

التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي رؤيا والمملكة

إعداد الباحثة: آلاء تركي المغيض*

الإشراف: أ.د. وسام نصر**

الملخص:

تولي القنوات التلفزيونية الأردنية ومنها قناتا "رؤيا" و"المملكة" ومنصاتها الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي اهتماما واسعا لقضايا المجتمع الأردني لا سيما الاقتصادية منها، وبالتالي تتبلور مشكلة الدراسة في تحديد أسلوب وطبيعة التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي "رؤيا" و"المملكة"، وقد تم توظيف نظرية الأطر الإخبارية، وقد تم تحليل النشرة المسائية بقناة رؤيا ونشرة السادسة بقناة المملكة، وتوصلت الدراسة إلى احتلال قضية (ارتفاع أسعار المشتقات النفطية) المرتبة الأولى بين القضايا الاقتصادية المقدمة بالنشرات الإخبارية بنسبة 15.7% من إجمالي العينة، تليها قضية (ارتفاع أسعار فواتير المياه) بنسبة 10.9%، تليها قضية (التبادل التجاري) بنسبة 9.4%، تليها قضية (تنشيط الحركة السياحية) بنسبة 8.9%، تليها قضية (توفير فرص العمل للاجئين السوريين) بنسبة 7.3%، تليها قضيتي (حماية الاقتصاد الرقمي والمعاملات المالية، والتشجيع على الاستثمار) بنسبة 6.3%، يليها (قانون الملكية العقارية) بنسبة 5.2%، تليها قضية (زيادة الإنتاج الزراعي ودعم المزارعين) بنسبة 4.7%، تليها قضية (ارتفاع أسعار المنتجات الصناعية) بنسبة 4.2% من إجمالي العينة.

الكلمات الدالة: التغطية الإخبارية، الاقتصاد الأردني، القنوات التلفزيونية

* باحثة دكتوراة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
** أستاذ الإذاعة والتلفزيون، ووكيلة الكلية لشؤون الدراسات العليا والبحوث

“News Coverage of Jordanian Economic Issues on Roya and Al-Mamlaka Channels”

Abstract:

Jordanian television channels, including Roya and Al-Mamlaka, and their digital platforms via social media, pay extensive attention to Jordanian societal issues, particularly economic ones. Consequently, the study problem is to determine the style and nature of news coverage of Jordanian economic issues on Roya and Al-Mamlaka channels. The study employed the news framing theory and analyzed the evening news on Roya and the 6 PM news on Al-Mamlaka. The study found that the issue of "**rising fuel prices**" ranked first among the economic issues presented in the news broadcasts, with 15.7% of the total sample. This was followed by "**increasing water bill prices**" with 10.9%, "**trade exchange**" with 9.4%, "**boosting tourism activity**" with 8.9%, "**providing job opportunities for Syrian refugees**" with 7.3%, and "**digital economy protection and financial transactions**" and "**encouraging investment**" both at 6.3%. Next was "**property ownership law**" at 5.2%, followed by "**increasing agricultural production and supporting farmers**" at 4.7%, and finally "**rising industrial product prices**" at 4.2% of the total sample.

Keywords: News Coverage, Jordanian Economic, Tv channels

مقدمة:

يُعدّ الاقتصاد الأردني واحدًا من اقتصادات الشرق الأوسط المفتوح على العالم الخارجي، والذي يعاني بشكل جلي من تداعيات الأزمات الدولية والإقليمية والمحلية؛ وبالتالي فهو محاط بالعديد من التحديات التي تؤثر فيه بشكل كبير من أهمها: عجز الموازنة العامة، وارتفاع الدين العام الداخلي والخارجي، وأزمة اللجوء السوري، إضافةً إلى ملف الطاقة والكهرباء، فضلاً عن مشكلتي الفقر وارتفاع معدلات البطالة، وغيرها من القضايا الأخرى. منذ هيمنة جائحة فيروس كورونا على العالم خلال عامي 2020-2021، مرّ الأردن بالأزمة الاقتصادية العالمية كباقي دول العالم، والتي تمثلت في نقص مدخلات الإنتاج الأساسية، وارتفاع أسعار المواد الغذائية، وعدم الاستقرار في أسعار النفط والمحروقات، وتراجع إيرادات قطاع السياحة والاستثمار، وتذبذب العرض والطلب في أسواق الاستيراد والتصدير الخارجية، والانكماش الاقتصادي.

وتُعد وسائل الإعلام لاسيما القنوات التلفزيونية، مصدراً مهماً من مصادر معرفة وتحليل القضايا المختلفة ومنها القضايا الاقتصادية، وهي ذات تأثير جماهيري كبير في تشكيل اتجاهات الجمهور على اختلاف اهتماماتهم وتوجهاتهم الفكرية والسياسية نحو الأداء الحكومي، ومستوى ثقتهم بالقرارات السياسية والاقتصادية التي تصدرها الحكومة، ومدى رضاهم عن هذه القرارات. وتتضاعف أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تفعيل دورها الرقابي وقدرتها على إثارة القضايا المختلفة، وتوفير المعلومات المتعلقة بها ومتابعتها.

وتكتسب قضايا الاقتصاد الأردني أهميتها من المكانة الإقليمية والدولية الاستراتيجية للأردن، حيث يتأثر السوق الأردني بتداعيات الأزمات الإقليمية المحيطة به، وأبرزها الأزمة السورية الممتدة لأكثر من أحد عشر عاماً، فقد ارتبط الشمال الأردني بالجنوب السوري بعلاقة تجارية تاريخية منذ عقود، وأثقلت الأزمة بتداعياتها التجارية والحدودية الكاهل الاقتصادي للبلدين، في ظل تراجع مستوى دعم الدول المانحة والمساعدات الخارجية لخطّة استجابة الأردن للأزمة السورية. حيث انخفضت النسبة من 69% من تغطية الاحتياجات المحددة في الخطّة في عام 2016، إلى 31% في عام 2021. واستقبل الأردن منذ بداية الأزمة السورية ما يصل إلى مليون و300 ألف لاجئ سوري وفقاً للتصريحات الحكومية⁽¹⁾.

وعانى الأردن خلال السنوات العشر الأخيرة من زيادة المديونية العامة، وتباطؤ معدلات النمو الاقتصادي التي بلغت حوالي 2% خلال السنوات الماضية، ورافق هذا التباطؤ زيادة سكانية مضطربة وارتفاع معدلات البطالة. وتسببت جائحة كورونا في انكماش الاقتصاد الأردني بنسبة 1.6% في عام 2020⁽²⁾، مما أدى إلى تراجع الإيرادات مقابل النفقات، وزيادة الأجر الضريبي على القطاعات الاقتصادية.

ومع بدايات عام 2022، تأثر الاقتصاد الأردني بتداعيات الحرب الروسية على أوكرانيا، وأدى ذلك إلى تباطؤ عجلة النمو الاقتصادي، وبالرغم من محدودية الروابط التجارية للأردن مع أوكرانيا وروسيا إلا أن الارتفاع المستمر والمتسارع في أسعار السلع الأساسية والتباطؤ

في النمو الاقتصادي العالمي شكلاً أخطار محدودة على الاقتصاد الأردني، وفقاً لتقرير البنك الدولي الصادر في أبريل/ 2022 حول الآفاق الاقتصادية للأردن.

وألقت التوترات الدولية والإقليمية بظلال سلبية على الاقتصاد الأردني في نهايات عام 2023، فمنذ العدوان الإسرائيلي الأطول على قطاع غزة عقب أحداث 7 أكتوبر، انعكست الاضطرابات المحيطة بالأردن على معدلات النمو ونسب البطالة والصادرات والسياحة وغيرها من المؤشرات الاقتصادية.

مشكلة الدراسة:

بشأن تداول المعلومات والأخبار الاقتصادية ومناقشتها بحرية ونشرها، يُناط بوسائل الإعلام الجماهيرية مسؤولية معالجة كافة جوانب القضايا الراهنة. وتغطي وسائل الإعلام الأردنية القضايا والموضوعات الاقتصادية في الأردن من خلال المتابعة والتحليل في النشرات الإخبارية والبرامج الحوارية. وتقدم قناتا "رؤيا" و"المملكة" مضامين متعلقة بقضايا الاقتصاد الأردني من خلال برامجها ونشراتها، وتساهم في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو القضايا التي تشهدها الساحة بين مؤيد ومعارض للقرارات الحكومية. وتعد قناة "المملكة" قناة فضائية أردنية إخبارية متخصصة بالشأن المحلي والدولي، وتبث قناة "رؤيا" الأردنية مجموعة من البرامج الإخبارية والثقافية والترفيهية المتنوعة.

وتولي القنوات التلفزيونية الأردنية ومنها قناتا "رؤيا" و"المملكة" ومنصاتهما الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي اهتماماً واسعاً لقضايا المجتمع الأردني لا سيما الاقتصادية منها، وتساهم السياسية التحريرية لهذه القنوات، ونمط الملكية، في تفاوت المعالجة الإعلامية لقضايا الاقتصاد الأردني، وهو ما يتطلب دراسة وتحليل التأثير الذي تتركه هذه المعالجة على الجمهور الأردني بشأن هذه القضايا. وهنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي: ما أسلوب وطبيعة التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي "رؤيا" و"المملكة"؟

أهمية الدراسة: تتحدد أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. تنطلق أهمية الدراسة من أهمية التعرف على مستوى الوعي الاقتصادي لدى الجمهور الأردني، ومدى متابعته للأحداث والأزمات الاقتصادية العالمية التي يتأثر بها الاقتصاد الأردني.
2. تسلط الدراسة الضوء على قضايا الاقتصاد الأردني، وهي قضايا تتسم بالجدلية ويكثر حولها النقاش ويحرص المشاهد الأردني على متابعتها.
3. توضح الدراسة الاختلافات في المعالجة الإخبارية بين قناتي "رؤيا" و"المملكة" في تغطية قضايا الاقتصاد الأردني، ومقارنة أسلوب وطبيعة معالجة المضامين الاقتصادية بين الإعلام الحكومي والخاص.
4. تساهم الدراسة في تقييم الخدمة الإعلامية المقدمة للجمهور من خلال الوقوف على جوانب الضعف والقوة في التغطية الإخبارية التي تقدمها قناتا "رؤيا" و"المملكة" لقضايا الاقتصاد الأردني، والتوصل إلى توصيات مقترحة للنهوض بأدائها الإعلامي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي رؤيا والمملكة من خلال تسليط الضوء على أسلوب وطبيعة التغطية في كل من القناتين، ودور هذه التغطية في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو أداء الحكومة. ويشتمل الهدف الرئيس على الأهداف الآتية:

1. قوالب أو أشكال عرض قضايا الاقتصاد الأردني في النشرات الإخبارية عينة الدراسة في قناتي رؤيا والمملكة؟
2. ما طبيعة قضايا الاقتصاد الأردني التي تناولتها النشرات الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة؟
3. ما الأطر الإخبارية المستخدمة في النشرات الإخبارية لتغطية قضايا الاقتصاد الأردني؟
4. ما وظائف التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية؟
5. ما اتجاه التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة بالنشرات الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة؟
6. ما الاستمالات (العقلية والعاطفية) المستخدمة في تغطية النشرات الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة لقضايا الاقتصاد الأردني؟

رابعاً: الدراسات السابقة:

