلة فيه، قد تكون هناك توجهات أو توجيهات من قبل الجهات الراعية لتلك الوسائل الإعلامية حيث يظهر تركيز البعض على الشخصيات الوطنية أو العربية كمؤشر على توجيه الجمهور والرغبة في تعزيز الهوية الوطنية أو العربية، وهذا يمكن أن يكون استراتيجية تحاول الوسائل الإعلامية من خلالها تلبية توقعات الجمهور المستهدف، كما يبرز تأثير عامل التنافس الحاد بين وسائل الإعلام المختلفة لجذب الجمهور مما يجعلها بعضها تركز على الشؤون الدولية لتمييز نفسها عن منافسيها، بينما يمكن لآخرين أن يختاروا التركيز على القضايا الوطنية أو العربية.

– اتجاه التغطية الخبرية في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات:

جدول رقم (13) اتجاه التغطية الخبرية في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات

الاتجاه التغطية الخبرية	القنوات الفضائية		المواقع الإلكترونية				الإجمالي	
	المملكة	رويا	عمون	الوكيل الإخباري	ك	%	ك	%
مؤيد	41	36	60	50	187	34.2	31.6	35.1
معارض	10	11	23	23	67	12.3	14.6	13.5
محايد	32	34	35	25	126	23.1	15.8	20.5
عرض معلوماتي	32	21	53	60	166	30.4	38	31
الإجمالي	115	102	171	158	546	100	100	100
كا: 19.058	درجة الحرية: 9	مستوي المعنوية: 0.025	دال	معامل التوافق: 0.184				

تظهر بيانات الجدول رقم (13) اتجاه التغطية الخبرية في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات، وبشكل عام جاء نسبة 34.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني اتجاهها مؤيد وبرز ذلك أكثر في قناة المملكة وموقع عمون، في مقابل نسبة 23.1% من المواد الإخبارية كان اتجاه التناول فيها محايد وذلك لصالح قناة روبا وموقع عمون الإخباري، تلاه نسبة 12.3% من المواد الإخبارية كان اتجاه المعالجة بها معارضا وذلك لصالح قناة روبا وموقع الوكيل الإخباري، في مقابل نسبة 30.4% من المواد الإخبارية لم ترد بها أي اتجاهات معالجة حيث كانت مجرد عرض معلوماتي للأحداث، وعلى صعيد النتائج التفصيلية فقد جاء ما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وبرز فيها (الاتجاه المؤيد في التغطية)، جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المقدمة بواقع (60) تكراراً وبنسبة (35.1%) وبواقع (50) تكراراً وبنسبة (31.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (3.5%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك في المرتبة الأولى بواقع (41) تكراراً وبنسبة (35.7%) مع قناة المملكة وبواقع (36) تكراراً وبنسبة (35.3%) مع قناة الرؤيا بذات المرتبة، وبفارق نسبي مقداره (0.4%) لصالح قناة المملكة، حيث تعكس هذه النتيجة اتجاهاً مؤيداً يشير إلى اهتمام كبير ودعم للقضايا الأمنية، ما يعكس تفاعلاً إيجابياً من الوسائل الإعلامية مع الأمور الأمنية والحاجة إلى نشر صورة إيجابية حول الإجراءات الأمنية.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وبرز فيها (العرض المعلوماتي في التغطية)، جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الثانية بواقع (53) تكراراً وبنسبة (31%) وبواقع (60) تكراراً وبنسبة (38%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (7%) لصالح موقع الوكيل الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك في المرتبة الثانية بواقع (32) تكراراً وبنسبة (27.8%) مع قناة المملكة وبواقع (21) تكراراً وبنسبة (20.6%) مع قناة الرؤيا في المرتبة الثالثة، وبفارق نسبي مقداره (7.2%) لصالح قناة المملكة.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وبرز فيها (الاتجاه المحايد في التغطية)، جاء ذلك في المرتبة الثالثة مع كل من موقعي عمون والوكيل الإخباري وذلك بواقع (35) تكراراً وبنسبة (20.5%) وبواقع (25) تكراراً وبنسبة (15.8%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (4.7%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك في المرتبة الثانية بواقع (32) تكراراً وبنسبة (27.8%) مع قناة المملكة وبواقع (34) تكراراً وبنسبة (33.3%) مع قناة الرؤيا في ذات المرتبة، وبفارق نسبي مقداره (5.5%) لصالح قناة رؤيا، حيث يشير ما سبق إلى التوجه نحو تقديم معلومات متوازنة دون تحيز مما يعكس ذلك محاولة لتقديم صورة حقيقية للأحداث دون إضفاء أي اتجاه إيجابي أو سلبي.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وبرز فيها (الاتجاه المعارض في التغطية)، جاء ذلك في المرتبة الرابعة مع كل من موقعي عمون والوكيل الإخباري وذلك بواقع (23) تكراراً وبنسبة (13.5%) وبواقع (23) تكراراً وبنسبة (14.6%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره

