تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية: *"دراسة ميدانية على أساتذة الجامعات الأردنية"*

د. عمر سليمان ملكاوي

أستاذ مساعد – كلية الإعلام – جامعة الزرقاء – الأردن

ملخص

يهدف هذا البحث إلى الحصول على إجابة على سؤال مشكلة الدراسة التالي : ما تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية ؟ وذلك من خلال التطبيق على أساتذة الجامعات في الأردن . وبناءً على ذلك تم تصميم أداة الإستبيان من خلال الإعتماد على الدراسات السابقة والإستفادة منها في كتابة الأسئلة, بعد ذلك تمّ توزيعها على (٦٥) مفردة يمثلون عينة الدراسة وفق أسلوب الحصر الشامل وتحديداً أساتذة أقسام (العلوم السياسية والعلاقات الدولية والمهتمين بالإتصال السياسي في كليات الإعلام) . وبعد الحصول على النتائج تم تحليل بيانات الدراسة عبر برنامج التحليل الإحصائي (SPSS 25.0) وكان من أبرز ما توصلت له نتائج الدراسة بشكل عام أنَّ هنالك تأثيرات كبيرة لصحافة الإنترنت في تكوين الصورة الذهنية السياسية حيث أشارت النتائج إلى أنَّ الصحافة الإلكترونية تساهم بشكل أكبر في تكوين "صورة رئيس الدولة" بمتوسط حسابي (٣,٨٣) ؛ ويتبع ذلك صورة "البرلمان" بمتوسط حسابي (٣,٧٦) وصورة "الحكومة" بمتوسط حسابي (٣,٧١) و "صورة الأحداث السياسية" بمتوسط حسابي (٣,٦٩) في حين كانت "صورة الأحزاب السياسية" (٣,٠٢) لديها أدنى متوسط حسابي مقارنة بغيرها من عناصر الصورة السياسية التسعة المحددة كمقاييس للدراسة. وفيما يتعلق بفنون الصحافة الإلكترونية فقد توصلت الدراسة إلى أنَّ تقنية الفيديو كانت أعلى نسبة تأثير في عملية تكوين صورة سياسية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٩٣) تلتها تقنية الصورة بمتوسط حسابي (٣,٩٠) في حين كانت أقل نسبة لكل من المقال والكاريكاتيروذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٤) . أمّا فيما يخص نوع التأثيرالناتج عن الصحافة الإلكترونية فقد كانت "التأثيرات المعرفية" صاحبة أعلى نسبة بمتوسط حسابي بلغ (٣,٢١)؛ تبع ذلك "التأثيرات العاطفية "بمتوسط حسابي (3.04) أمّا "التأثيرات السلوكية " فقد كان لها أدنى متوسط حسابي (3.09) . وبالنسبة للتفصيل في التأثيرات المعرفية فقد كانت اجابة " لقد زودتني بمعلومات شاملة عن الأحداث السياسية" هي النسبة العظمى (المتوسط = ٣,٥٨) وفيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية فقد جاءت اجابة "زادت قلقي من أداء مجلس النواب" (المتوسط = ٣,٤٦) أولا , أمّا في جانب التأثيرات السلوكية فقد كانت النسبة العظمى لإجابة "جعلتني أُناقش الأخبار ذات الصلة بالحكومة مع العائلة والأصدقاء "(المتوسط = ٣,٤١) .وقد تم العثور على علاقة سلبية منخفضة (-174.-=r) بين تأثيرات الصحافة الإلكترونية وصورة الأحزاب السياسية (P<0.05) . كما تم التوصل إلى وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.313) بين تأثيرات صحافة الإنترنت وصورة البرلمان (p<0.05) . بالإضافة إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية منخفضة بين عناصر الصورة السياسية العامة باستثناء الكاريكاتير حيث لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرسوم الكاريكاتورية وعناصر الصورة السياسية حيث كانت (P>0.05) .

الكلمات الدّالة : الصورة الذهنية, الصورة السياسية, الصحافة الإلكترونية, أساتذة الجامعات, الأردن .

المقدمة:

لُوحظ في السّنوات الأخيرة ذلك الدور الكبير الذي تلعبهُ وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية بشكل عام , كما تم إجراء العديد من الدراسات في هذا الميدان ويُشار إلى أنّ أول من تطرق إلى أهمية الإعلام في عملية تكوين الصورة الذهنية هو الصحفي والباحث "والتر ليبمان" حيث تحدث عن هذا الموضوع في كتابه "الرأي العام" الصادر عام ١٩٢٢ م ومنذ ذلك الحين تم إجراء أبحاث مُختلفة حول الدّور الذي تلعبهُ وسائلُ الاعلام في تكوين الصّورة الذهنية عبر الفترات الزمنية الماضية وما رافقها من ظهور وسائل إعلامية متنوعة. وفي هذه الفترة الزمنية بدأت الأبحاثُ تتجهُ نحو الدّور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية السياسية على اختلاف وتنوع عناصرها , إذ يمكن تقييمها وفق الجانب السياسي حيث أنها تأخذ منحى رمزي وإنطباع يتشكل في أذهان الناس من خلال إندماج تفسيرات الناخبين والمجتمع والمنظمات السياسية وفي ذات الوقت يمكن ربط مُصطلح الصورة السياسية بمجالات صنع السياسة الخارجية والتعليم السلوكي الدولي وغيرها. وبشكل عام يسعى الإعلام على الدوام لتشكيل صورة خاصة لبلد أو شعب معين من خلال ما يبثه من رسائل إلى الدول والشعوب , وفي هذا العصر ومع التطورات المهمة التي حدثت في مجال الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات خاصة في العشرين إلى الثلاثين عاماً الماضية ظهرت أنماط وأدوات إتصال وإعلام لم تكن موجودة في الماضي , وكتابع لوسائل الإعلام التقليدية (الصحيفة, الراديو, التلفاز) كان الإنترنت أهم أداةٍ تكنولوجية للإتصال الجماهيري ومع الإستخدام الواسع النطاق للإنترنت ظهر نوعٌ جديدٌ من الصحافة التي تبث عبر الإنترنت والتي يُشار إليها أيضًا باسم الصحافة الإلكترونية. تقوم الصحافة الإلكترونية بتشكيل الصورة الذهنية في عصر التكنولوجيا الحالي ولذلك يتم استخدامها لغايات التواصل وتبادل المعلومات مع الأشخاص والمؤسسات والدول والمجتمعات للتعبير عن وجهات نظر مُعينة وإنشاء صُور سياسية وفق عدة عناصر.

بناءً على ما سبق ذكره أعلاه تأتي هذه الدراسة لمعرفة مدى تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية.

مشكلة الدراسة:

انطلاقا من فكرة أنّ للصحافة الإلكترونية تأثيرات محتملة في تكوين صورة ذهنية سياسية وفق عدة عناصر(صورة مرشح انتخابي , حملات انتخابية , الأحزاب السياسية , الأحداث والوقائع السياسية , رئيس الدولة ,الدولة , الحكومة , الجيش , البرلمان) فإنَّ مشكلة الدراسة بشكل عام تتمثل في السؤال التالي : **ما تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية من وجهة نظر أساتذة**

الجامعات الأردنية ؟ بالإضافة إلى وجود مجموعة فرعية أخرى من الأسئلة التي من الممكن أن يتم اضافتها ضمن نطاق مشكلة الدراسة, وهي : ما أنماط استخدام أساتذة الجامعات الأردنية للصحافة الإلكترونية ؟ ما مستويات تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية في أذهان أساتذة الجامعات الأردنية ؟ ما أكثر الفنون الصحفية الإلكترونية تأثيراً في تكوين الصورة الذهنية السياسية من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية ؟ ما مراحل تكوين الصورة الذهنية السياسية التي تسهم الصحافة الإلكترونية في تكوينها من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية.

أهمية الدراسة :

١- كونها تتناول تأثير وسيلة اتصال واعلام ذات أهمية كبيرة في الزمن الحالي الذي بات فيه الإعلام الرقمي من أهم أشكال الإعلام في العصر الحديث , وهي وسيلة الصحافة الإلكترونية.

٢- كونها من الدراسات التي تتناول جانبا مهما من جوانب تكوين الصورة الذهنية بشكل عام وهو جانب الصورة الذهنية في ميدان السياسة , حيث ما زال هناك العديد من النواقص في ميدان الصورة السياسية مقارنة بجوانب الصورة الذهنية الأُخرى.

٣- كونها الدراسة الوحيدة لغاية الآن - على حد علم الباحث - التي تتناول جانب تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية وفق تسعة عناصر تمثل مقاييس الدراسة (المرشح الانتخابي ,الحملات الانتخابية ,الوقائع والأحداث السياسية ,الأحزاب السياسية ,رئيس الدولة ,الدولة ,الحكومة ,الجيش ,البرلمان).

٤- إثراء المكتبة العربية التي تحتاج إلى مثل هذه الدراسة في جوانب الصورة الذهنية المتنوعة وتأثيرات الإعلام الرقمي الإلكتروني في تكوينها بشكل عام .

أهداف الدراسة :

١- معرفة أنماط استخدام أساتذة الجامعات الأردنية للصحافة الإلكترونية.

٢- معرفة عناصر الصورة الذهنية السياسية التي تساهم الصحافة الإلكترونية في تكوينها في أذهان أساتذة الجامعات الأردنية.

٣- معرفة مستويات تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية في أذهان أساتذة الجامعات الأردنية.

٤- معرفة أكثر الفنون الصحفية الإلكترونية تأثيراً في تكوين الصورة الذهنية السياسية من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية.

٥- معرفة مراحل تكوين الصورة الذهنية السياسية التي تسهم الصحافة الإلكترونية في تكوينها من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية.

تساؤلات الدراسة :

١- ما هي أنماط استخدام أساتذة الجامعات الأردنية للصحافة الإلكترونية ؟
٢- ما هي عناصر الصورة الذهنية السياسية التي تساهم الصحافة الإلكترونية في تكوينها في أذهان أساتذة الجامعات الأردنية ؟
٣- ما هي مستويات تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية في أذهان أساتذة الجامعات الأردنية؟
٤- ما هي أكثر الفنون الصحفية الإلكترونية تأثيراً في تكوين الصورة الذهنية السياسية من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية؟
٥- ما هي مراحل تكوين الصورة الذهنية السياسية التي تسهم الصحافة الإلكترونية في تكوينها من وجهة نظر أساتذة الجامعات الأردنية؟

فروض الدراسة :

١- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عناصر الصورة السياسية (صورة المرشح الانتخابي، صورة الحملات الانتخابية، صورة الأحزاب السياسية، صورة الأحداث السياسية، صورة رئيس الدولة، الصورة السياسية للدولة، صورة الحكومة، صورة الجيش، صورة البرلمان) وبين تأثيرات (وجدانية , معرفية , سلوكية) الصحافة الإلكترونية أثناء عملية تكوين الصورة السياسية.
٢- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عناصر الصورة السياسية (صورة المرشح الانتخابي، صورة الحملات الانتخابية، صورة الأحزاب السياسية، صورة الأحداث السياسية، صورة رئيس الدولة، الصورة السياسية للدولة، صورة الحكومة،صورة الجيش، صورة البرلمان) وبين الفنون (الأخبار ،الفيديو ، المقابلات ، الصور ، التقارير الاستقصائية ، الصوت ، المقالات ، التقارير ، الكاريكاتير) الصحفية الإلكترونية أثناء عملية تكوين الصورة .
٣- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عناصر الصورة السياسية (صورة المرشح الانتخابي، صورة الحملات الانتخابية، صورة الأحزاب السياسية، صورة الأحداث السياسية، صورة رئيس الدولة، الصورة السياسية للبلد، الحكومة، الجيش، البرلمان) وبين مراحل بناء الصورة السياسية (تغيير الصورة، تعديل الصورة، تكوين صورة جديدة) .