تتوعدت الدراسات التي تطرقت إلى كيفية تناول التلفزيوني سواء البرامجي أو الإخباري لقضايا الدول سواء الأحداث المجتمعية أو الأزمات وأطر معالجتها إعلامياً وجاءت النتائج كما يلي:

هدفت دراسة ⁽³⁾ (Heba R Hameed, Yusra k Ibrahim 2024) إلى التعرف أطر المعالجة الإخبارية للقضايا الاقتصادية المتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية في مواقع القنوات الفضائية الأجنبية، حيث سعت الدراسة التحليلية للنشرة الاقتصادية في مواقع قناتي بلومبرج – سي إن بي سي الاقتصادية باللغة الإنجليزية لتحديد أطر معالجة القضايا الاقتصادية الناجمة عن الصراع الروسي الأوكراني والحرب القائمة وتأثير هذه الحرب على اقتصاديات الدول. وخلصت الدراسة لتصدر إطار النتائج موقع القناتين، حيث حصل الإطار على نسبة (38.32%) على موقع قناة بلومبرج، بينما حصل على نسبة (57.14%) على موقع قناة CNBC. واحتلت الفئات (روسيا، الولايات المتحدة الأمريكية، الاتحاد الأوروبي) المرتبة الأولى كأكثر القوى نشاطاً في القضايا الاقتصادية بنسبة إجمالية قدرها (59.47%) على موقع قناة بلومبرج، بينما جاءت الفئات (الولايات المتحدة الأمريكية، الشركات الأوروبية، الاتحاد الأوروبي) المرتبة الأولى كأكثر القوى نشاطاً في القضايا الاقتصادية الناجمة عن الحرب الروسية الأوكرانية على موقع CNBC بنسبة إجمالية قدرها (59.52%). واستخدمت المواقع عناصر ووسائل إبراز متنوعة في تناولها للموضوعات الاقتصادية، إلا أن موقع بلومبرج ركز على استخدام (الرسومات) بأشكالها المختلفة، بما في

ذلك الصور الثابتة، والخرائط الثابتة، والإنفوجرافيك، بنسبة (62.07%) وحصلت الصورة الإخبارية في فئة الصور الثابتة على المركز الأول بنسبة (78.07%) أما موقع قناة CNBC فقد جاء استخدام (الرسومات) كعنصر تسليط الضوء في المركز الأول بنسبة قدرت بـ (39.68%). وركز الموقع على الصور الإخبارية الثابتة بنسبة بلغت (84.81%) كما هدفت دراسة (مروى سالم الكندية، 2023)⁽⁴⁾ إلى التعرف على اتجاهات أصحاب الأعمال في سلطنة عُمان نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في البرامج التلفزيونية والإذاعية. وتستند الدراسة في تفسير نتائجها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة أصحاب الأعمال الذين يتابعون البرامج الاقتصادية في الإذاعة أو التلفزيون بلغت حوالي (41.2%)، وأن وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية هي المصدر الأول الذي يعتمد عليه أصحاب الأعمال في متابعة البرامج الاقتصادية بنسبة (80%)، تليها الإذاعة بنسبة (55.6%)، ثم التلفزيون بنسبة (45.2%). واحتل موضوع "التشريعات والأنظمة والقرارات الحكومية" المرتبة الأولى في قائمة الموضوعات الاقتصادية التي تهم أصحاب الأعمال، وتوصلت النتائج أيضا إلى أن "الإطلاع على القرارات الحكومية المتعلقة بالفرص الاستثمارية المحلية" جاء في المرتبة الأولى كأهم سبب لمتابعة أصحاب الأعمال للبرامج والنشرات الاقتصادية في الإذاعة والتلفزيون.

وسعت دراسة (ياسمين علي الدين المهدي، 2023) إلى دراسة تحليل المضمون الذي تقدمه الدول الأجنبية الناطقة بالعربية ضمن إعلامها الاقتصادي؛ لمعرفة طبيعة تناول خطط التنمية القائمة والمستقبلية في الدول العربية، وإدراجها ضمن مضامينها الاقتصادية، وذلك للوقوف على صورة الوضع الاقتصادي العربي في الإعلام الغربي. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى، للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية (القناة الاقتصادية الأمريكية CNBC، والقناة الفرنسية France 24)، وتطبيق إحدى الأدوات الكيفية، بإجراء مقابلات متعمقة مع الإعلاميين لمعرفة رؤيتهم حول مستقبل الإعلام الاقتصادي العربي عامة، والمصري خاصة، وتقديم بعض المقترحات لتطوير خارطة البرامج المصرية، لإدراج البرامج الاقتصادية ضمنها. وكشفت نتائج الدراسة إلى أن "القالب الحوارية" الأكثر استخدامًا في تقديم القضايا الاقتصادية بالبرامج محل الدراسة بنسبة (96,4%). وكانت "مدة الفقرة التي تناولت قضايا التنمية في الوطن العربي" قصيرة، تتراوح بين 1 إلى 5 دقائق، بنسبة (61,8%) بالقناتين محل التحليل. وفيما يتعلق بالأطر الإعلامية الأكثر استخدامًا في معالجة القضايا الاقتصادية، جاء "إطار النتائج الاقتصادية" في المقام الأول بنسبة (80%).

وبحثت دراسة (يوسف خلف صايل، 2023)⁽⁵⁾ في طبيعة المعالجة الإعلامية للمشكلات الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية من خلال برامجها التلفزيونية الخاصة بالشأن الاقتصادي، إذ اتخذت من برنامج (دينار) في قناة العراقية الفضائية و(اقتصادنا) في قناة آفاق الفضائية، حيث يعكس محتوى برنامج (دينار) وجهة نظر الدولة حكومة وبرلمان بشأن المشكلات الاقتصادية المثارة في معالجة البرنامج لها عبر تقاريره الصحفية والمقابلات التي اجراها مع ضيوفه من المختصين بالشأن الاقتصادي، بينما يمثل برنامج (اقتصادنا) وجهة نظر حزبية.

واستكشفت دراسة (سمية بن عمر، كريمة عرامة 2022) ⁽⁶⁾ كيفية معالجة الإعلام التلفزيوني الجزائري لقضايا التنمية الاقتصادية خلال جائحة كوفيد19، من خلال تحليل مضمون البرنامج التلفزيوني الأسبوعي "محاور واتجاهات" بالقناة الجزائرية الثالثة، وأجريت على عينة بنيت خلال الجائحة (فترة الحجر الصحي)، من 12 أبريل إلى 15 أغسطس 2020، وتوصلت الدراسة أن البرنامج التلفزيوني بالقناة الجزائرية الثالثة يؤدي دوراً مهماً في معالجة القضايا التنموية، وفي المقابل عليه تطوير آليات المعالجة، والعمل على ترقية مستوى الرسالة التنموية في الظروف العادية بشكل عام، وفي أوقات الأزمات بشكل خاص. وخُتمت الدراسة بجملة من التوصيات أبرزها: توظيف آليات معالجة ناجعة لتبسيط المحتوى والوصول إلى نطاق واسع من مختلف الجماهير، ثم الحرص على إشباع حاجة هذه الجماهير إلى معالجة إعلامية تحليلية وتفسيرية ونقدية لمختلف القضايا التنموية.

وسعت دراسة (سهام السنيد، 2021) ⁽⁷⁾ إلى معرفة دور التلفزيون الأردني في معالجة قضايا الاقتصاد الوطني من وجهة نظر رجال الأعمال الأردنيين، من خلال دراسة ميدانية مسحية، حيث تكوّن مجتمع الدراسة من رجال الأعمال الأردنيين في الأردن، وسعت الدراسة إلى بيان الدور الذي يقوم به التلفزيون الأردني في معالجة القضايا الاقتصادية المحلية، والوقوف على الإيجابيات والسلبيات في تقديم البرامج الاقتصادية. وتمثلت عينة الدراسة في رجال الأعمال الأردنيين في الأردن (360) مفردة. وجاء أن رجال الأعمال تربي اهتمام التلفزيون الأردني بالموضوعات والقضايا الاقتصادية المتنوعة والمتعلقة بالاقتصاد الوطني في برامجه الاقتصادية بنسبة (78%)، وبلغت نسبة متابعة رجال الأعمال للتلفزيون الأردني بشأن الاقتصاد الوطني (42.2%) للإجابة "نعم" و(30.8%) للإجابة أحياناً، فيما بلغت نسبة رضا رجال الأعمال الأردنيين عن البرامج الاقتصادية في التلفزيون الأردني (88%).

وفيما يتعلق بمعالجة البرامج الاقتصادية للموضوعات التي تخاطب الشباب، استهدفت دراسة (حجاج يوسف، إيمان أحمد، وزينهم علي 2021) ⁽⁸⁾ تحليل معالجة البرامج الاقتصادية بالقنوات الفضائية المصرية لموضوعات المشروعات الشبابية الصغيرة والمتوسطة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، بتطبيق أداة (تحليل مضمون) على عينة من حلقات البرامج الاقتصادية بالقنوات الفضائية المصرية وتشمل: (برنامج الاقتصاد والناس) على القناة الثانية الفضائية المصرية، (وبرنامج مال وأعمال) على قناة اكسترا نيوز الفضائية المصرية، (وبرنامج الجدعان) على قناة القاهرة والناس 2. وتوصلت الدراسة لوجود فروق دالة إحصائياً بين البرامج الاقتصادية عينة الدراسة من حيث مضمونها الاقتصادي، ووجود فروق دالة إحصائياً بين البرامج الاقتصادية عينة الدراسة من حيث نوع المصادر الرسمية التي استندت إليها تلك البرامج. وإثبات عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين البرامج الاقتصادية عينة الدراسة من حيث درجة تناولها للمشروعات الصغيرة والمتوسطة. ووجود فروق دالة إحصائياً بين البرامج الاقتصادية عينة الدراسة من حيث نوع معالجة موضوعات المشروعات الصغيرة والمتوسطة، واهتمت دراسة (حبيب بوفضة، 2021) ⁽⁹⁾ بتحليل المعالجة الإعلامية للوضع الاقتصادي للجزائر خلال الفترة ما بين 2014 إلى 2019، والتي اتسمت بوضع اقتصادي حرج بعد التراجع الكبير لأسعار النفط، وذلك من خلال تحليل عينة من البرنامج الأسبوعي (الحوار الاقتصادي) في التلفزيون الجزائري، وتوصلت الدراسة

لاحتلال قضية الأزمة الاقتصادية والمالية في الجزائر صدارة القضايا البارزة التي تناولها البرنامج محل الدراسة بنسبة بلغت %42.10، تلتها قضية الإصلاحات والبدائل الاقتصادية بنسبة %24.21، ثم الدعم الاجتماعي والسوق الموازية بنسبة %14.73. وكشفت النتائج أن عينة الدراسة اعتمدت إطارًا خبريًا سلبياً في تناول قضية الأزمة الاقتصادية والمالية من خلال تركيزها على تداعيات اعتماد الاقتصاد الجزائري على الربيع النفطي، فيما تبنت عينة الدراسة التحليلية إطارًا خبريًا محايدًا في تناول قضية الإصلاحات الاقتصادية، كما سعت دراسة (عبد الله العرامين، 2020)⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي يقدمها الإعلام الفلسطيني للمواطنين الفلسطينيين من خلال برنامج "المجلة الاقتصادية" في تلفزيون فلسطين، والتعرف على اتجاهات وفئات الإبراز وأنماط هذه التغطية، وكان من أبرز النتائج أن البرنامج ركز على المواضيع الاقتصادية بنسبة (%51.6)، إضافة إلى اعتماد البرنامج على مصدر حكومي فلسطيني بنسبة (%80) كقوى فاعلة، واعتمد البرنامج على المقابلة في فئات الشكل الصحفي بنسبة (%95.8)، وأيضًا ركز البرنامج بشكل كبير على إطار الصراع بنسبة (%41.7).