(1.1%) لصالح موقع الوكيل الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الفئة في الفضائيات، فقد جاء ذلك في المرتبة الرابعة بواقع (10) تكراراً ونسبة (8.7%) مع قناة المملكة وبواقع (11) تكراراً ونسبة (10.8%) مع قناة الرؤيا في ذات المرتبة، وبفارق نسبي مقداره (2.1%) لصالح قناة رؤيا، مما يشير إلى محاولة تقديم معلومات بشكل موضوعي وخالي من التوجه، وهو أمر يعكس التركيز على العرض المعلوماتي للأحداث، حيث يعكس ذلك اتجاهاً معارضاً يشير إلى وجهة نظر نقدية أو معارضة تجاه الشؤون الأمنية مما قد يعكس محاولة للتحقق والرصد النقدي لسياسات الأمان والتفاعل مع القضايا الحساسة.

كما أشارت نتائج هذا الجدول لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه التغطية الخبرية في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات، حيث بلغت قيمة كاي (19.058) عند درجة حرية (9) بمستوى معنوية (0.025) حيث كانت قيمة معامل التوافق (0.184)، ويظهر وجود تباين بين قناة المملكة وقناة رؤيا وموقعي عمون والوكيل الإخباري في الاتجاهات مما يرتبط ذلك بالتوجهات السياسية أو الاهتمامات المحلية لكل وسيلة إعلامية.

المداخل الإقناعية في تقديم المواد الإخبارية في الفضائيات والمواقع الإلكترونية:

جدول رقم (14) المداخل الإقناعية في تقديم المواد الإخبارية في الموقع الإلكتروني والفضائيات

منطقية	القنوات الفضائية		المواقع الإلكترونية		الإجمالي	
	المملكة	رؤيا	عمون	الوكيل الإخباري	ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%
إجمالي الأسانيد العقلية	96	83.5	78	76.5	147	86.0
إجمالي الأسانيد العاطفية	36	31.3	29	28.4	46	26.9
ن	115		102		158	

تظهر بيانات الجدول رقم (14) المداخل الإقناعية في تقديم المواد الإخبارية في الفضائيات والمواقع الإلكترونية، وبشكل عام جاء نسبة 82.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تعتمد على الأسانيد العقلية في مقابل نسبة 28.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تعتمد على الأسانيد العاطفية، وعلى صعيد النتائج التفصيلية جاءت كما يلي:

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتعتمد على (الأسانيد العقلية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الأولى بواقع (147) تكراراً ونسبة (86%) وبواقع (128) تكراراً ونسبة (81%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (5%) لصالح موقع عمون الإخباري، وبالنسبة لتوظيف هذه الأسانيد في الفضائيات، فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورؤيا في المرتبة الأولى بواقع (96) تكراراً ونسبة (83.5%) وبواقع (78) تكراراً ونسبة (76.5%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (7%) لصالح قناة المملكة.