المداخل النظرية الرئيسية للدّراسة :

أولا : نظرية الدراسة

ترتكز هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الإعتماد والتي تُعدُّ واحدةً من أهم وأشهر نظريات الإتصال والإعلام التي تم تقديمها لأول مرة عام ١٩٧٦ م من قبل " ديفلير وروكيتش Defleur & Ball " Rokeach وتقوم الفكرة الأساسية لنظرية الإعتماد على أنَّ الجمهور يرتكزُ في معرفتهِ لما يجري حوله من أحداث ووقائع على وسائل الإعلام المتنوعة [١]. وبشكل عام تشير النظرية إلا أنَّ الأفراد يعتمدون على الوسائل الإعلامية للوصول إلى الغايات التالية [٢] **الفهم :** ويتمثل ذلك في التّعرف على الذات عن طريق اكتساب الخبرات وخوض التجارب والتعلم كما يضمن أيضاً الفهم الاجتماعي عن طريق الاطلاع على معلومات تتعلق بالعالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها. **التوجيه :** ويظهرُ ذلك في توجيه العمل لكي يكون أكثرَ تفاعلية من أجل اكتساب مهارات في أسلوب التعامل مع معطيات ومواقف جديدة. **التسلية :** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاستثارة أو التسلية الإجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفاز مع الأُسرة.

فروض نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام :

- تتباين البيئات التي يعيش فيها الناس بناء على نسبة الثبات والاستقرار فيها حيث كلما زادت حالة الإضطراب وانعدام الإستقرار في بيئة ما كلما زاد اعتماد الاشخاص في تلك البيئة على الوسائل الاتصالية والإعلامية المتنوعة.
- كلما كانت مقدرة القوانين السائدة في بيئة ما قادرة على مساعدة الناس على الوصول لأهدافهم كلما زادت عملية استخدام الناس في تلك البيئة للوسائل الإتصالية والإعلامية .
- تتباين نسبة اعتماد الناس على الوسائل الاتصالية والاعلامية على حسب صفاتهم وأحوالهم وغاياتهم . [٣]

تأثيرات الوسائل الإعلامية والإتصالية

- **التأثيرات المعرفية :** تتضمن الآثار المعرفية كما تراها نظرية الإعتماد على الوسائل الإعلامية والإتصالية هذه النقاط : **الغموضAmbiguity** أو عدم الوضوع وتتمثل هذه النقطة عندما لا يجد المتابع المعلومات التي يريد الحصول عليها في البيئة المحيطة به ولذلك يلجأ إلى الوسائل الإعلامية كي توفر له ما يريد معرفته من معلومات وتحديدا في أزمنة الحروب والحوادث العالمية الكبيرة ذات التأثير الضخم . **تكوين الاتجاهات Attitude Formation** ويظهر هذا بشكل كبير في أسلوب وطريقة الوسائل الإعلامية في عملية نشرها لأفكار ومعلومات معينة حول الكثير من القضايا المتنوعة والكثير من الأشخاص من أجل

التأثير في أفكارهم وجذب انتباههم وتحديدا وقت حدوث انتخابات أو كوارث وما شابه ذلك . **ترتيب الأولويات Agenda Setting** ويتمثل هذا الأمر في اتباع الوسائل الإعلامية طريقة خاصة وفق ما تريده هي بحيث تجعل الجمهور يركز على مجموعة من الأمور والقضايا دون الأخرى بشكل متسلسل من خلال التكرار من عرضها بشكل أكثر من غيرها .**القيم Values** تتمثل هذه النقطة في العديد من القيم والصفات المشتركة بين مجموعة من الناس في بيئة معينة يسعون للحفاظ عليها ونشرها لغيرهم ومن أجل ذلك يستخدمون الوسائل الإعلامية من أجل تحقيق هذا الهدف .

- **التأثيرات الوجدانية :** وهي مجموعة التأثيرات التي ترتبط بالشعور وما يتعلق به مثل حب شخص ما أو كرهه , وفي هذا الخصوص يكون للوسائل الإعلامية تأثير كبير في الجانب الوجداني عند الناس ,ويقصد بها الفتور العاطفي إذ يؤدي تعرض الفرد بشكل كثيف لوسائل الإعلام إلى عدم رغبته في مساعدة الآخرين نتيجة تعرضه لكم كبير من مشاهد العنف التي تصيبه بالتلبد والفتور والخوف والقلق الذي يصيب الفرد نتيجة تعرضه لسلوكيات عنيفة في وسائل الإعلام خشية ارتكابه لمثل تلك السلوكيات أو وقوعه ضحية لها، والدعم المعنوي إذ يؤدي قيام وسائل الإعلام بأدوار اتصالية رئيسية مثل التعبير عن ثقافة المجتمع إلى رفع الروح المعنوية لدى الفرد نتيجة شعوره بالاندماج والمشاركة مع باقي أفراد المجتمع [٤].
- **التأثيرات السلوكية:** يعد القيام بالفعل أو انعدام الرغبة بالقيام بالفعل من أبرز التأثيرات السلوكية للوسائل الإعلامية , وما ذلك في حقيقة الأمر إلا امتداد لكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية , ويشار إلى أنّ التأثيرات السلوكية تتكون من عدة عناصر من أبرزها **التنشيط أو التحفيز Activation** وهو المتمثل بردة فعل الشخص عندما يقوم بالفعل متأثرا بما تابعه من خلال وسائل الإعلام [٥].

ثانيا : الصحافة الإلكترونية وتكوين الصورة الذهنية السياسية

تعريف الصورة الذهنية :

يعرف قاموس ويبستر كلمة الصورة على النحو التالي: هي تصور عقلي مشترك بين أفراد جماعة معينة، يعبر عن تصور الجماعة لشخص أو شيء معين [٦]. كما يعرفها جان ميريل على النحو التالي : "الانطباع العام المتكون عن الدولة والحكومة والبلد وهو نظام من الأفكار والآراء والميول"[٧].

وقد كان للباحث تعريفه الخاص للصورة الذهنية قدمه أول مره في رسالة الماجستير والتي تم نشرها في المجلة العربية للإعلام والإتصال حيث عرّف الصورة الذهنية على أنها:

ما يتردد في الذهن من تصورات نتيجة استجابة لمنبه , بحيث يكون أشبه بردة فعل ناجم عن وقوع سلوك معين شاهده الفرد , أو من خلال معايشة حدث ما أو سماع كلمة ما , لها ارتباط بما يحويه ذاك الذهن من أفكارومعلومات وما مربه من تجارب سابقة [٨].

الصورة الذهنية السياسية :

تعد الصورة الذهنية السياسية من أحدث أنوع الصور الذهنية من حيث التعامل مع الجمهور ومن حيث خضوعها للبحوث والدراسات الاجتماعية والنفسية,وإذا كانت العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً في بناء الصورة الذهنية للمنظمات والهيئات المختلفة فهي تقوم بالدور نفسه بالنسبة للأحزاب والشخصيات السياسية في المجتمعات المختلفة [٩]. أمّا تعريف الصورة الذهنية في ميدان السياسة فيقودنا إلى تناول الموضوع بشكل مُفصّل وفق العناصرالأساسية التي تتكون منها الصورة الذهنية السياسية وذلك على النحو التالي :

عناصر الصورة الذهنية السياسية :

١-**المرشح الإنتخابي** : يمكن تعريف صورة المرشح بأنها مجموعة الانطباعات التي يتركها الممثل السياسي المرشح في أذهان الناخبين ,وفي هذا السياق يتبين أنه خلال العملية الانتخابية يرغب قادة الأحزاب السياسية في توجيه تصورات الناخبين والتأثير عليها من خلال الخطابات التي ينتجونها ويستخدمونها فيما يتعلق بخصومهم السياسيين [١٠].

٢- **الحملات الانتخابية:** يقوم الاتصال السياسي للانتخابات على خمسة مبادئ وهي : مرسل المعلومات السياسية، الخطاب السياسي، متلقي الخطاب السياسي، قنوات الاتصال السياسي، النتائج المتوقعة [١١] وهي المبادئ التي يسعى من يقوم على تنظيم الحملات الإنتخابية لأخذها بعين الإعتبار في كل الفعاليات الإنتخابية السياسية بشكل عام .

٣ -**الأحزاب السياسية**: تتضمن صورة الأحزاب السياسية عناصر مثل خصائص زعيم الحزب، ونوعية أسلوبه، وموقفه السياسي تجاه المشكلات والأحداث، والحلول التي ينتجها, بالإضافة إلى الصورة وهوية الحزب السياسي والرؤية والرسالة السياسية وثقافة الحزب السياسي [١٢].

٤ -**الأحداث السياسية:** أي موقف أو واقعة أو حدث يطرأ أو يحتمل أن يثير الانتباه, كما يمكن القول بأنه كل ما يتعلق بالعالم السياسي، وبالتالي فهو كل ما يتعلق بالحرب في منطقة ما أو الانتخابات في بلد معين وما شابه ذلك [١٣].

٥ -**رئيس الدولة** : مفهوم رئيس الدولة قريب من مفهوم القائد من حيث المعنى بشكل عام ،حيث كل هيكل اجتماعي لديه توقعاته الخاصة من زعيمه [١٤].

٦ -**الصورة السياسية للدولة**: هي مجموعة المعتقدات والمواقف والآراء التي تكونها الدول عن بعضها البعض أو تكونها مجموعة عن بلد ما وهناك عدة عوامل تساهم في تكوين الصورة مثل التجارب الشخصية وزيارة الدولة أو استخدام منتجات معينة من تلك الدولة وغيرها .

٧ -**الحكومة:** الحكومة هي الإرادة السياسية التي يحكم بها وينظم بها بلد أو مجتمع ما , وهناك العديد من المصطلحات المتعلقة بمفهوم الحكومة مثل الديمقراطية والملكية[١٥] .

٨ -**الجيش**: بشكل عام يُعرف الجيش بأنه مجموعة من الأفراد المدربين تدريباً جيداً على فنون القتال والحرب, وفي الوقت نفسه فإن الجيش عبارة عن مجموعة يمكنها اتخاذ إجراءات وقرارات مستقلة للحفاظ على القيادة العامة للدولة, أو يمكن أن يعرف بأنه قوة عسكرية ذات تدريب ومعدات قتالية تابعة لدولة معينة[١٦] .

٩- **مجلس النواب**: يتمتع البرلمان أو مجلس النواب أو مجلس الشعب بالاختصاص الكامل في جميع ممارسات السلطة التشريعية وفقا لمبدأ الفصل بين السلطات, ويتكون من مجموعة من الأفراد يطلق عليهم ممثلين الشعب[١٧] .

الصحافة الإلكترونية :

تشمل صحافة الإنترنت الصور ومقاطع الفيديو والكتابة والرسومات والتسجيلات الصوتية , وهي صحافة تكنولوجية تتم على شبكة الإنترنت وتشمل صيغ إعلامية مختلفة توفر معلومات شاملة من خلال مصادر معلومات متنوعة تمكن من أرشفة الأخبار وتفتح المعلومات للاستخدام والتفاعل الفردي والاجتماعي والأهم من ذلك أنها توفر الوقت والسرعة في الوصول إليها [١٨] .