وسعت دراسة (سميرة كتفي، نصر الدين غراف 2020)⁽¹¹⁾ إلى معرفة طبيعة المعالجة الإعلامية لأهم المواضيع الاقتصادية التي تقدمها الشبكة البرمجية للقناة الجزائرية الثالثة، وما يمثله التلفزيون كوسيلة إعلامية لها مكانة مهمة بين وسائل الإعلام الأخرى، خاصة الوسائل التابعة للقطاع العمومي في الجزائر، فهي تسير وفق طابع عمل إعلامي تقوده السلطة، مما يجعل الشبكة البرمجية للقنوات العمومية تختلف عن تلك الموجودة في القنوات الخاصة، وتوصلت الدراسة إلى أن الشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة تتضمن عديد الحصص التي تعنى بمعالجة المواضيع الاقتصادية، وقد تنوعت هذه المواضيع لتشمل القطاع المالي والمصرفي، القطاع الصناعي والتجاري، قطاع الخدمات، القطاع الزراعي و القطاع القانوني للاقتصاد.

واستقصت دراسة (صلاح غانم نوري، 2019)⁽¹²⁾ كيفية تقديم برامج التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية، من خلال تحليل عينة الدراسة في برنامج (الأسبوع الاقتصادي) في قناة البيغدادية لمدة 6 أشهر متتالية. وتوصلت لتنوع طبيعة الاهتمام في شكل المشاركة بحلقات البرنامج ما بين المشاركة عبر الأقمار الصناعية "مباشر" والمشاركة عبر الاتصال الهاتفي، والتعدد في تخصص الضيوف المشاركين بالبرنامج بين خبير أو محلل اقتصادي ومسؤول حكومي. وأشارت النتائج إلى إدراك القائمين بالاتصال إلى أهمية استخدام الجوانب الفنية في المؤثرات الصوتية أو السمعية مثل الموسيقى من أجل التخفيف من حدة المضمون الاقتصادي، واستخدام المؤثرات المرئية مثل الصور بالرسومات البيانية، والتميز في طريقة عرض الاستمالات العقلانية في تقديم الأرقام والإحصاءات، وكذلك الاستمالات العاطفية لأنها تسهم في جذب انتباه المشاهدين من خلال التركيز على الإحساس بالخطر الذي يهدد المستقبل الاقتصادي للعراق، كما هدفت دراسة (أحمد الشيباب، 2019)⁽¹³⁾ إلى التعرف على كيفية معالجة قضايا التنمية السياسية والاقتصادية في التلفزيون الأردني وتلفزيون أبو ظبي، من خلال التعرف على الموضوعات والمضامين التي تناولتها القناتين خلال الفترة من 2018/6/15 إلى 2018/11/15 بأسلوب الحصر الشامل للنشرات الإخبارية الموجودة على

الموقع الرسمي للقناتين، واستخدام أسلوب تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى أن كل من القناتين تسلط الضوء على قضايا التنمية الاقتصادية على الرغم من تفاوت الحيز الزمني الذي أخذته كل قناة على حدة في تناول الموضوع الاقتصادي، وجاء الموضوع السياسي ضمن أولويات الموضوعات التي تناولتها كل من القناتين عينة الدراسة.

وفيما يتعلق بالدور الذي تقوم به وسائل الإعلام لا سيما المرئية منها في التنمية الاقتصادية، تناولت دراسة (منازل الزين، 2018)⁽¹⁴⁾ وظيفة التلفزيون في التنمية الاقتصادية بإجراء دراسة وصفية مسحية للتعرف على الدور الذي تقوم البرامج الاقتصادية في تغطية قضية التنمية الاقتصادية في السودان، والتخطيط لبرامج ترفع من الوعي الاقتصادي لدى الجمهور، بالتطبيق على عينة من البرامج الاقتصادية في الفترة من 2016-2017. وتوصلت الدراسة إلى أن مناقشة البرامج الاقتصادية للسلوك الاقتصادي لدى المشاهد يساعد في عملية التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج. والاهتمام بالقطاعات الإنتاجية والتركيز على القطاع الزراعي لزيادة صادرات البلاد والحصول على العملات الصعبة والتقليل من الاستيراد، وتقليل الحاجة إلى النقد الأجنبي.

وتُسهّم وسائل الإعلام في مناقشة الأزمات الاقتصادية وطرح مقترحات وحلول للخروج منها، وهو ما خلصت إليه دراسة (حسين الهلة، 2018)⁽¹⁵⁾ التي هدفت إلى تحليل المعالجة الإعلامية لاتجاه قناة الشروق نيوز الجزائرية نحو الأزمة الاقتصادية في الجزائر، وتمثل مجتمع البحث في عدد من حلقات برنامج (نقاط على الحروف) على قناة الشروق نيوز والبالغ عددها أربع حلقات، وتوصلت الدراسة إلى أن أهداف برنامج (نقاط على الحروف) تمثلت في طرح أسباب الأزمة الاقتصادية وتطوراتها واقتراح بدائل وحلول للتغلب عليها وإنعاش الاقتصاد الجزائري، كما قدّم البرنامج معلومات مختلفة حول الاقتصاد، كما هدفت دراسة (إمام القطان، 2018)⁽¹⁶⁾ إلى التعرف على طبيعة التناول الإعلامي لمحاور وموضوعات استراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030 في البرامج الحوارية المقدمة بالتليفزيون المصري. عبر القناتين الثانية والعاصمة الأولى. وتوصلت الدراسة أنه جاء موضوع (الحفاظ على استقرار مستوى الأسعار) في مقدمة الموضوعات التي ركزت عليها البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال تناولها لمحور الاقتصاد في رؤية مصر 2030 لدعم استراتيجية التنمية المستدامة في مجال الاقتصاد، وذلك بنسبة 85.1%، وجاء موضوع (تقليل نسبة الدين العام لتصل إلى 50%) في الترتيب الثاني. وأشارت النتائج إلى وجود دلالة إحصائية في تناول موضوع (زيادة المكون المحلي في الصناعات المختلفة) حيث كانت قيمة Z دالة إحصائية عند مستوى (0.05) لصالح القناة الثانية.

واستهدفت دراسة (ثريا السنوسي، مروة سعيد 2016)⁽¹⁷⁾ تحليل معالجة البرامج الاقتصادية على الفضائيات العربية: برنامج (الاقتصاد والناس) على قناة الجزيرة أمودجاً. وتم اختيار أداة تحليل المضمون لدراسة عينة عشوائية من برنامج (الاقتصاد والناس) لمدة ثلاثة أشهر خلال الفترة من 2016/4/24 إلى 2016/7/9. وتوصلت الدراسة إلى تركّز الموضوعات الاقتصادية التي تناولها البرنامج على الأخبار الاقتصادية التي تمس حياة المواطنين العاديين بصفة مباشرة، وغابت بعض المواضيع مثل الأزمات الاقتصادية وأسهم البورصة وأسعار العملات. وضمت حلقات العينة ثلاث قوالب صحفية تم الاعتماد عليها بصفة رئيسية هي:

الأخبار، التقارير، المقابلات، في حين غابت القوالب الصحفية الأكثر تعقيداً مثل التحقيقات، والتحليلات الاقتصادية المطولة. وتعددت زوايا التغطية في حلقات العينة، كما تم طرح وجهات نظر متعددة، ومتضاربة أحياناً حول القضايا المطروحة، وغاب الطرح الأحادي الجانب.

وحول الدراسات المتعلقة بدور الأجندة الإعلامية الاقتصادية لوسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور نحو القضايا الاقتصادية، سعت دراسة (هند نبيل، 2015) ⁽¹⁸⁾ إلى التعرف على الأجندة الإعلامية الاقتصادية في التلفزيون المصري الرسمي متمثلاً بالقناة الأولى الأرضي وقناة النيل للأخبار ومقارنتها بالأجندة الاقتصادية للجمهور العام غير المتخصص واكتشاف العلاقة بين الأجندين في ضوء المتغيرات الديمغرافية والاجتماعية المختلفة. وأظهرت نتائج الدراسة أن متابعة المبحوثين للنشرات الاقتصادية المعروضة على قناة النيل للأخبار أكثر من متابعتهم للنشرات بالقناة الأولى. كما لم يهتم 64.8% من المبحوثين بالموضوعات والقضايا الاقتصادية الخارجية بينما اهتم 35.2% فقط، مما يؤكد أهمية اتصال القضية بالحاجات المباشرة للمبحوثين كسبب للاهتمام بها. وتصدرت القضايا الاقتصادية المحلية قائمة أولويات المبحوثين حيث جاءت قضية البطالة في المرتبة الأولى ثم مشكلة الفقر وانخفاض الدخل ثم قضية ارتفاع الأسعار. وجاءت الموضوعات المتعلقة بالبورصة والمساعدات الخارجية بمراتب متأخرة. ورصدت نتائج الدراسة التحليلية تركيز البرامج الاقتصادية على الموضوعات المحلية المتعلقة بالاقتصاد المصري بنسبة بلغت 81.8% بينما لم تول القضايا الخارجية اهتماماً إلا بنسبة بلغت 18.2%.

وتناولت دراسة (سعاد مسعود، 2015) ⁽¹⁹⁾ دور الفضائيات العربية في تعزيز التنمية الاقتصادية وأثرها على السودان. وتم سحب عينة ميدانية قوامها 100 مبحوث من أهل الخبرة والاختصاص من خلال صحيفة استبيان ومقابلات مع عدد من الخبراء. وتوصلت الدراسة إلى أن متابعة البرامج الاقتصادية تزداد بغرض متابعة التطورات العالمية في مجال الاقتصاد، وزيادة المعرفة بالقضايا الاقتصادية. كما أن البرامج الاقتصادية عبر الفضائيات عززت مفهوم التنمية لدى المشاهدين من خلال تعزيزها لمفهوم الاقتصاد الكلي والموارد الاقتصادية. وأبرزت الدراسة مشكلات البرامج الاقتصادية السودانية التي تمثلت في عدم مصداقية المحللين الاقتصاديين، ومشكلات التمويل وضعف تخصصية الطاقم في تلك البرامج.

