

التأثيرات الاتصالية لمعالجة شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا المحلية على الجمهور الأردني

أ. عبد الحميد خالد العدوان*
إشراف أ.د. شريف درويش اللبان**

ملخص الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في فحص قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على أداء دور بارز في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية ومن التأثير على معارفه ووجدانه وسلوكياته، واعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتعد الدراسة وصفية وتستخدم منهج المسح، واعتمدت على عينة عمدية مكونة من (400 مفردة) من الجمهور الأردني العام المتفاعل مع القضايا المحلية عبر الشبكات الاجتماعية، وتوصلت الدراسة لارتفاع اعتماد عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات حول القضايا المحلية، ويأتي الفيس بوك في صدارة الشبكات المعتمد عليها، وثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لقادة الرأي العام في الأردن على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، وتوصي الدراسة بأن يكون هناك مراقبة دائمة لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها منصة متغيرة بسرعة، حيث ضروري مراقبتها باستمرار لفهم الاتجاهات والموضوعات التي يتحدث عنها الناس وكيفية تأثيرها على الرأي العام، كما لابد من تفعيل دور البحوث التحليلية بأدواتها المختلفة للتحليل البياني لفهم مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام، ومعرفة القضايا الأكثر تداولاً والمؤثرة.

الكلمات المفتاحية:

التأثيرات الاتصالية، شبكات التواصل الاجتماعي، القضايا المحلية، الجمهور الأردني.

* باحث دكتوراه بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

The communicative impacts of social media networks' handling of local issues on the Jordanian public

Abstract:

The study's problem is defined by examining the ability of social media networks to play a prominent role in shaping Jordanian public opinion on local issues and influencing their knowledge, emotions, and behaviors. The study is based on the Media Dependency Theory. It is a descriptive study using the survey method and relied on a purposive sample of 400 individuals from the general Jordanian public interacting with local issues through social networks. The study found a high dependence of the sample on social networks to obtain information about local issues, with Facebook being the most relied upon network. There was a statistically significant correlation between the frequency of the sample's follow-up on public opinion leaders in Jordan on social media and the cognitive, emotional, and behavioral effects resulting from the sample's dependence on these leaders. This dependence influences the formation of Jordanian public opinion towards local issues. The study recommends continuous monitoring of social networks as rapidly changing platforms, essential for understanding trends and topics people discuss and their impact on public opinion. It also emphasizes the activation of analytical research using various analytical tools to understand the extent of social networks' influence on public opinion and to identify the most discussed and influential issues.

Keywords:

Communicative Impacts, Social Media Networks, Local Issues, Jordanian Public.

مقدمة:

يُعد ظهور الإنترنت تطوراً غير مسبوق في وسائل الإعلام والاتصال، فقد أتاح هذا التطور الحرية والسرعة العالية والدقة الفائقة في مجالات عديدة، إذ جاءت شبكات التواصل الاجتماعي لتؤكد هذه الثورة الكبيرة والسريعة، حيث أدت هذه الشبكات إلى زيادة الدور الكبير لهذه الثورة باعتبارها ليست وسيلة للتعبير والتفاعل والتواصل فقط، بل وحتى لحشد الرأي العام وتكوين مجموعات ضغط، حيث تقوم هذه المجموعات بالضغط على الأنظمة السياسية والاجتماعية، فهي أتاحت الفرصة للتواصل اللحظي والتفاعل بين مجموعة من الأفراد الذين يتواجدون على شبكة الإنترنت، وذلك من خلال مجموعات مصنفة ودون وسيط ولها اهتمامات ومصالح مشتركة، وكما كان حال وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الويب والصحف الإلكترونية التي أضحت هي الأخرى بمثابة التقليدية بالمعيار الذي ينظر إليه للشبكات الاجتماعية الجديدة⁽¹⁾.

والرأي العام مصطلح شائع في حياتنا اليومية وكثيراً ما يذكره الكتاب والصحفيون، وكل شخص تقريباً يكون لديه اهتمام بالرأي العام، لأنه قوة ذات تأثير كبير في حياة الناس، وبخاصة إذا ما تكونت أو كانت هناك قضية يدور حولها الرأي العام، فهو الذي يبني الشهرة ويؤازر الهيئات العامة ويصنع القرار والقوانين ويلغيها ويرعى التقاليد الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية وينتكر لها، والرأي العام يؤثر في الحياة اليومية لكل إنسان إلا أن هناك قليلاً من الناس هم من يفكرون فيه تفكيراً عميقاً ويعرفون الطريقة التي يعمل بها الرأي العام.

وقد قامت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ولا تزال بدور فعال في إمداد الإنسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، مساهمة بذلك في تشكيل وعيه وإعداده ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم، وأدى تزايد عدد المشتركين في تلك شبكات التواصل الاجتماعي إلى تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع والتحويلات الجارية، وزيادة منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام حول العديد من القضايا السياسية والاجتماعية والسياسية، فقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، إبراز الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون والصحف وغيرها من الوسائل الإعلامية.

وانطلاقاً مما سبق، تأتي هذه الدراسة للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، وذلك من خلال دراسة ميدانية من وجهة نظر قادة الرأي العام في الأردن، بصفة هذه المواقع أحد أهم الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها أفراد المجتمع الأردني، لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تنبع من كونها تبين مدى الإيجابية أو السلبية في هذه العلاقة، وتأتي أهميتها أيضاً من كونها تشكل ركيزة قوية للبحث في دور هذه الشبكات في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

أولاً: مشكلة الدراسة:

وتكمن مشكلة الدراسة في فحص قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على أداء دور بارز في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية ومن التأثير على معارفه ووجدانه

وسلوكياته، وتأتي هذه الدراسة لقياس وتحديد الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية سلوكياً ومعرفياً ووجدانياً من وجهة نظر قادة الراي العام في الأردن.

ثانياً: أهمية الدراسة:

1- الأهمية النظرية:

تتمثل هذه الأهمية في أن الدراسة الحالية تأخذ بعين الاعتبار المتغير المستقل شبكات التواصل الاجتماعي والذي قد يكون له دور في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية. كذلك تتبع أهمية الدراسة أيضاً من طبيعة الموضوع الذي تتناوله، إذ تعد شبكات التواصل الاجتماعي من القضايا ذات الأبعاد الإعلامية التي تعبر عن القدرة على التعامل مع اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية لتحقيق أهداف هذه الشبكات، كما تعبر عن درجة الوعي والإدراك لدورها في تشكيل الاتجاهات. كما يمكن للباحثين المتخصصين في ميدان الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي الاستفادة من نتائج هذه الدراسة من خلال زيادة الاهتمام وتوجيه أبحاثهم دراسة دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

2- الأهمية التطبيقية:

تكتسب الدراسة أهمية خاصة من خلال ما ستطرحه من مقترحات لتفعيل درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ظل المتغيرات التي يشهدها قطاع الإعلام الذي يعد من أهم القطاعات الوطنية في الأردن، إذ إنها ستلقي الضوء على أهمية هذه الشبكات في الإعلام، وستدرس دورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، وستقدم أدباً نظرياً وأدوات يمكن توظيفها لإجراء دراسات إعلامية أخرى.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على علاقة قادة الرأي العام في الأردن بشبكات التواصل الاجتماعي وبالقضايا المحلية الأردنية وبيان أبرز القضايا المحلية الأكثر اهتماماً ومتابعة والأجدر بالأهمية كمصدر للمعلومات لدى عينة الدراسة من قادة الراي العام في الأردن.
- 2- دراسة العلاقة بين قادة الرأي العام في الأردن وبين شبكات التواصل الاجتماعي من حيث عدد ساعات المتابعة وأوقات المتابعة ودرجتها وأنواعها.
- 3- بيان الآثار (المعرفية، الوجدانية، السلوكي) الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وبين تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

