

2022

The role of Jordanian elites in disseminating Royal messages from the viewpoint of a sample of opinion leaders

Aula Hassan Abdel Razaq Alshurbajie
Freelance Research- Jordan, olamh22@yahoo.com

Kamel Khurshid Murad
Middle East University- Jordan, kmurad@meu.edu.jo

Follow this and additional works at: https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe



Part of the [Critical and Cultural Studies Commons](#), and the [Mass Communication Commons](#)

Recommended Citation

Alshurbajie, Aula Hassan Abdel Razaq and Murad, Kamel Khurshid (2022) "The role of Jordanian elites in disseminating Royal messages from the viewpoint of a sample of opinion leaders," *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education* (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في) التعليم العالي: Vol. 42: Iss. 4, Article 10.

Available at: https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jaaru_rhe/vol42/iss4/10

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in *Journal of the Association of Arab Universities for Research in Higher Education* (مجلة اتحاد الجامعات العربية (للبحوث في) التعليم العالي) by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aaruu.edu.jo, marah@aaruu.edu.jo, u.murad@aaruu.edu.jo.

دور النخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الملكية من وجهة نظر عينة من قادة الرأي The role of Jordanian elites in disseminating Royal messages from the viewpoint of a sample of opinion leaders

Aula Hassan Abdel Razaq Alshurbajie

Freelance Research- Jordan

olamh22@yahoo.com

علا حسن عبد الرزاق الشربجي

باحثة مستقلة - الأردن

olamh22@yahoo.com

Kamel Khurshid Murad

Faculty of Media

Middle East University- Jordan

kmurad@meu.edu.jo

كامل خورشيد مراد

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط- الأردن

kmurad@meu.edu.jo

Abstract

The study aimed to identify the role of opinion leaders in transmitting royal communication messages from the Throne Foundation to the public. The study adopted the descriptive-survey approach, using a questionnaire consisting of (83) items, and the sample of the study reached (76) as an available sample from opinion leaders. The study concluded that the most prominent characters (persons) called for royal meetings were the media professionals and, heads of government and councils. The most prominent communication messages was "a concerted effort to overcome circumstances." But the dilemma in understanding the contents of the messages were the weakness of opinion leaders in conveying them to the public opinion, and absent of public's confidence in opinion leaders, and one of the treatments to solve problems was instructing opinion leaders not to interpret royal messages out of context, and for the Royal Court to formulate the content of the meeting in the form of a statement or a publication and broadcast it through the official media. Among the most important recommendations are; the Department of Media and Public Relations in the Royal Court might issue a periodical newsletter to clarify most important points of communication messages, and assigning specialists and experts to discuss the developments of royal meetings and official speeches and stand on their contents and implications for transmission to the world and the public objectively local.

Key words [The Role; of Jordanian Elites, Opinion leaders; Communication messages; Royal Meetings; Jordan].

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دور النخب الأردنية في الأردن في نشر الرسائل الملكية بين مؤسسة العرش والجمهور من خلال اللقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام استبانة تكونت من (83) فقرة، وبلغت عينة الدراسة (76) عينة متاحة من قادة الرأي. توصلت الدراسة إلى أن من أبرز الشخصيات التي تدعى للقاءات الملكية هم الإعلاميون، ورؤساء حكومات ومجالس، ومن أبرز الرسائل الاتصالية هي "تظافر الجهود لتجاوز الظروف"، وأظهرت الدراسة أن أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي ضعف مهارة قادة الرأي في إيصال الرسالة الملكية للرأي العام، وضعف ثقة الجمهور بقيادة الرأي العام، وكان من أبرز المعالجات لحل الإشكالات هي توجيه قادة الرأي بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها، وأن يصيغ الديوان الملكي مضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور وبثه عن طريق وسائل الإعلام الرسمية. ومن أهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة، هي إصدار دائرة الإعلام والعلاقات العامة في الديوان الملكي نشرة شهرية أو دورية تتضمن أبرز الرسائل الاتصالية التي تم التركيز على إيصالها إلى المجتمع الأردني، وتكليف مختصين وخبراء لمناقشة مستجدات اللقاءات الملكية والخطابات الرسمية والوقوف على مضامينها ودلالاتها لنقلها للعالم والجمهور المحلي بموضوعية.

كلمات مفتاحية: [الدور؛ النخب الإعلامية، قادة الرأي؛ الرسائل الاتصالية؛ اللقاءات الملكية؛ الأردن].

المقدمة

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

أهداف الدراسة وأسئلتها :

تسعى الدراسة إلى التعرف إلى دور النخب الأردنية في نقل الرسائل الملكية بين مؤسسة العرش والجمهور من خلال اللقاءات الملكية مع النخب الأردنية، وانبثقت من هذا الهدف أسئلة الدراسة التالية :

1. ما أبرز المدعويين للقاءات الملكية حسب عناوينهم الوظيفية؟
2. ما مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية ؟
3. ما أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية ؟
4. ما أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية ؟
5. ما أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية؟

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

1. إبراز المشكلة المطروحة بعد تحديد كل متغيراتها تحديداً دقيقاً والتي تشكل الوحدة البحثية لتسهيل معرفة القيمة العلمية والتطبيقية للدراسة ككل.
2. تعد الرسائل الاتصالية من أكثر الرسائل استخداماً من قبل الإنسان في الوقت الحاضر نتيجة سهولة استخدامها وقدرة مستخدميها من الوصول إلى ما يريدون من أخبار ومعلومات خلال وقت قصير لذلك هذه الرسائل لديها قدرة على التأثير على الرأي العام من مختلف الجوانب.

تعد الرسالة الإعلامية ركناً رئيساً في العملية الاتصالية، وأداة وصل مهمة في العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها المتنوع؛ وتسعى إلى تحقيق أكبر أثر لهما في الجمهور المستهدف، والوصول إلى أكبر رقعة جغرافية ممكنة في المنطقة التي تنشط فيها، وإحداث التغيير والتوجيه والتثقيف المنشود لدى الموجودين فيها، والإفادة من العلوم الإنسانية الأخرى لمعرفة السبل المثلى للوصول إلى الأهداف المنشودة منها.

أما قادة الرأي العام فيؤدون دوراً مهماً في إيصال الرسالة، وإقناع الجمهور، والتواصل مع الفئات المستهدفة، وكتابة وتحرير المواد الخيرية، والمساهمة في تخطيط وتصميم وتنفيذ الرسائل الإعلامية وعناصرها ومراحلها المختلفة، ويجري قادة الرأي العام على وسائل الإعلام العامة دراسات دقيقة ومعقدة لمعرفة المضمون المتميز للرسائل الإعلامية، وما يجب أن تحتوي عليه من بيانات وأشكال ومعلومات ورموز ورسوم، وما يجب أن تستخدمه من أساليب إعلامية مهنية، وخصائص تكنولوجية فنية في سبيل ذلك، إضافة إلى إيلاء شكل هذه الرسائل عناية خاصة واهتماماً بالغاً، ليتواكب المضمون المتميز مع الشكل الملائم، ومن ثم تحظى الرسائل بالمتابعة والاهتمام، وتحقيق الأهداف المنشودة منها (بوشنافة، 2016، ص 46).

وتعد النخب الأردنية في الأردن الفئة المجتمعية التي لها تأثير واضح في المجتمع سواء مجتمعياً أو في السياسة الداخلية للدولة وغيرها من الأمور ويمكننا تصنيفهم (مسؤولو المؤسسات الصحفية، الناطقون الإعلاميون، المسؤولون الحكوميون).

مشكلة الدراسة:

ان تحديد المشكلة البحثية يمثل اقتراباً من الموقف الخاضع للدراسة في اطاره العام مما يرتب على الباحث اعادة النظر بتفسير هذا الواقع واعادة بناء العلاقات بين عناصر المشكلة البحثية (المشهداني، 2020). ويمكن تقديم بعض الاستدلالات لهذه الإشكالية البحثية، منها ان المشكلة البحثية غير مبحوثة على الصعيد العلمي سابقاً على حد علم الباحثين، وان هناك امكانية في تعميم النتائج المتحصلة على مشاكل بحثية متقاربة. وازضافة إلى ذلك فإن للمشكلة البحثية علاقة مباشرة بالمجتمع المحلي الأردني وبمراكز صنع القرار فيه. ومن هنا فإن مشكلة

مجتمع الدراسة ب (مسؤولي المؤسسات الصحفية، المسؤولين الحكوميين، الناطقين الإعلاميين).

- الرسائل الاتصالية: عرفها الشريف (2018، ص6) الرسالة الاتصالية على أنها: "مفردتها رسالة وهي عبارة عن معلومات أو آراء أو أفكار أو مشاعر أو اتجاهات يرغب القائم بالاتصال أو مرسل الرسالة في نقلها إلى الآخرين سواء كان ذلك من خلال استخدام اللغة اللفظية أو غير اللفظية بهدف تحقيق أهدافه الاتصالية وهي تشكل مضمون ومحتوى العملية الاتصالية".