وبحثت دراسة ⁽²⁰⁾ (Maria Cabrera, Elid Segev 2014) في العوامل والاتجاهات في تغطية الأخبار العالمية للأزمة الاقتصادية (2009-2012). وتناولت الدراسة العوامل التي تجعل دولة ما ذات أهمية إخبارية في الأخبار الاقتصادية العالمية. وباستخدام تقنيات البحث على الويب في 35 موقعاً إخبارياً رانداً بأكثر 10 لغات شيوياً على الإنترنت، تتبعت الدراسة الأهمية النسبية للبلدان في الأخبار الاقتصادية العالمية من عام 2009 إلى عام 2012، وهي فترة ركود اقتصادي. وتشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى أن التغييرات الرئيسية في الناتج المحلي الإجمالي في الاقتصادات الصغيرة نسبياً، لا تقل أهمية عن التغييرات في إجمالي الناتج المحلي للاقتصادات الكبيرة، في منح أهمية للدول في الأخبار الاقتصادية العالمية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في فهم وتحليل التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو الأداء الاقتصادي الحكومة.
2. أفادت الدراسات السابقة الباحثة في بلورة المشكلة البحثية، وصياغة فروض وتساؤلات الدراسة.
3. ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في إرشادها لاستخدام الإجراءات المنهجية المناسبة، والوقوف على الجوانب التي لم تتطرق لها تلك الدراسات.

الإطار النظري للدراسة: نظرية الأطر الخبرية

يعتبر (باتريك باتيسون) أول من استخدم مصطلح الأطر في الفترة بين (1955-1972)، وفي عام 1974 قدم عالم النفس الاجتماعي الكندي (إيرفينج غوفمان) صياغته لنظرية تحليل الأطر، وهو العالم الوحيد الذي يؤكد الباحثون على أنه أول من أوضح مفهوم الأطر باعتبارها مرتكزات لتنظيم الأحداث الاجتماعية، أعقب ذلك محاولات لبعض الباحثين مثل إسهامات أستاذ علم الاجتماع (ويليام جامسون) عام 1989 الذي أوضح من خلالها الحاجة إلى قياس البروز النسبي للأطر في المحتوى الإعلامي.⁽²¹⁾

ويتمثل الفرض الرئيسي للنظرية في أن الأحداث لا تحمل في حد ذاتها معنى معين، وإنما تكتسب معناها من خلال وضعها ضمن إطار (Frame) يحددها وينظمها، ويكسبها قدرًا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب القضية أو الموضوع وإهمال جوانب أخرى. وتقدم نظرية الأطر أسلوبًا تحليليًا من خلال تجزئ الموضوع إلى أفكار بسيطة. وتساعد الأطر الإعلامية الجمهور للقيام بعملية تصنيف واسعة فهي تسمح بتصنيف عدد غير محدود من الأحداث الملموسة، وتشكل مجالًا لاختيار المعنى من أجل تشكي الواقع.⁽²²⁾

ويتمثل استخدام نظرية الأطر الخبرية على مستويين، المستوى الأول يهتم بقياس المحتوى عبر الصريح لوسائل الإعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، أما المستوى الثاني فهو المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور، حيث أن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطرًا خبرية، من شأنها التأثير في تشكيل معايير الجمهور بشأن بعض القضايا، وهو ما ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا. ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاثة مكونات أساسية هي: البناء التركيبي للقصة الإخبارية، والفكرة المحورية، والاستنتاجات الضمنية للقصة الإخبارية.⁽²³⁾

ومن العوامل المؤثرة في بناء الإطار الإعلامي⁽²⁴⁾ المستوى الفردي المتمثل في الآراء والمعتقدات والقيم الشخصية، ومستوى ونوع التعليم والخلفية المعرفية، والمستوى المؤسسي المتمثل في السياسة المؤسسية للمنظمة، ومعايير الرضا الوظيفي، والمستوى المهني المتمثل في معايير القيم المهنية وطبيعة الأدوار المهنية، والالتزام بمواثيق الشرف الصحفية، وأخيرًا المستوى الاجتماعي المتمثل في القيود الأيديولوجية والتشريعية، والجمهور العام، وجماعات الضغط.

وتعتبر نظرية الأطر الخبرية من أبرز النظريات التي يمكن توظيفها في تحليل السمات البارزة للرسالة الإعلامية، وتحديد واستخلاص أطر التغطية الإخبارية للقضايا المختلفة. ويشير نموذج أستاذ الإعلام والشؤون الدولية (روبرت انتمان) إلى أن تحليل أطر التناول الخبري لقضية ما يتم استخلاصه من تناول وسائل الإعلام للأخبار في إطار أربعة عناصر هي: تحديد المشكلة أو القضية، وتحديد الأسباب، والتقييم الأخلاقي للقضية، واقتراح الحلول للقضية المثارة.⁽²⁵⁾

ومن خلال الاعتماد على نظرية الأطر الخبرية، تستهدف هذه الدراسة الكشف عن توجهات التغطية والمعالجة الإخبارية للبرامج النشرات التي تقدمها قناتي "رؤيا" و"المملكة" لقضايا الاقتصاد الأردني، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو أداء الحكومة، وتطبيق عناصر النظرية للكشف عن أساليب تلك المعالجة، وطبيعتها، ومرجعياتها، والأطراف الفاعلة في القضية موضوع الدراسة. وتتيح النظرية تحليل المضامين الإخبارية في تقديم نفس الحدث أو القضية، بروى وأساليب معالجة مختلفة بما يتفق مع أهداف وتوجهات كل مؤسسة إعلامية، ومن ثم فإن هذه المضامين الإخبارية تؤثر في تشكيل الاتجاهات والسياقات المعرفية للجمهور، وهذا بدوره يؤثر على الطريقة التي يدرك بها الجمهور المحتوى الذي يشاهده.

تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ما قوالب أو أشكال عرض قضايا الاقتصاد الأردني بالبرامج والنشرات الإخبارية عينة الدراسة في قناتي رؤيا والمملكة؟
2. ما طبيعة قضايا الاقتصاد الأردني التي تناولتها البرامج والنشرات الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة؟
3. ما الأطر الإخبارية المستخدمة في البرامج والنشرات الإخبارية لتغطية قضايا الاقتصاد الأردني؟
4. ما وظائف التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في البرامج والنشرات الإخبارية؟
5. ما اتجاه التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في البرامج والنشرات الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة؟
6. ما الاستمالات (العقلية والعاطفية) المستخدمة في تغطية البرامج والنشرات الإخبارية في قناتي رؤيا والمملكة لقضايا الاقتصاد الأردني؟
7. ما الشخصيات الرئيسية أو القوى الفاعلة في تغطية البرامج والنشرات الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني؟

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة ومنهجها : تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية (Descriptive Studies)، وتهدف إلى توصيف العلاقة بين التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني في قناتي "رؤيا" و"المملكة"، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور الأردني نحو أداء الحكومة. وتستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي للمضمون.

مجتمع الدراسة التحليلية: يتألف مجتمع الدراسة من البرامج الحوارية والنشرات الإخبارية التي تعرضها قناتا "رؤيا" و"المملكة" على مدار الدورة البرمجية.

عينة الدراسة التحليلية: اعتمدت الباحثة على المسح بالعينة، حيث اختارت عينة من النشرات الإخبارية اليومية من كل قناة، (أخبار السادسة) في قناة المملكة، و(نشرة الأخبار المسائية) في قناة رؤيا، والتي تناولت قضايا الاقتصاد الأردني في الفترة من 1 يوليو إلى 31 ديسمبر 2023م، أي على مدار دورتين برامجيتين (6 أشهر)، وقد بلغ قوامها 191 خبراً مقدماً بنشرات الأخبار، وتمثلت بيانات التحليل للأخبار كما يلي:

جدول رقم (1)

بيانات الأساسية لتحليل النشرات الإخبارية

| قناة المملكة | قناة رؤيا | الفئات | |
|-------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| موسيقى مصاحبة لقراءة الخاوين | موسيقى مصاحبة لقراءة الخاوين | افتتاحية النشرة | النشرات الإخبارية |
| ١٢٠ دقيقة | ٦٠ دقيقة | المدة الإجمالية للعرض | |
| من ١٠ - ٢٠ دقيقة | من ٥ - ١٠ دقائق | متوسط طول الخبر الاقتصادي بالنشرة | |
| الفترة المسائية - الساعة (٦م) | الفترة المسائية - الساعة (٧,٣٠م) | موعد البث | |
| مباشر أو حي Live | مباشر أو حي Live | نظام البث | |
| وسط النشرة | وسط النشرة | موقع الأخبار الاقتصادية في النشرة | |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (1) إلى البيانات الأساسية لعينة النشرات الإخبارية، حيث اتفقت النشرات الإخبارية في شكل افتتاحية النشرة (موسيقى مصاحبة لقراءة العناوين)، وموعد البث (الفترة المسائية)، ونظام البث (مباشر أو حي)، وموقع الأخبار الاقتصادية في النشرة (وسط النشرة)، بينما اختلفت في المدة الإجمالية للعرض، ومتوسط طول الخبر الاقتصادي في النشرة، حيث بلغت المدة الإجمالية لعرض النشرة المسائية بقناة رؤيا (60 دقيقة)، جاء متوسط طول الخبر الاقتصادي فيها من (5 - 10) دقائق، بينما بلغت المدة الإجمالية لعرض نشرة السادسة بقناة المملكة (120 دقيقة)، جاء متوسط طول الخبر الاقتصادي فيها من (10 - 20 دقيقة). ووفقاً لهذه النتيجة، تستنتج الباحثة حرص القائمين على البرامج والنشرات الإخبارية عينة الدراسة على جذب انتباه الجمهور الأردني لمتابعة القضايا المعروضة خلالها، خاصة القضايا الاقتصادية، واهتمامهم بعرض الأخبار والمعلومات الاقتصادية في الأوقات الملائمة للجمهور خاصة الفترة المسائية، وذلك لضمان وصول الأخبار الاقتصادية إلى شريحة عريضة من الجمهور، فضلاً عن الرغبة في تناول القضايا الاقتصادية بالعمق والتفصيل، الذي برز من خلال الحرص على البث الدوري للأخبار، وزيادة أيام وساعات العرض على الشاشة، خاصة في قناة المملكة، والذي انعكس على زيادة حجم المضامين الإخبارية المقدمة بها، مقارنةً بقناة رؤيا.

أدوات جمع البيانات للدراسة: تمثلت في كونها أداة تحليل المضمون للوصف الكمي للمحتوى الظاهر، وتشتمل على: تحديد العينة، وتحديد وحدات التحليل، وتحديد فئات التحليل، وجدولة الفئات، وحساب تكرارات الفئات وتبويبها، وتفسير النتائج.

إجراءات الصدق والثبات

أولاً: الصدق الظاهري: قامت الباحثة بعرض استمارة تحليل المضمون على عدد (7) من السادة المحكمين من الأساتذة المتخصصين⁽²⁶⁾، واعتبرت الباحثة اتفاق الأساتذة المحكمين على مكونات الاستمارة معياراً لصدقه. وبعد الانتهاء من التحكيم، تم تحديد الملاحظات التي أجمع عليها السادة المحكمين، وإجراء التعديلات بناءً على ذلك.

ثانياً: اختبار الثبات: قامت الباحثة بعرض استمارة تحليل المضمون على عدد 4 من الباحثين لقياس المحتوى قيد التحليل في الدراسة للوقوف على صلاحية فئات تحليل المضمون وقياس ما هو مراد قياسه طبقاً لاستمارة تحليل المضمون، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.86) وهي نسبة ثبات عالية تدل على ثبات المحتوى.

نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: ما أشكال عرض قضايا الاقتصاد الأردني داخل النشرات الإخبارية؟

جدول رقم (2)

أشكال عرض قضايا الاقتصاد الأردني داخل النشرات الإخبارية

| الترتيب | النسبة المئوية % | الإجمالي ك | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات أشكال العرض |
|---------|------------------|------------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|---------------------|
| | | | % | ك | % | ك | |
| 1 | 45.1 | 86 | 46.2 | 49 | 43.5 | 37 | خبر بسيط أو مركب |
| 2 | 25.1 | 48 | 26.4 | 28 | 23.5 | 20 | تقرير إخباري |
| 3 | 17.8 | 34 | 17.9 | 19 | 17.6 | 15 | تحليل إخباري |
| 4 | 7.3 | 14 | 5.7 | 6 | 9.5 | 8 | تحقيق إخباري |
| 5 | 4.7 | 9 | 3.8 | 4 | 5.9 | 5 | قصة إخبارية |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (2) إلى أشكال عرض قضايا الاقتصاد الأردني بالنشرات الإخبارية، وقد احتل (الخبر) المرتبة الأولى بين أشكال العرض بنسبة 45.1%، يليه (التقرير الإخباري) بنسبة 25.1%، يليه (التحليل الإخباري) بنسبة 17.8%، يليه (التحقيق الإخباري) بنسبة 7.3%، ثم (القصة الإخبارية) بنسبة 4.7%، وقد تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في عرض التقارير الإخبارية والأخبار البسيطة والمركبة، بينما تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في عرض التحقيقات والقصص الإخبارية، وتقاربت نسب التحليلات الإخبارية في النشرتين.

وفي ضوء ما سبق، تستنتج الباحثة زيادة حجم التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في النشرتين، واهتمامها بنشر التفاصيل المرتبطة بتلك القضايا، وتناولها في أشكال إخبارية مختلفة تجذب انتباه الجمهور لمتابعة المضمون الإخباري المقدم بها، فضلاً عن اهتمامها بوصف وتفسير القضايا الاقتصادية، وعدم الاقتصار على التعريف بها، وذلك من خلال تعدد التقارير الإخبارية التي ركزت على عرض البيانات المرتبطة بمعدلات نمو الاقتصاد الأردني، والنزول إلى الشارع لرصد حجم التطور في النشاط السياحي بالمدن الأردنية،

ومدى مساهمته في زيادة الدخل القومي للبلاد، واستطلاع آراء الجمهور حول زيادة أسعار المشتقات النفطية وفواتير المياه.

ثانياً: ما طبيعة قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية؟

جدول رقم (3)

طبيعة قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المساندة (قناة رؤيا) | | النشرات طبيعة القضايا الاقتصادية |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|--|
| | | | % | ك | % | ك | |
| 1 | 15.7 | 30 | 15.1 | 16 | 16.5 | 14 | ارتفاع أسعار المشتقات النفطية |
| 2 | 10.9 | 21 | 10.4 | 11 | 11.8 | 10 | ارتفاع أسعار فواتير المياه |
| 3 | 9.4 | 18 | 9.4 | 10 | 9.4 | 8 | التبادل التجاري |
| 4 | 8.9 | 17 | 9.4 | 10 | 8.3 | 7 | تنشيط الحركة السياحية |
| 5 | 7.3 | 14 | 7.6 | 8 | 7.1 | 6 | توفير فرص العمل للاجئين السوريين |
| 6 | 6.3 | 12 | 6.6 | 7 | 5.9 | 5 | حماية الاقتصاد الرقمي والمعاملات المالية |
| 7 | 6.3 | 12 | 6.6 | 7 | 5.9 | 5 | التشجيع على الاستثمار |
| 8 | 5.2 | 10 | 5.7 | 6 | 4.7 | 4 | قانون الملكية العقارية |
| 9 | 4.7 | 9 | 4.7 | 5 | 4.7 | 4 | زيادة الإنتاج الزراعي ودعم المزارعين |
| 10 | 4.2 | 8 | 3.8 | 4 | 4.7 | 4 | ارتفاع أسعار المنتجات الصناعية |
| 11 | 3.7 | 7 | 3.8 | 4 | 3.5 | 3 | دعم قطاع الكهرباء والطاقة المتجددة |
| 12 | 3.7 | 7 | 3.8 | 4 | 3.5 | 3 | التمكين الاقتصادي للمرأة |
| 13 | 3.1 | 6 | 2.8 | 3 | 3.5 | 3 | الموازنة |
| 14 | 2.6 | 5 | 2.8 | 3 | 2.3 | 2 | انخفاض أسعار الغذاء |
| 15 | 2.1 | 4 | 1.9 | 2 | 2.3 | 2 | رؤية التحديث الاقتصادي لقطاعات الدولة |
| 16 | 2.1 | 4 | 1.9 | 2 | 2.3 | 2 | الشراكة بين القطاعين العام والخاص |
| 17 | 1.6 | 3 | 1.9 | 2 | 1.2 | 1 | الإضرابات وأثارها الاقتصادية |
| 18 | 1.1 | 2 | 0.9 | 1 | 1.2 | 1 | الإعفاءات الضريبية |
| 19 | 1.1 | 2 | 0.9 | 1 | 1.2 | 1 | حجم الطلب على العملة المحلية |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (3) إلى طبيعة قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية، وقد احتلت قضية (ارتفاع أسعار المشتقات النفطية) المرتبة الأولى بين القضايا الاقتصادية بنسبة 15.7% من إجمالي العينة، تليها قضية (ارتفاع أسعار فواتير المياه) بنسبة 10.9%، تليها قضية (التبادل التجاري) بنسبة 9.4%، تليها قضية (تنشيط الحركة السياحية بنسبة 8.9%، تليها قضية (توفير فرص العمل للاجئين السوريين) بنسبة 7.3%، تليها قضيتي (حماية الاقتصاد الرقمي والمعاملات المالية، والتشجيع على الاستثمار) بنسبة 6.3%، يليها (قانون الملكية العقارية) بنسبة 5.2%، تليه قضية (زيادة

الإنتاج الزراعي ودعم المزارعين) بنسبة 4.7%، تليها قضية (ارتفاع أسعار المنتجات الصناعية) بنسبة 4.2%، تليها قضيتي (دعم قطاع الكهرباء والطاقة المتجددة، والتمكين الاقتصادي للمرأة) بنسبة 3.7%، تليها قضية (الموازنة) بنسبة 3.1%، تليها قضية (انخفاض أسعار الغذاء) بنسبة 2.6%، تليها قضيتي (رؤية التحديث الاقتصادي لقطاعات الدولة، الشراكة بين القطاعين العام والخاص) بنسبة 2.1%، تليها قضية (الإضرابات وأثارها الاقتصادية) بنسبة 1.6%، وأخيراً قضيتي (الإعفاءات الضريبية، حجم الطلب على العملة المحلية) بنسبة 1.1% من إجمالي العينة، وقد تقاربت نسب التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية في النشرتين، نتيجة لتعدد القضايا، وشغلها مساحات كبيرة من التغطية الإخبارية في النشرتين عينة الدراسة. واستناداً إلى ما سبق، تستنتج الباحثة اتساع مساحة التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية في النشرتين، واهتمامها بعرض مراحل النمو الاقتصادي في مختلف قطاعات الدولة خاصة قطاع السياحة، نظراً لأهميته الكبيرة في زيادة الدخل القومي للبلاد، في ظل تمتع الأردن بمقومات طبيعية وسياحية خلابة، فضلاً عن عرض الزيادات التي تُقرها الدولة في أسعار الخدمات الأساسية كالمياه والمشتقات النفطية، مقابل وصول تلك الخدمات إلى المستفيدين، نظير أعمال الصيانة والتشغيل للأجهزة والمعدات العاملة بتلك المرافق، مع التشجيع على الاستثمار والنمو التجاري، وزيادة الإنتاج الصناعي والزراعي، لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة في البلاد.

ثالثاً: ما أبعاد التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات؟

جدول رقم (4)

أبعاد التغطية الإخبارية للقضايا

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات | أبعاد التغطية الإخبارية |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|---|-------------------------|
| | | | % | ك | % | ك | | |
| 1 | 40.4 | 77 | 42.5 | 45 | 37.7 | 32 | عرض جهود الدولة في مواجهة القضايا | |
| 2 | 30.4 | 58 | 33.9 | 36 | 25.9 | 22 | تحديد الأطراف المشتركة في القضية | |
| 3 | 18.3 | 35 | 14.2 | 15 | 23.5 | 20 | رصد واقع القضايا وأثارها المستقبلية على المجتمع الأردني | |
| 4 | 10.9 | 21 | 9.4 | 10 | 12.9 | 11 | بث الأمل في نفوس المواطنين لحل القضايا | |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن | |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (4) إلى أبعاد التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية، وقد احتل (عرض جهود الدولة في مواجهة القضايا) المرتبة الأولى بين أبعاد التغطية الإخبارية بنسبة 40.4% من إجمالي العينة، يليه (تحديد الأطراف المشتركة في القضية) بنسبة 30.4%، يليه (رصد واقع القضايا وأثارها المستقبلية على المجتمع الأردني) بنسبة 18.3%، يليه (بث الأمل في نفوس المواطنين لحل القضايا) بنسبة 10.9% من إجمالي العينة.

وقد تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في نسب استهداف جهود الدولة في مواجهة القضايا وتحديد الأطراف المشتركة فيها، بينما تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في نسب استهداف واقع هذه القضايا، ومدى تأثيرها على الاقتصاد الأردني، وبت الأمل في نفوس المواطنين لحل هذه القضايا. وبناءً على ما سبق، تستنتج الباحثة تعدد جوانب التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية في النشرتين، واختلاف السياسة التحريرية لهاتين النشرتين في تناولهما لتلك القضايا، وذلك نتيجة اختلاف طبيعة القضايا الاقتصادية التي تقوم برصدها النشرتان، فالقضايا الاقتصادية المرتبطة بأزمات داخلية أو خارجية تأخذ طابع سلبي، وترتكز تغطيتها الإخبارية على جهود الدولة في مواجهتها، وإبراز الأطراف المشتركة فيها، وعرض سيناريوهات حلها أمام الجمهور الأردني، بينما تقوم القضايا الاقتصادية ذات الطابع الإيجابي على رصد واقع هذه القضايا، وإبراز مراحل تطورها، وتأثيرها على الجمهور الأردني كزيادة الإنتاج الزراعي، والتشجيع على الاستثمار، ورؤية التحديث الاقتصادي، والشراكة بين القطاعين العام والخاص.