رابعاً: الدراسات السابقة:

سيتم فيما يلي استعراض الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين شبكات الاجتماعية وتشكيل الرأي العام، حيث توصلت الدراسات للنتائج التالية:

تناولت دراسة هاجر محمود محمد، (2021) (2)، الخطاب العسكري المصري عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية ودوره في تشكيل وعي الجمهور بقضايا المجتمع، وشمل ذلك دور هذه المواقع في تشكيل الوعي العسكري للجمهور، حيث اهتمت بالخطاب العسكري الجمهورية مصر العربية عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية ودوره في تشكيل وعي الجمهور بقضايا المجتمع، من خلال تحليل مضمون ومحتوى الخطاب العسكري، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة كثافة التعرض للخطاب العسكري عبر الصفحات الرسمية للمتحدث العسكري للقوات المسلحة وبين مستوى الوعي بقضايا المجتمع لدى الجمهور.

هدفت دراسة علي السعيد، (2021) (3)، إلى التعرف على دور الفضائيات العربية الدينية في تشكيل المعارف والاتجاهات الدينية لدى المرأة في جمهورية مصر العربية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها كثافة متابعة المبحوثات للفضائيات الدينية، فتصدرت قناة المجد للقرآن الكريم المرتبة الأولى من حيث درجة التفضيل، ثم جاءت قناة القرآن الكريم، وحلت قناة اقرأ، ثم جاءت قناة الناس، كلك تصدرت المعارف الدينية المتعلقة بالسيرة النبوية وقصص الصحابة المرتبة الأولى من حيث الموضوعات والقضايا التي تفضل المبحوثات في عينة الدراسة متابعتها، تلتها ثانيا القضايا والموضوعات المتعلقة بالمعاملات والتربية الإسلامية، ثم جاءت العبادات.

هدفت دراسة (سامح محمد عبدالديع، 2019) (4)، إلى معرفة دور معالجة الفضائيات المصرية لقضايا الأمن القومي في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، وذلك من خلال دراسة تطبيقية على القنوات الفضائية الجمهورية مصر العربية، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن أهم أسباب مشاهدة البرامج بالقنوات الفضائية تتحدد في متابعة آخر الأخبار، ثم متابعة الأحداث والأزمات التي قد تحدث فجأة وتؤثر على البلد، ثم زيادة المعرفة والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية.

هدفت دراسة جهاد حجازي شحاته، (2016) (5)، إلى التعرف على دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وبينت نتائج الدراسة أن التسويق السياسي هو الطريقة التي تمكن التنظيم السياسي من القيام بإيصال الخطاب السياسي والأفكار إلى المواطنين، وتبين أيضا أن التسويق السياسي هو مجموعة من الأساليب والطرق التي تقوم التنظيمات السياسية باستخدامها من أجل تحديد الأهداف والبرامج القادرة على التأثير على سلوك جمهور الناخبين بشكل عام.

وتناولت دراسة أسماء يحيى محمد بدوي، (2015) (6)، المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية المصرية في قناة الجزيرة مباشر مصر واتجاهات شباب الجامعات المصرية نحوها، وذلك من خلال تحليل مضمون برامج (سكرتير التحرير، حوار خاص، على مسئوليتي)، وتوصلت في نتائجها 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 في مصر هو حرصها المستمر على عرض القضايا السلبية عن مصر، وافتعال الاهتمام بأحداث معينة، والمبالغة بدرجة ما في معالجتها للشئون الجمهورية مصر العربية، وإثارة الجمهور ضد الحكومة.

هدفت دراسة (Ellison et al, 2014) (7)، الى التعرف على دور المواقع الإلكترونية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته، وركزت على فئات جماهيرية متنوعة أبرزها فئة الشباب، وتوصلت الدراسة الى أن موقع الفيسبوك يوفر مصادر مهمة للتعرف بين الأصدقاء الذين تتوافر لديهم خصائص وصفات مشتركة، مثل السن والتخصص، مما يحافظ على استمرار العلاقات عبر موقع الفيس بوك، وتبين أن رؤية تدعم إطلاق المواقع الإلكترونية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته من خلال توفير التقنيات الحديثة لتحليل الصوت والصورة والتأكد من مصداقيتها، والتدريب على فنون صياغة وعرض المعلومات وتحليلها، وتطبيق القيم والمصادقية والموضوعية في الرد والتنفيذ.

وتناولت دراسة هاني البدرى (2014) (8)، معالجة التلفزيون الأردني للحراك السياسي العربي واتجاهات النخبة نحوها، جاءت النتائج أن هناك ارتفاعاً في معدل الاعتماد على التلفزيون الأردني من قبل النخبة للحصول على المعلومات المتعلقة بالحراك العربي، وهذا الاعتماد جاء بدرجة ضعيفة وبنسبة 37,5% من عينة الدراسة وذات النسبة لم يعتمدوا عليه اعتماداً متوسطاً، وتبلغ نسبة من يعتمد على التلفزيون الأردني للحصول على المعلومات عن الحركات العربية 25%، وتشير نتائج الدراسة إلى أن الفروق تميل لدرجة الاعتماد الضعيفة لدى النخبة الأردنية.

تناولت دراسة عزة أبو العز (2012) (9)، أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجالات العامة المصرية والأميركية وأثرها في تشكيل اتجاهات الصفوة المصرية، وخلصت الدراسة الميدانية إلى أن قضايا الديمقراطية والإصلاح السياسي جاءت في الترتيب الأول من حيث الأهمية لدى الصفوة المصرية وتلتها قضايا المشاركة السياسية، و حقوق الإنسان وحرياته، واحتلت قضايا الإصلاحات التشريعية السياسية وحرية الإعلام ثالثاً، وجاءت قضايا المجتمع المدني رابعاً، كما أظهرت نتائج الدراسة أن اللقاءات الشخصية والأصدقاء والندوات والمؤتمرات وشبكة الإنترنت في الترتيب الأول لدى الصفوة المصرية من حيث اعتمادهم عليها لمعرفة تطورات القضايا، واحتلت الكتب والتقارير جاءت ثانياً، والتلفزيون والفضائيات جاءت ثالثاً، والصحف جاءت رابعاً، والمجلات جاءت خامساً، وجاءت في الترتيب الأخير الإذاعة.

وتناولت دراسة مايا البيضا (2012) (10)، التغطية التلفزيونية للقضايا السياسية اللبنانية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها، كان من أبرز نتائج الشق الميداني من هذه الدراسة هي: أن نشرات الأخبار جاءت في الترتيب الأول من حيث معدلات المشاهدة، وفي الترتيب الثاني جاءت برامج التحليلات السياسية، وحلت برامج النقاش الحر في الترتيب الثالث، وأخيراً جاءت البرامج الترفيهية ذات الطابع السياسي. ومن حيث دوافع المشاهدة

لهذه القنوات فقد برزت الدوافع المعرفية على بقية الدوافع السلوكية والوجدانية، ومن حيث أهداف المشاهدة فقد برز هدف الفهم على بقية الأهداف كالتسلية أو التوجيه. ومن حيث ثقة المبحوثين بمعالجة هذه القنوات للقضايا السياسية اللبنانية فقد جاءت من يثق بها كثيرا في الترتيب الأول ومن لا يثقون بها في الترتيب الثاني، ومن يثقون بها لحد ما في الترتيب الثالث والأخير.