- إجرائيا: على أنها: مجموعة لأحاديث والاشارات والمعلومات و الدلائل التي يرسلها الملك إلى قادة الرأي تحمل مضامين وأهداف ليقوم قادة الرأي بترجمتها إلى رسائل تصل إلى الجمهور بشكل انسيابي بسيط حققة هدف مضمون الرسالة.

- حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية.
- الحدود الزمانية: المدة من شهر آب (اغسطس 2020) حتى تشرين الثاني (نوفمبر) 2020.
- الحدود المكانية: المملكة الأردنية الهاشمية.
- الحدود البشرية: عينة من قادة الرأي في الاردن.

الإطار النظري

قادة الرأي

رغم دخول مصطلح قادة الرأي – ويمكن ايضا ان نطلق عليهم قادة الرأي العام - بؤرة اهتمام الباحثين منذ أكثر من مئتي عام، إلا أنه كسائر فروع العلوم الاجتماعية لا يوجد اتفاق تام حول تعريفه، وينبع هذا من الاختلافات حول تحديد من هم محور عملية صنع الرأي وبعضهم جعلهم الصفوة، وبعضهم جعلهم الجمهور النشط وهناك من جعل الجماهير هم محور عملية صنع الرأي، ومن يرى أن المؤثرين في الإعلام هم قادة الرأي العام. (مراد، 2014).

نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين :

تقوم النظرية على أن الأفكار غالبا ما تنتقل من الراديو أو الصحف إلى قادة الرأي ومن هؤلاء إلى القسم الأقل نشاطاً منهم في قطاعات الشعب، وسميت بعد ذلك نظرية انتقال المعلومات

3. تقدم شرحاً وافياً للرسائل الاتصالية ومضامينها والتعرف إلى مفهومها وخصائصها وكيف كان للنخب الأردنية دور في تحريك آراء المجمع الأردني وتفاعلهم مع هذه الرسائل.

الأهمية العملية:

1. تكمن أهمية الدراسة العملية في كونها تقدم تشخيصاً واقعياً للمعنيين بالرسائل الاتصالية، ووصف مدى مناسبة الوسيط المعتمد في استعراض مضامين تلك الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وانعكاساتها على الرأي العام.
2. تحث الدراسة على وضع آليات عملية لتجنب الإشكالات الواقعية والمحتملة لتأويلات النخبة للرسائل الاتصالية للقاءات الملكية.
3. تزويد النخب بدراسة استرشادية للوقوف على مواطن الخلل في تفسير الرسائل الاتصالية، وتقديم المقترحات في سبيل تجاوزها.

مصطلحات الدراسة:

- الدور: عرفه ناصر (د.ت. ص 173) على أنه السلوك الذي يقوم به الفرد في المركز الاجتماعي الذي يشغله.
- إجرائيا: الأجراء أو الوظيفة التي تقوم بها الرسائل الاتصالية تجاه الجمهور، والتي تسعى من خلالها التأثير في اتجاهات الجمهور المتلقي.
- النخبة عرفها اللحام (2005، ص 739) على انها "مجموعة مثقفة وواعية من افراد الرأي العام تتميز بالاطلاع والخبرات وحسن التصرف".
- اجرائيا: الذين لهم إسهامات واضحة في مجال الإعلام، السياسة، الاجتماع، والاقتصاد وتم تحديدهم داخل مجتمع الدراسة ب (مسؤولي المؤسسات الصحفية، المسؤولين الحكوميين، الناطقين الإعلاميين).
- الرأي العام: عرف التهامي، والعبد (2005، ص15) الرأي العام بأنه: "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً.
- قادة الرأي: الذين لهم إسهامات واضحة في مجال الإعلام، السياسة، الاجتماع، والاقتصاد وتم تحديدهم داخل

دور قادة الرأي في نقل و تحليل مضمون الرسائل التي وجهها الملك إلى الشعب الأردني عن طريق لقاءاته مع عدد من قادة الرأي، وانعكاس ذلك على آليات تعامل الصحفيين مع القراءات التحليلية للرسائل الملكية.

إن اللقاءات السياسية الأردنية ممثلة بجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين إنما انطلقت من ثوابت راسخة هادفة لبناء أردن الحاضر والمستقبل، وهو هدف للتنمية الشاملة والمستدامة، الأمر الذي جعل من هذه اللقاءات السياسية للملك عبدالله الثاني متجهاً نحو المجالات التي يمكن من خلالها تقديم الفائدة والنفع للإنسان الأردني في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية إيماناً من الملك بضرورة تحقيق الرفاه الاجتماعي والأمن والعدالة، إذ هي في سلم أولويات الملك عبدالله الثاني بهدف إيجاد الإنسان المنتمي الواعي المدافع عن وطنه والمتبع لقيادته السياسية (المومني، 2011، ص 1). وفي حديث جلالته لصحيفة الرأي بتاريخ 24-9-2022 عبر الملك عن رؤيته لدور النخب في الحياة العامة بقوله " أتمنى على بعض نخبنا أن تهجر ثقافة الصالونات السياسية وتنخرط في الحياة الحزبية، فالتغيير للأفضل لن يكون إلا بأدوات الديمقراطية المعروفة، والمشاركة لن تتحقق في المرحلة المقبلة إلا بالعمل الحزبي المنظم" حديث جلالة الملك عبد الله إلى صحيفة الرأي الأردنية - الأحد 25-9-2022.

الدراسات السابقة

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

هدفت الدراسة التعرف إلى اهتمامات جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين بما يقدم من خلال وسائل الإعلام الأردنية، وذلك من خلال استخدام التحليل النوعي للرؤية الملكية للإعلام. اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي الاستقرائي لتحليل وثائق الرؤية الملكية المهمة بالإعلام في الفترة بين 1999/2/7 حتى 2009/1/1م، وتم دراسة المقالات والكلمات والرسائل وكتب التكليف والمقابلات التي أجريت وقدمت ووجهت من جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين، الواردة في الموقع الرسمي لجلالة الملك. وكان من أهم نتائج الدراسة هي أن القضايا الإعلامية التي

على مرحلتين، وأكدت هذه النظرية أن الجمهور ليس عبارة عن أفراد منفصلين عن بعضهم البعض، ولكنهم متصلون ببعضهم، من خلال قنوات متعددة يتم بينهم الإقناع وتبادل المعلومات من خلال المناقشات النشطة، كما أكدت أن تأثير الاتصال الشخصي أكثر من تأثير وسائل الإعلام. فالجمهور حسب هذه النظرية يتأثر بطريقة غير مباشرة، وهذا التأثير يرجع إلى تفسير قادة الرأي للرسالة الإعلامية أكثر من التفسير المقصود للرسالة من مصدرها الأصلي وهي وسائل الإعلام. كما تؤكد فرضية هذه النظرية اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية تمثل ضغوطاً على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي. (ميلفين، ديفلير وساندر، بول روكيتش (1992).

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

مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية

تؤدي اللقاءات الملكية دوراً مهماً في عملية توجيه الرأي العام، وكذلك توجيه الحكومة نحو أهداف محددة كالترويج لأفكار معينة أو لغرس قيم مطلوبة، وتمثل هذه اللقاءات التي تحصل بدعوة من الديوان الملكي الأردني لعدد من قادة الرأي الأردنيين والنخب المثقفة سياقاً متبعاً في الدولة الأردنية الحديثة كونها ممارسة ديمقراطية ومؤشراً على مستوى الشفافية والحوار المتبادل بين السلطة والشعب، إلا أن مضمون الحوار الذي يجري في الرواق الملكي والرسائل التي يضمها الملك في حديثه يتباين تفسيرها وتحليلها أثناء بثها ونشرها من قبل قادة الرأي العام ممن حضر تلك اللقاءات، ويتلو تباين تلك التفسيرات تبايناً في الموقف الجماهيري تبعاً لذلك، وعليه تظهر ضرورة التعرف إلى

للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاستبعاد الاجتماعي والذي يقصد به الحرمان من الموارد والحقوق، وذلك من خلال تحليل مضامين الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني لكتب التكليف السامي للحكومات المتعاقبة، وخطاب العرش في افتتاح الدورات العادية لمجلس الأمة خلال الفترة من (1999 – 2008)، استخدمت الدراسة منهج تحليل النظم، ومنهج صنع القرار، والمنهج الإجرائي لدراسة النسق العقائدي للقادة السياسيين، ومنهج تحليل المضمون، وأظهرت الدراسة عدد من النتائج كان أبرزها: أن الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين قد كان له أثر إيجابي على مؤشرات الاستبعاد الاجتماعي لتحقيق الاستيعاب والإدماج حيث شكل الخطاب السياسي في بنيته وتوجيه نهج ودستورا للحكومات الأردنية التي تشكلت في فترة الدراسة، وتركت آثار إيجابية على مؤشرات الاستبعاد الاجتماعي فشملت الإصلاحات البنوية لجميع الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فقد تم تعزيز الاستيعاب والإدماج للمرأة والشباب وذلك بتوسيع المشاركة.