الفنون الصحفية الإلكترونية :

١ -**الأخبار الصحفية** : تعتبر الأخبار أساس تقنيات صحافة الإنترنت الحديثة ، وبما أنّ الأخبار هي أساس كل هذه التقنيات فهي في مقدمة تقنيات صحافة الإنترنت بشكل عام .

٢ -**المقال الصحفي**: يعرف المقال بأنه مجموعة من الفقرات التي تنشرها الصحيفة لتغطية أحداث أو قضايا ذات اهتمام عام, وعادة ما يأخذ المقال بعين الاعتبار فكر وأيديولوجية الصحيفة أو المؤلف [١٩] .

٣ -**التقرير الصحفي** : وهو من أهم التقنيات التي لا غنى عنها في صحافة الإنترنت, وهو وصف كامل لحدث وقع, أي أن التقرير الصحفي يسرد الأحداث بطريقة ديناميكية ومفصلة, كما يختلف التقرير عن تقنيات الصحافة الإلكترونية الأخرى لأنه لا يقتصر على العناصر الأساسية فقط، بل يعرض بوضوح الوصف المكاني والزماني للحدث ويغطي الموضوع بلغة واضحة وسهلة وتعبيرات جذابة .

٤ -**التحقيق الصحفي** : يعد التحقيق الصحفي أحد أهم تقنيات صحافة الإنترنت ويتضمن العديد من تقنيات التحرير، وهو عملية البحث وفحص موضوع معين بهدف إيجاد الأسباب والحلول في حالة حدوث مشكلة ما [٢٠].

٥ -**المقابلات الصحفية** : تُعد المقابلة نوع من الأخبار, ومع ذلك تتضمن مواقف المؤلف وأفكاره وآرائه وليس المعلومات المرتبطة بالخبر فحسب , بحيث يجب على الكاتب الذي يقوم بإعداد المقابلة أن يعرف تفاصيل الموضوع بشكل جيد ، وأن يجري تحقيقات ميدانية ويجمع المستندات اللازمة [٢١].

٦ -**الكاريكاتير الصحفي** : هو نوع من الرسم الذي يشرح المواضيع التي يتطرق إليها للجمهور باستخدام أسلوب النكتة والنقد, إنّه نوع من الصور التي اكتسبت معنى معين , ويشار إلى أن أول رسوم كاريكاتورية معروفة في التاريخ كتبها ليوناردو دافنشي, وبالإضافة إلى ذلك أصبح جيان لورينزو بيرنيني أحد الركائز الأساسية لفن الكاريكاتير وقد ظهر هذا الفن ونما بدايةً في إيطاليا وفرنسا([٢٢])

٧- **الفيديو والصوت والصور**: يمكن توزيع المحتوى مثل الصوت والصورة والنص والفيديو بسهولة في أي مكان عبر الإنترنت, ومنذ النصف الأول من التسعينيات كان للإنترنت تأثير كبير على الصحافة ومكّن مستهلكي الأخبار من الوصول في الوقت الفعلي إليها , ومن بين وسائل الراحة التي يوفرها الإنترنت أمكانية الوصول إلى أرشيفات الصوت والصور والفيديو والعناصر والمعلومات الداعمة للأخبار المتنوعة [٢٣].

وفي هذا الإطار تحديدا تجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من الدراسات العلمية التي أظهرت التأثير الذي تقوم به الفنون الصحفية الإلكترونية (خصوصا الفديو والصور) في الميدان السياسي ونذكر منها ما يلي :

Şen. Ayşe Fulya "Bir dijital gazetecilik uygulaması olarak video gazeteciliği ve çevrimiçi haber videoları" (2020)[24]

أشارت الباحثة في هذه الدراسة إلى أنَّ استخدام الفيديو بات يشهد استخداما واسعا ومتزايدا في ميدان العلوم الإجتماعية الأمر الذي يوفر نوعا جديدا من أساليب الحصول على البيانات والنتائج بشكل عام . وتابعت القول بأن ظهور تقنية الفيديو عبر الإنترنت والفضاء الرقمي قد أحدث ثورة في مؤسسات النشر والصف التقليدية وغيّر طريقة وأسلوب التعامل مع الصحافة , كما أشارت الباحثة إلى أنّ هذا النوع الجديد " صحافة الفيديو " يعتبر من أنواع الصحافة الحديثة التي يقوم فيها الصحفي بتصوير وتحرير وتقديم مواد الفيديو الخاصه به , ويتم استخدام مثل هذا النوع من الصحافة في العصر الحالي بشكل واسع لما يتمتع به من صفات احترافية متنوعة تجذب المتابعين إلى القصص الإخبارية في شتى المجالات .

Iyer, Webster, J. Hornsey, J. Vanman (2014) [25]

أشارت الدراسة إلى أنّ مشاهدة المواطنين البريطانيين لصور تفجيرات لندن عام ٢٠٠٥ ساهم في التركيز على الضحايا والإرهابيين , حيث أدى التعرض لصور الضحايا إلى زيادة تقدير معاناة الضحايا مما يشير إلى أنها ساهمت في تعزيز مشاعر التعاطف معهم , وفي المقابل أدى التعرض لصور الإرهابيين إلى زيادة تقييمات المتابعين لهم على أنهم خطرون وهذا يشير إلى أن الصور المنشورة ساهمت في تكوين انطباع مخيف عنهم.

كما أن الصحافة الإلكترونية بصفتها احدى الوسائل الإعلامية والإتصالية فان دورها في تشكيل الصورة الذهنية يمرعبر ثلاث مراحل وهي : (**بناء صورة جديدة لم تكن موجودة أصلا , تعديل الصورة الذهنية , تغييرالصورة الذهنية**)[٢٦].

الدراسات السابقة :

- **الدراسات العربية:**

دراسة نهاد حجازي " دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية" (٢٠٢٢)([٢٧]) والتي اعتمدت على المنهج المسحي وقامت بتطبيق أداة الاستبيان لجمع البيانات من خلال التطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ – أقل من ٤٠ عامًا . ومن أبرز ما تناولته الدراسة أنّ العديد من الشخصيات السياسية في الدولة رؤساء أو أعضاء مجلس الشعب أو أعضاء بالأحزاب السياسية المتنوعة أو حتى المحللين والنقاد في عالم السياسية بات لديهم وعي بأهمية وتأثير المواقع عبر الشبكة الإلكترونية والعالم الرقمي على الجمهور وتحديدًا فئة الشباب منهم وبناءً على ذلك بدأ حرصهم واضحًا على استغلال تلك الصفحات في تحسين صورتهم الذهنية لدى الجمهور سواء في فترات الانتخابات أو ما يليها في شتى النشاطات والفعاليات السياسية المتنوعة في الدولة .

دراسة فوازبورابحة " توظيف الصورة السياسية للبرلماني الجزائري عبرشبكة الفيسبوك: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية للبرلماني الجزائري سليمان سعداوي عن حزب الأفلان أنموذجا"(٢٠١٩)([٢٨]) ويهدف الباحث في دراسته إلى التعرف على الصورة السياسية التي يستخدمها البرلمانيون الجزائريون لتسليط الضوء على نشاطهم السياسي على شبكة الفيسبوك. حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال تطبيق أداة تحليل المضمون , وبالنسبة لعينة الدراسة فقد تكونت من ٤٣ منشورا تم تم اعتماداه وفق الفترة الزمنية ٢٠١٨/٠٣/٠٧ – ٢٠١٨/٠٤/٠٧ . وتوصلت الدراسة إلى ان الفيس بوك بصفته قناة تواصلية الكترونية ورقمية يحتل صدى وتأثيرا كبيرا في التعاملات العامة وسيما في جانب السياسة وهو ما دفع البرلمانيين الجزائريين

لاستخدامه كوسيلة الكترونية لنقل نشاطاتهم اليومية وتحديدا المجال التمثيلي كنواب وككتل حزبية سياسية.

دراسة حنان مجاهد "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية"(٢٠١٦)[٢٩]

حيث سعت الدراسة للتعرف على تأثير المواقع الإلكترونية الإجتماعية في الحملات الإنتخابية تحديدا في ظل حرص العديد من الفاعلين السياسيين والأحزاب المتنوعة لاستخدام تلك المواقع لخدمة أهدافها والتوريج لأفكارها السياسية ومن أبرز النقاط التي توصلت لها الدراسة أن مواقع التواصل الإلكترونية عبر العالم الرقمي باتت بمثابة الفضاء الذي يقوم به المستخدم بالمشاركة السياسية من خلال عمليات التواصل العديدة التي توفرها تلك المواقع الأمر الذي يحقق بدوره وجها جديدا في عالم الممارسة السياسية الإلكترونية .

- **الدراسات الأجنبية:**

Geise, Heck, Panke "The Effects of Digital Media Images on Political Participation Online: Results of an Eye-Tracking Experiment Integrating Individual Perceptions of "Photo News Factors" (٢٠٢٠)[30]

سعت الدراسة للإجابة على السؤالين التاليين : كيف وتحت أي ظروف تؤدي صور وسائل الإعلام الرقمية إلى المشاركة السياسية عبر الإنترنت؟ وما الأدوار التي تؤديها ميزات الصورة المحددة ("عوامل الأخبار المصورة" مثل السلبية أو العاطفية أو الانجذاب البصري أو البروز) في هذا الصدد تم الوصول إلى أن الأفراد يتابعون وسائل الإعلام والتي تدفعهم بدورها بشكل أكبر للمشاركة في الفعاليات السياسية.

Simon, Greg "Putin's International Political Image"(2019)([31])

سعت الدراسة للبحث في الكيفية التي تنظر بها الجماهير عمومًا إلى بوتين باعتباره سياسيًا أجنبيًا, وبناءً عليه فقد تم طرح السؤال التالي : هل من الممكن لأجنبي أن يُعجب بالرئيس بوتين ويحبه , وقد كان من نتائج الدراسة أنَّ هناك نسبة من الجماهير الأجنبية ترى في الرئيس بوتين رجل محافظ ولديها اعجاب بصراعاته مع الغرب والتي يتم نقلها عبر الوسائل الإعلامية.

Emrah " (٢٠١٩) Siyasi Partilerin 2019 Yerel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi"(2019)[32]

حيث تم في البحث تحليل ومقارنة صفحات الويب الخاصة بالأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات المحلية التي جرت في ٣٠ مارس ٢٠١٩ . وتكون مجتمع البحث من صفحات الويب الخاصة بكل من الأحزاب السياسية التالية : (حزب العدالة والتنمية، وحزب الشعب الجمهوري، والحزب الجيد، وحزب الحركة القومية، وحزب الشعوب الديمقراطي) وقد سعت الدراسة لاختبار الفرضية

الرئيسية التالية " يتم استخدام صفحات الويب الخاصة بالأحزاب السياسية بشكل نشط وفعال في عملية الحملات الانتخابية في تركيا " وهذا ما خلصت إليه الدراسلة بالفعل إذ تبين أن الأحزاب السياسية تستخدم الإنترنت بشكل نشط وفعال من خلال صفحاتها على الشبكة الإلكترونية وبذلك تم التأكد من صدق فرضية البحث.