تناولت دراسة فاطمة الزهراء (2012) (11)، اتجاهات الرأي العام السعودي نحو دور وسائل الإعلام في تهيئة المجتمع لقبول مشاركة المرأة في الحياة السياسية، وكانت من أبرز نتائج الدراسة أن 40% من عينة الدراسة وهي تمثل الغالبية العظمى أكدت استطاعة وسائل الإعلام في إحداث تغييرات جوهرية في الصورة النمطية للمرأة السعودية وبنسبة 50%، وفي إمكانية دعم المشاركة السياسية للمرأة السعودية، وعلى مستوى الوسائل الاتصالية جاء التلفزيون في المركز الأول من حيث الدور الأكثر تأثيرا في تغيير الصورة النمطية بنسبة 40% وتلاه الإنترنت بنسبة 34% وجاءت الصحف والمجلات بالترتيب الثالث وبنسبة 16%، ولم يتم ذكر الإذاعة كوسيلة اتصال ذات تأثير في تغيير الصورة النمطية عن المرأة السعودية، وجاءت البرامج الإخبارية في الترتيب الأول من حيث المتابعة لدى عينة الدراسة، تليها البرامج الثقافية.

كذلك تناول جمال أحمد (2011) (12)، في دراسته اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية: وذلك من خلال دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية، وكانت أبرز نتائج الدراسة أن ثلثي عينة الدراسة تابعوا تطورات الأزمة الاقتصادية عبر الصحف المطبوعة، وتلاها التلفزيون والقنوات الفضائية، وان ثلث أفراد العينة تابعوا الأزمة الاقتصادية عبر وسائل إعلام أخرى، وجاءت نشرات الأخبار أكثر الأشكال البرمجية مشاهدة في متابعتهم للأزمة الاقتصادية، وتلتها البرامج الحوارية وثالثا المواد التسجيلية كالأفلام والمواد الوثائقية التي أنتجت بشأن الأزمة. وأظهرت الدراسة أن ثلث عينة الدراسة قد تابعوا الأزمة الاقتصادية عبر الإذاعات المختلفة، وأن نشرات الأخبار جاءت أولا من حيث أكثر الأشكال البرمجية تفضيلا لديهم ثم البرامج الحوارية وتلتها المواد المسجلة والتقارير المعدة مسبقا عن الأزمة. كما أبرزت الدراسة أن ثمة درجة رضا نسبية من قبل الجمهور لطريقة التغطية الإعلامية للأزمة الاقتصادية، وهي ليست درجة رضا كافية نتيجة لعدم قدرت هذه الوسائل على شرح وتفسير الأسباب المؤدية لهذه الأزمة الاقتصادية. وتبين أن وسائل الإعلام قد ساعدت على تكوين اتجاهاتهم وآرائهم ومواقفهم إلى حد ما نحو الأزمة الاقتصادية العالمية الأخيرة بوصفها المصدر الأساسي لمعلوماتهم حول هذه الأزمة، وجاءت النتائج المتعلقة بالاتجاه نحو أسلوب تناول تلك الوسائل للأزمة الاقتصادية بأن تلك الوسائل لم تستخدم الأساليب الشيقة والجذابة لم تقدم تغطية كاملة للأزمة بجوانبها المختلفة وأثارها أو طرق المعالجة لها.

وتناولت دراسة Jonathan McDonald, (2010) (13)، القوة المهملة لأهمية النخبة كقادة رأي في تكوين السلوك العدائي نحو الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام توصلت الدراسة الى وجود تأثير لبعض المتغيرات بناءً على مرجعيات العينة الأيديولوجية والحزبية، وكذلك

درجة التعليم والوعي السياسي لديهم. وجاءت أهم النتائج وجود تأثير لعامل التغطية السلبية للانتخابات وسباق الانتخابات، بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل تغطية الفضائح وآراء النخبة وقادة الرأي العام بشكل سلبي في تقييم الرأي العام لوسائل الإعلام وكرهيتها، وإن للنخبة السياسية من قادة الرأي ذوي الانتماءات الحزبية دور كبيراً في التأثير على اتجاهات الرأي العام نحو وسائل الإعلام، وإن التركيز على أهمية التغطية السلبية فقط كعامل مؤثر رئيس في توجيه الرأي العام قد أصبح أمراً يحتاج لمراجعة من قبل تلك الوسائل الإعلامية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- 1- قدمت الدراسات السابقة الكثير من المفاهيم والمداخل النظرية حول أهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا المحلية، حيث أسهمت هذه الدراسات على المستوى الإجرائي في تحديد المفاهيم النظرية والمداخل الخاصة بهذه الشبكات وتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا المحلية.
- 2- تمت الاستفادة من الاطلاع على الدراسات السابقة في تعزيز إدراكات الباحث حول المتغيرات التي تم اعتمادها في الدراسة الحالية، والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا المحلية، ورؤية قادة الرأي العام لمدى تأثير الدور الذي تؤديه هذه الشبكات في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا المحلية، لا سيما الجوانب السلبية منها، وكيفية التعامل معها مستقبلاً.
- 3- تمت الاستفادة من الاطلاع على الدراسات السابقة فيما يتعلق بالمنهجية والتصميم خاصة الدراسات الميدانية التي تناولتها أغلبية الدراسات السابقة.

خامساً: الإطار النظري للدراسة: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

لقد جاءت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في المرحلة الثالثة من مراحل دراسة تأثيرات وسائل الاتصال في السبعينيات من القرن العشرين الماضي، وكان ذلك من خلال عدد من الباحثين منهم مليفين ديليفر وساندرا باول روكيتش وغيرهم، وتتضمن تلك المرحلة مجموعة من الافتراضات الآتية⁽¹⁴⁾:

- 1- أن غالبية الأبحاث السابقة ركزت على وجهة نظر أحادية بمعنى أنها كانت تسأل ماذا تفعل وسائل الإعلام الجماهيرية بالناس؟، واستبعدت سؤالاً آخر مهماً وهو: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام الجماهيرية؟.
- 2- درست الأبحاث السابقة التأثيرات القصيرة المدى لوسائل الإعلام الجماهيرية واستبعدت تأثيراتها على المدى البعيد تقريباً.

وقد أدى هذه الدراسات والأبحاث إلى ظهور العديد من النماذج البحثية التي تؤكد وجود علاقة قوية بين الجمهور المتلقي ووسائل الإعلام والنظم الاجتماعية من خلال الاعتماد، وتستند نظرية الاعتماد على أن الجمهور يعتمد على ما تتناقله وسائل الإعلام من معلومات داخل المجتمع العصري، ويعد وجود هذه الوسائل حتمياً ولا يمكن الاستغناء عنها ومن ثم

فإن درجة الاعتماد من قبل الجمهور على المعلومات التي يتلقونها من تلك الوسائل تعتبر متغيراً من المتغيرات الأساسية لفهم متى ولماذا تغير وسائل الإعلام معتقدات ومشاعر أفراد المجتمع⁽¹⁵⁾.