رابعاً: ما وظائف التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات (الهدف من العرض)؟ الإخبارية

جدول رقم (5)

وظائف التغطية الإخبارية أو الهدف من العرض

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات | وظائف التغطية الإخبارية (الهدف من العرض) |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|---|--|
| | | | % | ك | % | ك | | |
| 1 | 23.6 | 45 | 22.6 | 24 | 24.7 | 21 | عرض | التعريف بالقضايا والمعلومات الاقتصادية |
| 2 | 20.9 | 40 | 19.8 | 21 | 22.4 | 19 | شرح أسباب القضايا وتطوراتها المختلفة | |
| 3 | 17.3 | 33 | 16.9 | 18 | 17.6 | 15 | اقترح الحلول الممكنة لمواجهة القضايا | |
| 4 | 13.1 | 25 | 15.2 | 16 | 10.6 | 9 | استعراض النتائج الاقتصادية | |
| 5 | 10.5 | 20 | 11.4 | 12 | 9.4 | 8 | مناشدة الجهات المعنية للتدخل وحل القضايا | |
| 6 | 7.3 | 14 | 7.5 | 8 | 7.1 | 6 | تقييم القضايا وإبراز أثارها الإيجابية والسلبية | |
| 7 | 4.7 | 9 | 4.7 | 5 | 4.7 | 4 | نفي الشائعات المثارة حول القضايا | |
| 8 | 2.6 | 5 | 1.9 | 2 | 3.5 | 3 | توعية المواطنين بدورهم المجتمعي في مواجهة القضايا | |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن | |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (5) إلى وظائف التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية، وقد احتل (التعريف بالقضايا وعرض المعلومات الاقتصادية) المرتبة الأولى بين وظائف التغطية الإخبارية بنسبة 23.6% من إجمالي العينة،

يليه (شرح أسباب القضايا وتطوراتها المختلفة) بنسبة 20.9%، يليه (اقتراح الحلول الممكنة لمواجهة القضايا) بنسبة 17.3%، يليه (استعراض النتائج الاقتصادية) بنسبة 13.1%، يليه (مناشدة الجهات المعنية للتدخل وحل القضايا) بنسبة 10.5%، يليه (تقييم القضايا وإبراز أثارها الإيجابية والسلبية) بنسبة 7.3%، يليه (نفي الشائعات المثارة حول القضايا) بنسبة 4.7%، يليه (توعية المواطنين بدورهم المجتمعي في مواجهة القضايا) بنسبة 2.6% من إجمالي العينة.

وقد تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في نسب وظائف التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية، سواء من حيث التعريف بها، أو شرح وتفسير أسبابها، أو اقتراح الحلول المختلفة لمواجهتها، وتقاربت النسب بين النشرتين في تقييم تلك القضايا، وإبراز أثارها الإيجابية والسلبية على الاقتصاد الأردني، وتساوت النسب في النشرتين حول وظيفة نفي الشائعات المثارة حول القضايا.

وفي ضوء ما تقدم، تستنتج الباحثة وجود تغطية إخبارية متعمقة للقضايا الاقتصادية في النشرتين عينة الدراسة، وعدم الاقتصار على عرض الخبر فقط، وذلك نتيجة لوجود سياسة تحريرية وافية بمتطلبات وجوانب الخبر الاقتصادي، في محاولة لتبصير الجمهور الأردني بواقع هذه القضايا، وشرح أسبابها وأبعادها المختلفة، وإيجاد البدائل الممكنة لمواجهتها، بهدف التخفيف من وطأة هذه القضايا وتأثيراتها المختلفة على الاقتصاد الأردني، والدفع بعجلة التنمية الاقتصادية في البلاد، بالاستعانة بتصريحات كبار المسؤولين وعلى رأسهم ملك الأردن ورئيس الوزراء والوزراء، والخبراء الاقتصاديين، والنخب الإعلامية والأكاديمية، وبالتالي فإن تعدد وظائف التغطية الإخبارية في النشرتين إنما يعكس زيادة العمق الإخباري للقضايا الاقتصادية، وتعدد زواياها وجوانبها الإخبارية.

خامساً: ما أنواع الأطر المستخدمة في تغطية قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات؟

جدول رقم (6)

أنواع الأطر المستخدمة في تغطية القضايا

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|----|-----------------------------|----|----------------------|
| | | | ك | % | ك | % | |
| 1 | 23.1 | 44 | 24.5 | 26 | 21.2 | 18 | التعاون |
| 2 | 15.2 | 29 | 16.1 | 17 | 14.1 | 12 | الأزمة |
| 3 | 12.6 | 24 | 13.2 | 14 | 11.8 | 10 | المسؤولية |
| 4 | 10.9 | 21 | 11.3 | 12 | 10.6 | 9 | النتائج المتوقعة |
| 5 | 10.5 | 20 | 10.4 | 11 | 10.6 | 9 | الاهتمامات الإنسانية |

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|--------------|
| | | | ك | ك | ك | ك | |
| 6 | 8.4 | 16 | 8.5 | 9 | 8.1 | 7 | العقوبات |
| 7 | 6.8 | 13 | 6.6 | 7 | 7.1 | 6 | الصراع العام |
| 8 | 5.2 | 10 | 4.7 | 5 | 5.9 | 5 | المحدد بقضية |
| 9 | 4.2 | 8 | 2.8 | 3 | 5.9 | 5 | التبرير |
| 10 | 3.1 | 6 | 1.9 | 2 | 4.7 | 4 | ن |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (6) إلى أنواع الأطر المستخدمة في تغطية قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات، وقد احتل إطار (التعاون) المرتبة الأولى بين أنواع الأطر المستخدمة بنسبة 23.1% من إجمالي العينة، يليه إطار (الأزمة) بنسبة 15.2%، يليه إطار (المسؤولية) بنسبة 12.6%، يليه إطار (النتائج المتوقعة) بنسبة 10.9%، يليه إطار (الاهتمامات الإنسانية) بنسبة 10.5%، يليه إطار (العقوبات) بنسبة 8.4%، يليه إطار (الصراع) بنسبة 6.8%، يليه الإطار (العام) بنسبة 5.2%، يليه الإطار (المحدد بقضية) بنسبة 4.2%، وأخيراً إطار (التبرير) بنسبة 3.1% من إجمالي العينة.

وقد تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في نسب استخدام أطر الصراع، والمؤامرة، والإطار العام، والمحدد بقضية، بينما تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في نسب استخدام أطر التعاون، والأزمة، والمسؤولية، والنتائج المتوقعة، وتقاربت النسب بين النشرتين في استخدام أطر العقوبات والاهتمامات الإنسانية. ومن هنا تستنتج الباحثة تعدد آليات التأطير المستخدمة في تغطية قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة بالنشرتين، خاصة نشرة السادسة المذاعة بقناة المملكة، والتي نجحت في إبراز القضايا الاقتصادية، والربط بين أحداثها، وعرض أوجه التعاون بين الأطراف ذات الصلة لعلها، واستخدام الشعارات المختلفة، وعرض التناقض بين الآراء المختلفة، وانتقاء القضايا الهامة ذات التأثير المباشر على الاقتصاد الأردني ومصالح المواطنين، وعرض الأزمات الاقتصادية المثارة حولها.

سادسا: ما حجم التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات؟

جدول رقم (7)

حجم التغطية الإخبارية للقضايا

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|--------------------------------------|
| | | | ك | ك | ك | ك | |
| 1 | 79.1 | 151 | 79.2 | 84 | 78.8 | 67 | تغطية متعمقة (عرض التفاصيل) |
| 2 | 20.9 | 40 | 20.8 | 22 | 21.2 | 18 | تغطية سطحية (الإشارة إلى القضية فقط) |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (7) إلى حجم التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية، وقد احتلت (التغطية المتعمقة من خلال عرض التفاصيل) المرتبة الأولى في حجم التغطية الإخبارية بنسبة 79.1% ، مقابل 20.9% للتغطية السطحية من خلال الإشارة إلى القضية فقط، وقد تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في تقديم التغطية الإخبارية المتعمقة للقضايا بنسبة 79.2% من إجمالي العينة، مقابل 78.8% للنشرة المسائية (قناة رؤيا).

ومن هذا المنطلق، تستنتج الباحثة وفرة المعلومات والتفاصيل المرتبطة بالقضايا الاقتصادية، والمذاعة عبر النشرتين عينة الدراسة، وذلك لاعتمادها على مصادر إخبارية مختلفة للمعلومات، تُسهم بدورها في زيادة العمق الإخباري للقضايا، ومساعدة محرري الأخبار بهاتين النشرتين على القيام بمسؤولياتهم المهنية والمجتمعية، في تقديم المعلومات والأخبار بصورة متكاملة للجمهور، وعدم إغفال أو إنقاص الحقائق لتحقيق مصالح شخصية، خاصة مع زيادة الأهمية الإستراتيجية للقضايا الاقتصادية، وتأثيرها على الاقتصاد الأردني.

سابعاً: ما اتجاه التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات؟

جدول رقم (8)

اتجاه التغطية الإخبارية للقضايا

| الترتيب | النسبة المئوية % | الإجمالي ك | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات | اتجاه التغطية الإخبارية |
|---------|------------------|------------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|---------|-------------------------|
| | | | % | ك | % | ك | | |
| 1 | 53.9 | 103 | 58.5 | 62 | 48.3 | 41 | | إيجابي |
| 2 | 30.9 | 59 | 29.2 | 31 | 32.9 | 28 | | سلبي |
| 3 | 15.2 | 29 | 12.3 | 13 | 18.8 | 16 | | محايد |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (8) إلى اتجاه التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات الإخبارية، وقد احتل الاتجاه (الإيجابي) المرتبة الأولى في اتجاه التغطية الإخبارية للقضايا بنسبة 53.9%، يليه الاتجاه (السلبي) بنسبة 30.9%، ثم الاتجاه (المحايد) بنسبة 15.2% من إجمالي العينة، كما غلبت الاتجاهات الإيجابية على التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في نشرة السادسة (قناة المملكة) بنسبة 58.5%، بينما غلبت الاتجاهات السلبية على التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في النشرة المسائية (قناة رؤيا) بنسبة 32.9% من إجمالي العينة.

وبناءً على ما سبق، تستنتج الباحثة غلبة الصورة الإيجابية للتغطية الإخبارية حول دور الدولة في مواجهة القضايا الاقتصادية، فضلاً عن اهتمام السياسة التحريرية للنشرتين بإبراز الرأي والرأي الآخر، واللجوء إلى المتخصصين والخبراء في القضايا الاقتصادية، لنقل صورة محايدة وموضوعية حول هذه القضايا، تبرز خلالها الآثار الإيجابية، والتي استهدفت تكثيف الجهود، وتشجيع العمل الإيجابي في قطاعات التجارة والصناعة والزراعة والسياحة، وتطوير البناء الاقتصادي للدولة، وعلى الجانب الآخر عرض المخاطر أو التهديدات التي

يمثلها استمرار هذه القضايا على الاقتصاد الأردني، حال تجاهلها من قبل الدولة، أو عدم تعاون المواطنين معها لمواجهة تلك القضايا، والحد من أثارها السلبية، وإدارتها بنجاح في المستقبل.

ثامنا: ما حجم التوازن أو الموضوعية في عرض قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة في النشرات؟

جدول رقم (9)

حجم التوازن أو الموضوعية في عرض القضايا

| الترتيب | النسبة المنوية % | الإجمالي ك | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات حجم التوازن أو الموضوعية |
|---------|------------------------|---------------|--------------------------------|-----|--------------------------------|----|--|
| | | | % | ك | % | ك | |
| 1 | 59.2 | 113 | 62.3 | 66 | 55.3 | 47 | عرض وجهات نظر متعددة |
| 2 | 28.3 | 54 | 27.3 | 29 | 29.4 | 25 | عرض وجهة نظر أحادية |
| 3 | 12.5 | 24 | 10.4 | 11 | 15.3 | 13 | لم يتم عرض أية وجهات نظر |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (9) إلى حجم التوازن أو الموضوعية في عرض قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة بالنشرات الإخبارية، وقد احتل (عرض وجهات النظر المتعددة) المرتبة الأولى في حجم التوازن أو الموضوعية في عرض القضايا بنسبة 59.2%، يليه (عرض وجهة نظر أحادية) بنسبة 28.3%، ثم (لم يتم عرض أية وجهات نظر) بنسبة 12.5% من إجمالي العينة، كما تعددت وجهات النظر في التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في نشرة السادسة (قناة المملكة) بنسبة 62.3%، فاقت خلالها النشرة المسائية (قناة رؤيا)، والتي زادت فيها نسب وجهات النظر الأحادية بنسبة 29.4% من إجمالي العينة.