– دراسة ارتيما (2013)، بعنوان: "اتجاهات قادة الرأي في الأردن نحو برامج التنمية السياسية التلفزيونية في: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا الخاصة دراسة مقارنة في الفترة أكتوبر 2012 / أيار 2013"، التي هدفت إلى التعرف على آراء قادة الرأي العام في المملكة الأردنية الهاشمية في مدى إسهام كل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا في جهود التنمية السياسية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمسحي والاستبيان كأداة، إذا طبقت على عينة من (380) فرداً من أعضاء مختلف النقابات المهنية الأردنية. وكان من أهم نتائجها: إن التنمية السياسية من وجهة نظر قادة الرأي في النقابات المهنية الأردنية تعنى بالترتيب: إصلاح مؤسسات الدولة وترشيد الحكم فيها، ونشر الوعي السياسي بين المواطنين، وممارسة انتخابات ديمقراطية، وتعزيز مؤسسات المجتمع المدني على أنواعها، وأنها عملية تربية تبدأ من الأسرة والمدرسة وبمشاركة المؤسسات الأخرى، كما تعني تشجيع المواطنين للانخراط بالعمل السياسي..

– دراسة الرواد (2015)، بعنوان: "اتجاهات قادة الرأي الإعلامي في الأردن حول فكرة الوطن البديل"، التي هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات قادة الرأي العام في الوسط

جاءت متضمنة في رؤية جلاله الملك عبد الله الثاني كانت متنوعة تشمل جميع القضايا التي تهم المجتمع الأردني كذلك شملت المطالبة بالوقوف إلى جانب الدول العربية، كما أثبتت الدراسة مطالبة جلالته من الإعلام الكشف عن الحقائق وتقديم المعلومة الصحيحة للقضايا التي تخدم المواطن والوطن بكل تجرد وموضوعية، وبأن يتصف الإعلامي بالعدل والأخلاق الحسنة التي تبعده عن الشبهات، وأن يتحدى الظروف حتى يصل للحقيقة بشفافية.

– دراسة ماركو (2011) بعنوان: **The Role of Opinion Leaders in The Dissemination of Media Messages During The Pre-Election Period: The Case of Bosnia and Herzegovina** - دور قادة الرأي في نشر الرسائل الإعلامية خلال فترة ما قبل الانتخابات: حالة البوسنة وهرزغوفينا" التي بحثت في الصلة بين وسائل الإعلام وقادة الرأي في البوسنة والهرسك في فترة ما قبل الانتخابات العامة لعام 2010، في محاولة لتحديد العوامل الرئيسية التي تحدد تفاعلهم والطريقة التي يتم بها تفسير الرسائل الإعلامية. سعت الدراسة إلى فحص العلاقات المتبادلة واتجاهات استخدام وسائل الإعلام من أجل تعزيز وجهات النظر والآراء السياسية المفضلة. تم استخدام المنهج الوصفي بالاعتماد على تحليل المحتوى الكمي وتحليل الخطاب النوعي، لمحتوى من المقالات والمواد الإعلامية، تتعلق بقيادة الرأي باعتبارهم الموضوع الرئيس للتقارير. أظهرت الدراسة أن قادة الرأي العام يفسرون الأشياء بما يتيح لهم بناء استراتيجية الاتصال الخاصة بهم تجاه جمهورهم الإعلامي. كما أظهرت أن هناك ثلاثة أسباب مهمة تفسر أهمية دور قادة الرأي؛ الأول هو البيئة الاجتماعية والسياسية المحددة التي يتصرفون فيها كمتحدثين باسم المجموعة التي حددت نفسها بنفسها. والثاني هو هويتهم البصرية التي يمكن التعرف عليها. والثالث هو عدم وجود "قراءة نشطة" لمحتويات وسائل الإعلام من قبل المواطنين العاديين، مما يسمح للقادة بالتصرف بصفتهم الأكثر صلة بالموضوع.

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

قادة الرأي أن الإذاعة تعمل على توجيه المواطن لحب الوطن والدفاع عنه حصلت على المرتبة الأولى في مجال رضا الفئة المبحوثة، في حيث يرى قادة الرأي تغطية الإذاعة للأحداث التي تعزز من حب الوطن لم تكن بالمستوى المطلوب حيث حصلت على المرتبة الأخيرة في هذا المجال، بينما لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة في دور إذاعة هلا في تعزيز القيم الوطنية من وجهة نظر قادة الرأي العام تعزى للمتغيرات (السن، التحصيل العلمي، المنصب).

- دراسة لكبير (2019)، بعنوان: تأثير قادة الرأي على الوظيفة التفسيرية لمضامين وسائل الإعلام في ظل نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين، دراسة تحليلية على عينة من المضامين التلفزيونية لبرنامج "مع معتز"- قضية جمال خاشقجي- قناة الشرق أنموذجاً، للفترة (06 أكتوبر 2018_29 ديسمبر 2018)، التي هدفت إلى تبيان التغيرات الجوهرية في مسار الرسالة في البيئة القديمة، بتأثير قادة الرأي الإعلاميين، الذي يؤدي إلى تغيير محمول الرسالة أو شكلها أو سرعة وصولها. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، بتحليل المضامين التلفزيونية الصادرة من قناة الشرق، باستخدام بطاقة تحليل المضمون ل(13) مادة إعلامية تمثل مضامين برنامج "مع معتز"، وأظهرت الدراسة عدد من النتائج كان أهمها: يمارس الإعلامي دوراً محورياً في الفضاء العمومي من خلال علاقته مع الوسيلة الإعلامية، التي يتخذها أحد المصادر المهمة للتأثير على الوظيفة التفسيرية لمضامين أي قضية يتم عرضها من خلال الرسائل الاتصالية، كما يعد الصحفي أن العلاقات الشخصية المتداخلة، بمثابة وسائل اتصالية تتمثل بضغطاً على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي، من خلال تبادل الأدوار في ظروف مختلفة.

- دراسة العيسوي (2020): "رؤية جلالة الملك عقد الله الثاني ابن الحسين في نشر التسامح ومكافحة الإرهاب" هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين في نشر ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام منهجية تحليل الخطاب، من خلال تحليل ما قدمته الرؤية الملكية من فكر وتشخيص ومعالجة الموضوع

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

- دراسة أبو حواء (2017)، بعنوان: "تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن"، التي هدفت الوقوف على تقييم قادة الرأي العام في الأردن لأداء إذاعة هلا أف أم الأردنية في تعزيز قيمة الولاء والدفاع عن الوطن، عبر برامجها المتنوعة، ومدى إسهام الإذاعة في تعزيز هذه القيم، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي، للتعرف على آراء المبحوثين من قادة الرأي في المجتمع الأردني والمكونة من (الوزراء والأعيان والنواب، وقادة الرأي العام في الوسط الإعلامي من صحفيين ومحربين والأكاديميين والأساتذة في الجامعات الحكومية الأردنية ووجهاء العشائر)، واستخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة بطريقة عشوائية والتي تكونت من (361) مفردة، وأظهرت النتائج: أنه حققت درجة الرضا عن أداء إذاعة هلا في تعزيز قيمة الدفاع الوطني على المرتبة الأولى في جميع مجالات الدراسة، كما أن استخدام إذاعة هلا لموقع إلكتروني يبث المعلومات التي تعنى بتعزيز القيم الوطنية والدفاع عن الوطن على المرتبة الأولى في درجة تحقيق الإشباع لدى قادة الرأي بينما إعداد تقارير توضح إيجابيات الدفاع عن الوطن والمواطنة لم تنل درجة إشباع كبيرة لدى الفئة المبحوثة وحصلت على المرتبة الأخيرة، ويرى

تهدف إلى بيان دور قادة الرأي في نشر الرسالة الاتصالية للقاءات الملكية وتفسيرها أمام المجتمع إلا إن الدراسة الحالية تماثلت مع الدراسات السابقة في كونها عالجت موضوع قادة الرأي العام بشكل عام.

أما من ناحية المنهجية: فقد تنوعت بحسب كل دراسة طبيعة أهدافها ومجتمعها، فكان منها الوصفي التحليلي مثل دراسة ماركو (2011) Marko ودراسة، ودراسة لكبير (2019) ودراسة العيسوي (2020)، أو الوصفي القائم على منحج المسح مثل دراسة ارتيمة (2013)، ودراسة الرواد (2015)، ودراسة أبو حواء (2017)، ودراسة لكبير (2019)، في حين استخدمت دراسة المومني (2011) مجموعة من المناهج التحليلية، مثل: منحج تحليل النظم، ومنهج صنع القرار، ومنهج تحليل المضمون، أما دراسة العيسوي (2020) فقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي باستخدام منهجية تحليل الخطاب، أما دراسة الخلايلة (2009) فقد استخدمت التحليل النوعي الاستقرائي المحتوى. وبالتالي فإن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة التي اعتمدت المنهج الوصفي المسحي.