وفي علاقة الاعتماد هذه، فإن أفراد الجمهور يعتمدون بشكل مباشر من خلالها على وسائل الإعلام كمصدر هام للمعلومات، التي يتم من خلالها السعي لتحقيق عدد من الأهداف من خلال تلك المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، وقد تكون أهدافاً شخصية أو اجتماعية، عبر ثلاثة مصادر⁽¹⁶⁾:

- 1- جمع المعلومات حول مختلف الأحداث من خلال المراسلين والمحققين الصحفيين ومصادر الأخبار، وقد تكون أحداثاً حقيقة أو خيالية.
- 2- العمل على تنسيق هذه المعلومات من عبر تنقيحها وتنظيمها لتخرج بشكل وقالب إعلامي حسب نوع الوسيلة.
- 3- القيام بنشر هذه المعلومات من خلال نظام تسيطر عليه وسائل الإعلام إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

وتصف (مي العبدالله، 2006) علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام " بأنها نظرية بيئية بمعنى أنها تركز على العلاقات القائمة بين النظم الصغرى والنظم الكبرى والمتوسطة ومكوناتها، وتحاول النظرية البيئية أن تبحث في كيفية تحليل وتفسير سلوك تلك الأجزاء المكونة لهذه العلاقات، وأن وسائل الإعلام تمثل جزءاً مهماً من النسيج الاجتماعي الذي تتكون منه تلك النظم⁽¹⁷⁾.

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات التي تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل بما يلي⁽¹⁸⁾:

- 1- تركز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على التساؤل الخاص: ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام أسوة بنظرية الاستخدامات والاشباع.
- 2- الهدف الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تحليل وتفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة.
- 3- تبحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في كيفية ارتباط نظم صغيرة وكبيرة ببعضها، ثم تحاول تحليل وتفسير سلوك الأجزاء وفق هذه العلاقة.
- 4- تهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى تحليل أنواع المعلومات وتفسيرها، لتوضح لماذا يعتمد عليها الأفراد دون سواها، فعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام عموماً، وعلى أشكال وسائل الإعلام خصوصاً تستمد جزئياً من تطوير توقعات الأفراد بأن معلومات النظام الإعلامي تستطيع مساعدتهم لتحقيق أهدافهم الخاصة⁽¹⁹⁾.
- 5- تحاول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالمفهوم الشامل شرح وكشف دور وسائل الإعلام في المجتمع من خلال فحصها لعلاقات الاعتماد عبر مستويات تحليل متباينة.

6- تهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى قياس التعرض لوسيلة إعلامية كمتنبئ لتأثيرات تلك الوسيلة، وذلك كبديل كفي يري أن التعرض لوسيلة ما أكثر التزاما بالبيئة والعوامل المختلفة من الاعتماد على تلك الوسيلة.

وتشير (سوزان القليني، 1998) تبنى نظرية الاعتماد على مجموعة من الفروض الرئيسية التي تبنى عليها نظرية الاعتماد وهي على النحو الآتي⁽²⁰⁾:

1- أن التأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية لوسائل الإعلام تتحقق على الأفراد من خلال التعرض لهذه الوسائل، واحتمالية زيادة هذه التأثيرات تكبر عندما تقوم تلك الوسائل بإمداد الأفراد بالمعلومات الرئيسية والفريدة، والتي ترتبط معه بشكل مباشر من كونه فردا في المجتمع ككل.

2- تزداد درجة الاعتماد ومن ثم التأثيرات عندما يكون المجتمع في حالة من عدم الاستقرار الذي يؤدي إلى الصراع والتغيير.

3- إن تغيير حالة الجمهور السلوكية والمعرفية والوجدانية يمكن أن ترتد لتغيير وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية.

4- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لاختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية.

5- ان النظام الإعلامي يعتبر مهما للمجتمع وتزداد درجة اعتماده عليه في حالة إشباعه وتقل درجة اعتماده على النظام الإعلامي في حالة الأزمات على وسيلة بديلة.

وقد أشارت دراسة كل من مليفين وروكيتش إلى مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال، وتبرز هذه الآثار عندما تكون المجتمعات في حالة من عدم الاستقرار وتشوبها حالة من الغموض أو حالة من الصراع، وترتد نتيجة هذا الاعتماد على الوسائل الإعلامية ومن ثم على الأنظمة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تربط علاقة الأفراد مع هذه الوسائل من خلال وجودهما في نظم كبيرة تمثل المجتمع، وهنا تكون العلاقة اعتمادية من قبل الأطراف الثلاثة الفرد والمجتمع ووسائل الإعلام، وتلك الآثار هي الآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية التي تم قياسها في الدراسة الحالية.

سادسا: الإجراءات المنهجية:

- نوع الدراسة والمنهج: تنتمي الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية باستخدام المنهج المسحي، والذي يتم من خلاله جمع بيانات ومعلومات عن ظاهرة ما أو واقعة ما أو حادثة ما والتي تتمثل هنا ظاهرة لتأثير الشبكات الاجتماعية على المجتمع الأردني وذلك بقصد التعرف على قدرتها في تشكيل اتجاهاته نحو القضايا المحلية، وتحديد وضعها الحالي والتعرف على جوانب القوة والضعف فيها من أجل معرفة مدى صلاحية هذا الوضع الحالي لهم، أو مدى الحاجة إلى إجراء تغييرات فيه، وفي إطار ذلك تم توظيف

- منهج المسح للجمهور للوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.
- مُجتمع الدِّراسة: يتمثل مجتمع الدِّراسة في الجمهور الأردني المتفاعل مع القضايا المحلية عبر الشبكات الاجتماعية.
 - عينة الدِّراسة: تمثلت عينة الدِّراسة الميدانية في عينة عمدية مكونة من (400 مُفردة) من الجمهور الأردني العام المتفاعل مع القضايا المحلية عبر الشبكات الاجتماعية، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي، فهي عينة عمدية أي أن العينة قد تم اختيارها بناء على مواصفات مُعينة حددتها الدراسة، وقد وزعت عينة الدِّراسة من حيث الخصائص الديموغرافية للجمهور الأردني على النحو المُبين بالجدول التَّالي:
 - جاء نسبة 65% من عينة الدراسة ذكورا في مقابل نسبة 35% من العينة إناث.
 - جاء نسبة 41.5% من عينة الدراسة في الفئة العمرية "أقل من 40 عام"، تلاه نسبة 33% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من "40 لأقل من 50 عاما"، ثم جاء نسبة 14.8% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من (50 لأقل من 60 عاما)، وأخيرا جاء نسبة 10.8% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من (60 فأكثر).
 - جاء نسبة 34% من عينة الدراسة لديهم خبرة وظيفية " من 10 إلى أقل من 15 عام"، تلاه نسبة 31% من عينة الدراسة لديهم خبرة وظيفية من "أكثر من 20 عام"، ثم جاء نسبة 17.5% من عينة الدراسة لديهم خبرة وظيفية من (أقل من 5 سنوات)، وأخيرا جاء نسبة 17.5% من عينة الدراسة في لديها خبرة وظيفية من (5 إلى أقل من 10 سنوات).
 - جاء مشاركة نسبة 40% من عينة الدراسة حاملي مؤهل بكالوريوس في مقابل نسبة 21.8% من عينة الدراسة حاملي مؤهل دبلوم متوسط، ثم نسبة 20.8% من عينة الدراسة حاملي مؤهل دكتوراه، وأخيرا جاء نسبة 17.5% من عينة الدراسة حاملي مؤهل "ماجستير".
 - جاء مشاركة موظف حكومي بنسبة 26.5% ثم مشاركة حزبي أو نقابي بنسبة 20.5% ثم مشاركة صحفي أو كاتب مقال بنسبة 13.8% ثم مشاركة أستاذ جامعي بنسبة 12.3% ثم مشاركة قيادة نسائية بنسبة 11.5% ثم مشاركة عضو مجلس أعيان بنسبة 5.8% ثم مشاركة عضو مجلس نواب بنسبة 5.5% وأخيرا مشاركة إداري قانوني بنسبة 4.3%.
 - أداة جمع بيانات الدِّراسة الميدانية: استخدم الباحث استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من الواقع الميداني، باعتبار أن هذه الاستمارة أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات بشكل مباشر من عينة مستهدفة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المُحددة
 - اختبار صدق مقاييس الدِّراسة وثباتها: تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