وفي ضوء ما تقدّم، تستنتج الباحثة تعدد الرؤى المثارة حول قضايا الاقتصاد الأردني المقدمة بالنشريات، وتعدد الشخصيات المحورية القائمة على إدارتها واقتراح بدائل لحلها، نتيجة للمساحة الكبيرة التي أتاحتها التغطية الإخبارية أمام المتخصصين، للتعبير عن آرائها وأفكارهم بحرية تامة، دون ممارسة أية ضغوط أو قيود مهنية، وبعيداً عن التعقيم الإعلامي وحجب الحقائق والمعلومات الاقتصادية .

تاسعا: ما الاستمالات العقلية المستخدمة في عرض قضايا الاقتصاد الأردني بالنشرات؟

جدول رقم (10)

الاستمالات العقلية المستخدمة في عرض القضايا

| الترتيب | النسبة المنوية % | الإجمالي ك | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات الإستمالات العقلية |
|---------|------------------------|---------------|-----------------------------------|-----|--------------------------------|----|--|
| | | | % | ك | % | ك | |
| 1 | 42.4 | 81 | 41.5 | 44 | 43.5 | 37 | عرض بيانات وإحصاءات |
| 2 | 29.9 | 57 | 30.2 | 32 | 29.4 | 25 | التأكيد على المعلومات الصادرة على لسان المسؤولين |
| 3 | 15.7 | 30 | 16.9 | 18 | 14.1 | 12 | تقديم أدلة وبراهين |
| 4 | 7.3 | 14 | 6.6 | 7 | 8.2 | 7 | الاستشهاد بوقائع |
| 5 | 2.6 | 5 | 2.9 | 3 | 2.4 | 2 | نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية |
| 6 | 2.1 | 4 | 1.9 | 2 | 2.4 | 2 | تكرار عرض المعلومات |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (10) إلى الاستمالات العقلية المستخدمة في عرض قضايا الاقتصاد الأردني بالنشرات، وقد احتل (عرض البيانات والإحصاءات) المرتبة الأولى بين الاستمالات العقلية بنسبة 42.4% من إجمالي العينة، يليه (التأكيد على المعلومات الصادرة على لسان المسؤولين) بنسبة 29.9%، يليه (تقديم أدلة وبراهين) بنسبة 15.7%، يليه (الاستشهاد بوقائع) بنسبة 7.3%، يليه (نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية) بنسبة 2.6%، ثم (تكرار عرض المعلومات) بنسبة 2.1% من إجمالي العينة، وقد تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في استخدام استمالات عقلية تقوم على عرض البيانات والإحصاءات، والاستشهاد بالوقائع، وتكرار عرض المعلومات، بينما تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في استخدام استمالات عقلية تقوم على تأكيد المعلومات الصادرة على لسان المسؤولين، وتقديم الأدلة والبراهين، ونسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية.

وبناءً على ما سبق، تستنتج الباحثة نجاح التغطية الإخبارية للنشرتين في نقل صورة دقيقة للأخبار والمعلومات الاقتصادية، من خلال عرض البيانات الإحصائية الموثقة، التي تدعم الأخبار الاقتصادية، وتبرز مؤشرات التنمية في الاقتصاد الأردني، وعوامل الخلل في بعض قطاعات الدولة، وحجم الاستثمار في القطاع السياحي والصناعي والتجاري، فضلاً عن عرض المعلومات والقرارات الاقتصادية المهمة، التي ترد على لسان كبار الشخصيات في الدولة، والاعتماد على مصادر مختلفة للمعلومات، لنقل خدمة إخبارية متكاملة ومميزة للجمهور الأردني.

عاشرا: ما الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض قضايا الاقتصاد الأردني بالنشرات؟

جدول رقم(11)

الاستمالات العاطفية المستخدمة في عرض القضايا

| الترتيب | النسبة المئوية | الإجمالي | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات |
|---------|----------------|----------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|--|
| | | | % | ك | % | ك | |
| 1 | 48.2 | 92 | 48.1 | 51 | 48.2 | 41 | الرغبة في إعلاء المصلحة العليا للوطن |
| 2 | 21.5 | 41 | 22.6 | 24 | 20 | 17 | إظهار التعاطف مع الآخرين ومراعاة مصالحهم |
| 3 | 12.6 | 24 | 12.3 | 13 | 12.9 | 11 | التشجيع على الفكر أو العمل الإيجابي |
| 4 | 10.9 | 21 | 11.3 | 12 | 10.6 | 9 | التنبيه أو التحذير |
| 5 | 6.8 | 13 | 5.7 | 6 | 8.3 | 7 | الترهيب أو التخويف |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (11) إلى الإستمالات العاطفية المستخدمة في عرض قضايا الاقتصاد الأردني بالنشرات، وقد احتلت (الرغبة في إعلاء المصلحة العليا للوطن) المرتبة الأولى بين الاستمالات العاطفية بنسبة 48.2% من إجمالي العينة، يليها (إظهار التعاطف مع الآخرين ومراعاة مصالحهم) بنسبة 21.5%، يليه (التشجيع على الفكر أو العمل الإيجابي) بنسبة 12.6%، يليه (التنبيه أو التحذير) بنسبة 10.9%، وأخيراً (الترهيب أو التخويف) بنسبة 6.8% من إجمالي العينة.

وقد تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في استخدام ستمالات عاطفية تقوم على إظهار التعاطف مع الآخرين ومراعاة مصالحهم، والتحذير من العقوبات التي تفرضها الدولة على المواطنين حال مخالفة قراراتها وقوانينها، بينما تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في استخدام استمالات عاطفية تشجع على الفكر أو العمل الإيجابي، ودوره الفعّال في مواجهة القضايا الاقتصادية، والترهيب أو التخويف من الخطورة التي تمثلها الأزمات والحروب الدولية على الوضع الاقتصادي في البلاد.

ووفقاً لما سبق، تستنتج الباحثة وجود منظور قومي ووطني في تغطية النشرات الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني، نابع من مراعاة المصلحة والنفع العام، وتلبية مصالح واحتياجات الجمهور العام، كون العنصر البشري جزء لا يتجزأ من مقومات التنمية الاقتصادية الشاملة والمستدامة في البلاد، فضلاً عن تركيز التغطية الإخبارية للنشرتين على تأييد جهود الدولة في مواجهة القضايا الاقتصادية، وإبراز التكاتف بين مؤسسات الدولة المختلفة في دعم البناء الاقتصادي للدولة، والتزام القائمين عليها بالمسؤولية الاجتماعية في توعية الجمهور الأردني بالآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استمرار هذه القضايا، وتطوراتها المختلفة.

الحادي عشر: ما القوى الفاعلة داخل النشرات التي تتناول قضايا الاقتصاد الأردني؟

جدول رقم (12)

القوى الفاعلة داخل النشرات

| الترتيب | النسبة المئوية % | الإجمالي ك | نشرة السادسة (قناة المملكة) | | النشرة المسائية (قناة رؤيا) | | النشرات | القوى الفاعلة |
|---------|------------------|------------|-----------------------------|-----|-----------------------------|----|-------------------------|---------------|
| | | | % | ك | % | ك | | |
| 1 | 34.5 | 66 | 34.9 | 37 | 34.1 | 29 | مسؤولون بالجهات المعنية | |
| 2 | 19.4 | 37 | 17.9 | 19 | 21.2 | 18 | خبراء ومحللون اقتصاديون | |
| 3 | 14.1 | 27 | 15.1 | 16 | 12.9 | 11 | أكاديميون | |
| 4 | 11.5 | 22 | 12.3 | 13 | 10.6 | 9 | عمال وموظفون | |
| 5 | 7.9 | 15 | 7.5 | 8 | 8.2 | 7 | أحزاب أو قوى سياسية | |
| 6 | 5.8 | 11 | 5.7 | 6 | 5.9 | 5 | مستثمرون ورجال أعمال | |
| 7 | 4.7 | 9 | 4.7 | 5 | 4.7 | 4 | إعلاميون | |
| 8 | 2.1 | 4 | 1.9 | 2 | 2.4 | 2 | منظمات مجتمعية | |
| | 100 | 191 | 100 | 106 | 100 | 85 | ن | |

تشير بيانات الجدول السابق رقم (12) إلى القوى الفاعلة داخل النشرات التي تتناول قضايا الاقتصاد الأردني، وقد احتل (المسؤولون بالجهات المعنية) المرتبة الأولى في القوى الفاعلة داخل النشرتين بنسبة 34.5% من إجمالي العينة، وعلى رأسهم ملك الأردن، ورئيس الوزراء، والوزراء، وأعضاء مجلس النواب، يليهم (الخبراء والمحللون الاقتصاديون) بنسبة 19.4%، يليهم (الأكاديميون) بنسبة 14.1%، يليهم (العمال والموظفون) بنسبة 11.5%، يليهم (الأحزاب أو القوى السياسية) بنسبة 7.9%، يليهم (المستثمرون ورجال الأعمال) بنسبة 5.8%، يليهم (الإعلاميون) بنسبة 4.7%، وأخيراً (المنظمات المجتمعية) بنسبة 2.1% من إجمالي العينة.

وقد تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في ظهور فئة الخبراء، والمحللين الاقتصاديين، والأحزاب أو القوى السياسية، والمنظمات المجتمعية، كقوى فاعلة في التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني، بينما تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في ظهور فئة الأكاديميين والعمال أو الموظفين، وقد جاءت النسب متقاربة بين النشرتين في فئة المسؤولين بالجهات المعنية، والمستثمرين ورجال الأعمال، وتساوت النسب بين النشرتين في فئة الإعلاميين.

وفي ضوء ما سبق، تستنتج الباحثة قدرة التغطية الإخبارية للنشرتين على عرض الرؤى ووجهات النظر المختلفة حول القضايا الاقتصادية التي يعيشها المجتمع الأردني، والاستعانة بأصحاب الخبرة من المهنيين، والأساتذة، والباحثين في علم الاقتصاد، لإبراز الأبعاد المختلفة للقضايا، وعرض الأسس العلمية لمواجهتها، والتطبيق العملي للخطط الإستراتيجية، والبرامج التنفيذية التي تستهدفها الدولة لتحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة والمستدامة في البلاد، والتي تحتاج إلى تنسيق الجهود والخبرات في المجال العلمي والعملي، بحيث تتكامل مع جهود الدولة في مواجهة تلك القضايا.