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

من ناحية الفجوة البحثية: جاءت هذه لتسد حاجة بحثية قائمة في سلسلة تناول الرسائل الملكية وخطابات وتوجهات جلالة الملك عبد الله الثاني، فالدراسة تقدم تصوراً عن خصائص

محرارية الإرهاب ونشر ثقافة التسامح. تمثل مجتمع الدراسة في كل ما نشر من خطابات العرش السامي، والمقابلات التلفزيونية، واللقاءات الصحفية المحلية والإقليمية والعالمية التي نشرت في الموقع الرسمي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين في الفترة ما بين 1/1/2015 ولغاية 1/1/2020. وبلغ العدد الإجمالي حسب الموقع الرسمي لجلالته (96) خطابا. أما العينة فتم اختيارها بطريقة المسح الشامل لكل ما نشر خلال الفترة السابقة حول ثقافة التسامح ومكافحة الإرهاب وبلغت (71) خطابا. استخدمت الدراسة أدوات التحليل الكيفي والكمي للإجابة على أسئلة الدراسة، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل الخطاب أداة للقياس. كما استخدمت الدراسة وحدة الموضوع وحدة لتحليل مضمون الموضوعات من خلال البحث عن تلك الموضوعات ضمن نصوص الخطابات واقتباس الفقرات التي تتضمن الموضوعات الرئيسية بهدف بيان موقع المواضيع الرئيسة والكلمات الدالة عليها في سياقها ضمن الرؤية الملكية. خلصت الدراسة إلى أن الإرهاب يشكل الخطر الأكبر محليا وإقليميا ودوليا. يرى جلالته أن الإعلام بمختلف وسائله بما فيها الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، يؤدي دورا مهما في مكافحة الإرهاب ونشر ثقافة التسامح وفي إطار مجابهة الفكر المتطرف ونشر ثقافة التسامح، و ضرورة ترسيخ القيم الروحية التي تجمعنا، كمبادئ التسامح، والرحمة، والتعاطف مع الآخرين، والاحترام المتبادل.

التعقيب على الدراسات السابقة:

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

من ناحية الهدف: فقد هدفت بعض الدراسات السابقة إلى التعرف إلى اتجاهات واهتمامات قادة الرأي العام في الرسالة الاتصالية، ودورهم في البيئة السياسية والاجتماعية، وعلاقتهم بوسائل الإعلام مثل دراسة الخلايلة (2009) و (2011) Marko، ودراسة ارتيمة (2013)، ودراسة الرواد (2015)، ودراسة أبو حواء (2017)، ودراسة لكبير (2019)، إلى جانب دراسات أخرى هدفت إلى تحليل الخطاب السياسي، مثل؛ ودراسة المومني (2011) و دراسة العيسوي (2020) و دراسة الخلايلة (2009) وبهذا فالدراسة تختلف عن الدراسات السابقة في كونها

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

كامل خورشيد مراد

علا حسن عبد الرزاق الشريحي

جدول (1): خصائص العينة المبحوثة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
76.3	58	ذكر
23.7	18	أنثى
100.0	76	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	العمر
7.9	6	أقل من 30 سنة
10.5	8	30- أقل من 36
15.8	12	36- أقل من 40
65.8	50	40 فأكثر
100.0	76	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
5.3	4	ثانوية عامة
2.6	2	دبلوم
44.7	34	بكالوريوس
15.8	12	ماجستير
31.6	24	دكتوراه
100.0	76	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
7.9	6	رئيس تحرير
28.9	22	محرر
26.3	20	مسؤول إداري
13.2	10	محلل سياسي
13.2	10	مراسل صحفي
7.9	6	مدير عام
2.6	2	ناطق إعلامي
100.0	76	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	مكان العمل
26.3	20	صحيفة الكترونية
7.9	6	صحيفة ورقية
7.9	6	وكالة إخبارية
31.6	24	مركز إعلامي
23.7	18	فضائية
2.6	2	إذاعة
100.0	76	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	عائدية المؤسسة
35.5	27	حكومية
64.5	49	خاصة
100.0	76	المجموع

تلك الرسائل وموضوعاتها، واليات معالجة الإشكالات الواقعية في تأويلها من وجهة نظر قادة الرأي في الاردن.

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

منهج البحث:

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

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من شخصيات عامة تعاملت مع اللقاءات الملكية سواء إعلامياً أو حضورياً، ومن نخب سياسية وإعلامية، وهم الذين يمثلون حلقة الوصل بين الخطابات والرسائل الاتصالية مع الجمهور من الوسائل الإعلامية المتعددة، واطلقت الدراسة عليهم هنا بمصطلح " قادة الرأي " حيث تم استطلاع رأيهم بدور النخب الأردنية في نقل ونشر مضامين الرسائل الملكية بين الجمهور بمختلف الوسائل.

عينة الدراسة

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

أدوات الدراسة:

استند البحث إلى المقابلات المنظمة من جهة وإلى أداة الإستبانة من أجل الحصول على البيانات و المعلومات الخاصة بالدراسة من جهة ثانية. وأن سبب استخدام المقابلات المنتظمة كان من أجل الحصول على معلومات لا تتوفر عادة في المراجع أو الكتب أو المصادر الأخرى، إذ إن المقابلة تستثير بعض المعلومات لدى المبحوث ذي الصلة بموضوع البحث. و المقابلة المنظمة قد تكون فردية كما في بحثنا الحالي وهي التي تجرى في جلسة خاصة مع شخص واحد فقط حتى يشعر بالحرية والاطمئنان ويكون التعبير عن نفسه أكثر صدقاً واكتمالاً. وسبب اللجوء لهذا النوع من المقابلات هو أنها توفر البيئة المناسبة للفرد المبحوث للإدلاء برأيه والإجابة عن الأسئلة المطروحة من قبل الباحث دون أن يوضع في موقف محرج، كما تعزز إحساسه بحرية التعبير والطمأنينة في الإجابة، وترتكز المقابلات المنظمة على دقة الاستجابات المختلفة التي يمكن من خلالها جمع بيانات منظمة للغاية.

وتم تصميم الاستبانة بعد الاطلاع على الأدب النظري ومسح الدراسات السابقة ومعطيات المقابلات والملاحظة الاستطلاعية الأولية، إذ تكونت بصيغتها الأخيرة من (83) فقرة من أجل قياس دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي في الأردن. وقد تم اعتماد الاستبانة بعد أن خضعت لإجراءات التحكيم العلمي من قبل لجنة الخبراء. وقد تكونت أداة الدراسة من أسئلة الدراسة والمكونة من:

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

القسم الثاني: محاور الدراسة، وتعالج هذه المحاور موضوع الدراسة الرئيس المتمثل بـ (دورالنخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية من وجهة نظر قادة الرأي)، وتمثل المحاور في الآتي: [العناوين الوظيفية للنخب الأردنية المشاركين باللقاءات، كيفية نشر الرسائل الملكية، الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية، إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية، معالجة إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية].

يظهر من الجدول رقم (1) ما يلي:

- 1- إن عدد الذكور في عينة الدراسة بلغ (58) بما نسبته (76.3%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، بينما بلغ عدد الإناث (18) بما نسبته (23.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة.
- 2- إن المبحوثين من الفئة العمرية (40 فأكثر) بلغ عددهم (50)، ما يمثل نسبة (65.8%)، تلاها الفئة العمرية (36- أقل من 40)، بعدد (12) ونسبة (15.8%)، ثم الفئة العمرية (30- أقل من 36)، بعدد (8) ونسبة (10.5%)، ثم الفئة العمرية (أقل من 30 سنة)، بعدد (6) ونسبة (7.9%).
- 3- إن المبحوثين من فئة المستوى التعليمي (بكالوريوس) بلغ عددهم (34)، ما يمثل نسبة (44.7%)، تلاها فئة المستوى التعليمي (الدكتوراه)، بعدد (24) ونسبة (31.6%)، ثم فئة (الماجستير)، بعدد (12) ونسبة (15.8%)، ثم فئة(ثانوية عامة)، بعدد (4) ونسبة (5.3%)، ثم فئة (الدبلوم)، بعدد (2)، أي بنسبة (2.6%).
- 4- إن المبحوثين من فئة الوظائف (محرر) بلغ عددهم (22)، ما يمثل نسبة (28.9%)، تلاها فئة (مسؤول إداري)، بعدد (20) ونسبة (26.3%)، ثم فئة (محلل سياسي) وفئة(مراسل صحفي)، بعدد (10) ونسبة (13.2%) لكل منهما، ثم فئة(مدير عام) وفئة(رئيس تحرير)، بعدد (6) ونسبة (7.9%) لكل منهما، ثم فئة (ناطق إعلامي) بعدد (2)، ما يمثل نسبة (2.6%).
- 5- إن توزيع المبحوثين حسب فئة مكان العمل، جاء كما يلي: (مركز إعلامي) بلغ عددهم (24)، ما يمثل نسبة (31.6%)، تلاها فئة (صحيفة إلكترونية)، بعدد (20) ونسبة (26.3%)، ثم فئة (فضائية) بعدد (18) ونسبة (23.7%)، ثم فئة(صحيفة ورقية) وفئة(وكالة إخبارية)، بعدد (6) ونسبة (7.9%) لكل منهما، ثم فئة (إذاعة) بعدد (2)، ما يمثل نسبة (2.6%).
- 6- إن عدد المبحوثين الذي يعملون في المؤسسات الحكومية بلغ (27) بما نسبته (35.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، بينما بلغ عدد المبحوثين الذي يعملون في المؤسسات الخاصة (49) بما نسبته (64.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

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

كامل خورشيد مراد

علا حسن عبد الرزاق الشريحي

صدق الأداة وثباتها: $2.33 = 1.33$ ، والمستوى المتوسط من $3.67 = 1.33 + 2.34$ والمستوى المرتفع من $3.68 - 5$.

