

The Commitment of Jordanian Television Talk Shows to Social Responsibility in Addressing Political Issues and Their Framing The Parliamentary Elections (2024) as a Model- An Analytical Study
Dr Manal Hilal Al-Mazahra /Professeur associé – Université Petra
Dr Hanaa Al-Saoub/ Professeur adjoint – Université Petra
([orcid /0009-0001-2543-6535](https://orcid.org/0009-0001-2543-6535))

Received : 23/07/2025

Revised : 15/10 /2025

Accepted : 22/10/2025

Published : 30/09/2026

DOI:

<https://doi.org/10.35682/3vfsbx97>

*Corresponding author :

mmazahera@uop.edu.jo

Abstract

This study aims to examine the extent to which Jordanian television talk shows adhered to covering the 2024 parliamentary elections and the framing strategies they employed during the pre-election period (August 1 to September 9, 2024). The research focuses on two programs: Nabd Al-Balad broadcast on Roya TV and Sawt Al-Mamlaka broadcast on Al-Mamlaka TV. Adopting the survey method within the framework of descriptive studies, the research utilized both content analysis and framing analysis as data collection tools.

The findings reveal that Nabd Al-Balad devoted a larger share (60.5%) of its episodes to election-related topics compared to Sawt Al-Mamlaka (39.5%). The two programs differed in the themes they addressed, except for the issue of “expected voter turnout compared to previous elections,” which appeared with similar frequencies (11.6% and 15.6%, respectively). Roya TV emphasized “the extent to which party platforms reflect societal and national priorities” (23.3%), while Al-Mamlaka TV focused mainly on “the nature of general and local party lists” (60%). The political frame was the most dominant across both channels, representing 60% on Al-Mamlaka TV and 45% on Roya TV, followed by cultural and ethical frames.

Based on these results, the study recommends that Jordanian media institutions, both public and private, produce awareness and educational programs to promote political participation beyond election periods. Additionally, they should provide broader platforms for political parties to expand their popular bases and enhance citizens’ understanding of political pluralism.

Keywords: Television talk shows, social responsibility, media framing, political issues, Jordanian parliamentary elections 2024, Nabd Al-Balad, Sawt Al-Mamlaka.

التزام البرامج الحوارية التلفزيونية الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية في تناول القضايا السياسية وأطر معالجتها: الانتخابات النيابية (2024) أنموذجاً: دراسة تحليلية

د. منال هلال المزاهرة / أستاذ مشارك - جامعة البترا

د. هناء الصعوب / أستاذ مساعد - جامعة البترا

(orcid /0009-0001-2543-6535)

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على درجة التزام البرامج الحوارية التلفزيونية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024 وأطر معالجتها خلال فترة ما قبل الانتخابات النيابية من 2024/8/1 لغاية 2024/9/9، بالتطبيق على برنامج نبض البلد الذي يبث على قناة رؤيا، وبرنامج صوت المملكة الذي يبث على قناة المملكة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح ضمن الدراسات الوصفية باستخدام كل من تحليل المضمون وتحليل الأثر أداتين لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أبرزها، أن برنامج نبض البلد الذي يعرض على قناة رؤيا هو الأكثر تناولاً لقضايا الانتخابات بنسبة بلغت (60.5%)، مقارنة ببرنامج صوت المملكة الذي يعرض على قناة المملكة والذي بلغت فيها نسبة تناول القضايا الانتخابية (39.5%)، وقد اختلفت القنوات خلال البرامج المعنية في المواضيع التي تناولتها باستثناء موضوع "توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة"، التي جاءت بنسب متقاربة بلغت على التوالي (11.6%)، (15.6%)، كما اختلفت القنوات من خلال البرامج في تناول قضايا الأحزاب السياسية، إذ ركزت قناة رؤيا على قضية "وجود البرامج الانتخابية للأحزاب فيما إذا بنيت وفقاً لاحتياجات وأولويات المجتمع والدولة بنسبة بلغت (23.3%)، فيما ركزت قناة المملكة على "طبيعة القوائم العامة الحزبية والمحلية" التي جاءت بأعلى نسبة بلغت (60%)، وجاء الإطار السياسي أكثر الأطر الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا الانتخابات النيابية في قناتي المملكة ورؤيا بنسب بلغت على التوالي (60%)، (45%) وتلاهما الأطر الثقافية والأخلاقية. وأوصت الدراسة بناء على نتائجها إلى عدد من التوصيات جاء أهمها تشجيع وسائل الإعلام الأردنية (الحكومية والخاصة) على إعداد برامج توعوية وتنقيفية تتعلق بأهمية المشاركة السياسية التي لا تقتصر فقط على فترة الانتخابات النيابية، وكذلك قيامها بإتاحة الفرصة للأحزاب السياسية الأردنية لتوسيع قاعدتها الجماهيرية وتوعية المواطنين بأهمية التعددية الحزبية.

الكلمات الدالة: البرامج التلفزيونية الحوارية، المسؤولية الاجتماعية، الأطر الإعلامية، القضايا السياسية، الانتخابات النيابية الأردنية 2024، برنامج نبض البلد، برنامج صوت المملكة.

تاريخ الاستلام: 2025/07/23

تاريخ المراجعة: 2025/10/15

تاريخ موافقة النشر: 2025/10/22

تاريخ النشر: 2026/09/30

الباحث المراسل:

mmazahera@uop.edu.jo

المقدمة:

تحتل مكانة بارزة على خريطة البرامج التلفزيونية على المستوى العالمي بشكل عام، وعلى المستوى الأردني بشكل خاص، خاصة البرامج الحوارية السياسية التي أصبحت أحد أهم الآليات التي توظف لإعلام المشاهدين بالأحداث الجارية.

تُعد وسائل الإعلام المختلفة أداة هامة للتأثير في اتجاهات الجماهير وتوعيتهم إزاء العديد من القضايا الهامة والمواضيع المختلفة، لما تقدمه من تفسيرات وتحليلات وآراء تعمل على وضع الأحداث في إطارات معينة، كما أن لها دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام وتحديد مواقفه حول ما يجري من أحداث محلية أو عالمية تؤثر في مجرى حياته اليومية، إذ أن هذه الوسائل تعتبر مصدراً هاماً وأساسياً حول القضايا العامة خاصة القضايا السياسية لتوجيه وتنقيف المجتمع لا سيما وسائل الإعلام المرئية.

وتعتبر البرامج الحوارية في القنوات الفضائية من أكثر برامج وسائل الإعلام المختلفة انتشاراً لما تتميز به وسيلة التلفزيون من انتشار ومتابعة من قبل جميع أفراد المجتمع، إذ تقوم بطرح وتناول ومناقشة العديد من القضايا التي تهم المشاهدين، وإبراز الرأي والرأي الآخر، وأصبحت تلعب دوراً في هذا المجال

ومع تحديد موعد الاستحقاق النيابي في الأردن بتاريخ 10/أيلول، 2024، قامت العديد من القنوات الفضائية الأردنية بتخصيص برامج حوارية في فترة ما قبل الموعد المحدد لهذه الانتخابات، لتطرح وتناقش المواضيع والقضايا المتعلقة بالانتخابات النيابية التي تعد جزءاً من المنظومة السياسية الأردنية، إذ تتناول قضايا الانتخاب والأحزاب، وحراك الحملات الدعائية للمرشحين لإيصال أفكارهم ورؤيائهم وبرامجهم الانتخابية للمشاهدين، لأن هذه الانتخابات لها خصوصية مختلفة عن الانتخابات السابقة، نظراً لأنها أجريت في مرحلة تحديث شاملة للمنظومة السياسية في الأردن المتمثلة بتعديل الدستور وقانوني الانتخاب والأحزاب، والتي تتطلب في هذه المرحلة العمل على توعية الجمهور بهذه التغييرات السياسية الجذرية، في ظل الدعوات الحكومية إلى ضرورة وجود برامج سياسية واضحة تعكس السلوك الانتخابي (الزيود، 2024). وبالتالي تقع على هذه البرامج مسؤولية اجتماعية من خلال تطبيق أبعادها المتعلقة بوظيفة الإعلام بشكل عام، وبمعايير الأداء في تناول قضايا الانتخابات النيابية بشكل خاص، لتشجيع المواطنين على المشاركة في الانتخابات النيابية، ذلك أن اختيار المرشحين لمجلس النواب يُعد الأساس الذي تقوم عليه القوانين والتشريعات التي تنظم الحياة العامة في الأردن، وأهمية طرح هذه القضايا عبر وسائل الاعلام تؤدي إلى تغيير في فهم أهمية المشاركة السياسية.

ومن منطلق الدور الهام للبرامج الحوارية الأردنية الممثلة في برنامج نبض البلد و صوت المملكة في القنوات الفضائية الأردنية ومكانتها الهامة لدى الجمهور الأردني، التي تمثل أهم مصادر الحصول على

المعلومات والأخبار ذات العلاقة بقضايا الانتخابات النيابية والتي تؤثر على تشكيل المشهد الأردني نحو هذه الانتخابات، والتشجيع على المشاركة السياسية لممارسة حق الانتخاب الذي يُعد مطلباً ضرورياً لتحقيق النهج الديمقراطي، جاءت هذه الدراسة لرصد التزام البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية في تناول قضايا الانتخابات النيابية الأردنية لعام 2024.

مشكلة الدراسة:

تعد الانتخابات النيابية من أهم القضايا التي تبناها الأردن، ضمن خطة التحديث السياسي التي انتهجتها الحكومة الأردنية منذ 2021، إذ تعتبر هذه انتخابات عام 2024 الأولى التي أجريت وفق مخرجات اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية، بعد إقرار تعديل الدستور وقانوني الانتخاب والأحزاب، واللتين سمحتا بمشاركة فعالة في العملية السياسية من مختلف أطياف المجتمع لبناء مجتمع ديمقراطي، يتيح المجال للمواطنين باختيار ممثليهم في مجلس النواب والمشاركة الشعبية في صنع القرار التي تؤثر في حياتهم، إلا أن هذه الخطة بحاجة إلى دعم ومساندة لتحقيق نجاحها، ضمن المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق العديد من المؤسسات المختلفة، وأهمها وسائل الإعلام للقيام بدورها الفاعل في تفعيل وتعزيز المشاركة السياسية التي تشكل مفصلاً ديمقراطياً هاماً خاصة مع عزوف المواطنين في الانتخابات السابقة 2020 عن المشاركة في الاستحقاق الانتخابي، وهنا يأتي دور البرامج التلفزيونية الحوارية السياسية التي تبث عبر القنوات الفضائية الأردنية لإيجاد ثقافة سياسية حول الانتخابات النيابية ودور الأحزاب السياسية في المجتمع، لما لها من دور في تشكيل اتجاهات الجمهور، ما توجب عليها التزام بالمسؤولية الاجتماعية نحو الجمهور كخطوة إيجابية نحو تحقيق التنمية ورسم تصوراتهم لتخلق رأي عام قادر على التغيير، ومن هنا جاءت هذه الدراسة للتعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية الأردنية في تناولها لقضايا الانتخابات النيابية الأردنية لعام 2024 بالتطبيق على برنامجي صوت المملكة الذي يبث على قناة المملكة الإخبارية، وبرنامج نبض البلد الذي يبث على قناة رؤيا.

- أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله والمتعلق بقضايا الانتخابات النيابية 2024 عبر البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الأردنية، التي تعد تجربة انتخابية جديدة بعد التعديلات التي تمت على الدستور وقانوني الانتخاب والأحزاب السياسية، وهما أحد مخرجات لجنة التحديث السياسي في الأردن، لرصد درجة التزامها بالمسؤولية الاجتماعية في تناول هذه القضايا التي تمس المجتمع الأردني.

كما وتكمن أهمية الدراسة في الدور الهام للبرامج الحوارية في تناول قضايا الانتخابات النيابية والأحزاب السياسية، كقضية وطنية تقع في إطار المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الأردنية، لتشجيع المشاركة السياسية بين أفراد المجتمع، وتأثيرها في تشكيل الرأي العام نحو القضايا السياسية الهامة التي غدت من أهم مجالات البحوث الإعلامية.