- بالنسبة للأخبار المتعلقة بالشأن الأمني وتعتمد على (الأسانيد العاطفية) بالمواقع الإلكترونية جاء ذلك مع كل من موقعي العمون والوكيل الإخباري في المرتبة الثانية بواقع (46)

تكراراً وبنسبة (26.9%) وبواقع (43) تكراراً وبنسبة (27.2%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (0.3%) لصالح موقع الوكيل الإخباري وبنسبة لتوظيف هذه الأسانيد في الفضائيات، فقد جاء ذلك مع كل من قناتي المملكة ورويا في المرتبة الثانية بواقع (36) تكراراً وبنسبة (31.3%) وبواقع (29) تكراراً وبنسبة (28.4%) على التوالي، وبفارق نسبي مقداره (2.9%) لصالح قناة المملكة.

يرى الباحث أن تفضيل الأسس العقلية يعبر عن رغبة الوسائل الإعلامية في تقديم محتوى مستند إلى الحقائق والتحليل العقلي، وبالتالي يكون ذلك مهماً لتقديم معلومات دقيقة وموضوعية حول الشؤون الأمنية، كما تتيح المناقشة العقلية للمشاهدين فهماً أعمق للتحليلات والمعلومات المقدمة، ويشجع على المشاركة الفعالة في الحوار العام حول القضايا الأمنية، كما أن توظيف الأسانيد العقلية يكون بهدف تحديد الأحداث بشكل أكثر دقة وتقديم دليل قوي يدعم المعلومات المقدمة، ويزيد التركيز على الأساس العقلي من مصداقية الأخبار ويساعد في تقوية الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور.

خلاصة وتوصيات:

جاء نسبة 55.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني في كل من الفضائيات والمواقع الإلكترونية ورد لها عناوين في مقابل نسبة 44.7% من المواد الإخبارية التي لم يرد لها عناوين، وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى ورود عناوين للأخبار التي تناولت القضايا الأمنية وعالجتها القنوات الفضائية وكذلك المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، حيث بلغت قيمة كاي² (32.870) عند درجة حرية (3) بمستوى معنوية (0.000)، حيث بلغ معامل توافقها (0.238)، كما جاء نسبة 78.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني كان مدتها (دقيقة) في مقابل نسبة 21.7% من المواد الإخبارية التي كانت مدتها الزمنية (ثانية) والمقدمة في القنوات الفضائية، وجاء نسبة 72.8% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني في وسط النشرة في مقابل نسبة 18.9% من المواد الإخبارية جاءت في مقدمة النشرة، وأخيراً جاء نسبة 8.3% من الأخبار المتعلقة بالشأن الأمني في نهاية النشرة، وجاء نسبة 47% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال الحديث المباشر في مقابل نسبة 24% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الحوار، ثم جاء نسبة 11.1% من الأخبار المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها في شكل تقرير إخباري، ثم جاءت نسبة 6.9% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال فاصل دعائي أمني، ثم جاء نسبة 6.5% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال مشاركة المواطنين، وأخيراً جاء نسبة 4.6% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال المناقشات.

أما فيما يتعلق بتقديم المواد الإخبارية الأمنية في المواقع الإلكترونية، فقد جاء نسبة 65.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم نشرها في الصفحات الداخلية في مقابل نسبة 34.3% من المواد الإخبارية يتم نشرها في الصفحة الرئيسية للمواقع، وقد ثبت عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ترتيب المواد الخبرية التي تتناول القضايا الأمنية وقدمتها المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وجاء نسبة 40.4% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تتسم بالطول في مقابل نسبة 31.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني

تتسم بكون طولها متوسط تلاه نسبة 28.3% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تتسم بكون طولها قصير، وقد ثبت عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طول المواد الخبرية التي تتناول القضايا الأمنية قدمتها المواقع الإلكترونية مجال الدراسة، وجاء نسبة 57.1% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني من خلال الأخبار في مقابل نسبة 20.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال مقالات الرأي تلاه نسبة 13.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال التحقيقات، ثم نسبة 7.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال الفيديوهات وأخيراً جاء نسبة 0.9% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الانفوجرافات، وجاء نسبة 66.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني من خلال النصوص والصور في مقابل نسبة 9.7% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال نصوص تلاه نسبة 7.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال نصوص وفيديوهات، ثم نسبة 5.5% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني يتم تقديمها من خلال روابط ثم جاء نسبة 5.2% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الرسوم الثابتة والنصوص، ثم جاء نسبة 4.6% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الرسوم المتحركة وأخيراً جاء نسبة 0.9% من المواد الإخبارية يتم تقديمها من خلال الصور.