جدول (2)

معامل ثبات كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha لمحاوَر الأداة

المحور	عنوان المحور	Cronbach's Alpha
الأول	العناوين الوظيفية لقادة الرأي المشاركين باللقاءات الملكية	0.92
الثاني	الصفات الفعلية لقادة الرأي المشاركين باللقاءات الملكية	0.90
الثالث	العوامل المؤثرة باختيار قادة الرأي للقاءات الملكية	0.91
الرابع	موضوعية قادة الرأي في بث الرسائل الملكية	0.90
الخامس	الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية	0.91
السادس	إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية	0.91
السابع	معالجة إشكالات فهم مضامين الرسائل الملكية	0.91
	معامل ثبات الاستبانة كاملة	0.92

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

نتائج الدراسة :

المحور الأول: أبرز المدعويين للقاءات الملكية حسب عناوينهم الوظيفية

جدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن أبرز المدعويين للقاءات الملكية حسب عناوينهم الوظيفية مرتبة ترتيباً تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
5	إعلاميون	4.3947	0.73174	1	مرتفع
1	رؤساء حكومات ومجالس	4.3947	0.76731	2	مرتفع
4	أعيان	4.2895	0.87660	3	مرتفع
12	مسؤولو ومديرو المؤسسات الصحفية	4.2632	0.85430	4	مرتفع
3	نواب	4.1974	0.93836	5	مرتفع
2	وزراء	4.1842	0.96209	6	مرتفع
6	شيوخ عشائر	3.7895	1.19237	7	مرتفع
10	أدباء	3.7105	0.89168	8	مرتفع
11	تجار ورجال أعمال	3.5395	1.07630	9	متوسط
7	فنانون	3.3816	1.04521	10	متوسط

صدق الأداة وثباتها:

تم عرض الاستبانة على عدد من أساتذة الإعلام في الجامعات وبعد اطلاعهم على عباراتها أشاروا إلى بعض المقترحات والتوصيات القيمة حول عبارتها، إذ أجرى التعديل وفقاً لأرائهم حتى برزت الأداة بشكلها النهائي.

وللتأكد من ثبات أداة تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا (Chronbach Alpha) على جميع فقرات أبعاد مجالات الدراسة والأداة ككل، وظهر أن قيم معاملات الثبات بطريقة (كرونباخ ألفا) كانت مقبولة لأغراض التطبيق، إذ إنها تراوحت بين (0.90-0.92)، وقد أشارت الدراسات إلى أن نسبة قبول معامل الثبات (0.60) (Aczel & Sounderpandian, 2002, p.398)، وقد كانت معاملات الارتباط لأداة الدراسة بنسبة عالية، وجاءت بنسبة (0.92) للأداة ككل.

إجراءات البحث الإحصائية:

تم تفرغ إجابات أفراد العينة وإدخالها ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) وتم استخراج المعالجات الإحصائية الآتية: الإحصاء الوصفي لبيان المتوسطات الحسابية means والانحرافات المعيارية، ومعامل الارتباط بيرسون لبيان ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، ومعامل الارتباط كرونباخ ألفا Cronbach Alpha لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الدراسة، واختبار Independent Sample T-test واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لاختبار العلاقة بين المتغيرات وLSD للمقارنات البعدية.

وفيما يتعلق بمقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة، فقد تم اعتماد المتوسطات الحسابية لحساب المستويات مع مراعاة أن يتدرج المقياس كما يأتي:

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

واستناداً إلى معادلة طول الفئة (القيمة العليا - القيمة الدنيا) لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات تم استخراج طول الفئة (1.33) ليكون معدل قيم المتوسطات الحسابية على النحو الآتي: المستوى المنخفض من 1 +

مسؤولي المجالس، لكن لم يكن الحضور حضوراً كبيراً للمهني والمعلم أو الأستاذ على المستوى الفردي والمتفرق.

تمثل النخب الأردنية حلقة الوصل الأساسية في إيصال الرسائل من الجهات العليا إلى المجتمع، وقد أجريت العديد من الدراسات التي اعتمدت مسح آراء النخب الأردنية في المجتمع لمعرفة اتجاهاتهم إزاء مختلف القضايا التي تهم الوطن على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، مثل دراسة الرواد(2015) التي ركزت على معرفة اتجاهات النخب الأردنية في الوسط الإعلامي الأردني لموضوع فكرة الوطن البديل، ودراسة ارتيمية (2013) التي جاءت للتعرف على آراء قادة الرأي العام في المملكة الأردنية الهاشمية في مدى إسهام وسائل الإعلام في جهود التنمية السياسية، ودراسة المساري (2015) التي هدفت للكشف اتجاهات قادة الرأي العام في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الأزمات الأمنية، ودراسة أبو حواء (2017) التي وقفت على تقييم قادة الرأي العام في الأردن لأداء بعض وسائل الإعلام الأردنية في تعزيز قيمة الولاء والدفاع عن الوطن.

وفي مقابلة لأغراض هذا البحث أجريت بتاريخ 2020/11/16 مع الأستاذ أمجد العضيلة، وزير الدولة لشؤون الإعلام سابقاً وسفير الأردن بمصر حالياً أكد أن اختيار الفئات والشخصيات التي تعنى بحضور اللقاءات الملكية يتم عن طريق التنسيق بين الديوان الملكي ومدير مكتب جلالة الملك والمستشارين وأيضاً بمشاركة الحكام الإداريين في المحافظات"، مضيفاً إن جلالة الملك يحرص على لقاء جميع شرائح المجتمع، ويتواصل مع الجميع ويستمع للصغير قبل الكبير، يلتقي مع الفلاح والمزارع والحضري والبدوي، يلتقي مع الموظف والعسكري والمتقاعد العسكري، يشارك الجميع بأرائه وياخذ بآراء الطرف الآخر إيماناً منه بحق التشاركية مع الجميع في بناء الوطن، وبالتالي يتم اختيارهم حسب قدرتهم على إيصال هموم الناس إلى جلالته إضافة إلى قدرتهم على التأثير بالناس.

وعن الموضوع ذاته أوضح الأستاذ تيسير النعيمي، وزير التربية والتعليم العالي في مقابلة مماثلة لأغراض البحث التي أجرتها معه الباحثة بتاريخ 2020/11/21 موضحاً أن الشرائح التي تُوجَّه لها الرسائل الملكية يتم اختيارها وفق معايير تتعلق بطبيعة ومضمون الرسالة، وبحسب المسؤول عن تنفيذها.

15	مواطنون (بشكل عام)	3.3553	1.12788	11	متوسط
9	عسكريون	3.3289	1.18195	12	متوسط
8	رياضيون	3.3026	1.08345	13	متوسط
14	مهنيون	2.2237	1.10271	14	منخفض
13	أستاذة ومعلمون	.13162	1.15864	15	منخفض
	الكل	3.6658	0.57085	(15-1)	متوسط

أظهرت النتائج أن محور "أبرز المدعوين للقاءات الملكية حسب عناوينهم الوظيفية" جاء ضمن المستوى المتوسط. وكان "الإعلاميون" هم أبرز المدعوين، وجاءوا بالمرتبة الأولى ضمن المستوى المرتفع. تلاهم بالمرتبة الثانية "رؤساء حكومات ومجالس"، وضمن المستوى المرتفع أيضاً. بينما كان جاء "المهنيون" و"الأستاذة والمعلمون" بالمراتب الأخيرة، وضمن المستوى المنخفض.

وتعزى نتيجة ذلك إلى كون الإعلاميين هم أكثر من يدعى إلى اللقاءات الملكية، إلى طبيعة مهمتهم في التواصل المستمر مع الجمهور، ويمثلون الحلقة الأقرب إلى فهم وإدراك احتياجات الجمهور بحكم عملهم واحتكاكهم اليومي مع المجتمع. بالإضافة إلى كونهم مسؤولين عن صياغة الخطاب الصحفي في مؤسساتهم، وهذا يساهم في ضمان وصول الرسالة الاتصالية للقاء الملكي بصورة واضحة.

كما إن رؤساء الحكومات والمجالس، من رئيس وزراء ومحافظين وأمناء ورؤساء مجالس المناطق والمحافظات، يمثلون الجهة التنفيذية للتوجهات الرسمية للمملكة، وبالتالي فهم معنيون باللقاءات الملكية كثيراً، كما إن اللقاء الملكي مع الشخصيات التنفيذية يساعد الحكومة في إيصال السياسة العامة المطلوبة ضمن مرحلة معينة، ويسهل عليها وضوح التنفيذ للمعنيين به.