Gürbüz "Siyasi Lider İmajına Etki Açısından Fotoğrafın Rolü: 2017 Halkoylaması Örneğinde Liderlerin Sosyal Medya Fotoğrafları" (2019) [33]

حيث كان من أبرز النقاط التي وردت في الدراسة أن القادة السياسيين يولون أهمية خاصة لمشاركة صورهم عبر حساباتهم في الشبكة الإلكترونية وذلك من أجل تكوين صورة ايجابية في أذهان الناخبين أي أنهم يسعون لتأسيس لغة تواصل خاصة مع ناخبيهم المحتملين عبر الصور, وبناء على ذلك تم دراسة تأثير الصور الفوتوغرافية للقادة السياسيين (رجب طيب أردوغان "رئيس جمهورية تركيا" ,وبن علي يلدرم " رئيس وزراء تركيا آنذك , وكمال كيليتشدار أوغلو "زعيم حزب الشعب الجمهوري" بالإضافة إلى دولت بهتشلي " زعيم حزب الحركة القومية") وذلك من خلال التحليل السيميائي في الفترة الواقعة بين ١٦ فبراير و١٥ أبريل ٢٠١٧. وقد خلصت الدراسة إلى أنّ الإنطباع الذي تتركه الصور المُشاركة عبر الفضاء الإلكتروني لها تأثير على الجمهور حيث أنها توحي بأن الزعماء يتمتعون بعدة صفات منها أنهم متفائلون، يمكن الإعتماد عليهم، وجديرون بالثقة، جادّون، حازمون، اجتماعيون، يحترمون التنوع، موثوقون، أقوياء، مخلصون، ودودون، نشيطون، حازمون، وواثقون بالنفس.

Sharlamanov, Jovanoski "The Role of Image in the Political Campaigns(٢٠١٤)"[34]

بشكل عام سعت الدراسة للكشف عن مدى تأثير صورة المرشحين في الحملات الإنتخابية , وكان من نتائجها الإشارة إلى أنّ للصورة دوراً مهمًا في تشجيع الناخبين على الذهاب لصناديق الاقتراع والإدلاء بأصواتهم.

Schill ,Dan "The Visual İmage and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the field of Political Communication "(٢٠١٢)'[35]

حيث أشار الباحث بأن الوقت قد حان لعلماء الإتصال السياسي للتحقيق بشكل أكثر تعمقًا في كيفية عمل الرموز المرئية في العلاقات العامة, بالإضافة إلى ذلك تشير الصور المرئية إلى أنها تلعب دورًا مركزيًا في تكوين الصور السياسية.

Kang, Chee "Communication Technologies: Diffusion of Online News Use and Credibility Among Young Web Users in The Information Age"(2009)[36]

الغرض من الدراسة هو فحص استخدام وموثوقية الأخبار عبر الإنترنت بين مستخدمي الأخبار الشباب من حيث كيفية تبني هؤلاء المستخدمين الرئيسيين للوسائط الجديدة واستخدامها والثقة بها, ومن نتائج البحث تبين أن مستخدمي الويب الشباب لديهم عمومًا مواقف إيجابية تجاه الإنترنت والأخبار عبر الإنترنت ، واستخدام الأخبار عبر الإنترنت ليس له تأثير قوي على تصورات موثوقية الأخبار، وهناك علاقة سلبية بين المتغيرات الديموغرافية واستخدام وموثوقية الوسائط الجديدة.

التعقيب على الدراسات السابقة :

عند مراجعة الدراسات السابقة المنشورة بلغات ثلاث (العربية,الإنجليزية والتركية) وفي عدة دول , يظهر لنا أنّها تناولت بعض العناصرالتي تتكون منها الصورة الذهنية السياسية مثل صورة زعيم الدولة والحملات الإنتخابية والأحزاب السياسية بشكل منفرد وما يتعلق بتأثير التكنولوجيا والإنترنت على الاتصال السياسي بشكل عام وتأثير الصحافة الإلكترونية والشبكات الرقمية في تكوين صورة ذهنية سياسية بشكل خاص , أمّا ما يُميز هذه الدراسة فهو أنّها دراسة شاملة لعدة عناصر تُمثل الصورة الذهنية السياسية ولا تقتصر على عنصر واحد وهي العناصر التسعة التي تتكون منها هذه الدراسة والتي تم اعتمادها كمقاييس لمعرفة تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية بعد استخلاصها من الدراسات السابقة (المرشح الإنتخابي , الحملات الإنتخابية , الأحزاب السياسية , الدولة , رئيس الدولة , الأحزاب السياسية , الأحداث السياسية , الجيش , البرلمان).

نوع الدراسة ومنهجها :

تُعَدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام وتعرف الدراسات الوصفية بأنها الطرق التي يتمكن من خلالها الباحثون وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه وتصور العلاقة بينهما وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة بها كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذه البحوث [٣٧].

أو كما يقول الدكتور محمد عبد الحميد إنَّ الدراسات الوصفية تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وكذلك أنماط السلوك المختلفة [٣٨].

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مُجتمع الدراسة من أساتذة الجامعات في الأردن وتم تطبيق البحث على أساتذة أقسام العلوم السياسية والعلاقات الدولية والمهتمين بالإتصال السياسي في كليات الإعلام ضمن نطاق قسم الصحافة والإعلام الرقمي في كل من الجامعات التالية (جامعة اليرموك "حكومية" ,الجامعة الأردنية"حكومية" ,جامعة مؤتة " حكومية" , جامعة البتراء"خاصة" , جامعة الشرق الأوسط"خاصة" , جامعة الزرقاء"خاصة") وفق أسلوب الحصر الشامل وقد بلغ عدد أفراد مجتمع الدراسة (٦٥) تم توزيع الإستبانة عليهم وبلغ عدد الإستبانات المسترد منها (٦١) تم تحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي واستخراج النتائج منها . مع الإشارة إلى أنّ السبب في اختيار هذه العينة هو تواجد الأقسام المعنية في تلك الجامعات الأردنية فقط وعدم تواجدها في غيرها, وتحديدًا تخصصات العلوم السياسية والعلاقات الدولية , أمّا في جانب المتخصصين بالإتصال السياسي فقد تمّ اختيارهم عمديا بشكل مباشر أيضًا ضمن أولئك العاملين في تخصص الصحافة والإعلام الرقمي أثناء تطبيق أداة الدراسة كون التخصص من التخصصات التي تم استحداثها منذ فترة زمنية قريبة جدا .

جدول يشير إلى توزيع أفراد عينة الدراسة وفق الجامعات والأقسام التي ينتمون إليها بشكل مفصل

اسم الجامعة	القسم	عدد أعضاء هيئة التدريس
الجامعة الأردنية	العلوم السياسية والعلاقات الدولية	٤٤
جامعة مؤتة	العلوم السياسية	
جامعة اليرموك	العلوم السياسية	
	الصحافة والإعلام الرقمي	٢١
جامعة الزرقاء		
جامعة البتراء		
جامعة الشرق الأوسط		

أداة الدراسة :

تم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الإستبيان والتي تكونت من ثلاثة محاور :

الأول: كان مخصصا لمعرفة أنماط اعتماد أساتذة الجامعات في الأردن على الصحافة الإلكترونية , واحتوى على النقاط التالية (معدل الإستخدام اليومي , درجة الاعتماد , أسباب الاعتماد , نوع الاستخدام , أسلوب الإستخدام) .

الثاني: تناول جانب الأسئلة المتعلقة بمدى التأثير المرتبط بالصحافة الإلكترونية , واحتوى على النقاط التالية (مدى المساهمة في التأثير , سمات الصحافة الإلكترونية , درجة التأثير, مدى مساهمة الفنون الصحفية الإلكترونية , مراحل تكوين الصورة). **الثالث**: كان مخصصا للسمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة, واحتوى على (النوع , العمر , التجربة ,الرتبة) .

اجراءات الصدق :

قام الباحث بعرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المختصين في ميدان الإعلام والإتصال والعلوم السياسية للتأكد من صحتها وملائمتها لأغراض الدراسة بشكل عام , وتم تعديل بعض الأسئلة في ضوء الملاحظات التي قدمها الأساتذة, وقبل اعتماد الشكل النهائي قام الباحث أيضا باجراء اختبار قبلي على عينة بلغت (١٠%) من المبحوثين حتى تم التأكد من سلامة كافة الأسئلة ووضوح عباراتها لضمان عملية الصدق الظاهري للمعلومات.

اجراءات الثبات :

من أجل التأكد من ثبات المقاييس التي تكونت منها اداة الدراسة , تم استخدام اختبار "كرونباخ ألفا" التي تظهر بشكل مفصل ضمن بيانات الجدول التالي :

الفرع	عدد النقاط	قيمة ألفا
عناصر الصورة السياسية	٩	.922
التأثيرات كاملة	٢٧	.909
الفنون الصحفية الإلكترونية	٩	.928
مراحل تكوين الصورة السياسية	٣	.906

من خلال الجدول يبدو واضحا ارتفاع قيم الثبات لمتغيرات الدراسة حيث بلغ الحد الأدنى (906.) والحد الأعلى (928.) وجميعها تدل بشكل واضح على تمتع الأداة بكافة عناصرها على تحقيق أغراض البحث.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

تم تطبيق مجموعة من الأساليب والمؤشرات الإحصائية للحصول على البيانات المتعلقة بنتائج الدراسة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS.25) نذكر منها : التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارالفا (Cronbach Alpha) لثبات أداة الدراسة بالإضافة إلى تطبيق معامل ارتباط بيرسون (Pearson) لقياس شدة تأثير العلاقات .

تحليل النتائج

الجدول ١ . النتائج المتعلقة بالخصائص الديموغرافية للأكاديميين المشاركين في البحث

النوع	التكرار	النسبة
ذكور	47	77.0
اناث	14	23.0
المجموع	61	100.0
العمر	**التكرار**	**النسبة**
25 – 34	9	14.8
35 – 44	6	9.8
45 – 54	20	32.8
أكثر من ٥٥	26	42.6
المجموع	61	100.0
التجربة الأكاديمية	**التكرار**	**النسبة**
أقل من ٥	7	11.5
بين ٥ – ١٠	14	23.0
بين ١٠ – ١٥	7	11.5
أكثر من ١٥	33	54.1
المجموع	61	100.0
الرتبة الأكاديمية	**التكرار**	**النسبة**
أستاذ	10	16.4
أستاذ مشارك	12	19.7
أستاذ مساعد	21	34.4
محاضر	18	29.5
المجموع	61	100

يبين الجدول رقم (١) البيانات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة بشكل مفصل ويظهر من خلاله أن عدد الذكور بلغ(٤٧) مفردة بنسبة (٧٧,٠%) وعدد الإناث بلغ (١٤) بنسبة (٢٣,٠٥) . بالنسبة للفئة العمرية فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأساتذة الذين أعمارهم من (٥٥) فما فوق يشكلون النسبة الأعلى حيث بلغ عددهم ٢٦ مفردة بنسبة بلغت (٤٢,٦%) . وبالنسبة للخبرة الأكاديمية بقد أشارت النتائج إلى أن النسبة العظمى كانت للذين تزيد خبرتهم عن (١٥) عاما وذلك بواقع (٣٣) مفردة ونسبة (٥٤,١%) . أمّا عن الرتبة الأكاديمية فقد كان العدد الأكبر من الأساتذة برتبة أستاذ مساعد بواقع(٢١) مفردة ونسبة (٣٤,٤%).