وتعد القنوات الفضائية الأردنية أداة هامة وفعالة في عرض القضايا السياسية، لما لها من دور في توسيع متغيرات النقاش ولاسيما قضايا الانتخابات النيابية ودور الأحزاب التي تمثل عصب الدولة وديمقراطيتها، لتشكيل معارف المجتمع الأردني وتعزيز الحوار والنقاش حول هذه القضايا، إضافة إلى التوعية بأهمية المشاركة السياسية في الانتخابات النيابية. فقد تم استطلاع البرامج الحوارية التي تقوم بتناول القضايا السياسية، حيث تبين أن أكثر البرامج الحوارية الأردنية تناولاً لهذه القضايا هما كل من برنامج صوت المملكة الذي يبث على قناة المملكة الإخبارية، وبرنامج نبض البلد الذي يبث على قناة رؤيا، مما حدا بالباحثين إلى العمل على تقييم أداء هذه البرامج لرصد قدرة هذه البرامج على تناول قضايا الانتخابات النيابية والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية في تناول وطرح هذه القضايا، كذلك ما تقوم به لتشجيع المشاركة في الانتخابات النيابية والانتساب للأحزاب السياسية في ظل ما يواجهه الأردن من تحديات، واتجاهه نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي.

- أهداف الدراسة:

- هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على درجة التزام البرامج الحوارية الأردنية بالمسؤولية الاجتماعية في تناول قضايا الانتخابات النيابية الأردنية لعام 2024، والمتمثلة بكل من برنامجي صوت المملكة الذي يبث على قناة المملكة الإخبارية، وبرنامج نبض البلد الذي يبث على قناة رؤيا، وكذلك للتعرف على ما يلي:
- 1- أهم القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية عينة الدراسة والمتعلقة بالانتخابات النيابية لعام 2024 في القنوات الفضائية الأردنية.
 - 2- رصد الأساليب التي استخدمتها البرامج الحوارية الأردنية عينة الدراسة في القنوات الفضائية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024.
 - 3- التعرف على درجة التزام البرامج الحوارية عينة الدراسة في القنوات الفضائية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024.
 - 4- التعرف على أهم الأطر الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا الانتخابات النيابية في البرامج الحوارية الأردنية عينة الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

سعت الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية عينة الدراسة المتعلقة بالانتخابات النيابية في القنوات الفضائية الأردنية عينة الدراسة؟
- 2- ما الأساليب التي استخدمتها البرامج الحوارية الأردنية عينة الدراسة في القنوات الفضائية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024 عينة الدراسة؟

3- ما درجة التزام البرامج الحوارية الأردنية عينة الدراسة في القنوات الفضائية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024 بأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟

4- ما هي الأطر الرئيسية المستخدمة في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024 في البرامج الحوارية عينة الدراسة في القنوات الفضائية الأردنية؟

مصطلحات الدراسة ومفاهيمها الإجرائية:

-البرامج الحوارية التلفزيونية: تعرف بأنها " البرامج التي تتضمن مناقشات وحوارات بين مجموعة من الأشخاص حول موضوع أو قضية محددة، تعتمد على تبادل الآراء والأفكار لموضوعات مثيرة للاهتمام في المجتمع سواء أكانت سياسية، او اجتماعية أو غيرها، كما وتعد وسيلة فعالة لتعزيز التفاعل بين المتحاورين وتعزيز الوعي الجماعي والحوار المجتمعي، وتشجيع المشاركة الفعالة في الحياة العامة (أبو جابر، 2019) ويقصد بها إجرائياً بأنها البرامج التلفزيونية الحوارية التي تبث عبر القنوات الفضائية الأردنية في كل من قناتي المملكة ورؤيا التي تناولت قضايا الانتخابات النيابية ما قبل الاستحقاق النيابي 2024.

- المسؤولية الاجتماعية: هي نظرية أخلاقية تعتبر أنه ليس هناك حرية مطلقة للصحافة والإعلام وإنما حرية مسؤولية تقوم أو يجب أن تقوم على مبادئ وأخلاق إنسانية نبيلة، وعلى الصحافة والإعلام أن تنقيد بها واحترمها حتى لا تزيع عن رسالتها الأساسية وهي خدمة الصالح العام (عبد المجيد، 2006، 120). ويقصد بها إجرائياً التزام البرامج الحوارية بالمسؤولية الاجتماعية في تناول قضايا الانتخابات النيابية لعام 2024.

- القضايا السياسية: تُعرف بأنها القضايا التي يثار حولها الجدل والنقاش واستعراض كافة الآراء ووجهات النظر المختلفة في جو ديمقراطي التي تختلف حولها الآراء المطروحة إما بالتأييد أو المعارضة (سيد، 2018).

تعرف القضايا السياسية إجرائياً بأنها القضايا ذات الطابع السياسي التي يتم تناولها ومناقشتها في البرامج الحوارية التلفزيونية كقضايا الانتخابات النيابية وقضايا الأحزاب السياسية والمشاركة السياسية.

- الانتخابات: تُعرف بأنها المظهر الرئيسي للمشاركة السياسية من قبل الشعب لاختيار ممثليهم في المجالس المختلفة عن طريق التصويت، والتي تعد الطريقة الوحيدة لتطبيق الديمقراطية الليبرالية التمثيلية في ظل تزايد أعداد السكان، وعدم إمكانية تطبيق الاجتماع الكامل لأفراد الشعب، (عبد الفتاح، 2008)، وتعرف أيضاً بأنها طريقة لاختيار الأشخاص لتولي مناصب معينة، عن طريق خيارات الناخبين المؤهلين للتصويت ضمن عملية منظمة، وفق أحد أنظمة الاقتراع المعتمدة دولياً (الشرعة، 2013).

ويقصد بها إجرائياً بأنها الانتخابات النيابية التي أجريت بتاريخ 2024/9/10 للتعبير عن الاستحقاق النيابي من خلال أعضاء مجلس النواب الأردني التاسع عشر من قبل المواطنين الأردنيين.

حدود الدراسة: تحددت هذه الدراسة بما يلي:

- **الحدود المكانية:** اقتصر إجراء الدراسة على البرامج الحوارية الأردنية في قناتي المملكة ورؤيا.
 - **الحدود الزمانية:** تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة ما بين 2024/8/1 لغاية 2024/9/9
 - **الحدود التطبيقية:** اقتصرت الدراسة على تحليل كل من برنامجي "صوت المملكة الذي يبث على قناة المملكة الفضائية الأردنية وبرنامج نبض البلد الذي يبث عبر قناة رؤيا الأردنية نظراً لأنهما أكثر البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الأردنية تناولاً لقضايا الانتخابات قبل إجرائها في 2024/9/10.
- الإطار النظري للدراسة:**

استندت الدراسة الحالية في إطارها النظري على كل من نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية الأثر الإعلامية اللتين تعدان من أنسب النظريات والمداخل لهذه الدراسة.

أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

جاءت هذه النظرية كرد فعل على نظرية الحرية لمواجهة الصحف التي نشأت في وعاء الإعلام بالولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية - إلى الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، وإساءة استخدامها للحرية، بدأ البحث عن تقييد الحرية في ظل النظم القائمة على الاقتصاد الحر، فظهر معنى الحرية القائمة على المسؤولية. حيث قام أنصارها بالدعوة إلى إعادة صياغة المبادئ والأسس التي قامت نظرية الحرية لمواكبة التغيرات الاجتماعية والتقنية للمحافظة على قيم وأعراف المجتمع الغربي (المزاهرة، 2021، 45).

وتعددت وتباينت تعريفات نظرية المسؤولية الاجتماعية بسبب اكتسابها أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، مما يعبر عن كونها في حقيقتها تركيب معقد وليس مفهوماً "مبسّطاً" قابلاً للقياس بمعايير موحدة عالمياً أو إقليمياً، لأسباب ارتباطها بمتغيرات حضارية وثقافية ودينية وأخرى (الغاليبي، العامري، 2008). إذ عرفت بأنها "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام (حسام الدين، 2013، 17).

فالمسؤولية الاجتماعية هي محاولة لإيجاد التوازن بين مفهومي الحرية والمسؤولية الإعلامية، من خلال مجموعة من المعايير أهمها الالتزام بالثوابت الوطنية والمهنية، واحترام أخلاقيات المهنة ومعاييرها، ونصت المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية على الركيزتين التاليتين: (Mc Quail , 1994, 123)

- أن على الوسيلة التزام نحو المجتمع.
- العمل على الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات كالموضوعية والمصداقية والدقة والتوازن.

فيما تركز المسؤولية الاجتماعية للإعلام على ثلاثة أبعاد أساسية، يتصل الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء، فيما يتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي (عامر، 2012).

وتقوم هذه النظرية على عدد من المسلمات، أهمها قيامها بتزويد المواطنين بالأحداث الصادقة والشاملة، وأن تكون منبرا لتبادل الآراء والنقد من خلال التعبير عن جميع وجهات النظر سواء أكانت تتفق معها أو تخالفها، كذلك مسؤوليتها تجاه المجتمع بتزويده بكافة المعلومات والبيانات بناء على حقه في الوصول إلى المعلومات (الفلاح، 2013).

تطبيق النظرية على الدراسة:

لأغراض هذه الدراسة تم تطبيق أبعاد المسؤولية الاجتماعية على مدى التزام البرامج الحوارية الأردنية في تناول كافة جوانب قضايا الانتخابات النيابية وتداعياتها، من حيث الموضوعية، والحياد وعدم التحيز والالتزام بالمصادقية والتوازن، لتنمية وعي المواطنين بأهمية هذه الانتخابات، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية نحوها، نظراً لخصوصية تلك المرحلة الانتقالية الهامة نحو التحديث السياسي في الأردن، التي بدأت منذ عام 2022 في ظل أوضاع اقتصادية صعبة وتحديات خارجية شهدها الإقليم العربي المجاور.

ثانياً: نظرية الأطر الإعلامية:

تُعد نظرية الأطر الإعلامية واحدة من الروافد النظرية الحديثة News Framing Analysis في دراسات الإعلام والاتصال، والتي عرفها أهم روادها (Etman, R, 1993) بأنها أن الإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاءً متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها. وتأتي أهمية "نظرية الأطر كونها تقدم تفسيراً علمياً منتظماً لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور بمختلف فئاته وخصائصه الديموغرافية. (المزاهرة، 2018، 322)، كما وهي تعد من النظريات المهمة التي تقوم على دراسة التغطيات الصحفية والإعلامية للقضايا التي تكون محط اهتمام الجماهير واختلاف مضمونها، ووضعها في سياق وأطر إعلامية، تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة. (الدليمي، 2016).

ركزت فرضيات النظرية التي وضعها كل من McCombs & Shaw عام 1972 على أن طريقة عرض وتقديم المعلومات بوسائل الإعلام تؤثر في استجابات الجمهور تجاه محتوى نصوصها، كما وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام تمارس تأثيراً في تشكيل معارف الرأي العام، واتجاهاته تجاه القضايا المختلفة خلال فترة زمنية محددة. ووفقاً لتعريف إنتمان للأطر فإن مداخل الرسالة الإعلامية تؤدي إلى بروز بعض المعلومات التي ينتقيها القارئ بالاتصال ويستبعد البعض الآخر، وأن تبني الجمهور لهذه المداخل أو الأطر

يؤثر في رؤيته للمشكلات والحلول اللازمة لها. وتتميز نظرية الأطر الإعلامية بأنها تقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في وضع الأطر المرجعية التي يستند إليها أفراد الجمهور في تقييمهم للأحداث والقضايا المثارة، تساعد على تقديم تحليل علمي للمعالجات الإعلامية المقدمة حول الأحداث والقضايا المختلفة (المزاهرة، 2018).