بينما كان أقل المدعوين للقاءات هم المهنيون وأصحاب الحرف، وهذا يمكن تفسيره لكون أصحاب هذه الأعمال تمثلهم نقابات ومنظمات معينة، فضلاً عن صعوبة حصرهم ضمن فئة معينة، كما أن قلة دعوتهم للقاءات لاتعني عدم دعوتهم، بل قد تكون الدعوات مقننة، وأن معظم اللقاءات هي لقاءات تتحدث عن سياسات عامة وليست تفصيلية، فالدعوات لا بد أن تكون لمن تعينهم مثلاً السياسة الاقتصادية أو الأمنية للدولة. أما الأساتذة والمعلمون، فينطبق عليهم ما ينطبق على المهنيين من ناحية كونهم ممثلين في نقابة، وهي من النقابات التي حصلت لها لقاءات ملكية، بالإضافة إلى مجلس التعليم العالي الذي يقع ضمن فئة

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

كامل خورشيد مراد

علا حسن عبد الرزاق الشريحي

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
42	يتمتع أسلوب عرض النخب للرسائل الملكية بالصرحة والشفافية	2.6316	1.14125	6	متوسط
43	تفسر النخب الرسائل الملكية بعيداً عن المصلحة الذاتية والتأثير الشخصي	.57892	1.19178	7	متوسط
40	تهتم النخب بإيصال مضمون الرسائل الملكية أكثر من اللقاء بحد ذاته	2.5526	1.39900	8	متوسط
38	تؤكد النخب الأردنية على تفسير المصطلحات الجديدة المتضمنة في الرسائل الملكية بموضوعية	2.5526	1.21540	9	متوسط
46	يؤمن الجمهور بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها	2.1842	1.21886	10	منخفض
37	تنقل النخب الأردنية الرسائل الملكية بما يلي حاجة الجمهور للإجابة عن استفساراتهم حول قضية ما	2.0000	1.34660	11	منخفض
	الكلي	.61002	0.82693	(11-1)	متوسط

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

إن من دلالات موضوعية النخب الأردنية في بث الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي أن "الجمهور يؤمن بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها"، و" ينقل النخب الأردنية الرسائل الملكية بما يلي حاجة الجمهور للإجابة عن استفساراتهم حول قضية ما. ويمكن أن تعزى هذه النتيجة إلى مستوى الشعور بالمسؤولية وحرص جلالة الملك على ضرورة الحديث مع المواطن بشفافية، وموضوعية، وجعل المواطن في صورة ما يحدث على الساحة الداخلية والظروف المحيطة، وأن

كما أكد هذا الاتجاه السيد وائل عربيات، وزير الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية الأسبق خلال مقابلة معه بتاريخ 15/12/2020 بقوله إن "جلالة الملك يُؤمن بضرورة التواصل مع الجميع و اللقاء مع الشرائح كافة، لانه يُؤمن بان البناء الحقيقي للدولة يبدأ من بناء المواطن الصالح. وكذلك فإن الكل في نظر الفكر الملكي له الحق في اللقاء وابداء الرأي وطرح تساؤلاته لذلك يسعى جلالته إلى التنوع في لقاءاته مع الجميع أما الأستاذ سمير الجباشنة، وزير دولة و وزير زراعة أسبق ووزير داخلية أسبق، فأدلى في مقابلة علمية لأغراض البحث بتاريخ 1/12/2020 بقوله أنه لا يمكن تقييد اللقاءات لفئة محددة، فلو استطاع جلالته لدخل كل بيت واستمع لكل فرد في جميع أنحاء المملكة.

المحور الثاني: مستوى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية (جدول 4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن مستوى موضوعية النخب في بث الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية مرتبة ترتيباً تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
36	تحرص النخب دوماً على إيصال الرسائل الملكية ومضمونها للملكي للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي	3.6263	0.99296	1	متوسط
41	تسعى النخب إلى تعزيز مضمون الرسائل الملكية بالشواهد والتجارب المحيطة	3.4421	0.96682	2	متوسط
44	تحرص النخب على تقديم الرسائل الملكية بأسلوب موضوعي يعزز من المواطنة والانتماء لدى الرأي العام	89592.	1.07475	3	متوسط
39	تسعى النخب إلى نقل وتوضيح مضمون الرسائل الملكية بما يكشف للجمهور عمق الفكر الملكي	2.7895	1.08709	4	متوسط
45	تحرص النخب على تقديم الرسائل الملكية بأسلوب يظهر الجهود الملكية على الارتقاء بالمستوى الاقتصادي للمواطن	2.7632	0.96427	5	متوسط

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
56	جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته	4.6053	0.71328	2	مرتفع
59	القدس خط أحمر- الصراع العربي الإسرائيلي	4.5263	0.84022	3	مرتفع
61	الأردن قوي بشعبه وجيشه وسنعتبر التحديات	4.4605	0.83970	4	مرتفع
48	الأردن حوله مناطق مضطربة علينا اليقظة	4.3816	0.65253	5	مرتفع
55	موردنا محدودة ولاخيارات لنا الا التكافل	4.3158	0.98266	6	مرتفع
51	المشاركة السياسية دليل وعي المواطن	4.3026	1.10779	7	مرتفع
52	الأردن قوي بعلاقاته الخارجية المتوازنة	4.3026	0.93836	8	مرتفع
65	متابعة أداء الحكومة والضغط باتجاه تحسينه	4.2632	0.77233	9	مرتفع
58	صحة المواطن أهم أولوياتنا	4.2500	0.98150	10	مرتفع
57	أبناءؤنا الطلبة محل اهتمامنا وحرصنا	4.2105	1.01082	11	مرتفع
53	تعزيز ثقة الشعب بالحكومة	4.1711	1.06318	12	مرتفع
47	ضرورة تخفيف العبء الاقتصادي على المواطن	4.1447	0.91948	13	مرتفع
62	الإنسان أعلى ما نملك	4.1447	1.02897	14	مرتفع
49	الحكومة معنية بخدمة المواطن وتخفيف معاناته	4.1184	0.99287	15	مرتفع
63	المرأة الأردنية ناجحة ومتميزة وقائدة	4.0789	1.06787	16	مرتفع
60	الإعلام مساند للمسيرة الديمقراطية	4.0526	1.10628	17	مرتفع
50	علاقات الاردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح	4.0395	1.08862	18	مرتفع
64	السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن	3.6400	1.24499	19	متوسط
	الكلبي	50714.	0.66178	(19-1)	مرتفع

أظهرت النتائج أن محور الدراسة "أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية وتم التعامل معها في الرأي العام" جاء ضمن المستوى المرتفع. وكان من أبرز الرسائل الإصالية التي جاءت ضمن المستوى المرتفع هي "ظروف الأردن

اللقاءات الملكية له أهداف يجب أن تصل مضامينها إلى الجمهور، تعزيزاً لمظاهر الديمقراطية وتمكيناً لجوهرها في نفوس الناس. وعلى الجانب فإن الكثير من المواطنين لا يؤمنون بتحليلات النخب الأردنية خاصة بعدما يحصل تباين فيها من خلال الأداء أو الاختلاف العائد لمهارة التحليل أو إدراك المغزى منها، لكن النخب الأردنية لا يلبون حاجة الجمهور وتساؤلاتهم حول الكثير من القضايا.

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

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

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

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

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

المحور الثالث: أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية

جدول(5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة حول أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي بثتها النخب الأردنية مرتبة ترتيباً تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
54	ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تظافر الجهود	4.6447	0.55866	1	مرتفع

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

كامل خورشيد مراد

علا حسن عبد الرزاق الشريجي

المحور الرابع: أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية

جدول (6)

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

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

صعبة وتحتاج إلى تضافر الجهود"، وفي المرتبة الثانية ضمن المستوى ذاته، الرسالة الاتصالية التي مفادها أن "جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته"، بينما احتلت المراتب الأخيرة، الرسائل الاتصالية المتعلقة ب"علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح"، وهي ضمن المستوى المرتفع، ثم الرسالة الاتصالية التي تنص على "السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن"، وهي ضمن المستوى المتوسط.

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

وفي سياق الرسائل الاتصالية التي يؤكد عليها الملك عبدالله الثاني، كما أثبتته دراسة الخلايلة (2009) أن القضايا الإعلامية جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ضمن خطاباته ولقاءاته، وكانت متنوعة تشمل جميع القضايا التي تمه المجتمع الأردني (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بل والأخلاقية كذلك). وقد أشارت إلى هذه المضامين دراسة العيسوي (2020) أبرز الرسائل الاتصالية التي كان يوجهها الملك في خطاباته ولقاءاته والتي ركزت على كون الإرهاب يشكل الخطر الأكبر محلياً وإقليمياً ودولياً، وهو محاولة لتشويه الدين الإسلامي. وفي دراسة المومني (2011) التي قامت على تحليل مضامين الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني، والتي أكدت على الإصلاحات البنوية لجميع الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والتركيز على تعزيز إدماج المرأة والشباب في المشاركة السياسية. وفي دراسة أبو حواء (2017) أظهرت أن الرسائل التي أكدت عليها وسائل الإعلام مثل إذاعة هلا، ركزت على حب الوطن والدفاع عنه ودراسة ارتيمة (2013) التي أظهرت إسهام كل من التلفزيون الأردني وقناة رؤيا في جهود التنمية السياسية وتعزيز مؤسسات المجتمع المدني على أنواعها، وإشراك الناس في القرارات التي تخص حياتهم ومصيرهم.