النتائج المتعلقة بعادات استخدام صحافة الإنترنت للأكاديميين المشاركين في البحث

الجدول ٢. استخدام الأكاديميين الأردنيين لصحافة الإنترنت

النوع	التكرار	النسبة
لا أستخدمها على الإطلاق	2	3.3
نادرا	0	0
أحيانا	11	18.0
بكثرة	21	34.4
دائما	27	44.3
المجموع	61	100.0

يشير الجدول رقم (٢) إلى أنّ معظم الأساتذة الأكاديميين يستخدمون الصحافة الالكترونية **دائما** حيث بلغت نسبة من أجابوا بذلك (٤٤,٣٪) في حين أجاب ما نسبته (٣٤,٤٪) أنهم يستخدمونها بكثرة , وأجاب اثنان منهم " لا أستخدمها على الإطلاق " وذلك بنسبة (٣,٣%) وعندما سُئلوا عن السبب أجابوا بأنهم يفضلون استخدام وسائل الإعلام الأخرى وليس لديهم وقت للمتابعة.

تعتبر هذه النتيجة متوقعة كوننا في الوقت الراهن في فترة زمنية تمثل أشبه بحقبة جديدة انتقلت فيها الجماهير من استخدام الصحف التقليدية الورقية إلى استخدام واعتماد الصحف الإلكترونية كنتيجة حتمية لما تعيشه المعمورة من تطور شامل واسع ضمن نطاق الإعلام الرقمي .

الجدول ٣. الاستخدام اليومي لصحافة الإنترنت من قبل الأكاديميين الأردنيين

النوع	التكرار	النسبة
أكثر من ثلاثة ساعات	0	0
ما بين ساعة إلى ساعتين	31	50.8
أقل من ساعة	28	45.9
المجموع	59	96.7

تشير نتائج الدراسة في الجدول رقم (٣) إلى أنَّ النسبة العظمى من الأكادميين يستخدمون صحافة الانترنت في فترة زمنية تتراوح **ما بين ساعة إلى ساعتين في اليوم الواحد** بنسبة (٥٠,٨%) في حين أجاب القسم الباقي أنهم يستخدمونها أقل من ساعة في اليوم .

الجدول ٤. أسباب استخدام الأكاديميين الأردنيين لصحافة الإنترنت

النوع	التكرار	النسبة
سهولة الاستخدام	35	20.5%
لا تكلفني وقتا وجهد	33	19.3%
تنشر الاخبار قبل الصحيفة التقليدية	14	8.2%
تحتوي على أخبار لا تحتويها الصحف التقليدية	18	10.5%
تعتبر بديلا للورقية	35	20.5%
تركز أكثر على التفاصيل والتحليل	8	4.7%
مرتبطة باهتمامي لبحثي	28	16.4%
المجموع	171	100.0%

تشير نتائج الدراسة في الجدول رقم (٤) إلى أنَّ السبب الأكبر الذي يدفع الأكاديميين الأردنيين لاستخدام الصحافة الالكترونية هو **" سهولة الاستخدام "** حيث بلغت عدد التكرارات (٣٥) مناصفة مع خيار " تعتبر خياراً بديلاً للورقية " وجاء بعدها خيار " لا تكلفني وقتا وجهداً بعدد تكرارات بلغ (٣٣).

الجدول ٥. نوع صحافة الإنترنت المفضل للإستخدام

	التكرار	النسبة
صحف الإنترنت العالمية	44	45.8%
صحف الانترنت المحلية	52	54.2%
المجموع	96	100.0%

يشير الجدول رقم (٥) إلى أنَّ ما نسبته (٥٤,٢%) من أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام **الصحف الالكترونية المحلية** في حين يفضل ما نسبته (٤٥,٨%) استخدام الصحف العالمية.

الجدول ٦. أسلوب متابعة صحافة الإنترنت

	التكرار	النسبة
الدخول إلى موقع الصحيفة الالكتروني على الانترنت	49	46.7%
من خلال روابط الاخبار والمقالات المنشورة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	29	27.6%
من خلال تطبيق الصحيفة على الهواتف	18	17.1%
من خلال مشاركات الاصدقاء والاقارب لي	7	6.7%
من خلال الايميل	2	1.9%
المجموع	105	100.0%

تُشير نتائج الدراسة حول أُسلوب استخدام الصحافة الالكترونية من قبل الأكاديميين الأردنيين في الجدول رقم (٦) إلى أنَّ النسبة العُظمى تستخدمها من خلال **الدخول إلى موقع الصحيفة الالكتروني على الانترنت** حيث بلغ عدد التكرارات (٤٩) بنسبة (٤٦,٧%) . تلت هذه الإجابة "من خلال روابط الأخبار والمقالات المنشورة في صفحات التواصل الاجتماعي" بتكرار بلغ (٢٩) ونسبة (٢٧,٦%) .

الجدول ٧. موقف الأكاديميين الأردنيين من استخدام صحافة الإنترنت لمتابعة الأحداث السياسية والمشاكل والقضايا السياسية المختلفة

النوع	التكرار	النسبة
لا أستخدمها على الإطلاق	0	0
نادرا	0	0
أحيانا	12	19.7
بكثرة	26	42.6
دائما	21	34.4
المجموع	59	96.7

أشارت نتائج الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (٧) إلى أنَّ النسبة العظمى من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الصحافة الالكترونية **بكثرة** للحصول على المعلومات السياسية ومتابعتها وذلك بتكرار بلغ (٢٦) ونسبة (٤٢,٦%).

ولا شك أنّ مثل هذه النتيجة تعتبر نتيجة طبيعية ومتوقعة حيث يدرك الجميع وتحديدا أساتذة الجامعات بصفتهم العلمية ودرايتهم أهمية الوسائل الإعلامية الرقمية في نقل المعلومات السياسية المتنوعة وفي عدة مجالات . وهذه النتائج تاتي لتؤكد ما توصلت له دراسة حجازي والتي أشارت إلى أنّ معظم الشخصيات السياسية وأعضاء مجلس النواب والنخب الأكاديمية تولي أهمية كبيرة للمواقع الإلكترونية بشكل عام .

الجدول ٨. أسباب استخدام الأكاديميين الأردنيين لصحافة الإنترنت لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية المختلفة

	التكرار	النسبة
عرضها الاخبار السياسية بسرعة	53	36.1%
عرضها وجهات نظر سياسية كثيرة	16	10.9%
عرضها الاخبار بالصوت والصورة والفديو	27	18.4%
توفر معلومات لا توفرها المراجع الاخرى	11	7.5%
لديها الكثر من المصادر السياسية	11	7.5%
توفر الكثير من التحليلات السياسية الكافية	19	12.9%
ثقتي بالمعلومات السياسية التي تقدمها	8	5.4%
صدقها في ما تقدمه من معلومات سياسية	2	1.4%
المجموع	147	100.0%

تشير نتائج الدراسة كما يبدو في الجدول رقم (٨) إلى أنَّ السبب الرئيسي لمتابعة أفراد عينة الدراسة للأحداث السياسية عبر الصحافة الالكترونية هو **"عرضها الأخبار السياسية بسرعة"** بتكرار (٥٣) ونسبة (٣٦,١%) تلتها اجابة " عرضها الأخبار بالصوت والصورة والفيديو" حيث كان التكرار(٢٧) وبنسبة (١٨,٤%) .

نتائج آراء الأكاديميين المشاركين في البحث حول تأثير الصحافة الإلكترونية على تكوين صورة سياسية

الجدول ٩. آراء الأكاديميين الأردنيين حول كيفية مساهمة فنون الصحافة الإلكترونية في تكوين صورة سياسية

الفنون الصحفية الالكترونية			
الأخبار	٥٩	3.59	0.93
الفيديو	٥٩	3.93	0.98
المقابلات	٥٩	3.59	0.95
الصور	٥٩	3.90	0.88
التقارير الاستقصائية	٥٩	3.73	0.91
الصوت	٥٩	3.56	1.05
المقالات	٥٩	3.54	0.79
التقارير	٥٩	3.66	0.78
الكاريكاتير	٥٩	3.54	1.04
المجموع	٥٩		

يشير الجدول رقم (٩) إلى أنَّ تقنية **الفيديو** كانت أعلى نسبة في عملية تكوين صورة سياسية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغ المتوسط (٣,٩٣) تلتها تقنية الصورة بمتوسط (٣,٩٠) في حين كانت أقل نسبة لكل من المقالات والكاريكاتير بمتوسط بلغ (٣,٥٤) .

تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما ورد في دراسة Şen والتي ورد فيها القول بأن ظهور تقنية الفيديو غيّرت طريقة وأسلوب التعامل مع الصحافة . في حين تختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **Gise** التي أشارت إلى أن للصورة دورا كبيرا في تشجيع وزيادة المشاركة الفعالة في عالم السياسة . بالإضافة إلى اختلافها أيضا مع نتائج دراسة **Sehill** والتي أشارت أيضا إلى أن الصورة تلعب دورا مركزيا في تكوين الصورة السياسية.

الجدول ١٠. آراء الأكاديميين الأردنيين المشاركين في البحث حول مساهمة صحافة الإنترنت في تكوين صورة سياسية

عناصر الصورة السياسية			
الأحداث والوقائع السياسية	59	3.69	0.75
المرشح االنتخابي	59	3.20	0.74
زعيم الدولة	59	3.83	0.93
صورة الدولة السياسية	59	3.63	0.74
الحملات الانتخابية	59	3.27	0.74
الحكومة	59	3.71	0.72
الأحزاب السياسية	59	3.02	0.78
الجيش	59	3.31	0.79
البرلمان	59	3.76	0.77

تشير نتائج الدراسة في الجدول رقم (١٠) وبحسب الأكاديميين الأردنيين المشاركين في البحث ، إلى أنَّ الصحافة الالكترونية تساهم بشكل أكبر في تكوين **"صورة رئيس الدولة"** بمتوسط (٣,٨٣) ؛ ويتبع ذلك صورة "البرلمان"(٣,٧٦) وصورة "الحكومة" (٣,٧١) و "صورة الأحداث السياسية" (٣,٦٩) في حين كانت "صورة الأحزاب السياسية" (٣,٠٢) لديها أدنى متوسط مقارنة بغيرها .

ترتبط نتائج هذا السؤال مع نتائج دراسة **Simon** والتي توصلت إلى أن وسائل الإعلام ومن ضمنها الرقمية لها دور كبير في بناء وتكوين صورة ذهنية عن الرئيس بوتين , بالإضافة إلى تشابه نتائجها مع نتائج دراسة **Gürbüz** والتي أشارت إلى أن الصور التي يتم مشاركتها وتناقله عبر الفضاء الإلكتروني تساهم في التأثير على الجماهير بحيث توحي لهم بأنّ الزعماء يتمتعون بصفات ايجابية متنوعة .