الأطر الرئيسية:

الإطار الإعلامي هو الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة، والتي تتحدد عبر في عمليات الانتقاء والتنظيم، والتأكيد على جوانب محددة وإغفال جوانب أخرى، إذ تقوم الأطر بتشخيص، وتقييم ووصف نقطة محددة (Entman, 1993)، بهدف المحافظة على مجموعة من الوظائف الأساسية تتمثل في تحديد الهوية، وتحديد الهدف، وإبراز المعنى المقصود (Levinthal, Rerup, 2006)، وقد تنوعت تصنيفات الأطر الإعلامية بين الباحثين والعلماء المرتبطة بتغطية وسائل الإعلام للأخبار نتيجة اختلاف السياسات التحريرية والتوجهات الفكرية لوسائل الإعلام والجمهور، إلا أن هناك مجموعة من الأطر التي يمكن تطبيقها على دراسات وسائل الإعلام التي تم الاستعانة بها بهذه الدراسة وهي كالتالي:

- **الإطار السياسي:** هو إطار نظري يستخدم في تحليل الأحداث والمواضيع من منظور سياسي يركز هذا الإطار على العوامل السياسية والحكومية المتعلقة بالحدث أو الموضوع المدروس، ويسلط الضوء على كيفية تأثير السياسة واتخاذ القرارات السياسية على هذه القضية (القاضي، 2017).

- **إطار المبادئ الأخلاقية: "Morality Frame":** هو إطار يعرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، ويقوم القائم بالاتصال برد الحدث رداً مباشراً للمجتمع الأخلاقي، ويضع هذا الإطار الحدث أو القضية في توصيف أخلاقي، ولا يستخدم هذا الإطار إعلامياً بصورة مباشرة، وإنما يكون عن طريق اقتباس مقولات بالإضافة إلى العبارات الاستدلالية، بحيث يحتوي النص على رسالة أخلاقية، أو كود محدد للسلوك. (المزاهرة، 2018)

- **الإطار القانوني:** وهو الإطار الذي يتم الإشارة إليه من خلال القوانين والأنظمة التي يتم الاستشهاد بها والتي تدعم الوقائع، كما ويضع هذا الإطار القضية أو الحدث في سياق قانوني بحيث يربط بين القضية والجوانب القانونية التي تتضمنها هذه القضية.

- **الإطار الثقافي:** يقوم هذا الإطار بالاعتماد على الموروثات الثقافية والأنماط الفكرية والقيم والمعتقدات القائمة بين أفراد المجتمع (الغامدي، المغربي، 2018)، ومخاطبة المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي، إذ يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي.

تطبيق النظرية على الدراسة:

الأطر هي عملية تقوم على تحديد وتنظيم المادة الإعلامية التي تتناولها وسائل الإعلام، وتتم عملية بناء الأطر من خلال اختيار الإطار المناسب لتقديم القضية و الذي يعد أهم قرار يتخذه الإعلامي، وتعود هذه الأهمية إلى أن الاعتقاد الراسخ بأن الأطر هي التي تمنح المعنى للأحداث والقضايا، خصوصاً عندما تستخدم الصورة المناسبة للحدث التي لديها القدرة على جذب اهتمام المتلقي (عبد الحميد، 2004). وقد تم الاستفادة من هذه النظرية من خلال التعرف على الأطر الإعلامية الرئيسية التي غطتها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية خلال تناولها قضايا الانتخابات النيابية لقياس المحتوى الضمني لما تناولته هذه البرامج، حيث يتم استخدام الأطر في توجيه وتشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا.

الإطار المعرفي للدراسة:

تُعد قضايا الديمقراطية وأهمها الانتخابات البرلمانية وما تتضمنه من تعددية سياسية، من أهم ضمانات الدولة السيادية والانتماء الوطني لأفراد الدولة الواحدة، من خلال المشاركة السياسية التي تعتبر أحد شروط الديمقراطية التي يمكن أن تؤثر في القرارات الحكومية، لما توفره من فرص حقيقية للمشاركة في عملية صنع القرار من خلال إيصال ممثلي الشعب إلى هرم السلطة التشريعية، لتقوم بدورها الرقابي على السلطة التنفيذية في إدارة الدولة ومرافقها الحيوية، فالانتخابات النيابية وسيلة لانتخاب ممثلي الشعب ضمن شروط واضحة تحدها القوانين الخاصة بها، كالجنسية والأهلية العقلية والصلاحية الأدبية (الجاسور، 2004 ص 83).

والأردن من الدول اتخذت من الديمقراطية نهجاً لها من خلال التزامها بإجراء الانتخابات النيابية منذ عام 1989 لغاية تاريخه، إذ بلغ عدد الدورات لغاية تاريخه تسع عشرة دورة انتخابية، والذي يُعد من مؤشرات قياس الإصلاح السياسي، وتعزيز العملية الديمقراطية في نظام الدولة التي تحتاج إلى مشاركة حقيقية من قبل المواطنين في الانتخابات النيابية التي تعد من الآليات الرئيسية لأوجه الديمقراطية الحقيقية، ومطلباً ضرورياً لتحقيق التنمية بأوجهها المختلفة.

وفي ظل تطورات التحديث وإصلاح المنظومة السياسية التي شهدتها الأردن خلال السنوات الخمس الماضية، وأهمها تعديل الدستور وقانوني الانتخاب والأحزاب، إحدى مخرجات اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية في الأردن التي أنشئت نتيجة مطالب شعبية ورؤية سياسية جديدة من قبل رأس النظام السياسي والتي تضمنت رؤية متدرجة للتحديث السياسي في الأردن، تُقضي في عام 2032 إلى تشكيل حكومة برلمانية، وتخصيص 50% من المقاعد للأحزاب في المجلس الحادي والعشرين، وفي المجلس الثاني والعشرين 65% (المادة 71، قانون الانتخاب). إذ صدر قانونا الانتخابات والأحزاب قبيل الانتخابات النيابية للمجلس التاسع عشر الذي تم إجراؤه في العاشر من أيلول لعام 2024، وتم تخصيص 41 مقعداً من أصل 138 مقعداً في المجلس للأحزاب السياسية لأول مرة في تاريخ الانتخابات النيابية (قانون الانتخاب الأردني، 2023)، التي تمثل تطوراً مهماً في الحياة النيابية في الأردن تعمل على تعزيز دور

هذه الأحزاب في العملية السياسية في ظل وضع اقتصادي صعب، وتحديات خارجية أبرزها الحرب على قطاع غزة 2023، والتصعيد الإسرائيلي في الضفة الغربية، ومخاوف من مشروع لتهجير سكانها نحو الأردن، وتحديات أمنية على الحدود الشمالية والشرقية مع سوريا والعراق، نتيجة وجود ميليشيات مسلحة يمارس بعضها تهريب السلاح والمخدرات، (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2024).

كما وإن تناول القضايا السياسية التي تؤثر على حياة المواطنين في وسائل الإعلام وخاصة البرامج الحوارية، تمل على زيادة الوعي السياسي لديهم لتصبح وسيلة للتعليم والتثقيف السياسي، بحيث تقوم على تشكيل المدركات السياسية لديهم، وتحفيزهم ودفعهم نحو المشاركة السياسية، وتضفي الشرعية على المواقف والأحداث التي تدور في المجتمع، وهو ما يجعلها قوة قادرة على التوجيه، خاصة في ظل استمرار احتلالها المساحة الزمنية الأكبر والتوقيت الأهم ساعات ذروة المشاهدة على خارطة البث والإرسال التلفزيوني، بالإضافة إلى متابعة كثيرين لها وحصدتها نسب المشاهدة الأعلى (خليفة، أحمد، 2020).

فقد شغلت البرامج الحوارية مكانة متميزة على الخريطة البرمجية للقنوات الفضائية، باعتبارها من أهم البرامج التي تقوم بمناقشة القضايا التي تهم المواطنين، وتهتم بالأحداث الجارية، ولها مكانة لديهم لما تقوم به من طرح ومعالجة العديد من القضايا التي تهم مصالحهم المختلفة، لأنها تستند إلى إبراز مختلف الآراء في معالجة هذه القضايا، وما تتناوله من تقارير وحوارات مع قادة رأي ومتخصصين لطرحها، كما و أصبحت هذه البرامج أحد الآليات الهامة لإعلام الجمهور بالمستجدات والأحداث على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، لما لها من تأثير على المجتمع والأفراد، إذ تقوم بإمدادهم بآخر الأخبار والمعلومات، وتعمل على خلق صورة ذهنية حولها، كما تقوم على تدعيم الاتجاهات نحو قضايا ومواضيع معينة (فرج، 2008).

فهذه المعطيات أوجبت على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الأردنية مسؤولية اجتماعية ملزمة لتناول القضايا المتعلقة بالانتخابات النيابية التي تم إجراؤها في 2024/9/10، للتوعية بأهمية المشاركة السياسية في هذه الانتخابات خاصة بعد تعديل قانوني الانتخاب والأحزاب، لما لها من دور هام في التنشئة السياسية التي تُعد الدعامة الأساسية لنظام الحكم الديمقراطي، ووسيلة للمشاركة في تكوين المجالس النيابية التي تستمد وجودها من الإرادة الشعبية (عبد الوهاب، 2000)، فالمشاركة السياسية تُعد أحد الأبعاد الهامة لتحديد السلوك السياسي، نظراً لعزوف الأردنيين في الدورات السابقة للمجالس النيابية عن المشاركة في الاقتراع، والتي شهدت تراجعاً مضطرباً في نسبة المشاركة منذ عام 1989 والتي سجلت أعلى نسبة بلغت (61.7%)، ثم وصلت إلى أدنى مستوى لها في انتخابات 2020 بنسبة (29.9%) (موقع البوصلة، 2024)، ذلك أن العزوف عن المشاركة السياسية لا يعود فقط إلى اعتقاد المواطنين بأنها عملية لا عائد منها، وإنما يعود لدور وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع .

الدراسات السابقة:

تم استطلاع الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة حول البرامج الحوارية والقضايا السياسية، التي جاءت كما يلي:

- دراسة (Khan & Bano, 2025) بعنوان "تأثير البرامج الحوارية على الوعي السياسي للشباب" هدفت الدراسة إلى تحديد مساهمة البرامج الحوارية السياسية التلفزيونية في رفع مستوى الوعي السياسي والمعرفي لدى الشباب في الجامعات. وتعد هذه الدراسة دراسة وصفية استخدم الباحثون فيها منهج المسح الكمي الذي تم تطبيقه على عينة من طلبة كل من جامعة كراتشي، وجامعة باكستان. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها وجود علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين مشاهدة هذه البرامج والوعي السياسي. أكد غالبية المشاركين أن الإعلام الإلكتروني، وعلى الأخص البرامج الحوارية، يمثل مصدراً ضرورياً لتعزيز المعرفة والأخبار والتوعية المستحدثة بالقضايا السياسية الوطنية، مما يؤكد دورها التعليمي والمعلوماتي بين هذه الفئة.

-دراسة (Batool, 2024) بعنوان "تأثير البرامج الحوارية السياسية التلفزيونية على المشاركة السياسية" بحثت الدراسة في كيفية تأثير البرامج الحوارية السياسية التلفزيونية على السلوك الديمقراطي للمشاهدين ومشاركتهم السياسية. وشملت الدراسة 400 مشارك أكملوا استطلاعاً عبر الإنترنت بخصوص معتقداتهم ومعارفهم السياسية بعد مشاهدة البرامج الحوارية السياسية التلفزيونية. وربطت الدراسة بين مشاهدة وسائل الإعلام الإخبارية والبرامج الحوارية وبين السلوك المدني الإيجابي وعدد من القضايا السياسية، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد ارتباط بين مشاهدة البرامج الحوارية ونية التصويت، كما أن البرامج الحوارية قد لا تحفز الناخبين أو تعالج اهتماماتهم، كما لا تعكس اهتمامات الناس أو تساهم في إيجاد حلول للقضايا الأكثر إلحاحاً، كما لم تثبت الدراسة أن موضوعات البرامج الحوارية تعكس الاهتمامات الوطنية. وأظهرت الدراسة أن فيسبوك و واتساب أصبحا مصدرين رئيسيين للأخبار والمعلومات.