الحديث للكل، ويطرح اسئلته ويناقش في أية قضية".(الحباشنة، 2020).

3- إن من أبرز إشكالات إيصال وفهم الرسائل الاتصالية في فكر الناقل للرسالة، إذ إنه كلما كان هناك انسجام بين عالم الأفكار وعالم الأشخاص كلما وصلت المعلومة وحقت هدفها (عربيات، 2020).

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

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

6- أن هناك "نقداً مستمراً مستوى مواكبة الإعلام للرسائل الملكية سواء كانت الموجهة للداخل و المجتمع المحلي او للخارج او في المحافل الدولية.. هناك تقصير في متابعة ما يصدر عن جلالة الملك.. لكن لا انكر كفاءة اتنا الأردنية التي نعترف بها وقدرات الصحفيين والإعلاميين الأردنيين،... نعتزف ان المشكلة المالية هي جزء من تحديات الإعلام المحلي، اضافة إلى نقطة اود التطرق اليها و هي الخوف من ممارسة المزيد من الحريات "المسؤولة"، برأي يجب ان ترتفع سقفوف الطرح بشكل أعمق و اشمول لجميع الجوانب و الملفات سواء كانت على الصعيد المحلي ام على الصعيد الخارجي لكن يجب ان تتوج بالمسؤولية و ميثاق الشرف الاخلاقي الملزم بأدبيات المهنة".(عادل الطويسي، 2020).

المحور الخامس: أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية.

جدول(7)

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

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

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

وضمن هذا المحور امكن استخلاص النتيجة من مقابلات ما يلي:

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

2- إن حدث هذا فالخلل عند الشخص ذاته، لان جلالة الملك يسمع اكثر مما يتكلم، و يجيب عن كل سؤال ويعطي مجال

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

كامل خورشيد مراد

علا حسن عبد الرزاق الشريحي

وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي، وكلها ضمن المستوى المرتفع.

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

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

لقد كان مجلس الوزراء "يتولى مهمة تحليل مضمون الرسالة الملكية، ليتأكد من وصولها إلى الجميع رغم وضوحها، لكن قد توجد بعض الفراغات في تلقي مضمون الرسالة، فكان النقاش والحوار حول إزالة أية ضبابية حول المطلوب، وهذا ان دل انما يدل على شيء واحد الا وهو مدى ثقة جلالة الملك بمن حوله وحرص هؤلاء الأشخاص على الوصول إلى المضمون وتنفيذه على أرض الواقع". (سيف، 2020).

الاستنتاجات

1. إن من أبرز الشخصيات التي تدعى للقاءات الملكية هم الإعلاميون، ورؤساء حكومات ومجالس، بينما كان أقل الشخصيات الذين يدعون لتلك اللقاءات هم المهنيون والأساتذة والمعلمون.
2. إن من دلائل موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي حرصهم دوماً على إيصال الرسائل الملكية ومضمونها للجمهور كما يهدف إليه اللقاء الملكي، وأنهم يسعون في نشر مضمون تلك الرسائل بما يوضح للجمهور هدف اللقاء وغايته. بينما كان أقل الدلائل التي تشير

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
81	توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتأكيد على ربط المضمون بالسياق	4.2500	0.95394	1	مرتفع
82	صياغة الديوان الملكي للخطاب أو مضمون الحوار على شكل بيان أو منشور وبثه عن طريق وسائل الإعلام الرسمية	4.2368	1.04395	2	مرتفع
77	تهيئة للقاء الملكي وتحديد اهدافه مسبقاً للنخب الأردنية	4.2368	0.96427	3	مرتفع
78	إعادة بث مقاطع من الحديث الملكي المسجل وعرضه عبر مختلف وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي	4.1974	0.90950	4	مرتفع
76	التأكيد على دعوة النخب الأردنية للقاءات الملكية ممن لديهم القدرة على تحليل مضمون الرسائل بطريقة واضحة وموضوعية	4.1974	0.93836	5	مرتفع
79	استفادة النخب الأردنية من بعضهم بعضاً في تحليل ما تم الحديث حوله أثناء اللقاء الملكي	4.1053	1.07801	6	مرتفع
80	حرص النخب الأردنية على نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء	3.9342	1.30981	7	مرتفع
83	تغيير وتحسين سياسة ونهج الإعلام الرسمي	3.7368	1.09992	8	مرتفع
	الكلبي	4.1118	0.70403	(8-1)	مرتفع

أظهر النتائج أن محور الدراسة "أبرز المعالجات المناسبة لحل الإشكالات في فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية" جاء ضمن المستوى المرتفع. وكان من أبرز المعالجات هي "توجيه النخب الأردنية بعدم تفسير الرسائل الملكية خارج سياقها والتأكيد على ربط المضمون بالسياق"، وهي بالمرتبة الأولى، وضمن المستوى المرتفع. تلتها في المرتبة الثانية، "صياغة الديوان الملكي لمضمون اللقاء على شكل بيان أو منشور وبثه عن طريق وسائل الإعلام الرسمية"، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً. بينما وردت في المراتب الأخيرة، "حرصت النخب الأردنية على نقل الرسائل الملكية أكثر من التركيز على مجرد اللقاء"، وهي ضمن المستوى المرتفع، أما في المرتبة الأخيرة، فكانت أبرز المعالجات هي "تغيير

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

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

وقد تقاربت نتائج البحث مع نظرية قادة الرأي (الاتصال على مرحلتين) إذ إن تدفق المعلومات قد يصل إلى أعداد كبيرة، وأن عملية التدفق قد تختلف من خطوة إلى خطوة كما بينت الدراسة أن سريان مضمون الإعلام لا يتجه إلى أفراد المجتمع كذرات منفصلة، لكنه يصل أولاً إلى قادة الرأي في هذا المجتمع وهؤلاء يقومون بنقل هذا المضمون إلى الآخرين، بعد إضفاء فكرهم الخاص على الرسالة الإعلامية وهذا يتطابق مع نظرية الاتصال على مرحلتين. ويؤدي قادة الرأي دوراً إيجابياً في التأثير على غيرهم لكي يتبنوا نفس الأفكار والوصول بهم إلى الأهداف المرجوة، وهؤلاء القادة عادة ما يأخذون زمام المبادرة في قبول أو رفض الأفكار الجديدة قبل أن يفعل التابعون لهم ذلك؛ فعملية نشر الأفكار والمبادئ مهما كان نوعها تعتمد أساساً على قادة الرأي والفكر، وأن الجماهير أكثر تأثراً بهم من روافد المعرفة الأخرى، ومن وسائل الاتصال الجماهيري، هذا ما اكتنه مبادئ النظرية وما كشفته نتائج البحث.

إن قادة الرأي هم الوسطاء بين هذه المصادر وبين الناس، ويسهمون بفعالية في تشكيل الرأي العام وتوجيهه والسيطرة عليه داخل مجتمعاتهم المحلية، وهم يتنوعون حسب مستوياتهم الفكرية والاجتماعية والتأثيرية، وتكمن قوة تأثير هؤلاء القادة إلى مجموعة عوامل، وقد تناول هذا البحث أهمية دور قادة الرأي كهمزة إعلامية في عصرنا الحاضر في التعريف بقيم ومضامين اللقاءات الملكية ورسائلها المباشرة وغير المباشرة.

التوصيات المقدمة إلى دائرة الإعلام والعلاقات العامة في الديوان الملكي:

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

إلى موضوعية النخب الأردنية في نشر الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية هي إيمان الجمهور بتحليلات النخب الأردنية للرسائل الملكية على الرغم من تباينها، وكون النخب الأردنية يفسرون الرسائل الملكية بعيداً عن المصلحة الذاتية والتأثير الشخصي.

3. إن من أبرز الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية وتم التعامل هي "ظروف الأردن صعبة وتحتاج إلى تضافر الجهود"، و"جيشنا العربي صمام أمان لوحدة الشعب وقوته"، بينما كان أقل الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية وروداً من النخب الأردنية هي "علاقات الأردن بالعرب تحكمها الأخوة والمصالح" و"السعي لتعزيز الدخل الشهري للمواطن".

4. إن من أبرز إشكالات فهم مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي نشرتها النخب الأردنية هي ضعف مهارتهم في إيصال الرسالة الملكية، وضعف الثقة الجماهيرية بالنخب الأردنية وتفسيراتهم للرسائل الملكية بشكل تام، وكذلك إضعاف مضمون الرسائل الملكية بسبب تناقض النخب الأردنية في تفسيرها، وحرص النخب الأردنية على بيان رأيهم الشخصي أكثر من بيان مضمون الرسائل الملكية المراد توجيهها إلى الجمهور.

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

6. وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات العينة عن دور النخب الأردنية في نشر مضامين الرسائل الاتصالية للقاءات الملكية التي تعزى لمتغيرات الجنس وعائدية المؤسسة، وامتغير العمر، وكانت الفروق كانت لصالح الفئة العمرية (أقل من 30 سنة)، ولمكان العمل، وكانت الفروق كانت لصالح (الإذاعة).