الجدول ١١. آراء الأكاديميين الأردنيين المشاركين في البحث حول طبيعة تأثير صحافة الإنترنت في تكوين صورة سياسية

التأثيرات المعرفية	59	3.21	0.42
زودتني بمعلومات مفصلة عن المرشحين للانتخابات	59	3.05	0.73
ساهمت في تزويدي بمعلومات عن الأحزاب السياسية وما يتعلق بها	59	2.85	0.81
لقد ساهمت في معرفتي بالدور الذي تلعبه الحملات الانتخابية.	59	3.03	0.61
يعطيني معلومات حول الجوانب السياسية لتركيا ودول أخرى.	59	3.44	0.73
زودتني بمعلومات وتفاصيل شاملة حول الأحداث والوقائع السياسية	59	3.58	0.70
زودتني بمعلومات حول رؤساء الدول لم أكن أعرفها من قبل.	59	3.44	0.91
زودتني بمعلومات مفصلة حول المنهج المتبع من قبل الحكومات	59	3.27	0.83
اطلعتني على القوة العسكرية للجيش ومدى جاهزيته	59	2.86	0.73

زودتني بمعلومات منوعة حول أعضاء مجلس النواب	3.34	59	0.82
المجموع		59	
التأثيرات الوجدانية	**3.04**	**59**	**0.58**
أشبعت فضولي المعرفي حول القضايا والأحداث السياسية في الشرق الأوسط.	3.17	59	0.77
أثارت مخاوفي من بعض الأحزاب السياسية المحلية وفي دول أخرى.	2.85	59	0.87
زادت من قناعتي بأهمية ودور الحملات الإنتخابية المحلية وفي دول أخرى.	3.10	59	0.90
ساهمت في تأييدي لبعض المرشحين ودعم برامجهم الانتخابية.	2.92	59	0.82
ساهمت في تحسين صورة بعض رؤساء الدول.	3.02	59	0.84
ساهمت في تحسين صورة العديد من الدول	3.08	59	0.82
أثارت قلقي من اداء مجلس النواب	3.46	59	1.02
أشعرتني بالطمأنينة على قوة الجيش وجاهزيته	3.03	59	0.83
أشعرتني بالرضا عن أداء الحكومة	2.76	59	0.73
المجموع		59	
التأثيرات السلوكية	**3.09**	**59**	**0.67**
متابعة خطابات وردود أفعال رؤساء الدول في كافة الأنشطة والمجالات.	3.37	59	1.00
التعليق على الأخبار والمعلومات المرتبطة بالدولة	3.37	59	0.96
مناقشة الأخبار المتعلقة بالحكومة مع الأهل والأصدقاء	3.41	59	0.97
التعليق على الأحداث السياسية المختلفة في الشرق الأوسط والعالم	3.34	59	0.96
تأييد بعض المرشحين المحليين والوقوف إلى جانبهم ودعمهم.	2.92	59	0.86
متابعة جلسات مجلس النواب	3.15	59	0.98
المشاركة في الحملات الإنتخابية المتنوعة.	2.71	59	0.81
نشر بعض الصور والفديدوهات والأخبار عن الجيش	2.85	59	0.89
المشاركة في الأحزاب السياسية والانخراط فيها.	2.73	59	0.87
المجموع		59	

أشارت نتائج الدّراسة وكما يتضح من خلال الجدول رقم (١١) إلى أنَّ **التأثيرات المعرفية** كانت أعلى نسبة بمتوسط حسابي بلغ (٣,٢١) وفقًا للأكاديميين الأردنيين المشاركين في البحث ؛ تبع ذلك التأثيرات العاطفية (3.04) أمّا التأثيرات السلوكية (3.09) فقد كان لها أدنى متوسط حسابي .

وبالنسبة للتفصيل في التأثيرات المعرفية فقد كانت اجابة **" لقد زودتني بمعلومات شاملة عن الأحداث السياسية"** هي النسبة العظمى (المتوسط = ٣,٥٨) تتبعها اجابة " تعطيني معلومات عن رؤساء الدول لم أكن أعرفها من قبل" (المتوسط = ٣,٤٤) و "تعطيني معلومات حول الجوانب

السياسية للأردن والبلدان الأخرى" (المتوسط = ٣,٤٤). وأدنى نسبة كانت للاجابة التالية "ساهمت في حصولي على معلومات عن الأحزاب السياسية " (المتوسط = ٢,٨٥) .

تجدر الإشارة إلى أن هذه النتائج تتقاطع مع نتائج دراسة **Kang** والتي توصلت إلى أن مستخدمي الويب لديهم عموما مواقف ايجابية تجاه الانترنت والأخبار التي يتم تناقلها عبر الفضاء الرقمي.

وفيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية فقد جاءت اجابة **"زادت قلقي من أداء مجلس النواب"** (المتوسط = ٣,٤٦) أولا تبعها إجابة "لقد أشبعت فضولي المعرفي حول القضايا والأحداث السياسية" (3.17) ثم "لقد زاد إيماني بأهمية ودور الحملات الانتخابية (3.10) ثم " أنا راضٍ عن أداء الحكومة" (٢,٧٦) وهو أدنى متوسط مقارنة بغيرها من الاجابات .

أمّا في جانب التأثيرات السلوكية فقد كانت النسبة العظمى لإجابة **"جعلتني أُناقش الأخبار ذات الصلة بالحكومة مع العائلة والأصدقاء "**(المتوسط = ٣,٤١) يتبعها إجابة "سمحت لي بالتعليق على الأخبار والمعلومات الخاصة بالدولة" و "أتاحت لي متابعة خطابات وردود أفعال رؤساء الدول في جميع الأنشطة والمجالات" (المتوسط = ٣,٣٧). وأدنى إجابة كانت " لقد مكنتني من المشاركة في حملات انتخابية مختلفة" (المتوسط = ٢,٧١) .

الجدول ١٣. آراء المشاركين في البحث حول تأثير الصحافة الالكترونية في مراحل تكوين الصورة السياسية

تغيير الصورة	**59**	**3.32**	**0.58**
المرشح الانتخابي	59	3.15	0.83
الحملات الانتخابية	59	3.14	0.75
الأحداث والوقائع السياسية	59	3.37	0.76
زعيم الدولة	59	3.42	0.81
الأحزاب السياسية	59	3.03	0.64
الدولة	59	3.54	0.82
الحكومة	59	3.54	0.84
الجيش	59	3.17	0.87
البرلمان	59	3.49	0.84
المجموع	59		
تعديل الصورة	**59**	**3.31**	**0.62**
المرشح الانتخابي	59	3.25	0.80
الحملات الانتخابية	59	3.25	0.78
الأحزاب السياسية	59	3.14	0.68
الأحداث والوقائع السياسية	59	3.44	0.75
زعيم الدولة	59	3.49	0.84

الدولة	59	3.46	0.90
الحكومة	59	3.41	0.81
البرلمان	59	3.25	0.82
الجيش	59	3.12	0.85
الجيش	59		
تكوين صورة جديدة	**59**	**3.38**	**0.63**
المرشح الانتخابي	59	3.20	0.83
الحملات الانتخابية	59	3.22	0.87
الوقائع والأحداث السياسية	59	3.53	0.82
الأحزاب السياسية	59	3.19	0.80
زعيم الدولة	59	3.41	0.91
الدولة	59	3.59	0.82
الحكومة	59	3.47	0.86
الجيش	59	3.34	0.76
البرلمان	59	3.54	0.86
المجموع	59		

كما هو موضح في الجدول رقم (١٣) في الوقت الذي كانت فيه مرحلة **"تكوين صورة جديدة"** (المتوسط = ٣,٣٨) "تشكل أعلى معدل حسب الأكاديميين الأردنيين المشاركين في البحث. تبعتها مرحلة تغيير الصورة (Av. = 3.32) ، ثم مرحلة "تعديل صورة " (Av. = 3.31) كان لديها أدنى متوسط مقارنة بغيرها من المرحلتين السابقتين . وبحسب الأكاديميين الأردنيين الذين شاركوا في البحث ، فإنَّ **"الصورة السياسية للدولة "** (المتوسط = ٣,٥٩) شكلت أعلى معدل فيما يتعلق بمرحلة "تكوين الصورة". يتبع ذلك "البرلمان" (المتوسط = ٣,٥٤) ثم صورة الأحداث السياسية (المتوسط = ٣,٥٣). أمّا "صورة الأحزاب السياسية" (المتوسط = ٣,١٩) سجلت أدنى متوسط مقارنة غيرها من العناصر الأخرى .

بالإضافة إلى الفقرة أعلاه وبحسب الأكاديميين الأردنيين المشاركين في البحث فإن **"الحكومة" و "الصورة السياسية للدولة"** (المتوسط = ٣,٥٤) شكلتا أعلى متوسط في مرحلة "تغيير الصورة". ويليهما "البرلمان" المتوسط = ٣,٤٩). ثم "صورة الأحزاب السياسية" (المتوسط = ٣,٠٣) سجلت أدنى متوسط مقارنة بغيرها من العناصر . وفي الختام وفقًا للأكاديميين الأردنيين الذين شاركوا في البحث فإنَّ أعلى متوسط فيما يتعلق بتعديل الصورة هو **"صورة رئيس الدولة** "(المتوسط = ٣,٤٩) ؛ ويتبع ذلك "الصورة السياسية للدولة " صورة الأحداث السياسية" .(Av = 3.44) في حين سجل الجيش (Av. = 3.12) أدنى متوسط مقارنة بغيره من العناصر .

نتائج فروض الدراسة :

١-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عناصر الصورة السياسية (صورة المرشح الانتخابي، صورة الحملات الانتخابية، صورة الأحزاب السياسية، صورة الأحداث السياسية، صورة رئيس الدولة، الصورة السياسية للدولة، صورة الحكومة، صورة الجيش، صورة البرلمان) وبين تأثيرات (وجدانية , معرفية , سلوكية) الصحافة الإلكترونية أثناء عملية تكوين الصورة السياسية.

تم إجراء تحليل ارتباط بيرسون لفحص العلاقة بين آراء المشاركين في البحث حول عناصر الصورة السياسية ووجهات نظرهم حول تأثيرات الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة السياسية , وقد تم توضيح بيانات نتائج التحليل في الجدول رقم (١٤).

الجدول ١٤. العلاقة بين عناصر الصورة السياسية وتأثيرات الصحافة الإلكترونية

	عناصر الصورة الذهنية السياسية	
تأثيرات الصحافة الإلكترونية	.061	.444
	صورة المرشح الانتخابي	
	-.113-	.155
	صورة الحملات الانتخابية	
	-.076-	.340
	صورة الأحزاب السياسية	
	.028	-.174-*
	صورة الأحداث السياسية	
	.034	.666
	صورة زعيم الدولة	
	.104	.191
	صورة الدولة	
	.057	.476
	صورة الحكومة	
	.137	.083
	صورة الجيش	
	.247	.092
	صورة البرلمان	
	.000	.313**

وفقاً للبيانات الواردة في الجدول (١٤) تم العثور على علاقة سلبية منخفضة **(r=-.174-)** بين تأثيرات الصحافة الإلكترونية وصورة الأحزاب السياسية **(P<0.05)** وبناءً على ذلك كلما تزايدت آراء

الأكاديميين حول تأثيرات صحافة الإنترنت، تتراجع نسبة صورة الأحزاب السياسية . كما تم التوصل إلى وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى(**r=.313**) بين تأثيرات صحافة الإنترنت وصورة البرلمان (**p<0.05**) ,وبناءً على ذلك كلما تزايدت آراء الأكاديميين حول تأثيرات الصحافة الإلكترونية تزداد نسبة صورة البرلمان.

٢- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عناصر الصورة السياسية (صورة المرشح الانتخابي، صورة الحملات الانتخابية، صورة الأحزاب السياسية، صورة الأحداث السياسية، صورة رئيس الدولة، الصورة السياسية للدولة، صورة الحكومة،صورة الجيش، صورة البرلمان) وبين الفنون (الأخبار ،الفيديو ، المقابلات ، الصور ، التقارير الاستقصائية ، الصوت ، المقالات ، التقارير ، الكاريكاتير) الصحفية الإلكترونية أثناء عملية تكوين الصورة .