- دراسة (Abu hasirah & others, 2024) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التعامل مع الأداء البرلماني":

هدفت الدراسة للتعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية السياسية في تناولها للأداء البرلماني لمجلس النواب الأردني التاسع عشر، واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى وطبقتها على برنامج (صوت المملكة). وقد تم تحليل 31 حلقة تناولت سير العمل البرلماني لمجلس النواب خلال دورته العادية الثانية التي بدأت في 13 نوفمبر 2022 وانتهت في 7 مايو 2023. وأظهرت نتائج الدراسة أن برنامج (صوت المملكة) كان ملتزماً بكافة أبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية في التعامل مع الأداء البرلماني، ولكنه كان أكثر التزاماً ببعد الأداء الإعلامي (المعايير الأخلاقية) بمتوسط حسابي

(2.80)، ثم الأدوار والمهام للمسؤولية الاجتماعية بمتوسط حسابي (2.76)، ثم المعايير المهنية بمتوسط حسابي (2.55).

-دراسة (Iftikhar et al. (2024) بعنوان " تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على المعلومات السياسية والاجتماعية:

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية على مستويات الوعي والمعرفة لدى الأفراد حول القضايا السياسية والاجتماعية. وتعد هذه الدراسة وصفية استخدم الباحث خلالها المقابلات المتعمقة أداة لجمع بيانات نوعية من عينة بحث محدودة جداً، وعلى الرغم من صغر حجم العينة، أظهرت النتائج التأكيد على أهمية البرامج الحوارية كمصدر لمعرفتهم بالقضايا السياسية والاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى أن هذا التفاعل الواعي من الجمهور يُبرز الدور الحيوي الذي تلعبه البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز المعرفة السياسية والاجتماعية للمشاهدين، مما يؤكد الحاجة إلى مزيد من الأبحاث لاستكشاف هذه العلاقة على نطاق أوسع.

- دراسة (Orekat, & others, 2023) بعنوان "إيديولوجية الخطاب السياسي في البرامج الحوارية": دراسة تحليلية:

سعت الدراسة إلى استكشاف أيديولوجية خطاب السياسي الأردني في البرامج الحوارية، استناداً إلى التحليل النقدي للخطاب (CDA) Critical Discourse Analysis في جانبه الأيديولوجي، ومن خلال تطبيق Van Dijk ideological square على عينة الدراسة وهو برنامج (نيران صديقة) الذي يبث على تلفزيون عمان، وقد تم تحليل سبع حلقات بلغ وقت بثها (5 ساعات و 51 دقيقة) استضافت سبعة رؤساء وزراء أردنيين، وتم تحديد فئات التحليل على أساس مربع فان دايك الأيديولوجي Van Dijk ideological square (التأكيد على الأشياء الإيجابية عنها، والتأكيد على الأشياء السلبية عنهم، والتقليل من التركيز على الأشياء السلبية عنها، وعدم التركيز على الأشياء الإيجابية عنهم). وخلصت النتائج إلى أن إيديولوجية الخطاب السياسي الأردني سعت إلى عدم التأكيد على السلبيات المتعلقة بالسياسة الأردنية بنسبة (36.4%)، فيما ركز الخطاب السياسي الأردني على إيجابياته بنسبة (28.7%)، فيما سعت إلى "التأكيد على الأمور السلبية تجاه الآخرين" بنسبة (19.7%).

-دراسة (Intyaswati & other's, 2022) بعنوان "تأثير البرامج الحوارية وبرامج المنوعات التلفزيونية على الاهتمام السياسي بين طلاب الجامعات الإندونيسية".

هدفت الدراسة إلى تقييم تأثير البرامج الحوارية على الاهتمامات السياسية لطلاب الجامعات في إندونيسيا، حيث تم إجراء دراسة استقصائية على 400 طالب جامعي في جامعة بيمبانجونان الوطنية للمحاربين القدامى في جاكرتا (UPNVJ)، جاكرتا، إندونيسيا، باستخدام تقنية أخذ العينات الطبقية وتحليل

البيانات مع تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة مشاهدة البرامج الحوارية ترتبط بشكل مباشر بالاهتمام السياسي لدى الشباب. وأن هناك علاقة عكسية بين نسبة مشاهدة البرامج المتنوعة والاهتمام السياسي، مما يعني أن الاهتمام السياسي يتناقص مع زيادة مشاهدة البرامج المتنوعة. وبينت الدراسة ارتباط استخدام التلفزيون، ومشاهدة البرامج الحوارية، والمعرفة السياسية بشكل إيجابي مع الاهتمام السياسي.

- دراسة (جعفر، 2022) بعنوان "البرامج الحوارية التلفزيونية في أوقات الأزمات السياسية: دراسة قيمية لعينة من برنامج "ستوديو الجزائر" بقناة البلاد الجزائرية"

سعت هذه الدراسة إلى إيجاد مقارنة قيمية للبرامج الحوارية في أوقات الأزمات السياسية، من خلال معرفة مدى حضور القيم في برنامج "ستوديو الجزائر" الذي يبث على قناة البلاد الجزائرية خلال تغطيته للأزمة السياسية في الجزائر 22 شباط 2019. واعتمدت الدراسة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام كمدخل نظري للدراسة. واستخدمت الدراسة المنهج المسحي. كما استعان الباحث باستمارة تحليل المضمون التي تم تطبيقها على عينة قصدية تتكون من ثماني حصص تلفزيونية للبرنامج، وتوصلت الدراسة إلى أن أسباب الأزمة في الجزائر سياسية بالدرجة الأولى، وأن أهم القيم في برنامج "ستوديو الجزائر" تمثلت في القيم السياسية، كما كشفت الدراسة عن استخدام البرنامج للغة التخويف أثناء تغطية الأزمة ممثلة في التضخيم والتهويل، وأن أغلب النقد كان موجهاً للسلطة.

-دراسة (مقروس، 2022) بعنوان "أثر البرامج الحوارية عبر الفضائيات الجزائرية في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب (دراسة ميدانية على طلبة جامعة الجزائر 3 خلال فترة الحراك الشعبي والانتخابات الرئاسية ديسمبر 2019):"

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة البرامج الحوارية السياسية عبر الفضائيات الجزائرية في تعزيز الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الحراك الشعبي والانتخابات الرئاسية ديسمبر 2019. واعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة على جمهور الطلبة الجامعيين، باستخدام استبانة على عينة قصدية تناسبية من طلبة جامعة الجزائر 3 الذين يتعرضون للبرامج الحوارية السياسية. وقد توصلت الدراسة إلى أن أكثر أنواع البرامج الحوارية التلفزيونية متابعه هي السياسية، وأن أكثر الأشكال المستخدمة في هذه البرامج جاءت "برامج المناقشات الجماعية والمائدة المستديرة" بنسبة 54.17%، وأن الهدف من مشاهدتها الحصول على المعلومات لفهم الواقع، والمساعدة على اكتساب المعارف حول الشخصيات السياسية، والمؤسسات السياسية، إضافة إلى أنها قد زادت من اهتمامهم بالأحداث السياسية.

- دراسة خليفة وآخرين (2020) بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية":

رصدت الدراسة أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التي تهدف الى وصف وتفسير ظاهرة معينة كما هي في الواقع الحالي، حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بهدف تحليل بنية الموضوع وتوضيح سماته ومكوناته ووصف أبعاده المختلفة، كما وظفت أيضاً التحليل الكيفي من خلال التحليل المتعمق لمحتوى البرامج الحوارية عينة الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (٢٤) حلقة، واستخدم الباحثان استبانة تحليل المضمون، وتحليل الأطروحات، ومسار البرهنة، والكلمات الرئيسية أدوات لجمع بيانات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج الحوارية كان لديها التزام كبير بمسؤولياتها الاجتماعية خلال تناول الأداء التشريعي على كافة أبعاد مقياس المسؤولية الاجتماعية، كما أشارت الى أن النهضة التشريعية التي تعيشها مملكة البحرين عبر سلسلة القوانين أدت إلى النهوض في كافة المجالات، ورست مفهوم دولة المؤسسات واحترام سيادة القانون واستقلال القضاء، الحفاظ على سيادة المملكة وحماية منجزاتها ومكتسباتها الوطنية، وعززت من المشاركة السياسية، وفعلت دور المجتمع المدني وتمكين المرأة.

- دراسة (مرازقة وآخرين، 2017) بعنوان "القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الإخبارية" سعت الدراسة إلى التعرف على محتوى البرامج الحوارية في قناة الجزيرة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، بالاعتماد على المنهج المسحي، وأسلوب تحليل المحتوى كأداتين للتحليل، وللتين طبقاً على عينة قصدية مكونة من ستة برامج حوارية مباشرة يومية وأسبوعية، تناولت القضايا الراهنة باعتبارها البرامج الأكثر مشاهدة لدى الجمهور العربي للفترة من 01 كانون الثاني 2015 إلى 07 شباط 2015. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة استضافة الخبراء والمتخصصين في الحلقات، حيث جاء الكتاب بنسبة 16.94(%)، والأساتذة الجامعيون بنسبة (13.64%)، وأن القناة استخدمت أساليب عقلية لإقناع المشاهدين، حيث نال أسلوب الاعتماد على الأدلة والبراهين أعلى نسبة بلغت (27.46%).

التعليق على الدراسات السابقة:

- تنوعت الدراسات السابقة المتعلقة بالبرامج الحوارية السياسية، بين دراسات ركزت على قضايا الانتخابات كدراسة (Batool, 2024) ودراسة (Abu hasirah & others, 2024)، ودراسة (Orekat, 2023) & others, 2023)، إذ توافقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات التي تناولت القضايا السياسية كدراسة (Intyaswati other's, 2022)، ودراسة (محمد وآخرين، 2022) ودراسة (مقروس، 2022)، وكذلك مع الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية كدراسة (خليفة وآخرين، 2022). -تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام تحليل المضمون أداة لجمع البيانات كدراسة (Intyaswati & other's, 2022) ودراسة (Orekat, & others, 2023) (مرازقة وآخرين، 2017) (مقروس، 2022) ودراسة محمد جعفر، 2022)، فيما اختلفت في تحليل الأطر الإعلامية التي

تشابهت مع دراسة خليفة وآخرين (2020) التي قامت باستخدام كلٍ من تحليل المضمون وتحليل الأثر الإعلامية. واختلفت مع دراسة (Orekat, & others, 2023) في استخدام الخطاب الإعلامي.

- اختلفت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في استخدام أدوات جمع البيانات، حيث اختلفت مع دراسة (Khan & Bano, 2025)، ودراسة (Batoool, 2024) اللتين استخدمتا الاستبيان أداة لجمع البيانات، كما واختلفت مع دراسة (Iftikhar et al. (2024 التي استخدمت المقابلات المتعمقة.

- الاستفادة من الدراسات السابقة، وما يميزها عنها:

استفادت الدراسة الحالية من استعراض الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة واختيار الأداة المناسبة لمثل هذا النوع من الدراسات، التي تدمج ما بين علوم الإعلام والعلوم السياسية خاصة ما يتعلق بالقضايا السياسية كالانتخابات النيابية.

- كذلك ساهمت الدراسات السابقة في تعميق التصور البحثي حول موضوع الدراسة، وإضافة أبعاد جديدة لدور الإعلام في القضايا السياسية.

- تم التأكيد على حداثة هذه الدراسة وأهمية دراستها بعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بهذه الدراسة، حيث تعد الدراسة الأولى التي تتناول هذا الموضوع والتي ستكون حافزا لدراسات مستقبلية لتناول القضايا السياسية والبرامج الحوارية.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بتناولها المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في تناول قضايا الانتخابات النيابية، والتطرق إلى دور الأحزاب السياسية، للتأكيد على أهمية المشاركة السياسية للمواطنين في الاستحقاق النيابي لعام 2024، نظراً لتدني المشاركة في الانتخابات السابقة لعام 2020، إضافة إلى عدم وجود دراسة مماثلة حول موضوع الدراسة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

-نوع ومنهج الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي تستهدف وصف وتفسير ظاهرة معينة كما هي في الواقع الحالي، كما وتعمل على توضيح حجم الظاهرة ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى بشكل كمي أو بشكل كيفي من خلال وصف الظاهرة وتوضيح خصائصها (زغيب، 2019).

وفي إطار الدراسات الوصفية تم الاعتماد على المنهج المسحي الذي يُعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة، باستخدام تحليل المضمون، الذي يستخدم للتعرف على المحتوى الظاهر للاتصال ووصفه وصفاً موضوعياً ومنظماً وكمياً، بغرض تحديد أسس الموضوعات والبرامج التي تقدمها وسائل الإعلام (المزاهرة، 2021).