جاء نسبة 26.9% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني متعلقة بأحداث أمنية لصالح قناة روبا وموقع عمون، في مقابل نسبة 26.6% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات وطنية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع الوكيل الإخباري، تلاه نسبة 23.8% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات عربية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع عمون الإخباري، ونسبة 15.2% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات إنسانية وذلك لصالح قناة روبا وموقع عمون الإخباري، وأخيراً جاء نسبة 7.5% من المواد الإخبارية متعلقة باهتمامات عالمية وذلك لصالح قناة روبا وكذلك موقع عمون الإخباري، وجاء نسبة 38.6% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني مرتبطة بشخصيات أردنية لصالح قناة المملكة وموقع عمون، في مقابل نسبة 26.4% من المواد الإخبارية متعلقة بشخصيات عربية وذلك لصالح قناة روبا وموقع الوكيل الإخباري، تلاه نسبة 5.1% من المواد الإخبارية متعلقة بشخصيات عالمية وذلك لصالح قناة المملكة وموقع عمون الإخباري، في مقابل نسبة 29.9% من المواد الإخبارية لم ترد بها أي شخصيات محورية، كما أشارت نتائج هذا الجدول لوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة أطراف الصراع في المواد الإخبارية في المواقع الإلكترونية والفضائيات مجال الدراسة، وجاء نسبة 34.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني اتجاهها مؤيد وبرز ذلك أكثر في قناة المملكة وموقع عمون، في مقابل نسبة 23.1% من المواد الإخبارية كان اتجاه التناول فيها محايد وذلك لصالح قناة روبا وموقع عمون الإخباري، تلاه نسبة 12.3% من المواد الإخبارية كان اتجاه المعالجة بها معارضا وذلك لصالح قناة روبا وموقع الوكيل الإخباري، في مقابل نسبة 30.4% من المواد الإخبارية لم ترد بها أي اتجاهات معالجة حيث كانت مجرد عرض معلوماتي للأحداث، وجاء نسبة 82.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تعتمد على الأسانيد العقلية في مقابل نسبة 28.2% من المواد الإخبارية المتعلقة بالشأن الأمني تعتمد على الأسانيد العاطفية.

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

مراجع الدراسة :