تم إجراء تحليل الارتباط بيرسون لفحص العلاقة بين آراء المشاركين في البحث حول عناصر الصورة السياسية ووجهات نظرهم حول تأثير الفنون الصحفية الإلكترونية (أخبار، مقالات، تقارير، أبحاث، مقابلات، رسوم متحركة، فيديو، صوت، تصوير فوتوغرافي) في تكوين الصورة الذهنية السياسية, وقد تم توضيح بيانات نتائج التحليل في الجدول (١٥).

	الفنون الصحفية الالكترونية	
عناصر الصورة الذهنية السياسية	.000	.431
	الأخبار	
	.000	.480**
	المقالات	
	.000	.365**
	تقارير	
	.007	.212**
	الأبحاث	
	.001	.255**
	مقابلات	
	.000	.491**
	كاريكاتور	
	.063	.147
	فيديو	
	.001	.270**
	صوت	
	.013	.195*
	التصوير الفوتوغرافي	
	.019	.184*

وفقاً للبيانات الواردة في الجدول (١٥) تم الحصول على التائج التالية:

وجود علاقة ذات دلالة إيجابية منخفضة المستوى (r=.431) بين عناصر الصورة السياسية العامة والفنون الصحفية الإلكترونية بشكل عام حيث (P<0.05) وبناءً على ذلك يمكن القول أنه كلما زادت نسبة عناصر الصورة السياسية زادت نسبة الفنون الصحفية الإلكترونية أيضا.

وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.480) بين عناصر الصورة السياسية العامة والأخبار , حيث (p<0.05), وبناءً على ذلك يمكن القول أنه كلما زادت نسبة عناصر الصورة السياسية العامة ارتفعت نسبة تأثير الخبر كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية.

وجود علاقة موجبة منخفضة المستوى (r=.365**) بين عناصر الصورة السياسية العامة والمقال (p<0.05)وعليه، كلما زادت نسبة عناصر الصورة السياسية ارتفعت نسبة المقال كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية.

وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.212**) بين عناصر الصورة السياسية العامة والتقرير (p<0.05)وبناءً عليه كلما ارتفعت نسبة عناصر الصورة السياسية ارتفعت نسبة تأثير التقرير كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية .

هناك علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.255**) بين عناصر الصورة السياسية العامة والبحث حيث (P<0.05)وعليه كلما زادت نسبة عناصر الصورة السياسية العامة زادت نسبة تأثير البحث كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية .

هناك علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.491**) بين عناصر الصورة السياسية العامة والمقابلات حيث (P<0.05)وعليه كلما زادت نسبة عناصر الصورة السياسية العامة زادت نسبة تأثير المقابلات كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية .

وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.270**) بين عناصر الصورة السياسية العامة والفيديو حيث (p<0.05)وعليه كلما زادت نسبة عناصر الصورة السياسية ارتفعت نسبة تأثير الفيديو كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية .

هناك علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.195*) بين عناصر الصورة السياسية العامة والصوت حيث (P<0.05)وعليه كلما زادت نسبة تأثير عناصر الصورة السياسية ارتفعت نسبة تأثير الصوت كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية .

وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.184*) بين عناصر الصورة السياسية العامة والصورة الفوتوغرافية حيث (p<0.05) وعليه كلما زادت نسبة تأثير عناصر الصورة السياسية ارتفعت نسبة تأثير الصورة الفوتوغرافية كأحد الفنون الصحفية الإلكترونية في تكوين صورة ذهنية سياسية.

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرسوم الكاريكاتورية وعناصر الصورة السياسية حيث **(P>0.05)**.

٣-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين عناصر الصورة السياسية (صورة المرشح الانتخابي، صورة الحملات الانتخابية، صورة الأحزاب السياسية، صورة الأحداث السياسية، صورة رئيس الدولة، الصورة السياسية للبلد، الحكومة، الجيش، البرلمان) وبين مراحل بناء الصورة السياسية (تغيير الصورة، تعديل الصورة، تكوين صورة جديدة) .

تم إجراء تحليل ارتباط بيرسون لفحص العلاقة بين آراء المشاركين في البحث حول عناصر الصورة السياسية وآرائهم حول مراحل تكوين الصورة السياسية , وقد تم توضيح بيانات نتائج التحليل في الجدول (١٦).

	عناصر الصورة الذهنية السياسية	
مراحل تكوين الصورة السياسية	.000	.259**
	صورة المرشح الانتخابي	
	.001	.263**
	صورة الحملات الانتخابية	
	.001	.268**
	صورة الأحزاب السياسية	
	.008	.210**
	صورة الأحداث السياسية	
	.021	.182*
	صورة زعيم الدولة	
	.006	.217**
	صورة الدولة	
	.016	.189*
	صورة الحكومة	
	.007	.210**
	صورة الجيش	
	.010	.203**
	صورة البرلمان	
	.007	.211**

وفقاً للبيانات الواردة في الجدول (١٦) تم العثور على النتائج التالية :

وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (**r=.259) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وبين عناصر الصورة السياسية العامة حيث (p<0.05).

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.263) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة المرشح الانتخابي حيث (P<0.05) .

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.268) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة الحملات الانتخابية (P<0.05) .

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.210) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة الأحزاب السياسية(P<0.05) .

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (*r=.182) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة الأحداث السياسية(p<0.05) .

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.217) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة رئيس الدولة(P<0.05) .

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (*r=.189) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام والصورة السياسية للدولة (P<0.05) .

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.210) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة الحكومة(P<0.05).

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.203) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة الجيش(P<0.05) .

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية منخفضة (**r=.211) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وصورة البرلمان (P<0.05).

النتيجة

تزايدت في السنوات الأخيرة الدراسات التي تتناول جانب تأثير وسائل الإعلام في تكوين الصورة الذهنية بشكل عام حيث هدف الباحثون من خلال تلك الدراسات إلى معرفة مدى تأثير الوسائل الإعلامية في عملية تكوين الرأي العام وتكوين الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى الجمهور, ومن ذلك الوقت حتى يومنا هذا تم إجراء دراسات مختلفة حول تأثير وسائل الإعلام الموجودة في كل فترة زمنية . وفي زمننا هذا بدأت بعض الأبحاث تتناول جانب الإعلام والصورة السياسية, إذ عند تقييمها في المجال السياسي يكون للصورة معنى رمزي وهي انطباع يتشكل في أذهان

الناس من خلال الاندماج مع تعليقات الناخبين والمجتمع والمنظمات السياسية وغيرها , في الوقت نفسه قد يكون مصطلح الصورة السياسية مرتبطًا بمجالات صنع السياسة الخارجية وتعليم السلوك الدولي.

كما هو معروف في العشرين إلى الثلاثين سنة الماضية كانت هناك ولا تزال تطورات مهمة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات , وفي هذا المجال وكتكملة لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف والإذاعة والتلفزيون) وصلت تكنولوجيا الإعلام والمعلومات إلى مرحلة متطورة جدا بات فيها الإنترنت من أهم أدوات التكنولوجيا لوسائل الإعلام وفي عصر التكنولوجيا الحالي باتت الصحافة الإلكترونية والإعلام الرقمي من الوسائل المساهمة في تكوين الصورة الذهنية السياسية .حيث تستخدم الصحافة الإلكترونية بشكل عام للتواصل ونقل الأخبار والأحداث المتنوعة عن المؤسسات والدول وما يجري فيها وما يتعلق بها من كافة الجوانب , كما تستخدمها الدول والمؤسسات لصناعة صورة ذهنية خاصة بها ونقلها للجماهير.

انطلقت هذه الدراسة من فكرة أنّ للصحافة الإلكترونية تأثيرات محتملة في تكوين الصورة الذهنية السياسية , وبناءً على ذلك فقد تناولت جانب تأثير الصحافة الإلكترونية في تكوين الصورة الذهنية السياسية من وجهة نظر أساتذة الجامعات في الأردن وتحديدا أولئك العاملين في أقسام العلوم السياسية والعلاقات الدولية والمهتمين بالاتصال السياسي من أساتذة الإعلام.

ومن أجل الحصول على النتائج تم تصميم استمارة الاستبيان من خلال الاستفادة من الدراسات السابقة كما تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المختصين في هذا المجال, بعد ذلك تم تطبيقها على (٦٥) مفردة تمثل عينة الدراسة وفق أسلوب الحصر الشامل ومن أجل الحصول على النتائج المفصلة تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها في بيئة الكمبيوتر باستخدام برنامج(.SPSS 25.0) حيث استخدمت تحليلات التردد والنسبة المئوية لتحديد الخصائص الديموغرافية للأكاديميين وأنماط استخدامهم للصحافة الإلكترونية . **وفي هذا الإطار يمكن تلخيص أبرز ما توصلت له الدراسة عبر النقاط التالية :**

- معظم أساتذة عينة الدراسة يستخدمون الصحافة الالكترونية "**دائما**" وذلك في فترة زمنية تتراوح "**ما بين ساعة إلى ساعتين**" في اليوم الواحد بنسبة (٥٠,٨%).
- السبب الأكبر الذي يدفع أفراد عينة الدراسة لاستخدام الصحافة الالكترونية هو"**سهولة الاستخدام**" حيث بلغ عدد التكرارات (٣٥) مناصفة مع خيار " **تعتبر خياراً بديلاً للورقية** " وجاء بعدها خيار " **لا تكلفني وقتا وجهداً**" بعدد تكرارات بلغ (٣٣).

- ما نسبته (٥٤,٢%) من أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام الصحف الإلكترونية "**المحلية**" في حين يفضل ما نسبته (٤٥,٨%) استخدام الصحف العالمية.
- النسبة العُظمى من أفراد عينة الدراسة تستخدم الصحافة الإلكترونية من خلال "**الدخول إلى موقع الصحيفة الالكتروني على الانترنت**" حيث بلغ عدد التكرارات (٤٩) بنسبة (٤٦,٧%) . تلت هذه الإجابة "من خلال روابط الأخبار والمقالات المنشورة في صفحات التواصل الاجتماعي" بتكرار بلغ (٢٩) ونسبة (٢٧,٦%) .
- يستخدم أفراد العينة الصحافة الالكترونية بكثرة "**للحصول على المعلومات السياسية ومتابعتها**" وذلك بتكرار بلغ (٢٦) ونسبة (٤٢,٦%)
- السبب الرئيسي لمتابعة أفراد عينة الدراسة للأحداث السياسية عبر الصحافة الالكترونية هو"**عرضها الأخبار السياسية بسرعة**" بتكرار (٥٣) ونسبة (٣٦,١%) تلتها اجابة "**عرضها الأخبار بالصوت والصورة والفيديو**" حيث كان التكرار(٢٧) وبنسبة (١٨,٤%) .
- كانت نسبة تقنية "**الفيديو**" أعلى نسبة في عملية تكوين صورة سياسية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٩٣) تلتها تقنية "**الصورة**" بمتوسط حسابي (٣,٩٠).
- بالنسبة لعناصرالصورة الذهنية السياسية وتأثير الصحافة الإلكترنبة في تكوينها فقد توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية تساهم بشكل أكبر في تكوين **"صورة رئيس الدولة"** بمتوسط حسابي بلغ (٣,٨٣) ؛ ويتبع ذلك صورة "**البرلمان**" بمتوسط حسابي (٣,٧٦) وصورة **"الحكومة"** بمتوسط حسابي (٣,٧١) ثم تأتي **"صورة الأحداث السياسية"** بمتوسط حسابي (٣,٦٩) في حين كانت "صورة الأحزاب السياسية" (٣,٠٢) لديها أدنى متوسط مقارنة بغيرها .
- كانت **"التأثيرات المعرفية"** صاحبة أعلى نسبة في عملية تكوين الصورة الذهنية السياسية بمتوسط حسابي (٣,٢١) وبالنسبة للتفصيل في التأثيرات المعرفية فقد كانت اجابة **" لقد زودتني بمعلومات شاملة عن الأحداث السياسية"** هي النسبة العظمى (المتوسط = ٣,٥٨) تتبعها اجابة **" تعطيني معلومات عن رؤساء الدول لم أكن أعرفها من قبل"** (المتوسط = ٣,٤٤) و **"تعطيني معلومات حول الجوانب السياسية للأردن والبلدان الأخرى"** (المتوسط = ٣,٤٤).

- وفيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية فقد جاءت النسبة العظمى لإجابة **"زادت قلقي من أداء مجلس النواب"**
- أمّا في جانب التأثيرات السلوكية فقد كانت النسبة العظمى لإجابة **"جعلتني أُناقش الأخبار ذات الصلة بالحكومة مع العائلة والأصدقاء "**
- وفي خصوص مراحل تكوين الصورة الذهنية السياسية فقد كانت مرحلة "**تكوين صورة جديدة**" بمتوسط حسابي (٣,٣٨) تشكل أعلى معدل حسب ما أورده أفراد العينة المشاركين في الداسة. وبالنسبة للتفصيل في مرحلة تكوين الصورة فقد أشارت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية تساهم بشكل أكبر في تكوين **" الصورة السياسية للدولة "** كعنصر من عناصر الصورة الذهنية السياسية وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣,٥٩).
- تم العثور على علاقة سلبية منخفضة (r=-.174-) بين تأثيرات الصحافة الإلكترونية وصورة الأحزاب السياسية.
- تم التوصل إلى وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.313) بين تأثيرات الصحافة الإلكترونية وصورة البرلمان .
- وجود علاقة ذات دلالة إيجابية منخفضة المستوى (r=.431) بين عناصر الصورة السياسية العامة والفنون الصحفية الإلكترونية بشكل عام .
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرسوم الكاريكاتورية وعناصر الصورة السياسية حيث (P>0.05) .
- وجود علاقة إيجابية منخفضة المستوى (r=.259**) بين مراحل تكوين الصورة السياسية بشكل عام وبين عناصر الصورة السياسية العامة.

التوصيات :

١- اجراء العديد من الدراسات في ميدان تأثير الإعلام الرقمي الإلكتروني وذلك لما له من أهمية كبيرة في عمليات تكوين الصورة الذهنية , وخصوصاً في عصرنا الحالي الذي بات فيه الإعلام الإلكتروني الرقمي واحداً من أبرز أشكال الإعلام والإتصال بشكل عام .

٢- اجراء العديد من الدراسات التي تتناول عناصر الصورة الذهنية الأُخرى مثل عناصر الصورة الذهنية الدينية وعناصر الصورة الذهنية الإجتماعية وعناصر الصورة الذهنية الإقتصادية الخ , وعدم الإقتصار على دراسات تتناول عناصر معينة في ميدان الصورة الذهنية بشكل مفرد .

٣- اقتصرت هذه الدراسة بالتطبيق على أساتذة الجامعات في الأردن , وبناء على ذلك فإن تطبيق مثل هذه الدراسة على أساتذة الجامعات في عدة دول سيساهم في الوصول إلى نتائج أكثر دقة وشمولية بحيث يمكن تعميمها والإستفادة من نتائجها في ميدان تأثير الصحافة والإعلام الرقمي بشكل عام في تكوين صور ذهنية سياسية وفق عناصر متنوعة تتناول عدة جوانب مرتبطة بدول الوطن العربي ككل .

الهوامش:

[1] Yaylagül , Levent (2019) Kitle İletişim Kuramları - (Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar) , İstanbul ,S.86

[٢] حسن عماد مكاوي وليلى السيد, الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ,١٩٨٨) ص٣٢٠

[3] Melvin ،l. Defleur ،Sandarac ،J. Ball Rokeach ،" Theories of Mass communication "،(U. S. A: N. y ،long man٥ ، Th Ed١٩٨٩ ،) p٢٤٠ ،.

[٤] محمد منير , حجاب ,نظريات الاتصال (مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع,٢٠١٠) ص٣٠٥

[٥] مكاوي والسيد ,ص٣٢٩

[6] Webester New Collegiate Dictionary (1977). Springfied, Mass: G. and C. Merrian Co.

[7] Merrill, John C. (1962). "The image of The United States in The Ten Mexican Dailles." Journalism Quarterly, 30 (2), 203-209. https://doi.org/10.1177/107769906203900208

[٨] ملكاوي , عمر سليمان " صورة الرجل المسلم كما يراها الطلبة الغربيون في الجامعات الأردنية , رسالة ماجستير , جامعة اليرموك .

[٩] عجوة , علي ابراهيم ,العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة : عالم الكتب ,١٩٧٧)

[10] Fiden, M. (2016). *Siyasette Halkla İlişkiler*. Atlas Akademi.S 136

[11] Sfez, L. (1993). *Dictionnaire Critique Dela Communication*. puff. S145

[12] Fiden, M. (2016). *Siyasette Halkla İlişkiler*. Atlas Akademi.S. 35

[13] . (www.nedirnedemek.com)

[14] Güllüpunar, H. (2010). *Siyasal İletişim ve Aday İmajı*. Eğitim Akademi Yayınları.S121

[15] (www.britannica.com)

[16] (www.marefa.org)

[17] pulpit.alwatanvoice.com

[18] Dolgunyürek, Döndü Özlem (2018) "İnternet Gazeteciliğinde Ortaya Çıkan İhlâllerin Önlenmesi İçin Çözüm Önerileri ve İnternet Gazetecilerinin Hakları." Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (1), 205-234.

[١٩] ابراهيم , اسماعيل " كتاب فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق , دار الفجر للنشر والتوزيع , ١٩٩٨ , ص١٢١-١٢٢

[٢٠] اللحام , محمود عزت و صلاح , مروى " الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية" , دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع, ٢٠١٧,ص٤٤٩

[21] Gündüz, Mustafa ve Sarıca, Salih (1994) Güzel konuşma ve yazma 4-8 sınıflar için, fil yayınları, İstanbul

[22] https://www.neoldu.com/karikatur-sanati-1574h.htm

[23] Kuyucu, M. (2017, Nisan, 4-5). İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazetelerle Savaşı: İnternet Gazeteciliği Geleneksel Gazeteciliği Bitirdi Mi? Üniversite Öğrencilerinin Internet Gazeteciliği ile ilgili Görüşleri Üzerine Bir Güncelleme. *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, [Sempozyum] istanbul ticaret üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

[24] Şen, A. F. (2020). Bir Dijital Gazetecilik Uygulaması Olarak Video Gazeteciliği ve Çevrimiçi haber Videoları. Özlem Erkmen, Bora Ataman, Barış Çoban (Der.), Yeni Gazetecilik: Mecralar, Deneyimler, Olanaklar (s.177-214) içinde. İstanbul: Kafka Kitap.

[25] Iyer, Aarti, Webster, Joanna, J. Hornsey, Matthew, J. Vanman, Eric (2014) Understanding the power of the picture: the effect of image content on emotional and political responses to terrorism, Journal of Applied Social Psychology 2014, 44, pp. 511–521, https://doi.org/10.1111/jasp.12243

[٢٦] العيساوي , طارق علي حمود " صناعة الصورة الذهنية في وسائل الاعلام صورة الرسول محمد صلى الله عليه وسلم في الاعلام الامريكي , مجلة مداد الأدب , العدد ١٠ , ص ٧٧٠.

[٢٧] نهاد فتحي حجازي ," دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية" , المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون , العدد الرابع والعشرين ,(ديسمبر٢٠٢٢): ٥٨٧-٦٢٢ , ص٥٨٨

[٢٨] فواز بورابحة , "توظيف الصورة السياسية للبرلماني الجزائري عبر شبكة الفيسبوك: دراسة تحليلية للصفحة الرسمية للبرلماني الجزائري سليمان سعداوي عن حزب الأفلان أنموذجا",مجلة العلوم القانونية و السياسية, العدد العاشر, (ديسمبر٢٠١٩):-842 867, ص 864

[٢٩] حنان مجاهد ," استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملة الانتخابية" , المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي ,العددالأول ,(٢٠١٦):٦٢ -٤٨ , ص ٦١

[30] Geise, Stephanie, Axel Heck, and Diana Panke (2020). "The Effects of Digital Media Images on Political Participation Online: Results of an Eye-Tracking Experiment Integrating Individual Perceptions of "Photo News Factors." Policy and Internet, 1-32. https://doi.org/10.1002/poi3.235

[31] Simons, Greg (2019). "Putin's International Political Image." Journal of Political Marketing, 18 (4), 307-329. https://doi.org/10.1080/15377857.2019.1678904

[32] Arğın, Emrah (2019). Siyasi Partilerin 2019 Yerel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı Ve Karşılaştırmalı Analizi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt 22 Sayı 2 Kasım 2019 ,Ss . 397-404

[33] Gürbüz, Salih (2019). Siyasi Lider İmajına Etki Açısından Fotoğrafın Rolü: 2017 Halkoylaması Örneğinde Liderlerin Sosyal Medya Fotoğrafları, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:18 Sayı:69 (318-331)

[34] Sharlamanov, Kire and Aleksandar Jovanoski (2014). "The Role of Image in the Political Campaigns." International Journal of Scientific & Engineering Research, 5 (6), 599-603.

[35] Schill, Dan (2012) " The Visual İmage and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the field of Political Communication ." Review of communication, 12 (2) 118-143, doi.org/10.1080/15358593.2011.653504

[36] Kang, Chee Youn (2009). Communication Technologies: Diffusion of Online News Use and Credibility Among Young Web Users in The Information Age. Master thesis, University of Nevada, Las Vegas.

[٣٧] منال مزاهرة , بحوث الإعلام (عمان : دار كنوز المعرفة,٢٠١٠) ص١٠٥

[٣٨] محمد عبد الحميد, البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة : عالم الكتب, ٢٠٠٠) ص١٣

الأساتذة المحكمون لأداة الدراسة :

- أ.د إنجي ياقوت - أستاذ في قسم السينما والراديو والتلفزيون – كلية الإتصال – جامعة كوجالي.
- أ. د. نوراي يلماز - أستاذ برفسور ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإتصال – جامعة مانيسا جلال بايار .
- د. نهال تاش أوغلو - أستاذ مشارك في قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإتصال – جامعة كوجالي.
- د. قونجى يلديرم - أستاذ مشارك ورئيس قسم الإعلان – كلية الإتصال – جامعة اسطنبول آيدن .
- د. سيفيم كوتشير - أستاذ مشارك في قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإتصال – جامعة كوجالي.
- د. إحسان كارلي - أستاذ مشارك في قسم الصحافة – كلية الإتصال – جامعة كوجالي.
- د. عبد الوهاب أكنجي - أستاذ مشارك في قسم العلوم السياسية والإدارة العامة – كلية العلوم السياسية – جامعة كوجالي.

Copyright of Arabian Journal for Media & Communication is the property of Saudi Association for Media & Communication (SAMC) and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.