-مجتمع وعينة الدراسة:

اشتمل مجتمع الدراسة التحليلية على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الأردنية، أما عينة الدراسة فقد تمثلت بكل من برنامج صوت المملكة الذي يبث على قناة المملكة، وبرنامج نبض البلد الذي يبث على قناة رؤيا، اللتين تم اختيارهما بطريقة العينات المقصودة من ضمن العينات غير العشوائية التي يتم اختيارها بشكل غير عشوائي، وفقاً لأسس وتقديرات ومعايير معينة يضعها الباحث ويتدخل في اختيار العينة (المزاهرة، 2021، 128)، حيث تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لمدة شهر خلال الفترة من تاريخ 2024/8/1 لغاية 2024/9/9 وهي المدة التي سبقت موعد الانتخابات النيابية الأردنية التي أجريت بتاريخ 2024/9/10، وتمثل عدد الحلقات التي تم تحليلها خلال فترة الدراسة بـ (20) حلقة لبرنامج "صوت المملكة" الذي يبث على قناة المملكة، إذ تم تحليل (14) حلقة خلال شهر آب، و(6) حلقات خلال شهر أيلول، 2024، أما برنامج "نبض البلد" الذي يبث على قناة فقد بلغت عدد حلقاته (9) حلقات خلال فترة الدراسة، حيث تم تحليل (3) حلقات خلال شهر آب، و(6) حلقات خلال شهر أيلول 2024، علماً بأن الحلقات غير مخصصة بالكامل لقضايا الانتخابات النيابية خلال فترة الدراسة، وبلغت مدة محور الانتخابات خلال الحلقة الواحدة ما بين 17 - 40 دقيقة. وقد جاء اختيار هذين البرنامجين نظراً لأنهما أكثر البرامج الحوارية التلفزيونية الأردنية طرماً لقضايا الانتخابات النيابية خلال فترة الدراسة وأكثرهما متابعة ومشاهدة من قبل الجمهور الأردني.

يتبين من الجدول (1) التكرارات والنسبة المئوية للقضايا التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024) في القنوات الفضائية الأردنية (رؤيا - المملكة)، حيث كانت أكثر القضايا الحوارية التي تتناولها قناة رؤيا هي "توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة، ونسب الإقبال على التصويت" التي جاءت بأعلى تكرار (8) وبنسبة مئوية بلغت (11.6%)، تلاها "مشاركة المرأة كمرشحات في العملية الانتخابية، والقلق من ضعف إقبال النساء على التصويت" بتكرار (6) وبنسبة مئوية (8.7%)، فيما جاءت أغلب البرامج الحوارية بأقل تكرار (1) وبنسبة مئوية (1.4%) كـ"دور الإعلام في التوعية بأهمية المشاركة في الانتخابات النيابية 2024" و"أساليب وأشكال الدعاية الانتخابية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي" و"ضعف الحراك الرقمي في الانتخابات" و"مدى تأثير العشيرة على اختيارات الناخب الحزبية والمحلية" و"ظاهرة السباحة الحزبية" و"تعامل القضاء مع مخالفات العملية الانتخابية".

أما قناة المملكة، فقد كانت أكثر القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية هي "توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة، ونسب الإقبال على التصويت" و"المشاركة السياسية للمواطنين في الانتخابات" التي جاءت بأعلى تكرار (7) وبنسبة مئوية بلغت (15.6%)،

بينما جاءت أغلب البرامج الحوارية بأقل تكرار (1) وبنسبة مئوية (2.2%) كـ"دور الهيئة المستقلة للانتخاب في إدارة العملية الانتخابية" و"دور الإعلام في التوعية بأهمية المشاركة في الانتخابات النيابية 2024" و"ضعف دور الإعلام الحزبي" و"أهمية المشاركة العامة في التصويت أو الاقتراع".

جدول (2) نتائج اختبار كا تربيع (χ^2) للفروق بين القناتين (رؤيا - والمملكة) في القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024).

القضايا المختلفة التي تناولتها	القناة	العدد	النسبة المئوية	قيمة (χ^2)	الدلالة الاحصائية
البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024)	رؤيا	69	60.5 %	5.053	0.025
	المملكة	45	39.5 %		

يظهر من الجدول (2) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في عدد مرات تناول القضايا المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024) بين قناة رؤيا البالغ عددهما (69) وبنسبة مئوية (60.5%)، وقناة المملكة البالغ عددهما (45) وبنسبة مئوية (39.5%)، حيث بلغت قيمة كا تربيع (χ^2) (5.053) وبدلالة إحصائية (0.025) وكانت الفروق لصالح قناة رؤيا.

اتفقت هذه النتائج مع دراسة شلبية وآخرون (2015) التي توصلت إلى أن درجة متابعة أفراد العينة للبرامج الحوارية السياسية جاءت بدرجة متوسطة، جاء أعلاها لبرامج "نشرات الأخبار والتحقيقات والتقارير الإخبارية"، وأن أبرز أسباب تفضيل هذه البرامج كان "الاهتمام بالقضايا الوطنية"، وأن أهم مظاهر استفادة أفراد العينة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج كان في تنمية معارفهم ومعلوماتهم السياسية، وتزويدهم بوجهات نظر مختلفة حول القضايا السياسية المحلية، كما اتفقت مع ما توصلت له دراسة العبيدي (2015) أن البرامج الحوارية التلفزيونية تمدهم بالمعلومات عن القضايا السياسية وبنسبة 27.8%، وأن أهم العوامل التي أثرت بشكل كبير على نجاحها هي ثقافة مقدم البرنامج وإلمامه بالجوانب المتعلقة بالقضية موضوع النقاش وبنسبة 64.4%، كما اتفقت هذه النتائج مع دراسة (Mamori, et, al., 2017) التي توصلت إلى أن المشاهدين الذين يشاهدون البرامج الحوارية يتمتعون بثقافة ومعرفة سياسية أفضل من أولئك الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية. كما واتفقت مع نتائج دراسة (Hayat, et, al., 2015) التي أظهرت أن البرامج الحوارية السياسية أثرت على الشباب ولعبت دوراً رئيسياً في توفير الوعي السياسي لديهم. وأن البرامج الحوارية السياسية لها تأثير كبير في مساعدتهم في الحصول على المعرفة حول حقوقهم الأساسية الاجتماعية والسياسية، وعلى النقيض من ذلك توصلت دراسة (Intyaswati, et, al., 2022) أن هناك علاقة سلبية بين نسبة مشاهدة البرامج المتنوعة والاهتمام السياسي، مما يعني أن الاهتمام السياسي يتناقص مع زيادة مشاهدة البرامج المتنوعة، وبينت الدراسة ارتباط استخدام التلفزيون، ومشاهدة البرامج الحوارية، والمعرفة السياسية بشكل إيجابي مع الاهتمام السياسي الذي يلبي احتياجات الشباب وليس البرامج المتنوعة.

أ) قضايا الأحزاب السياسية:

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية لقضايا الأحزاب التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية في القنوات الفضائية الأردنية (رؤيا - المملكة).

قناة المملكة		قناة رؤيا		قضايا الأحزاب السياسية
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
0%	0	13.3%	4	الحقوق والواجبات في ممارسة الانتخاب
60%	6	6.7%	2	طبيعة القوائم العامة الحزبية، والقوائم المحلية
60%	0	23.3%	7	وجود البرامج الانتخابية للأحزاب وفيما إذا تم بناءها وفقاً لاحتياجات وأولويات المجتمع والدولة
30%	3	6.7%	2	قابلية تطبيق البرامج الانتخابية الخاصة بالأحزاب
0%	0	10%	3	مدى إدراك الأحزاب بضرورة التزامها بما ورد في برامجها الانتخابية، وضوح الهوية السياسية لها
10%	1	10%	3	ضعف الخبرة لدى بعض الأحزاب عند تشكيل مترشحيهم في القوائم الانتخابية
0%	0	6.7%	2	تمويل الأحزاب وتأثيره على مشاركة الحزب في الانتخابات
0%	0	10%	3	إدراك الشباب لأهمية وصول الأحزاب إلى البرلمان ومشاركتهم في العملية الانتخابية
0%	0	3.3%	1	محاولات تشويه صورة بعض المرشحين والأحزاب
0%	0	3.3%	1	كيفية مساهمة الأحزاب في إيجاد حلول للتحديات التي تواجه الدولة وهي (البطالة)
0%	0	3.3%	1	ضعف حديث الأحزاب عن العمل داخل مجلس النواب نفسه من حيث النظام الداخلي والكتل وغيرها
0%	0	3.3%	1	توقعات حول أعداد المقاعد التي ستحصدها بعض الأحزاب في مجلس النواب
100%	10	100%	30	المجموع

يتبين من الجدول (3) التكرارات والنسبة المئوية لقضايا الأحزاب التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالأحزاب السياسية في القنوات الفضائية الأردنية، حيث كانت أكثر قضايا الأحزاب التي تناولها قناة رؤيا هي "وجود البرامج الانتخابية للأحزاب وفيما إذا بنيت وفقاً لاحتياجات وأولويات المجتمع والدولة"

التي جاءت بأعلى تكرار (7) وبنسبة مئوية بلغت (23.3%)، تلاها "الحقوق والواجبات في ممارسة الانتخاب" بتكرار (4) وبنسبة مئوية (13.3%)، بينما جاءت أغلب البرامج الحوارية بأقل تكرار (1) وبنسبة مئوية (3.3%) كـ"محاولات تشويه صورة بعض المرشحين والأحزاب" و"كيفية مساهمة الأحزاب في إيجاد حلول للتحديات التي تواجه الدولة وهي (البطالة)" و"ضعف حديث الأحزاب عن العمل داخل مجلس النواب نفسه من حيث النظام الداخلي والكتل وغيرها" و"توقعات حول أعداد المقاعد التي ستحتصدها بعض الأحزاب في مجلس النواب"،

أما قناة المملكة، فقد كانت أكثر قضايا الأحزاب التي تتناولها هي "طبيعة القوائم العامة الحزبية، والقوائم المحلية" التي جاءت بأعلى تكرار (6) وبنسبة مئوية بلغت (60%)، تلاها "قابلية تطبيق البرامج الانتخابية الخاصة بالأحزاب" بتكرار (3) وبنسبة مئوية (30%) بينما جاءت قضايا الأحزاب "ضعف الخبرة لدى بعض الأحزاب عند تشكيل مترشحين في القوائم الانتخابية" بأقل تكرار (1) وبنسبة مئوية (10%). جدول (4) نتائج اختبار كا تربيع (χ^2) للفروق بين القناتين (رؤيا - والمملكة) في قضايا الأحزاب التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024).

القناة	العدد	النسبة المئوية	قيمة (χ^2)	الدلالة الاحصائية
رؤيا	30	75%	10.0	0.002
المملكة	10	25%		

يظهر من الجدول (4) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في عدد مرات تناول القضايا المتعلقة بالأحزاب بين قناة رؤيا البالغ عددهما (30) وبنسبة مئوية (75%)، وقناة المملكة البالغ عددهما (10) وبنسبة مئوية (25%)، حيث بلغت قيمة كا تربيع (χ^2) (10.0) وبدلالة إحصائية (0.002) وكانت الفروق لصالح قناة رؤيا. واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة (محمد وآخرين 2022) القيمية لعينة من برنامج "استوديو الجزائر" بقناة البلاد الجزائرية، أن أسباب الأزمة في الجزائر سياسية بالدرجة الأولى، وأن أهم القيم في برنامج "استوديو الجزائر" تمثلت في القيم السياسية، ومع دراسة العبيدي (2015) التي توصلت إلى أن أهم أسباب مشاهدة العينة للبرامج هو متابعة الأحداث والقضايا السياسية الجارية بنسبة 37.8%، فيما اختلفت النتائج مع دراسة (Batoool, 2024) التي توصلت إلى أنه لا يوجد ارتباط بين مشاهدة البرامج الحوارية ونية التصويت، كما لم تثبت الدراسة أن موضوعات البرامج الحوارية تعكس الاهتمامات الوطنية، إلا أن البرامج الحوارية قد لا تحفز الناخبين أو تعالج اهتماماتهم، كما لا تعكس اهتمامات الناس أو تساهم في إيجاد حلول للقضايا الأكثر إلحاحًا.