- ❖ اختبار الصدق (Validity): اعتمد الباحث على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) 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 قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين* والمتخصصين في مجال الإدارة⁽²¹⁾، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام المحكمون باقتراح بعض التعديلات على الاستمارة متعلقة بصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمون، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.
- ❖ اختبار الثبات (Reliability): ويقصد به تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وقد تم إجراء اختبار الثبات أيضاً من خلال إعادة تطبيق استمارة الاستبيان الخاصة بالجمهور على (40 مفردة) من المبحوثين أنفسهم بواقع (10%) من إجمالي حجم العينة وتم حساب الثبات باستخدام معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين (القياسين الأول والثاني) حيث بلغت قيمته (91.6%) هي نسبة ثبات مرتفعة في أسئلة المقاييس.
- ❖ قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات (ألفا) لمحاور الاستبيان بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، والذي وصل إلى 91.6%، باستخدام معامل ألفا (الثبات) لمقاييس الدراسة التي جميعها تستهدف توصيف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، واتسمت كافة المقاييس الدراسة بارتفاع قيم الثبات بين عبارتها في قياس الهدف منها، حيث جاء ثبات الاستمارة بكافة مقاييسها بقيمة (91.6%).

* المحكمون لاستمارة الاستبيان :

أ.د عادل فهمي	كلية الإعلام، جامعة القاهرة
أ.د همت السقا	قسم الإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.
أ.د تيسير أبو عرجه	كلية الإعلام، جامعة البترا
أ.د عبد الرزاق الدليمي	قسم الإعلام في كلية الخوارزمي الجامعية التقنية
أ.د كامل خورشيد	كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
أ.د سماح المحمدي	كلية الإعلام، جامعة القاهرة
أ.م.د وفاء درويش	قسم الإعلام/ كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق
د.عبدالكريم الطويسي	كلية الإعلام، جامعة البترا.
د. إبراهيم الخصاونة	كلية الإعلام، جامعة البترا.

المُعاجة الإحصائية للبيانات: قام الباحث بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة بالدراسة الميدانية 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.

النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

الجزء الأول: نتائج الإجابة على التساؤلات العامة للدراسة:

المحور الأول: كثافة متابعة عينة الدراسة من (قادة الرأي العام في الأردن) لمواقع التواصل الاجتماعي والقضايا المحلية التي تناقشها:

متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام:

جدول رقم (1)

متابعة قادة الرأي العام في الأردن لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام

%	ك	
60.3	241	دائما
32.8	131	أحيانا
7	28	نادرا
100	400	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة 60.3% من عينة الدراسة (قادة الرأي العام) تتابع مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وهو ما يدل على أن هذه النوعية من الشبكات تحظى بارتفاع الاستخدام مما جعلها منتشرة بين فئات المجتمع الأردني وتمتعها بدورها المهم في تشكيل ثقافة الاتصال والتواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة، وفي المرتبة الثانية جاء نسبة 32.8% من عينة الدراسة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي أحيانا أي بشكل غير منتظم، مما يشير إلى أن هناك مصادر أخرى تعتمد عليها عينة الدراسة عند متابعتهم لقضايا الرأي العام حيث لا يكون الاعتماد فقط على المنصات الرقمية، وربما يعزو ذلك لاختلاف الأولويات أو الاهتمامات المتباينة التي تؤثر على تفاعلهم مع المحتوى الرقمي وتحديد طبيعة المصادر التي يتجهوا لها للحصول على المعلومات، وعلى الجانب الآخر، جاء نسبة 7% من عينة الدراسة تتابع مواقع التواصل الاجتماعي نادراً، مما يشير إلى وجود فئة صغيرة لا تولي اهتماماً كبيراً بهذه المنصات الرقمية، كما يمكن أن يكون هذا بسبب عدم الاهتمام بالمحتوى الرقمي أو الرغبة في الابتعاد عن التكنولوجيا في بعض الأحيان وأن هناك مصادر أخرى تحظى باهتمام عينة الدراسة.

متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لمواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية الأردنية:

جدول رقم (2)

متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لمواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية الأردنية

ك	%	
189	47.3	أحرص على متابعة الصفحات التي تناقش هذه القضايا بشكل دائم
174	43.5	أحرص إلى حد ما على متابعة الصفحات التي تناقش هذه القضايا
37	9.3	أحرص بشكل نادر على متابعة الصفحات التي تناقش هذه القضايا
400	100	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن نسبة 60.3% من قادة الرأي العام في الأردن يحرصون على متابعة المستجدات المرتبطة بالقضايا المحلية الأردنية بشكل دائم، وهو ما يعكس اهتماماً قوياً بالشأن العام والحرص على بناء الوعي السياسي الذي يمتلكه هؤلاء القادة، وفي المرتبة الثانية، جاء نسبة 36.3% من قادة الرأي العام يحرصون على متابعة المستجدات المحلية أحياناً أي بشكل غير منتظم، ويمكن أن يكون ذلك بسبب اختلاف الأولويات المهنية أو انشغالهم بقضايا أخرى في بعض الأحيان إلى جانب القضايا المحلية والتي قد ترتبط بتخصصاتهم وتوجهاتهم، وأخيراً، تشير نسبة صغيرة بلغت 3.5% من عينة الدراسة إلى أن متابعة المستجدات المحلية تكون بشكل نادر، حيث يمكن أن يكون ذلك بسبب تفضيلهم لمتابعة الأخبار الدولية أو لعوامل شخصية أخرى تؤثر على تفاعلهم مع الأحداث المحلية.

دوافع متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية:

جدول رقم (3)

دوافع متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ضعيفة		متوسطة		عالية		العبار
			%	ك	%	ك	%	ك	
84.8	0.5864	2.545	4.8	19	36	144	59.3	237	اشاهد الأخبار من أجل الاطمئنان عن سلامة الأوضاع المحلية بالأردن
82.7	0.592	2.48	5	20	42	168	53	212	سهولة التعرض للمحتوى المنشور عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن القضايا المحلية
82.0	0.6118	2.46	6.3	25	41.5	166	52.3	209	الاعتماد على متابعة القضايا المحلية الأردنية
81.6	0.6068	2.448	6	24	43.3	173	50.7	203	محتوى المادة المعروضة عن القضايا المحلية يتسم بجودة الشكل والمحتوى
81.2	0.5975	2.437	5.5	22	45.3	181	49.3	197	اشاهد المحتوى المعلوماتي لكونه يتوافق مع اهتماماتي
79.9	0.5747	2.398	4.5	18	51.2	205	44.3	177	يتوافق مضمون المادة المتعلقة بالقضايا المحلية مع مستوى أهمية الحدث