- 1 بلقيس محمد علوان. أطر معالجة البرامج الساخرة في الفضائيات اليمنية للأحداث الجارية في اليمن. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*. جامعة عمار تليجي الأغواط. كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة. المجلد 6. العدد 1. يونيو 2023.
- 2 محمد مختار محمد، محمود حسن إسماعيل، ولاء إبراهيم عبد الحميد، معالجة الفضائيات الدولية الموجهة لقضايا التنظيمات الإرهابية: دراسة تحليلية. *مجلة بحوث كلية الآداب*. جامعة المنوفية، كلية الآداب، العدد 126. الجزء الرابع. يوليو 2021
- (1) هاجر محمود محمد، (2021). "الخطاب العسكري المصري عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية ودوره في تشكيل وعي الجمهور بقضايا المجتمع". رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- (4) بيري الربيعي (2019) دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، المؤتمر الدولي خطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمين الإقليمي والدولي، جامعة صلاح الدين، أربيل، العراق.
- 5 هناء عبد الحميد إبراهيم. الإعلام الأمني ودوره في التصدي للأنشطة الإرهابية: دراسة تحليلية لسياسة العراق الإعلامية: خلية الإعلام الأمني إنموذجاً. *مجلة الآداب*. جامعة بغداد. كلية الآداب. العدد 144. 2023.
- 6 صليحة بن سباع. الإعلام الأمني العربي وإشكالية الحفاظ على الأمن القومي للمجتمع. *مجلة آفاق للعلوم*. الجزائر. جامعة زيان عاشور الجلفة. المجلد 8، العدد 1. 2023.
- (2) رحاب أشرف عدلي (2021). "معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية العامة والمحلية لقضايا شمال الصعيد : دراسة تحليلية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- (3) الهام صلاح عبد الموالى (2021). "دور الفضائيات المصرية الحكومية والخاصة في مواجهة القنوات التلفزيونية المعادية وتصحيح المعلومات المغلوطة لدى الجمهور". رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (2) أسماء يحيى محمد بدوي (2015). المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية المصرية في قناة الجزيرة مباشر مصر واتجاهات شباب الجامعات المصرية نحوها. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- (10) Christine McCauley Ohannessian, Michelle Boyd, Steven Kirsh (2014). "Media and Youth Development: An Overview of Issues, Theory, and Research". *Journal of Youth Development Bridging Research & Practice*, Volume 9, Number 1, Special Edition.
- (11) Robka Shamsheer & Mohammed Nayeem Abdullah (2012). "Effect of Satellite Television on The culture Of Bangladesh : The Viewers Perception". *European Journal Of Business and Management* , Vol 4 , No 9 , 2012 .
- (12) عبد الحميد، محمد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط. 3). عالم الكتب.
- (13) Edward Schatz and Renan Levine. Framing, Public Diplomacy, and Anti-Americanism in Central Asia. In: *International Studies Quarterly*. Vol 54. 2010. P 856.
- (14) علي، خالد صلاح الدين. (2020). الإعلام واللغة الإخبارية في إطار نظرية الاطر الخبرية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع55، ج1، 7-26.
- (15) الحمادية، خولة، وأخرون (2017). *الإعلام السياسي ونظريات التأثير*، دار الإعصار العلمي، ط1.
- (16) مزروع، رشا عبد الرحيم. (2013). أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير-دراسة تحليلية مقارنة. *دورية إعلام الشرق الأوسط* (9)، 5-60.

- (17) Holli A. Semetko and M. Valkenburg. Framing European Politics: A content Analysis of Press and Television News, In: **Journal of Communication**. Vol. 50. No. 2. spring 2000 p. 94.
- (18) Matthes, J. What's in a frame? A content analysis of media-framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. In : **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 86. 2009. Pp. 349-367.
- (1)Matthes, J. (2009), "What's in a Frame? A content Analysis of Media-Framing Studies in the world's Leading Communication Journals, 1990-2005", **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol. 86, , pp. 349-367.
- (20) لطفی، رشا عادل (2017). أطر التغطية الإخبارية للقضايا العربية في الفضائيات المصرية. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع60، 281-311.
- (1)Karin Pühringer, UrsDahinden, Patrick Rademacher,MatthiasGerth, and Gabriele Siegert, (2008). "Challenges to Political Campaigns in the Media: Commercialization, Framing, and Personalization", **National Centre of Competence in Research (NCCR)Challenges to Democracy in the 21st Century**, pp. 1–23.
- (2) Delia Cristina Balaban, IoanaIancu, and MedaMucundorfeanu, (2014). "Framing Obama's Re-election. A Comparative Analysis of German, French and Romanian Media Coverage", **Romanian Journal of Communication and Public Relations**, Faculty of Political Administrative and Communication Sciences, Babe°- Bolyai University, Vol. 16, No. 2, pp. 76– 77.
- (23)Shah, D., Watts, M. D., Domke, D., and Fan, D. (2002), "News Framing and Cueing of Issue Regimes. Explaining Clinton's Public Approval in Spite of Scandal", **Public Opinion Quarterly**, Vol. 66, pp. 339–370.
- (24) علي، خالد صلاح الدين. (2020). الإعلام و اللغة الإخبارية في إطار نظرية الاطر الخبرية. **مجلة البحوث الإعلامية**، ع55، ج1، 7-26.
- (25) محمد منير حجاب (2003). "أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية"، ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 78.
- (26) محمد عبد الحميد (2010). "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"، ط4، عالم الكتب، القاهرة، ص158.
- (27) عاطف عدلي العبد. **تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية**. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002).
- (28) بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق** (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2011) ص 275.