ثانياً: الأساليب التي استخدمتها البرامج الحوارية الأردنية في القنوات الفضائية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية (2024):

جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية للأساليب التي استخدمتها البرامج الحوارية الأردنية في القنوات الفضائية الأردنية أثناء تناول قضايا الانتخابات النيابية (2024) (رؤيا - المملكة).

قناة المملكة		قناة رؤيا		
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	الأساليب
34.4%	11	55.6%	5	أساليب نقاشية
31.3%	10	11.1%	1	أساليب تحليلية
9.4%	3	0%	0	أساليب دعائية
21.9%	7	22.2%	2	أساليب طرح أفكار
3.1%	1	11.1%	1	أساليب إملاء آراء واتجاهات معينة
100%	32	100%	9	المجموع

يتبين من الجدول (5) التكرارات والنسبة المئوية للأساليب التي استخدمتها البرامج الحوارية الأردنية في القنوات الفضائية الأردنية أثناء تناول قضايا الانتخابات النيابية (2024)، حيث كانت أكثر الأساليب استخداماً في قناة رؤيا هي "الأساليب النقاشية" حيث جاءت بأعلى تكرار (5) وبنسبة مئوية بلغت (55.6%)، بينما جاء الأسلوب "التحليلي" و"أساليب إملاء آراء واتجاهات معينة" بأقل تكرار (1) وبنسبة مئوية (11.1%). أما قناة المملكة، فقد كانت أكثر الأساليب استخداماً فيها هي الأساليب النقاشية وجاءت بأعلى تكرار (11) وبنسبة مئوية بلغت (34.4%)، تلاه "أساليب تحليلية" بتكرار (10) وبنسبة مئوية (31.3%)، بينما جاءت أساليب "إملاء آراء واتجاهات معينة" بأقل تكرار (1) وبنسبة مئوية (3.1%).

جدول (6)

نتائج اختبار كا تربيع (χ^2) للفروق بين القناتين (رؤيا - والمملكة) في الأساليب النقاشية التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024).

الدالة الإحصائية	قيمة (χ^2)	النسبة المئوية	العدد	القناة	الأساليب النقاشية التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية عام (2024)
0.000	12.902	21.9%	9	رؤيا	
		78.1%	32	المملكة	

يظهر من الجدول (6) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) في عدد الأساليب النقاشية التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية بين قناة رؤيا البالغ عددهما (9) وبنسبة مئوية

(21.9%)، وقناة المملكة البالغ عددهما (32) ونسبة مئوية (78.1%)، حيث بلغت قيمة كا تربيع (x^2) (12.902) وبدلالة إحصائية (0.000) وكانت الفروق لصالح قناة المملكة. واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة (Naz, et, all., 2014) في أن وسائل الإعلام تعمل على رفع مستوى الوعي السياسي بين الشباب، ولكن توجد بعض التفسيرات الخاطئة السائدة المتعلقة بهذه الانتخابات. فيما تعارضت مع ما توصلت له دراسة (Abedin, et, al., 2015) في أن هذه البرامج الحوارية لها تأثير ضئيل على الجمهور لخلق الوعي السياسي، على الرغم من أن ما يقارب 80% من الناس يشاهدون البرامج الحوارية التلفزيونية. ثالثاً: التزام القنوات الفضائية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية (2024) بأبعاد المسؤولية الاجتماعية:

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية للالتزام القنوات الفضائية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية لعام (2024) في البرامج الحوارية (رؤيا - المملكة).

الفقرة		قناة رؤيا		قناة المملكة	
النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات
الالتزام بالموضوعية في تناول قضايا الانتخابات					
التغطية المتوازنة لقضايا الانتخابات	ملتزم	78	41%	136	35%
فصل الأخبار عن الآراء وتنوع المصادر من خبراء ومرشحين وأحزاب	غير ملتزم	5	4%	9	2%
الالتزام بالحياد وعدم التحيز في تناول قضايا الانتخابات النيابية					
عدم التحيز لجهة معينة	ملتزم	26	14%	69	19%
تفضيل مصادر معينة عن أخرى تجاهل أصوات معارضة	غير ملتزم	4	3%	6	1%
الالتزام بالمصداقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية					
دقة المعلومات من ارقام واحصائيات الاستشهاد بمصادر وتصريحات رسمية الشفافية في تناول قضايا الانتخابات (السياسة التحريرية)	ملتزم	37	20%	83	22%
	غير ملتزم	00		00	
الالتزام بالتوازن في تناول وجهات النظر المختلفة في تناول قضايا الأحزاب	ملتزم	34	18%	80	21%
	غير ملتزم	4	3%	00	
المجموع		188	100%	383	100%

يتبين من الجدول (7) التكرارات والنسب المئوية لالتزام القنوات الفضائية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية لعام (2024) في البرامج الحوارية، حيث كان هناك تفاوت ما بين عدد تكرارات الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية بين القناتين، حيث جاء المجموع لقناة رؤيا (188)، فيما بلغ في قناة المملكة (383)، إذ تبين أن قناة رؤيا قد التزمت بالموضوعية في تناول قضايا الانتخابات بتكرار بلغ (78) بنسبة (41%)، فيما لم تلتزم بالموضوعية بتكرار بلغ (5) بنسبة (4%)، وتلا ذلك الالتزام بالمصادقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية بتكرار بلغ (37) بنسبة (20%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الالتزام بالحياد وعدم التحيز في تناول قضايا الانتخابات النيابية بتكرار بلغ (14%) فيما لم تلتزم بالحياد بتكرار بلغ (4) بنسبة (3%)، أما قناة المملكة فقد جاء الالتزام بالموضوعية في تناول قضايا الانتخابات بتكرار بلغ (136) بنسبة (35%)، فيما لم تلتزم بالموضوعية بتكرار بلغ (9) بنسبة (2%)، وتلتها الالتزام بالمصادقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية بتكرار بلغ (83) بنسبة (22%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الالتزام بالحياد وعدم التحيز في تناول قضايا الانتخابات النيابية بتكرار بلغ (69) بنسبة (19%) فيما لم تلتزم بالحياد بتكرار بلغ (6) بنسبة (1%).

رابعاً: الأطر الإعلامية الرئيسية المستخدمة في تناول القضايا السياسية في البرامج الحوارية الأردنية:

جدول (8)

الأطر الإعلامية الرئيسية المستخدمة في تناول القضايا السياسية في البرامج الحوارية الأردنية

الفقرات		قناة رؤيا		قناة المملكة	
الاطر الرئيسية		التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية
الإطار السياسي		56	48%	29	60%
الإطار القانوني		10	8%	2	4%
الإطار الثقافي		24	20%	15	32%
الإطار الإعلامي		5	4%	1	2%
الإطار الأخلاقي		22	20%	1	2%
		117	100%	48	100%

كشفت نتائج الجدول رقم (8) المتعلقة بالأطر الإعلامية الرئيسية التي غطتها البرامج الحوارية في تناول قضايا الانتخابات النيابية، أن قناة رؤيا كانت الأعلى توظيفاً للأطر الإعلامية في تناولها لقضايا الانتخابات النيابية 2024 والتي بلغت (117) تكرار، في حين بلغت الأطر المستخدمة في قناة المملكة (47) تكرار والتي جاءت كما يلي:

قناة روبا: بينت النتائج أن الإطار السياسي قد جاء بأعلى تكرار بلغ (56) بنسبة مئوية (48%)، والذي احتل المرتبة الأولى، وجاء كل من الإطار الثقافي والإطار الأخلاقي بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ على التوالي (24)، (20) بنسبة مئوية متقاربة بلغت على التوالي (21%)، (19%) وتلاه الإطار القانوني بتكرار بلغ (10)، بنسبة بلغت (8%)، فيما جاء كل من الإطار الإعلامي بأقل تكرار بلغ (54%).

قناة المملكة: بينت النتائج أن الإطار السياسي قد جاء بأعلى تكرار بلغ (29) بنسبة مئوية (60%)، الذي احتل المرتبة الأولى، وجاء الإطار الثقافي بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ (15)، بنسبة (32%)، وجاء الإطار القانونية بتكرار بلغ (2)، بنسبة (4%) وتلاه كل من الإطار الإعلامي والأخلاقي بتكرار متساوي بلغ (1) وبنسبة متساوية بلغت (2%).

مناقشة النتائج:

1- تباينت القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية التي تبث على القنوات الفضائية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية في الدورة (19) لعام (2024)، إلا أنها اتفقت على عدد من القضايا المطروحة في كلتا القناتين، إذ تبين أن أكثر القضايا التي تناولتها قناة رؤيا هي "توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة، ونسب الإقبال على التصويت" بنسبة بلغت (11.6%)، وتلاها "مشاركة المرأة كمرشحات في العملية الانتخابية، والقلق من ضعف إقبال النساء على التصويت" بنسبة (8.7%)، نظراً لضعف الوعي السياسي لدى الشباب في الأردن وعدم مشاركتهم الفعالة في الحياة السياسية التي اتفقت مع دراسة (مازن، 2016)، فيما كانت أكثر القضايا الحوارية التي تناولتها قناة المملكة الإخبارية هي "توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة، ونسب الإقبال على التصويت" و"أهمية المشاركة السياسية في الانتخابات النيابية" بنسبة بلغت (15.6%)، وجاءت قضايا "مشاركة المرأة كمرشحات في العملية الانتخابية، والقلق من ضعف إقبال النساء على التصويت" بنسبة (11.1%)، التي تتعارض مع ما توصلت إليه دراسة (Batool, 2024) إلى عدم وجود ارتباط بين مشاهدة البرامج الحوارية ونية التصويت، وأن البرامج الحوارية قد لا تحفز الناخبين أو تعالج اهتماماتهم، وتعزى هذه النتائج إلى أن القناتين (رؤيا والمملكة) قد ركزت على توقعات الإقبال على الانتخابات النيابية، نظراً لتخوف الحكومة من عدم الإقبال على الانتخابات 2024 مقارنة بنسب الاقتراع المتدنية في الانتخابات السابقة، في ظل ضعف الرضا العام لدى المواطنين الأردنيين لأداء مجلس النواب خلال المجلس السابق، وبالتالي جاء التركيز على أهمية التشجيع على المشاركة العامة للاقتراع للفئات المختلفة من المواطنين، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (Juliana, 2021) أن لهذه البرامج دور في تشكيل الرأي العام حول الحملات الانتخابية، ومع دراسة (الشرعة وآخرين، 2025) التي توصلت إلى أن اتجاهات الشباب الأردني نحو المشاركة السياسية جاءت بنسبة متوسطة.

كما وجاء التركيز على قضية مشاركة المرأة في الانتخابات، نظراً للتعديل الذي طرأ على قانون الانتخاب الذي خصص 18 مقعداً للمرأة على نظام الكوتا، والزم الأحزاب بتخصيص مقعدين على الأقل للنساء من ضمن المقاعد الستة الأولى في قوائمها التي ستخوض بها الانتخابات البرلمانية، لتعزيز دور المرأة في الحياة السياسية وتشجيعها على الترشح والتصويت، نظراً للاهتمام الملكي في إحداث نقلة نوعية في حياة الأردنيين السياسية لضمان تطبيق توصيات اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية، وأهمها الاهتمام بالمرأة والشباب، من خلال تمكين المرأة في القيام بدورها المجتمعي (خليفة وآخرين، 2020).