79.9	0.5877	2.398	5.3	21	49.8	199	45	180	تمتاز القصص المقدمة عن القضايا المحلية بأنها ذات طابع تفاعلي إنساني
79.3	0.6455	2.38	9	36	44	176	47	188	اتابع المحتوى الخاص بالقضايا المحلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بسبب الشعور بالالفة مع الوسيلة المستخدمة
76.7	0.6172	2.3	8.5	34	53	212	38.5	154	محتوى المادة المعروضة عن القضايا المحلية ذات مضامين إيجابية وتحفز على المشاركة المجتمعية
75.7	0.662	2.27	12	48	49	196	39	156	اعتمد على المضامين التي توفرها المواد المنشورة عبر الشبكات عن القضايا المحلية لكونها ذات مصداقية مرتفعة

يكشف الجدول السابق عن تنوع دوافع متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية، والتي يمكن تقسيمها إلى الفئات التالية:

أولاً: دوافع النفعية:

حيث جاء في المقدمة تعبير عينة الدراسة عن مشاهدتها للأخبار بهدف الاطمئنان عن سلامة الأوضاع المحلية بالأردن بوزن 84.8 درجة، مما يعكس الاهتمام بالاطلاع على الأحداث الجارية ومراقبتها لضمان سلامة البيئة المحلية، ثم جاء سبب أن محتوى المادة المعروضة عن القضايا المحلية يتسم بجودة الشكل والمحتوى بوزن 81.6 درجة، حيث أن الاهتمام بجودة المحتوى يعكس الرغبة في الحصول على معلومات موثوقة ومفيدة، وربما يعكس توجهاً نحو التفاصيل والتحليلات العميقة، ثم تعبير عينة الدراسة أن مضمون المادة المتعلقة بالقضايا المحلية يتوافق مع مستوى أهمية الحدث بوزن 79.9 درجة، مما يعكس رغبة في استهلاك المحتوى المفيد والملائم، ويعكس الوعي بأهمية متابعة القضايا المحلية الهامة، وبذات الوزن السابق جاء تعبير عينة الدراسة عن امتياز القصص المقدمة عن القضايا المحلية بأنها ذات طابع تفاعلي إنساني، حيث الاهتمام بالقصص الإنسانية والتفاعلية يعكس التوجه نحو فهم القضايا من خلال تأثيرها على الأفراد والمجتمع بشكل عام، تلاه أن محتوى المادة المعروضة عن القضايا المحلية ذات مضامين إيجابية وتحفز على المشاركة المجتمعية بوزن 76.7 درجة، مما يعكس الرغبة في نشر الإيجابية وتحفيز المشاركة الإيجابية في المجتمع، ثم اعتمادهم على المضامين التي توفرها المواد المنشورة عبر الشبكات عن القضايا المحلية لكونها ذات مصداقية مرتفعة بوزن 75.7 درجة مما يعكس الرغبة في الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة.

ثانياً: دوافع طقوسية:

حيث جاء في المقدمة تعبير عينة الدراسة عن سهولة التعرض للمحتوى المنشور عبر شبكات التواصل الاجتماعي عن القضايا المحلية مما يجعلها مفضلة للحصول على المعلومات السريعة بوزن 82.7 درجة، ثم تعبيرها عن الاعتقاد على متابعة القضايا المحلية

الأردنية بوزن 82 درجة، مما يعكس تفاعلاً دائماً مع الأحداث والقضايا الهامة في المجتمع، ثم مشاهدتها المحتوى المعلوماتي لكونه يتوافق مع اهتماماتهم بوزن 81.2 درجة، ثم أن متابعة المحتوى الخاص بالقضايا المحلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي يرجع للشعور بالألفة مع الوسيلة المستخدمة بوزن 79.3 درجة مما يعكس الرغبة في استخدام الوسائل المألوفة والملائمة لتلبية احتياجات المتابعة.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على العبارات التي دوافع متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية مقياساً عاماً جاءت مستوياته كما يلي:

جدول رقم (4)

مستويات المقياس العام لدوافع متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية

%	ك	
3.8	15	منخفض
40	160	متوسط
56.3	225	مرتفع
100	400	الإجمالي

تكشف بيانات الجدول السابق تنوع مستويات دوافع متابعة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي التي تناقش القضايا المحلية، حيث جاء في المقدمة نسبة 56.3% لديها دوافع مرتفعة لمتابعة القضايا المحلية عبر الشبكات، مما يعني ذلك أن هؤلاء الأفراد لديهم اهتمام عالٍ بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي لمناقشة القضايا المحلية، وهذا يشير إلى أهمية هذه القنوات في تشكيل الرأي العام ونقل الرسائل والمعلومات، تلاه نسبة 40% من عينة الدراسة التي أشارت إلى أن لديها اهتمام متوسط بمتابعة هذه الشبكات، ثم نسبة 3.8% من العينة لديها اهتمام منخفض بمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي لمناقشة القضايا المحلية.

المحور الثاني: تأثيرات متابعة القضايا المحلية التي يتم مناقشتها على الشبكات الاجتماعية:

التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية:

جدول رقم (5)

التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة عالية		التأثيرات المعرفية
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.7	0.672	2.36	11	44	42	168	47	188	تسهم المضامين المقدمة في الشبكة بتحسين قدراتي في تحليل كافة المعلومات ذات العلاقة بمستجدات القضايا المحلية

التأثيرات الاتصالية لمعالجة شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا المحلية على الجمهور الأردني

76.8	0.6107	2.305	8	32	53.5	214	38.5	154	أستطيع تشكيل اتجاهي نحو القضايا المحلية المعروضة في الشبكة من خلال خبرتي
76.2	0.6039	2.285	8	32	55.5	222	36.5	146	يتوافق المضمون المطروح حول القضايا المحلية المعروضة في الشبكة مع مستوى الحدث
75.8	0.6823	2.275	13.3	53	46	184	40.8	163	يعتمد اختياري لمتابعة القضايا المحلية المعروضة في الشبكة على المعلومات الخاصة بي
74.8	0.6527	2.245	12	48	51.5	206	36.5	146	يؤثر ما يقدم في الشبكة حول القضايا المحلية في معارفي من خلال مؤثرات محببة
73.7	0.6797	2.21	14.8	59	49.5	198	35.8	143	يؤثر ما يقدم في الشبكة في تشكيل موافقي نحو القضايا المحلية
73.1	0.6794	2.192	15.3	61	50.2	201	34.5	138	يحظى ما يقدم في الشبكة حول القضايا المحلية بقبولي

يكشف الجدول السابق عن تنوع التأثيرات المعرفية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، حيث جاء في المقدمة تأكيد عينة الدراسة على مساهمتها في تحسين قدراتهم في تحليل كافة المعلومات ذات العلاقة بمستجدات القضايا المحلية بوزن 78.7 درجة، مما يساعدهم ذلك في اتخاذ القرارات السليمة المرتبطة بالقضايا المحلية، ثم في المرتبة الثانية التأكيد على تمكن هذه المعالجات من تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المحلية المعروضة في الشبكة وتزويد خبراتهم المعرفية بوزن 76.8 درجة، ثم في المرتبة الثالثة جاء التأكيد على توافق المضمون المطروح حول القضايا المحلية المعروضة في الشبكة مع مستوى الحدث بوزن 76.2 درجة، ثم اعتماد اختيارهم لمتابعة القضايا المحلية المعروضة في الشبكة على المعلومات الخاصة بهم بوزن 75.8 درجة، ثم تأثير هذه المعالجة على ما يقدم في الشبكة حول القضايا المحلية في معارفهم من خلال مؤثرات محببة بوزن 74.8 درجة، وأخيرا تأثير ما يقدم في الشبكة في تشكيل موافقهم نحو القضايا المحلية بوزن 73.7 درجة، وأخيرا تأكيد عينة الدراسة على أن ما يقدم في الشبكة حول القضايا المحلية يحظى بقبولهم بوزن 73.1 درجة.

التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية:

جدول رقم (6)
التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة عالية		التأثيرات الوجدانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.2	0.6301	2.405	7.8	31	44	176	48.3	193	تسهم الموضوعات المطروحة حول القضايا المحلية المعروضة في الشبكة في رفع مستوى التعاطف معها
77.9	0.6631	2.337	10.8	43	44.8	179	44.5	178	أشعر بالتعاطف مع المسؤولين الذين يبذلون قصارى جهدهم في التعامل مع القضايا المحلية
77.1	0.6678	2.313	11.5	46	45.8	183	42.8	171	أتضابق من الشبكة التي تقدم القضايا المحلية والتي تصرح بخلوها من معلومات كاذبة ولكنها موجودة
76.6	0.6672	2.298	11.8	47	46.8	187	41.5	166	من خلال خبرتي مع الإعلام أستطيع تشكيل موافقي نحو القضايا المحلية المعروضة في الشبكة
76.1	0.651	2.282	11	44	49.8	199	39.3	157	تحفزني المعلومات المطروحة في الشبكة حول القضايا المحلية لمتابعتها
75.0	0.6735	2.25	13.3	53	48.5	194	38.3	153	أقبل الأفكار الجديدة المقدمة في الشبكة حول كل ما يتعلق بالقضايا المحلية بحماس
75.0	0.6623	2.25	12.5	50	50	200	37.5	150	تسهم المضامين المقدمة في الشبكة في رسم صورة مقبولة للأحداث المحلية
72.3	0.6836	2.17	16.3	65	50.5	202	33.3	133	تكوين صورة إيجابية في الأداء الحكومي وتعامله مع القضايا المحلية

يكشف الجدول السابق عن تنوع التأثيرات الوجدانية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، حيث جاء في المقدمة مساهمة الموضوعات المطروحة حول القضايا المحلية المعروضة في الشبكة في رفع مستوى التعاطف معها بوزن 80.2 درجة حيث يكون ذلك التعاطف مع أطراف القضية أو الأداء الحكومي فيها أو الأطراف غير الرسمية الفاعلة فيها، ثم شعور عينة الدراسة بالتعاطف مع المسؤولين الذين يبذلون قصارى جهدهم في التعامل مع القضايا المحلية بوزن 77.9 درجة حيث تسهم هذه المعالجات في

تكوين رؤية واضحة عن جهود الأطراف الحكومية، ثم التضاييق من الشبكة التي تقدم القضايا المحلية والتي تصرح بخلوها من معلومات كاذبة ولكنها موجودة بوزن 77.1 درجة حيث أن هذه التغطيات تكون حريصة على الدقة والموضوعية وعدم تقديم معلومات مغلوطة، ثم رؤية عينة الدراسة أنه من خلال خبرتهم مع الإعلام يستطيعوا تشكيل مواقفهم نحو القضايا المحلية المعروضة في الشبكة بوزن 76.6 درجة حيث يتضح مما سبق أن هذه التغطيات الإعلامية تسهم في تشكيل رأيهم، ثم أن المعلومات المطروحة في الشبكة حول القضايا المحلية تحفزهم لمتابعتها بوزن 76.1 درجة، ثم أنها تمكنهم من تقبل الأفكار الجديدة المقدمة في الشبكة حول كل ما يتعلق بالقضايا المحلية بحماس بوزن 75 درجة، ثم أن المضامين المقدمة في الشبكة تسهم في رسم صورة مقبولة للأحداث المحلية بوزن 75 درجة، ثم تساعد في تكوين صورة إيجابية في الأداء الحكومي وتعامله مع القضايا المحلية بوزن 72.3 درجة.

التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية:

جدول رقم (7)

التأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة عالية		التأثيرات السلوكية
			%	ك	%	ك	%	ك	
77.3	0.6274	2.32	8.8	35	50.5	202	40.8	163	تؤدي المضامين الإيجابية الواردة في الشبكة دوراً في تغيير سلوكي كجزء من المنظومة ككل
77.2	0.6463	2.317	10	40	48.3	193	41.8	167	تؤثر المضامين الإيجابية الواردة في الشبكة في تغيير اتجاهاتي نحو مختلف المواضيع المطروحة حول القضايا المحلية
76.3	0.6418	2.29	10.3	41	50.5	202	39.3	157	تمكنتي من تبني القرار السليم في التعامل مع القضايا المحلية ذات الطبيعة الجدلية والمثيرة للرأي العام
76.2	0.6594	2.285	11.5	46	48.5	194	40	160	تدفعني الأخبار السلبية المرتبطة بالقضايا المحلية الى المشاركة في جهود مكافحتها
75.6	0.622	2.267	9.5	38	54.3	217	36.3	145	تؤثر القضايا المحلية المعروضة في الشبكة في دعوتي للآخرين لأجل القيام بواجبنا نحو خدمة المجتمع
75.4	0.6593	2.263	12	48	49.8	199	38.3	153	أدعم جهود الحكومة في عرض الحقائق حول القضايا المحلية
75.3	0.6622	2.26	12.3	49	49.5	198	38.3	153	يؤثر ما يقدم في الشبكة حول القضايا المحلية في اتصالي مع الآخرين وخصوصاً العائلة والأصدقاء
72.0	0.6712	2.16	15.8	63	52.5	210	31.8	127	تدفعني الأخبار المنشورة في الشبكة عن القضايا المحلية الى المشاركة في نشرها

يكشف الجدول السابق عن التأثيرات السلوكية متمثلة في تأدية هذه المضامين الإيجابية الواردة في الشبكة دوراً في تغيير سلوكهم كجزء من المنظومة ككل بوزن 77.3 درجة، ثم تأثير المضامين الإيجابية الواردة في الشبكة في تغيير اتجاهاتهم نحو مختلف المواضيع المطروحة حول القضايا المحلية بوزن 77.2 درجة، ثم تمكينها من تبني القرار السليم في التعامل مع القضايا المحلية ذات الطبيعة الجدلية والمثيرة للرأي العام بوزن 76.3 درجة وجاء أقل تأثير دفع هذه الأخبار المنشورة في الشبكة عن القضايا المحلية الى المشاركة في نشرها بوزن 72 درجة

الجزء الثاني: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لقادة الرأي العام في الأردن علي مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

جدول رقم (8)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين معنوية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لقادة الرأي العام في الأردن علي مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	كثافة متابعة عينة الدراسة لقادة الرأي العام في الأردن علي مواقع التواصل الاجتماعي
دال	0.000	**0.327	التأثيرات المعرفية
دال	0.000	**0.247	التأثيرات الوجدانية
دال	0.000	**0.300	التأثيرات السلوكية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقيق التأثيرات المعرفية من المتابعة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.327) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية الاتجاه ومتوسطة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقيق التأثيرات المعرفية من المتابعة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة كلما ارتفع معه بالتبعية ارتفاع مستوى تحقق التأثيرات المعرفية.

- وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات الوجدانية من المتابعة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.247) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية الاتجاه وضعيفة القوة، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات الوجدانية من المتابعة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة كلما ارتفع معه بالتبعية ارتفاع مستوى تحقق التأثيرات الوجدانية.
- وجود علاقة ارتباطية بين كثافة متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات السلوكية من المتابعة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.601) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية الاتجاه وقوية، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات السلوكية من المتابعة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى كثافة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة كلما ارتفع معه بالتبعية ارتفاع مستوى تحقق التأثيرات السلوكية.
- وفق النتائج السابقة ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لقادة الرأي العام في الأردن على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية
- الفرض الرئيسي الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

جدول رقم (9)

قيمة معامل ارتباط بيرسون بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية كلا من .
دال	0.000	**0.601	التأثيرات المعرفية
دال	0.000	**0.545	التأثيرات الوجدانية
دال	0.000	**0.568	التأثيرات السلوكية

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات المعرفية من المتابعة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.601) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية الاتجاه وقوية، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات المعرفية من المتابعة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى دوافع متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة كلما ارتفع معه بالتبعية ارتفاع مستوى تحقق التأثيرات المعرفية.
- وجود علاقة ارتباطية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات الوجدانية من المتابعة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.601) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية الاتجاه وقوية، مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات الوجدانية من المتابعة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى دوافع متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة كلما ارتفع معه بالتبعية ارتفاع مستوى تحقق التأثيرات الوجدانية.
- وجود علاقة ارتباطية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات السلوكية من المتابعة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.601) عند مستوى معنوية (0.000)، وهو مستوى معنوية دال، وهي علاقة طردية الاتجاه وقوية، مما يوضح

وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية وتحقق التأثيرات السلوكية من المتابعة. وبذلك يتم قبول هذا الفرض، مما يعني أنه كلما ارتفع مستوى دوافع متابعة مواقع التواصل الاجتماعي من قبل عينة الدراسة كلما ارتفع معه بالتبعية ارتفاع مستوى تحقق التأثيرات السلوكية.

وفقا للنتائج السابقة ثبت صحة الفرض ووجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

الخلاصة:

كشف التحليل الإحصائي عن ارتفاع اعتماد عينة الدراسة على الشبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات حول القضايا المحلية، وان الفيس بوك يأتي في صدارة الشبكات المعتمد عليها، وقد ثبت ارتفاع الدوافع النفعية من التفاعل مع الشبكات الاجتماعية حيث تعتبر مصدر للمعلومات والمعرفة، ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة عينة الدراسة (قادة الرأي العام في الأردن) لشبكات التواصل الاجتماعي في مناقشة القضايا المحلية والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية، ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة عينة الدراسة لقادة الرأي العام في الأردن على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية الناتجة عن اعتماد عينة الدراسة من قادة الرأي العام في الأردن على شبكات التواصل الاجتماعي وأثره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الأردني نحو القضايا المحلية.

وبناء على ما سبق، توصي الدراسة بأن يكون هناك مراقبة دائمة لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها منصة متغيرة بسرعة، حيث ضروري مراقبتها باستمرار لفهم الاتجاهات والموضوعات التي يتحدث عنها الناس وكيفية تأثيرها على الرأي العام، كما يمكن للمؤسسات الحكومية والمنظمات غير الحكومية أن تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجمهور وتوجيه الحوار حول القضايا المحلية بشكل فعال. يجب على المسؤولين والقيادات السياسية والمجتمعية التفاعل مع الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والاستماع إلى آرائهم ومخاوفهم والتعامل معها بجدية. كما لا بد من تفعيل دور البحوث التحليلية بأدواتها المختلفة للتحليل البياني لفهم مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام، ومعرفة القضايا الأكثر تداولاً والمؤثرة.

مراجع الدراسة:

- (1) ياسمين صلاح عبد الرحمن، (2016). " استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية في بناء مواقف الاحتجاج والرفض أثناء ثورة 25 يناير: دراسة تطبيقية على موقعي الفيس بوك وتويتر، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية. ص149
- (2) هاجر محمود محمد، (2021). "الخطاب العسكري المصري عبر المواقع الإلكترونية الاجتماعية ودوره في تشكيل وعي الجمهور بقضايا المجتمع". أطروحة دكتوراه، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
- (3) علي السعيد محمد (2021). " دور الفضائيات العربية الدينية في تشكيل المعارف الدينية لدى المرأة المصرية: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية.
- (4) سامح محمد عبد البديع، (2019). "معالجة الفضائيات المصرية لقضايا الأمن القومي ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها: دراسة تطبيقية". أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر.
- (5) جهاد حجازي شحاته، (2016)، دور حملات التسويق السياسي في تشكيل الصورة الذهنية لمرشحي انتخابات الأحزاب السياسية وانعكاسها على اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية: دراسة تطبيقية على الانتخابات البرلمانية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، جمهورية مصر العربية.
- (6) أسماء يحيى محمد بدوي، (2015). المعالجة الإخبارية للقضايا السياسية المصرية في قناة الجزيرة مباشر مصر واتجاهات شباب الجامعات المصرية نحوها. رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، مصر.
- (7) Ellison, Nicoleb, Vitak, Jessica, Gray, Rebecca, Lampe, Cliff, (2014), "Cultivating Social Resources on Website Network Sites Facebook Relationship Maintenance Behaviors and their Role in social capital processes". **Journal of Computer Mediated Communication**. 19 (4), 855-870.
- (8) هاني البدري (2014)، معالجة التلفزيون الأردني للحراك السياسي العربي واتجاهات النخبة نحوها، أطروحة دكتوراه، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- (9) عزة احمد علي أبو العز، (2012)، أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجلات العامة المصرية والأميركية وأثرها على تشكيل اتجاهات الصفوة المصرية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- (10) مايا احمد البيضا، (2012)، التغطية التلفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- (11) فاطمة الزهراء محمد، (2012)، اتجاهات الرأي العام السعودي نحو دور وسائل الإعلام في تهيئة المجتمع لقبول مشاركة المرأة في الحياة السياسية، المؤتمر العلمي الثامن عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر. ص437
- (12) جمال عبد العظيم أحمد (2011)، اتجاهات جمهور وسائل الإعلام في البحرين نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية: دراسة مقارنة لجمهور الوسائل التقليدية والشبكات الاجتماعية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، مصر. 10 (4)، 55-101.
- (13) Jonathan McDonald, (2010), The Neglected Power of Elite Opinion Leadership to Produce Antipathy Toward the News Media: Evidence from a Survey Experiment In Political Behavior, 32 (1), 29-50.
- (14) عبدالرحيم درويش، (2006)، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي دمياط للنشر والتوزيع، دمياط، جمهورية مصر العربية، ص164.
- (15) عصام موسى (2003)، المدخل في الاتصال الجماهيري، الكتاني للنشر والتوزيع والطباعة، اربد، الأردن. ص164.
- (16) أحمد رضوان، (2005)، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول: الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، منشورات الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، جمهورية مصر العربية. ص314.
- (17) مي العبدالله، (2006)، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان. ص 227
- (18) محمد بكير، (2003)، معالجة الراديو والتلفزيون للمشكلات النفسية والاجتماعية للمراهقين في مصر، أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهورية مصر العربية. ص111-112.

- (19) صالح أبو إصبع، (2005)، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. ص ص111-112.
- (20) سوزان القليني (1998)، مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات – دراسة حالة على حادثة الأقصر، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، 1 (4)، ص35.