2. توزيع خطاب رسمي موحد لوسائل الإعلام الرسمية لبث مضمونه لثلاثين وسائل الإعلام في انتقاء الرسائل أو مجتزئات من الخطاب
3. تكليف مختصين وخبراء لمناقشة مستجدات اللقاءات الملكية والخطابات الرسمية والوقوف على مضامينها ودلالاتها لنقلها للعالم والجمهور المحلي بموضوعية.
4. إجراء دراسات علمية كيفية عن القضايا التي تناولتها اللقاءات الملكية، وإبراز نوعية الخطاب في الحديث عنها، بإجراء المقابلات المعمقة من المعنيين.
5. ضرورة تنوع النخب الأردنية التي يتم دعوتها إلى اللقاءات الملكية وتمثيلها لكل فئات المجتمع
6. التوصية للباحثين مستقبلاً بإجراء دراسات تحليلية مبنية على أصداء نقل الرسائل الملكية من قبل النخب الأردنية.

شكروامنتان Acknowledgement

المؤلفان ممتنان لجامعة الشرق الأوسط، عمان- الأردن على الدعم المالي الممنوح لتغطية رسوم نشر هذا المقال. كما نشكر السادة الخبراء لتحكيم البحث والشكر إلى النخب الذين استجابوا لتساؤلات الدراسة، وأثروا المحتوى البحثي في تكوين رؤية متكاملة عن إشكالية البحث، والمعالجات التي أشاروا إليها.

المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية

- الشريف، أبو بكر محمد (2018). أسس تحرير وكتابة الرسائل الاتصالية للعلاقات العامة: دراسة وصفية تحليلية، مجلة كلية الدعوة والإعلام، جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، 4(1)، ص 1-31.
- أبو حواء، سيف الله (2017). تقييم قادة الرأي في الأردن لدور إذاعة "هلا" في تعزيز قيمة الدفاع عن الوطن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- ارتيمة، أيمن، (2013). اتجاهات قادة الرأي في الأردن نحو برامج التنمية السياسية التلفزيونية في: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا الخاصة دراسة مقارنة في الفترة اكتوبر 2012 / أيار 2013)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط عمان، الأردن.

- الكبير، لحسن (2019). تأثير قادة الرأي على الوظيفة التفسيرية لمضامين وسائل الإعلام في ظل نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين، دراسة تحليلية على عينة من المضامين التلفزيونية لبرنامج "مع معتز: قضية جمال خشاقجي، قناة الشرق أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر.
- اللحام، محمد الهادي (2005) " القاموس عربي عربي " (بيروت: دار الكتب العلمية).
- مراد، كامل خورشيد (2014). مدخل إلى الرأي العام، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مرزوق، الشريف (2014). دور قادة الرأي في التأثير والتغيير، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 1(1)، ص 73 – 88.
- المشهداني، سعد سلمان (2020). منهجية البحث الإعلامي، العين: دار الكتاب الجامعي.
- المومني، فتحي أيوب (2011). الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاستبعاد الاجتماعية (1999 – 2008)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

- Ertima, Iman, (2013). The trends of opinion leaders in Jordan towards TV political development programs in: Jordanian TV and Ruya Private Channel comparative study in the period October 2012 / May 2013), Unpublished Master Thesis, Middle East University Amman, Jordan.
- Marzouq, Sharif (2014). The role of opinion leaders in influence and change, *Journal of Humanities*, Al -Arabi Bin Mahdi University, Umm Al -Bawaki, 1 (1), pp. 73-88.
- Melfin, Devler and Sandra, Paul Rockic (1992). Media theories, 1st edition, translation of Kamal Abdel Raouf, Cairo: The International Publishing and Distribution House.
- Murad, Kamel Khorshid (2014). Introduction to public opinion, Amman: Dar Al Masirah for Publishing, Distribution and Printing.
- Nasser, Ibrahim (D. T.) Educational Sociology, (Beirut: Dar Al -Jabal).
- Sharif, Abu Bakr Muhammad (2018). Foundations of editing and writing communication messages for public relations: an analytical descriptive study, *Journal of the College of Da`wah and Information, University of the Holy Quran and Islamic Sciences*, 4 (1), p. 1-1.
- المراجع باللغة الانجليزية**
- Aczel, Amir D., and Sounderpandian, Jayavel(2009).. Complete Business Statistics W/CD Mandatory Package. Irwin/McGraw-Hill
- Marko, Davor The Role of Opinion Leaders in The Dissemination of Media Messages During The Pre-Election Period: The Case of Bosnia and Herzegovina. **CEU Political Science Journal**. Vol. 6, No. 2
- 1. المقابلات المعمقة:**
- معالي الأستاذ أمجد العضال- وزير الإعلام والسفير الاردن في مصر حالياً. تاريخ المقابلة 16-11-2020.
- معالي الأستاذ أيمن المفلح - وزير التنمية الاجتماعية - تاريخ المقابلة 18 / 11 / 2020.
- معالي الأستاذ عمر ملحس - وزير مالية أسبق - تاريخ المقابلة 19 / 11 / 2020.
- معالي الدكتور تيسير النعيمي- وزير التربية والتعليم - تاريخ المقابلة 21 / 11 / 2020.
- معالي الدكتور عادل الطويسي - وزير التعليم العالي والبحث العلمي السابق- تاريخ المقابلة 24 / 11 / 2020.
- ميلفين، ديفلير وساندرا، بول روكيتش (1992). *نظريات وسائل الإعلام*، ط1، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- ناصر، ابراهيم (د. ت.) *علم الاجتماع التربوي*، (بيروت: دار الجبل).
- المراجع العربية مترجمة**
- Abu Hawa, Saif Allah (2017). The evaluation of the opinion leaders in Jordan for the role of "Hala" radio in strengthening the value of defense of the country, unpublished Master Thesis, Middle East University, Amman, Jordan.
- Al -Issawi, Reham Youssef, (2020). Seeing His Majesty King Abdullah II Ibn Al -Hussein in spreading a culture of tolerance and combating terrorism.
- Al -Kabeer, Hassan (2019). The influence of opinion leaders on the explanatory function of the contents of the media in light of the theory of the flow of communication in two phases, an analytical study on a sample of the television contents of the program "With Moataz: the case of Jamal Khafakji, Al -Sharq channel as a model, unpublished Master Thesis, Muhammad Khudair University, Biskra, Algeria.
- Al -Lahham, Muhammad Al -Hadi (2005) "The Dictionary is Arabic Arabic" (Beirut: Dar Al -Kutub Al -Alami).
- Al -Mashhadani, Saad Salman (2020). Media research methodology, Al Ain: University Book House.
- Al -Momani, Fathi Ayoub (2011). The political discourse of King Abdullah II Ibn Al -Hussein and its impact on social exclusion (1999-2008), unpublished Master Thesis, Al -Bayt University, Mafraq, Jordan.
- Al -Tohamy, Mukhtar and Al -Abd, Atef (2005). Public opinion, Cairo: Cairo University Center for Open Education.
- Alrawwad, Aladdin (2014). Media opinion leaders in Jordan on the idea of the alternative homeland, unpublished Master Thesis, Middle East University, Amman, Jordan.
- Awad, Al -Khalayleh (2009). Jordanian media policy through the vision of King Abdullah II Ibn Al -Hussein Media.
- Bouchnafa, the following (2016). The media agenda and the public opinion industry in Algeria, unpublished Master Thesis, Moulay Al -Taher University, Algeria, Algeria.

معالي الأستاذ طارق الحموري - وزير الصناعة و التجارة و التموين-
تاريخ المقابلة 2020/ 11 / 26.

معالي الأستاذ سمير الحباشنة - وزير دولة و وزير زراعة أسبق - وزير
داخلية أسبق- تاريخ المقابلة 2020/ 12 / 1.

معالي الدكتور خالد سيف - وزير النقل السابق – تاريخ المقابلة
2020/12/6

معالي الأستاذ وائل عربيات - وزير الأوقاف والشؤون والمقدسات
الاسلامية الأسبق – تاريخ المقابلة 2020/12/15

In -depth interviews:

His Excellency Professor Amjad Al-Adayleh- former
Minister of Information and the Jordanian
Ambassador in Egypt today. Interview date 16-11-
2020.

His Excellency Professor Ayman Al -Muflih - Minister
of Social Development - Date of the corresponding
11/18/2020.

His Excellency Professor Omar Malhas - Early Finance
- Date of the interview 11/19/2020.

His Excellency Dr. Tayseer Al-Nuaimi- Minister of
Education- Date of the interview 11/21/2020.

His Excellency Dr. Adel Al -Tuwaisi - former Minister
of Higher Education and Scientific Research - Date
of the interview 11/24/2020.

His Excellency Mr. Tariq Al -Hamouri - Minister of
Industry, Trade and Supply - Date of the interview
11/26/2020.

His Excellency Professor Samir Al -Habashneh -
Minister of State and Prior Minister of Agriculture
- Elder Minister of Interior - Date of the interview
1/12/2020.

His Excellency Dr. Khaled Saif - former Minister of
Transport - Date of the interview 6/12/2020

His Excellency Professor Wael Arabiyat - former
Minister of Awqaf, Affairs and Islamic Handbolft
- Date of the interview 12/15/2020