اختلفت قضايا الأحزاب التي تناولتها البرامج الحوارية الأردنية بين قناتي رؤيا والمملكة، إذ ركزت قناة رؤيا على تناول قضية "وجود البرامج الانتخابية للأحزاب فيما إذا تم بنيت وفقاً لاحتياجات وأولويات المجتمع والدولة بنسبة بلغت (23.3%)، تلاها قضية "الحقوق والواجبات في ممارسة الانتخاب" بنسبة (13.3%)، أما قناة المملكة فقد ركزت على "طبيعة القوائم العامة الحزبية، والقوائم المحلية" التي جاءت بأعلى نسبة مئوية بلغت (60%)، تلاها "قابلية تطبيق البرامج الانتخابية الخاصة بالأحزاب السياسية" بنسبة مئوية (30%)، ويأتي الاهتمام بالأحزاب وطرح برامجها وقضاياها نتيجة تعديل قانون الانتخاب الأردني عام 2022 الذي أعطى دفعة قوية للمشاركة السياسية للأحزاب وقيام العديد من الأحزاب بالمشاركة بائتلافات حزبية لتشكيل قوائم انتخابية بناء على القانون الذي خصص مقاعد للقوائم الحزبية، الذي يسعى مستقبلاً إلى إيجاد حكومات حزبية من خلال الائتلافات الحزبية المتشابهة في الرؤى الأفكار والمبادئ. ذلك أن البرامج الحوارية لها دور هام في التوعية بالشؤون السياسية والتشجيع على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية والحزبية (أبو رستم، 2013).

2- اهتمت كل من القناتين رؤيا والمملكة بمناقشة القضايا المتعلقة بالانتخابات خلال البرامج الحوارية من خلال استخدام عدد من الأساليب المتبعة في تناول هذه القضايا، حيث تبين أن أكثر الأساليب استخداماً لدى القناتين هي "الأساليب النقاشية" حيث جاءت بنسبة (55.6%)، في قناة رؤيا ونسبة (34.4%)، لقناة المملكة، وتلتها الأساليب التحليلية في المرتبة الثانية بنسبة (31%) جاءت "أساليب إملاء آراء واتجاهات معينة" بنسبة متدنية بلغت (3.1%)، أما في قناة رؤيا فقد جاءت بنسبة مئوية (11.1%). فهذه الأساليب تساعد في توعية المشاهدين بقضايا الانتخابات النيابية، وبالتالي يتمتعون بثقافة ومعرفة سياسية أفضل من أولئك الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية التي تتناول هذه القضايا (Mamori, & others, 2017). وتعود هذه النتائج إلى أن هذه البرامج قد ركزت في فترة ما قبل الانتخابات على استضافة ممثلين عن الأحزاب الأردنية المشاركة وقادة رأي لمناقشة برامج الأحزاب الانتخابية التي تشغل الرأي العام الأردني نظراً لأنها تعتبر منصة لتبادل وجهات النظر والحوار الجاد حول مشاركة الأحزاب في الانتخابات النيابية، إذ

تعد هذه البرامج مصدر للحصول على المعلومات لفهم الواقع، واكتساب المعرفة السياسية حول (الشخصيات السياسية، المؤسسات السياسية، ودستور وقوانين الدولة) (مقروس، 2022).

3- تفاوت التزام البرامج الحوارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية لعام (2024) المتعلقة بكل من الموضوعية والمصادقية والحياد والتوازن عدم التحيز، حيث تبين أن قناة المملكة التزمت بهذه الأبعاد بمجموع بلغ (383)، مقارنة بقناة رؤيا التي بلغت (188)، وعلى الرغم من تباين المجموع، إلا أن قناة رؤيا قد التزمت بالموضوعية المتمثلة بالتغطية المتوازنة لقضايا الانتخابات، وفصل الأخبار عن الآراء وتتنوع المصادر من خبراء ومرشحين وأحزاب في تناول قضايا الانتخابات بنسبة (41%)، مقارنة بقناة المملكة التي بلغت (35%)، فيما التزمت قناة المملكة بالمصادقية التي تمثلت بدقة المعلومات من أرقام وإحصائيات، والاستشهاد بمصادر وتصريحات رسمية، والشفافية في تناول قضايا الانتخابات (السياسة التحريرية) المتعلقة بقضايا الانتخابات النيابية بنسبة (22%)، مقارنة بقناة رؤيا التي التزمت بها بنسبة (20%)، فيما جاء التزام قناة المملكة بالتوازن في تناول وجهات النظر المختلفة في تناول قضايا الانتخابات والأحزاب بنسبة بلغت (21%) مقارنة مع قناة رؤيا التي بلغت (18%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء الالتزام بالحياد وعدم التحيز في تناول قضايا الانتخابات التي تمثلت بعدم التحيز لجهة معينة، وتفضيل مصادر معينة عن أخرى، وتجاهل أصوات معارضة لصالح قناة المملكة التي بلغت نسبته (19%)، مقارنة بقناة رؤيا التي بلغ (14%).

4- تفاوتت تغطية الأطر الإعلامية في البرامج الحوارية في كل من قناتي رؤيا والمملكة والتي تعود إلى اختلاف القضايا والمواضيع التي تناولتها هاتان القناتان حول قضايا الانتخابات النيابية لعام 2024، فيما اتفقت القناتان على الاهتمام بالإطار السياسي والذي جاء في المرتبة الأولى بين الأطر الإعلامية في كلا القناتين إذ كشفت النتائج أن هاتين القناتين قد أولت اهتماماً واضحاً وملحوظاً في تغطية الأطر السياسية نظراً لأن أغلب المواضيع التي تناولتها هذه القناتان هي قضايا سياسية متعلقة بالانتخابات والأحزاب، إلا أنها قد اختلفت في مضمون المواضيع التي استخدمت فيها هذه الأطر والتي جاءت كما يلي:

أولاً: قناة رؤيا: تبين من خلال تحليل المواضيع التي تناولت قضايا الانتخابات النيابية، أن قناة رؤيا قد ركزت على تغطية عدد من الأطر الإعلامية والتي جاءت كما يلي:

الإطار السياسي: يعد هذا الإطار من أكثر الأطر توظيفاً في تناول قضايا الانتخابات النيابية في قناة رؤيا، التي ركزت على دور الهيئة المستقلة للانتخاب في إدارة العملية الانتخابية، والحقوق والواجبات في ممارسة الانتخاب، وأهمية المشاركة السياسية للمواطنين والشباب في الانتخابات النيابية في التصويت والاقتراع، ومشاركة المرأة كمرشحات في العملية الانتخابية والقلق من ضعف إقبال النساء على التصويت، كما وركزت على ضعف مشاركة النخب السياسية والاقتصادية والاجتماعية في الانتخابات، وتضمن الإطار أيضاً أهمية الرقابة المحلية والدولية على سير العملية الانتخابية لنجاحها، والعمل على مقارنة

نسب الإقبال على التصويت بين العاصمة عمان والمحافظات الأخرى خلال الانتخابات السابقة، وتأثير القضية الفلسطينية وخاصة ما يجري في قطاع غزة على المشاركة في الانتخابات النيابية، وتضمن القضية الفلسطينية في البرامج الانتخابية، كما وتضمن هذا الإطار قضايا الأحزاب من خلال تناول قابلية تطبيق البرامج الانتخابية الخاصة بالأحزاب، والتوقعات حول أعداد المقاعد التي ستحصلها بعض الأحزاب في مجلس النواب، وكيفية مساهمة الأحزاب في إيجاد حلول للتحديات التي تواجه الدولة، وطبيعة القوائم العامة الحزبية، والقوائم المحلية.

الإطار الثقافي : جاء الإطار الثقافي في المرتبة الثانية ضمن الأطر التي غطتها قناة رؤيا التي تناولت خلالها تأثير العشيرة على اختيارات الناخب الحزبية والمحلية، وظاهرة السياحة الحزبية ، كما تناولت أزمة الثقة بين مجالس النواب والشارع الأردني، التي أدت الى عزوف الأردنيين عن الاستحقاق النيابي، والقناعات السلبية المتجذرة لدى المجتمع الأردني وأبرزها أن نتائج الانتخابات النيابية جاهزة ومحددة مسبقاً، كما وغطت توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة، ونسب الإقبال على التصويت، كما وتناولت إدراك الشباب لأهمية وصول الأحزاب إلى البرلمان ومشاركتهم في العملية الانتخابية.

الإطار الأخلاقي: غطت قناة رؤيا العديد من المواضيع الأخلاقية خلال تناول قضايا الانتخابات في البرامج الحوارية، جاء أهمها ضمانات النزاهة والحياد وانعكاسها على العملية الانتخابية، وظاهرة السياحة الحزبية، ومدى ملائمة البرامج الانتخابية للأحزاب وفقاً لاحتياجات وأولويات المجتمع والدولة، ومدى إدراك الأحزاب بضرورة التزامها بما ورد في برامجها الانتخابية، ووضوح الهوية السياسية لها، وقابلية تطبيق هذه البرامج، كما غطت أيضاً محاولات تشويه صورة بعض المرشحين والأحزاب.

الإطار القانوني: غطت قناة رؤيا الأطر القانونية من خلال تناول العديد من القضايا وأهمها الحقوق والواجبات في ممارسة الانتخاب، وطبيعة القوائم العامة الحزبية والقوائم المحلية التي أقرتها الهيئة المستقلة للانتخابات، وكذلك أهمية الوعي لدى المرشحين حول خطورة وعقوبات الرشوة الانتخابية (المال السياسي أو المال الأسود)، كما غطت تعامل القضاء مع المخالفات المتعلقة بالعملية الانتخابية.

الإطار الإعلامي: جاء الإطار الإعلامي بأقل نسبة بين الأطر الأخرى إذ غطت القناة دور الإعلام في التوعية بأهمية المشاركة في الانتخابات النيابية 2024، وأساليب وأشكال الدعاية الانتخابية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتناولت ضعف دور الإعلام الحزبي من قبل الأحزاب الأردنية.

(2) قناة المملكة

جاء الإطار السياسي في المرتبة الأولى بين الأطر الإعلامية الأخرى في قناة المملكة توظيفاً في تناول قضايا الانتخابات النيابية والتي ركزت على دور الهيئة المستقلة للانتخاب في إدارة العملية الانتخابية،

وأهمية المشاركة السياسية للمواطنين في هذه الانتخابات سواء في التصويت أو الاقتراع، ومشاركة الشباب والمرأة كمرشحين في العملية الانتخابية، كما تناولت مقارنة نسب الإقبال على التصويت بين العاصمة عمان والمحافظات الأخرى خلال الانتخابات السابقة، واهتمت بتعريف بعض المصطلحات المتداولة بين المواطنين كمصطلح "العتبة" والحشوة، وعرضت قضايا الأحزاب كقابلية تطبيق البرامج الانتخابية الخاصة بالأحزاب، وطبيعة القوائم العامة الحزبية، والقوائم المحلية .

- الإطار الثقافي:

غطت قناة المملكة الإطار الثقافي من خلال تناول عدد من القضايا وأهمها أزمة الثقة بين مجالس النواب والشارع الأردني، وتوقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة، ونسب الإقبال على التصويت، والقناعات السلبية المتجذرة لدى المجتمع أهمها أن نتائج الانتخابات النيابية جاهزة ومحددة مسبقاً.

-**الإطار القانوني:** اقتصر تغطية الإطار القانوني في قناة المملكة التركيز على زيادة وعي المواطنين بخطورة وعقوبات الرشوة الانتخابية (المال السياسي أو المال الأسود).

-**الإطار الأخلاقي:** ركزت قناة رؤيا على تغطية الإطار الأخلاقي بقضايا ضعف الخبرة لدى بعض الأحزاب عند تشكيل مترشحين في القوائم الانتخابية.

-**الإطار الإعلامي:** لم تتناول قناة الملكة في تغطية الإطار الإعلامي باستثناء ضعف دور الإعلام الحزبي في توعية المواطنين ببرامجهم الانتخابية وقوائمهم الائتلافية.

ثالثاً: النتائج النهائية:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج التي أجابت عن تساؤلات الدراسة والتي جاءت كما يلي:

- كشفت النتائج أن قناة رؤيا كانت أكثر تناولاً لقضايا الانتخابات إذ بلغت (69) قضية بنسبة بلغت (60.5%)، فيما بلغت في قناة المملكة (45) وبنسبة (39.5%)، إذ تبين وجود فروق في مجموع القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المتعلقة بالانتخابات النيابية للدورة (19) لعام 2024، إذ بلغت وقد بلغت قيمة كا تربيع (x^2) (5.053) بدلالة إحصائية (0.025) وكانت الفروق لصالح قناة رؤيا.

- تباينت قضايا الانتخابات النيابية التي تناولتها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الأردنية المتعلقة بالانتخابات النيابية في الدورة (19) لعام (2024)، إلا أنها اتفقت على عدد من القضايا المطروحة في كلتا القنوات، باستثناء التركيز على قضية "توقعات الإقبال على الانتخابات الحالية ومقارنتها بنسب المشاركة في السنوات السابقة" في كل من قناتي رؤيا والمملكة التي جاءت بنسب متقاربة بلغت على التوالي (11.6%)، (15.6%)، إذ ركزت قناة رؤيا على قضايا "نسب الإقبال على التصويت" التي جاءت بنسبة بلغت (11.6%)، تلاها "مشاركة المرأة كمرشحات في العملية الانتخابية، والقلق من

ضعف إقبال النساء على التصويت" بنسبة (8.7%)، أما قناة المملكة فقد ركزت على أهمية المشاركة السياسية للمواطنين في الانتخابات النيابية والتي جاءت بنسبة بلغت (16%)، وتلتها مشاركة المرأة كمرشحات في العملية الانتخابية، والقلق من ضعف إقبال النساء على التصويت بنسبة بلغت (11%)، وتعود هذه النتائج نظراً إلى التخوف من عدم الإقبال على الانتخابات 2024 مقارنة بنسب الاقتراع المتدنية في الانتخابات السابقة، في ظل ضعف الرضا العام لدى المواطن الأردني لأداء مجلس النواب خلال المجلس السابق.

- كشفت النتائج عن اختلاف تناول قضايا الأحزاب السياسية في البرامج الحوارية الأردنية بين قناتي رؤيا والمملكة، إذ ركزت قناة رؤيا على تناول قضية "وجود البرامج الانتخابية للأحزاب فيما إذا تم بناؤها وفقاً لاحتياجات وأولويات المجتمع والدولة بنسبة بلغت (23.3%)، تلاها قضية "الحقوق والواجبات في ممارسة الانتخاب" بنسبة (13.3%)، أما قناة المملكة فقد ركزت على "طبيعة القوائم العامة الحزبية، والقوائم المحلية" التي جاءت بأعلى نسبة مئوية بلغت (60%)، تلاها "قابلية تطبيق البرامج الانتخابية الخاصة بالأحزاب السياسية" بنسبة مئوية (30%)، إذ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين القناتين حيث بلغت قيمة كا تربيع (x^2) (10.0) وبدلالة إحصائية (0.002) وكانت الفروق لصالح قناة رؤيا. ويأتي الاهتمام بالأحزاب وطرح برامجها نتيجة تعديل قانون الانتخاب الأردني عام 2022 الذي أعطى دفعة قوية للمشاركة السياسية للأحزاب وقيام العديد من الأحزاب بالمشاركة بائتلافات حزبية لتشكيل قوائم انتخابية بناء على القانون الذي خصص مقاعد للقوائم الحزبية.
- تنوعت الأساليب المتبعة في تناول قضايا الانتخابات النيابية بكل من القناتين رؤيا والمملكة، حيث تبين أن أكثر الأساليب استخداماً لدى القناتين هي "الأساليب النقاشية" والتي جاءت لصالح قناة رؤيا بنسبة (55.6%)، فيما بلغت في قناة المملكة (34.4%)، ويأتي هذا الأسلوب الذي يساعد في توعية المشاهدين بقضايا الانتخابات النيابية، وبالتالي يتمتعون بثقافة ومعرفة سياسية أفضل، إذ تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين القناتين حيث بلغت قيمة كا تربيع (x^2) (12.902) وبدلالة إحصائية (0.000) وكانت الفروق لصالح قناة المملكة. فتنوع الأساليب يساعد في توعية المشاهدين بقضايا الانتخابات النيابية والأحزاب السياسية، وبالتالي يتمتعون بمعرفة سياسية أفضل من أولئك الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية التي تتناول هذه القضايا.
- تفاوت التزام البرامج الحوارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية في تناول قضايا الانتخابات النيابية لعام (2024)، إذ جاء التزام قناة المملكة بهذه الأبعاد بمجموع بلغ (383)، مقارنة بقناة رؤيا التي بلغت (188)، وعلى الرغم من تباين المجموع، إلا أن قناة رؤيا قد التزمت بالموضوعية بنسبة (41%)، مقارنة بقناة المملكة التي بلغت (35%)، بينما كان هناك تقارب بين القناتين في التزامهما ببُعدي

المصادقية والتوازن، حيث بلغت النسب لبعد المصادقية على التوالي (22%) لقناة المملكة (20%) لقناة رؤيا، كذلك بُعد التوازن في تناول وجهات النظر المختلفة والتي بلغ على التوالي (21%) (18%)، فيما تباين بعد الالتزام بالحياد وعدم التحيز بين القنوات لصالح قناة المملكة بنسبة بلغت (19%)، مقارنة بقناة رؤيا التي بلغ (14%).

- تفاوتت تغطية الأطر الإعلامية في البرامج الحوارية في كل من قناتي رؤيا والمملكة والتي تعود إلى اختلاف القضايا والمواضيع التي تناولتها هاتان القنوات حول قضايا الانتخابات النيابية لعام 2024، فيما اتفقت القنوات على الاهتمام بالإطار السياسي والذي جاء في المرتبة الأولى بين الأطر الإعلامية في كلا القنوات إذ كشفت النتائج أن هاتين القنوات، إذ احتل الإطار السياسي المرتبة الأولى من ضمن الأطر الرئيسية التي غطتها البرامج الحوارية الأردنية في تناول قضايا الانتخابات النيابية 2024 والذي تفوق على بقية الأطر المستخدمة في قناتي المملكة ورؤيا، نظراً لأن قضايا الانتخابات النيابية هي قضايا سياسية والتي بلغت على التوالي (60%)، (45%)، وجاء الإطار الثقافي بالمرتبة الثاني على التوالي (32%)، (20%)، في حين اهتمت قناة رؤيا بالإطار الأخلاقي والذي بلغ (20%) فيما جاء في قناة المملكة (2%).

توصيات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسة تقترح الدراسة التوصيات التالية:

- تشجيع وسائل الإعلام الأردنية بالعمل على إعداد برامج توعوية وتثقيفية تتعلق بأهمية المشاركة السياسية التي تقتصر فقط على الانتخابات النيابية، ذلك أن المشاركة السياسية هي مجموعة أنشطة وفعاليات متوقعة من المواطنين كالمشاركة في الاجتماعات السياسية، والمسيرات السلمية، والمناقشات السياسية مع الآخرين وحضور المؤتمرات وغيرها.
- ضرورة قيام وسائل الإعلام المختلفة بإتاحة الفرص للأحزاب السياسية الأردنية لتوسيع قاعدتها الجماهيرية وتوعية المواطنين بأهمية التعددية الحزبية.
- دعوة الباحثين والمراكز البحثية للعمل على توسيع الدراسات المتعلقة بتحليل محتوى البرامج الحوارية التي تتناول القضايا السياسية التي تهم المجتمع الأردني.

المراجع:

- بركات الزبيد، (2024)، انتخابات نيابية 2024، وكالة الأنباء الأردنية، <https://www.petra.gov.jo/>
- جعفر محمد، بوعمامة العربي، (2022)، البرامج الحوارية التلفزيونية في أوقات الأزمات السياسية: دراسة قيمية لعينة من برنامج "أستوديو الجزائر" بقناة البلاد الجزائرية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مجلد 11، (4)، ص 357-392.
- حسن خليفة، محمد أحمد، (2020)، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة البحوث الإعلام (54)، الجزء 6، ص 4036-4098.
- حسين، الفلاح، (2013)، مسؤولية الصحف العراقية في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع: دراسة تحليلية على صحف: الصباح، الاتحاد، العالم خلال الفترة من ٢٠١٣-٢٠١٣ وحتى ٢٠١٣-٢٠١٣، مجلة الباحث الإعلامي، مجلد 13، ع(20)، ص 168-189.
- رستم أبو رستم، (2013)، الأجهزة والمعدات في التلفزيون، المعزز للنشر والتوزيع، عمان.
- روجر وليمر، (2013)، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو اصبع، فاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة، عمان.
- زغب، شيماء، (2019)، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- سليمان صالح، (2004)، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، دار النشر الجامعية، القاهرة.
- السيد/ عفيفي، (2021)، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي والمشاركة السياسية، مجلة كلية التربية (أسيوط)، مجلد 37، ع (8)، ص 243-267.
- سيد، منى، (2018)، استخدام الشباب الجامعي لموقع تويتر في النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع(20)، ص 140-157.
- طارق، عبد الوهاب، (2000)، سيكولوجية المشاركة السياسية مع دراسة في علم النفس السياسي في البيئة العربية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.
- طاهر الغالبي، حسن العامري، (2008)، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، ط2، عمان.
- فرج ، عادل، (2008)، ديمقراطية الإعلام كما تعكسها البرامج الحوارية الجماهيرية Shows Talk المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع عشر لشعبة علوم الإعلام: وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.
- عبد الحميد، ليلي، (2006)، تشريعات إعلامية، مركز الدراسات الإعلامية، جامعة القاهرة، ط 4، القاهرة.
- عقيلة، مقروس، (2022)، أثر البرامج الحوارية عبر الفضائيات الجزائرية في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب: دراسة ميدانية على طلبة جامعة الجزائر خلال فترة الحراك الشعبي والانتخابات الرئاسية، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر.
- عبد الحميد، محمد، (2013) البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، المكتب العربي للمعارف، القاهرة.
- عبد الحميد، محمد. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة.
- الغامدي، المغربي، (2018)، العوامل الثقافية التي تؤثر في تعلم المفاهيم العامة لدى التلاميذ من وجهة نظر معلمي ومعلمات العلوم المرحلة الابتدائية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، مجلد 26، (4)8، ص 122-140.

- فتحي عامر، (2012)، حرية الإعلام والقانون، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
- محمد حسام الدين، (2003)، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية، ط1، القاهرة.
- المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، (2024)، الانتخابات النيابية في الأردن: قراءة في السياقات والنتائج، <https://www.dohainstitute.org/ar/Lists/ACRPS->
- منال المزاهرة، (2021)، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط2، عمان.
- موقع البوصلة، (2024)، نسب تصويت الأردنيين في الانتخابات النيابية، 9 أيار، 2024 (<https://albosala.com>).
- ناظم الجاسور، (2009) موسوعة علم السياسة، دار مجدلاوي، عمان.
- نجلاء عبد الحميد، (2018)، المشاركة السياسية، متاح على <https://bu.edu.eg/portal/>
- Abuhasirah, R., Salameh, R. (2024). The Social Responsibility of Political Talk Shows in Dealing with Parliamentary Performance. *Studies in Media and Communication*. 12 (2): 189-200.
- Batool, S. & others, (2024). Influence of TV Talk Show on Political Engagement of the Viewers. *The Islamic University of Bahawalpur*. 11 (1): Jan-Jun.
- Boukes, M. (2018). How Interviews on Entertainment Talk Shows Affect Trust in Politicians. *International Journal of Communication*, 12, 3330–3348.
- Entman, R. (1993), "Framing: Toward Clarification Of A Fractured Paradigm", *Journal Of Communication*, Vol 1, (3), 4, p. 51 – 85
- Jafary (M, (2016), Étude du livre de Daniel Lerner «The passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East» et de sa 53.-réception par la communauté scientifique, université de Laval, Québec, Canada, pp 52
- Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., Prihatiningsih, W., Vidiyanti, M. (2022). Impact of talk shows and variety show television programs viewership on political interest among Indonesian college students. *Simulacra journal*. 5 (1).
- Levinthal, D., & Rerup, C. (2006). Crossing an Apparent Chasm: Bridging Mindful and Less-Mindful Perspectives on Organizational Learning. *Organization Science*, 17 (4): 502–513.
- Mc Quail, D. (1994), *Mass Communication Theory, An Introduction*, 3rd ed. (London: Sage publication).
- Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., Prihatiningsih, W., Vidiyanti, M. (2022). The Impact of Talk Show and Variety Show Television Program Viewership on Political Interest Among Indonesian College Students. *Simulacra journal*. 5 (1).
- Khan, Z. A., & Bano, K. (2025). The Role of Political Talk Shows in Raising Political Awareness among Youth: A Case Study of University of Karachi. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 11(1), 89–98.