خلاصة والتوصيات:

- احتل (الخبر) المرتبة الأولى بين أشكال عرض القضايا الاقتصادية بالنشرات الإخبارية بنسبة 45.1%، يليه (التقرير الإخباري) بنسبة 25.1%، يليه (التحليل الإخباري) بنسبة 17.8%، يليه (التحقيق الإخباري) بنسبة 7.3%، ثم (القصة الإخبارية) بنسبة 4.7%، وقد تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في عرض التقارير الإخبارية والأخبار البسيطة والمركبة، بينما تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في عرض التحقيقات والقصص الإخبارية.
- احتلت (البيانات الإحصائية) المرتبة الأولى بين وسائل الإبراز المستخدمة بالنشرات الإخبارية بنسبة 49.7%، تليها (الصور والفيديوهات الحية) بنسبة 21.5%، تليها (الصور والفيديوهات المسجلة) بنسبة 14.1%، تليها (الخرائط) بنسبة 8.4%، ثم (الإنفوجراف) بنسبة 6.3% من إجمالي العينة. وقد تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في عرض البيانات الإحصائية والصور والفيديوهات الحية، بينما تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في عرض الخرائط والإنفوجراف.
- احتلت قضية (ارتفاع أسعار المشتقات النفطية) المرتبة الأولى بين القضايا الاقتصادية المقدمة بالنشرات الإخبارية بنسبة 15.7% من إجمالي العينة، تليها قضية (ارتفاع أسعار فواتير المياه) بنسبة 10.9%، تليها قضية (التبادل التجاري) بنسبة 9.4%، تليها قضية (تنشيط الحركة السياحية) بنسبة 8.9%، تليها قضية (توفير فرص العمل للاجئين السوريين) بنسبة 7.3%، تليها قضيتي (حماية الاقتصاد الرقمي والمعاملات المالية، والتشجيع على الاستثمار) بنسبة 6.3%، يليها (قانون الملكية العقارية) بنسبة 5.2%، تليه قضية (زيادة الإنتاج الزراعي ودعم المزارعين) بنسبة 4.7%، تليها قضية (ارتفاع أسعار المنتجات الصناعية) بنسبة 4.2% من إجمالي العينة.
- احتل (عرض وجهات النظر المتعددة) المرتبة الأولى في حجم التوازن أو الموضوعية في عرض القضايا الاقتصادية بالنشرات الإخبارية بنسبة 59.2%، يليه (عرض وجهة نظر أحادية) بنسبة 28.3%، ثم (لم يتم عرض أية وجهات نظر) بنسبة 12.5% من إجمالي العينة، كما تعددت وجهات النظر في التغطية الإخبارية للقضايا الاقتصادية المقدمة في نشرة السادسة (قناة المملكة) بنسبة 62.3%، فاقت خلالها النشرة المسائية (قناة رؤيا)، والتي زادت فيها نسب وجهات النظر الأحادية بنسبة 29.4% من إجمالي العينة.
- احتل (المراسلون) المرتبة الأولى بين المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها النشرات في عرض قضايا الاقتصاد الأردني بنسبة 39.3% من إجمالي العينة، تليهم (تصريحات المسؤولين) بنسبة 29.8%، تليها (التقارير السنوية الصادرة عن المنظمات المحلية والدولية) بنسبة 16.2%، وقد تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في الاستعانة بشهود العيان، ووكالات الأنباء، والمواقع الإخبارية، بينما تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في الاعتماد على المراسلين، وتصريحات المسؤولين، والتقارير السنوية الصادرة عن المنظمات المحلية والدولية.

■ احتل (المسؤولون بالجهات المعنية) المرتبة الأولى في القوى الفاعلة التي تتناول قضايا الاقتصاد الأردني داخل النشرتين بنسبة %34.5 من إجمالي العينة، وعلى رأسهم ملك الأردن، ورئيس الوزراء، والوزراء، وأعضاء مجلس النواب، يليهم (الخبراء والمحللون الاقتصاديون) بنسبة %19.4، يليهم (الأكاديميون) بنسبة %14.1، يليهم (العمال والموظفون) بنسبة %11.5، يليهم (الأحزاب أو القوى السياسية) بنسبة %7.9 من إجمالي العينة. وقد تفوقت النشرة المسائية (قناة رؤيا) في ظهور فئة الخبراء، والمحللين الاقتصاديين، والأحزاب أو القوى السياسية، والمنظمات المجتمعية، كقوى فاعلة في التغطية الإخبارية لقضايا الاقتصاد الأردني، بينما تفوقت نشرة السادسة (قناة المملكة) في ظهور فئة الأكاديميين والموظفين.

توصيات في ضوء نتائج الدراسة:

1. نظراً لاحتلال (الخبر) المرتبة الأولى في عرض القضايا الاقتصادية، يُوصى بزيادة تنوع الأشكال الإخبارية الأخرى مثل (التقرير الإخباري) و(التحليل الإخباري) و(التحقيق الإخباري) لتعزيز قدرة النشرات الإخبارية على تقديم محتوى اقتصادي شامل ومتنوع. يمكن تحقيق ذلك عبر تطوير مهارات الصحفيين في إعداد تقارير وتحليلات معمقة.
2. بما أن (البيانات الإحصائية) تصدر قائمة وسائل الإبراز المستخدمة، ينبغي تعزيز استخدام (الصور والفيديوهات الحية) و(الخرائط) و(الإنفوجراف) لعرض البيانات الاقتصادية بشكل أكثر جاذبية وفعالية. يمكن عقد ورش عمل تدريبية للفرق التحريرية حول كيفية دمج هذه الوسائل بشكل مبتكر.
3. بالنظر إلى تركيز القضايا الاقتصادية الرئيسية في بعض المجالات مثل (أسعار المشتقات النفطية) و(ارتفاع أسعار فواتير المياه)، يُوصى بزيادة التركيز على قضايا أخرى مثل (التبادل التجاري) و(المشروعات التنموية وفرص العمل) لتعزيز شمولية التغطية الاقتصادية بالنشرات الإخبارية.
4. نظراً لارتفاع نسبة (عرض وجهات نظر متعددة) في التوازن الموضوعي، يُصح بتطبيق ممارسات توازن إضافية في تقديم القضايا الاقتصادية. ينبغي التركيز على تعزيز عرض وجهات النظر المختلفة لتوفير صورة أكثر شمولاً وموضوعية للمشاهدين.
5. رغم تفوق (المراسلين) و(تصريحات المسؤولين) كمصادر رئيسية، يُوصى بتوسيع استخدام (شهود العيان) و(الوكالات الإخبارية) و(المواقع الإخبارية) لزيادة تنوع المعلومات وتعزيز مصداقية التغطية الإخبارية.
6. مع تركيز ظهور (المسؤولين بالجهات المعنية) كقوى فاعلة، ينبغي العمل على زيادة ظهور (الخبراء والمحللين الاقتصاديين) و(الأكاديميين) و(العمال والموظفين) لتعزيز التغطية المتعمقة والموثوقة للقضايا الاقتصادية. يمكن تنظيم مقابلات وندوات عبر وسائل الإعلام مع هذه الفئات لإثراء المحتوى.

7. بالنظر إلى تفاوت الأداء بين النشرات الإخبارية المختلفة، يُوصى بتحقيق تكامل بين القنوات لتعزيز استراتيجيات العرض وتبادل أفضل الممارسات. يمكن تنظيم جلسات تنسيق وتبادل خبرات بين فرق العمل في القنوات المختلفة لتعزيز جودة التغطية الاقتصادية.
8. ينبغي توفير برامج تدريبية دورية للصحفيين والمحريين في كيفية استخدام الأدوات الإعلامية الحديثة، وتنوع طرق عرض القضايا الاقتصادية لضمان تقديم محتوى إعلامي مميز وجاذب للمشاهدين.

مقترحات بحثية:

- دراسة تأثير تنوع أشكال عرض القضايا الاقتصادية على فعالية التواصل الإعلامي حيث تحليل كيفية تأثير تنوع أشكال عرض القضايا الاقتصادية (مثل الخبر، التقرير، التحليل، التحقيق) على فهم المشاهدين وتفاعلهم مع المحتوى وذلك عبر إجراء مسح للآراء والتجارب لدى المشاهدين وتقييم كيف يساهم كل شكل في تحسين إدراك القضايا الاقتصادية.
- تقييم فعالية وسائل الإبراز المختلفة في تعزيز فهم القضايا الاقتصادية، حيث إعداد دراسة مدى تأثير وسائل الإبراز مثل البيانات الإحصائية، الصور والفيديوهات الحية، الخرائط، والإنفوجراف على قدرة المشاهدين على استيعاب المعلومات الاقتصادية وذلك من خلال تحليل المحتوى الإخباري مع استبيانات لتقييم تفاعل الجمهور مع هذه الوسائل.
- تحليل التأثيرات المترتبة على التركيز في قضايا اقتصادية محددة في النشرات الإخبارية، من خلال فهم كيفية تأثير التركيز على قضايا معينة مثل ارتفاع أسعار المشتقات النفطية أو ارتفاع أسعار المياه أو تنشيط الحركة السياحية، على استجابة السياسات الاقتصادية والإجراءات، وذلك من خلال دراسة الحالة للأثر الإعلامي على السياسات من خلال مقارنة بين التركيز الإعلامي على قضايا محددة والتغيرات السياسية أو الاقتصادية الناتجة.

المراجع:

- ¹ - خطة الاستجابة الأردنية للأزمة السورية للأعوام 2020-2022 /وزارة التخطيط والتعاون الدولي accessed on 28\9\2022 <https://www.mop.gov.jo/Ar/NewsDetails/>
- ² - المرصد الاقتصادي للأردن -مجموعة البنك الدولي / 2021 <https://www.albankaldawli.org/ar/news/press-release/2021/06/28/jordan-> accessed on 28\9\2022
- ³ - Heba Rafed Hameed, Yusra Khalid Ibrahim. "Processing Frameworks Of Economic Issues Regarding The Russian-Ukrainian War In The Websites Of Foreign Satellite Channels An Analytical Study Of The Economic Bulletin In The Websites Of The Two Bloomberg – Cnbc Economic Channels In English For The Period From 2/23 TO 5/23/2022". **The International Journal Of Interdisciplinary Organizational Studies**, vol. 19, 2024, pp. 84-103.
- ⁴ مروى سالم الكندية (2023). اتجاهات أصحاب الأعمال نحو معالجة البرامج الإذاعية والتلفزيونية للقضايا الاقتصادية في سلطنة عمان: دراسة ميدانية خلال عام 2023. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، سلطنة عُمان.
- ⁵ يوسف خلف صايل (2023). المعالجة الإعلامية للمشكلات الاقتصادية في البرامج التلفزيونية في الفضائيات العراقية. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة العراقية، كلية الإعلام، بغداد.
- ⁶ سميرة بن عمر، كريمة عرام . (2022) المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19 - دراسة تحليلية - مجلة الإحياء ، مج22، ع30، ص981.
- ⁷ -سهام سلمى عبدالله السنيد (2021). دور التلفزيون الأردني في معالجة قضايا الاقتصاد الوطني من وجهة نظر رجال الأعمال الأردنيين: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- ⁸ - حجاج مصطفى حجاج يوسف، إيمان محمد أحمد، وزينهم حسن علي (2021). معالجة البرامج الاقتصادية بالقنوات الفضائية المصرية لموضوعات المشروعات الشبابية الصغيرة والمتوسطة: دراسة تحليلية. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية ، ع35، ص123-182.
- ⁹ حبيب بوفضة (2021). الإعلامية للوضع الاقتصادي في الجزائر-دراسة تحليلية لمضمون حصة "الحوار الاقتصادي" في التلفزيون الجزائري.-رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر.
- ¹⁰ -عبدالله محمد حمدان العرامين (2020). البرامج الاقتصادية في تلفزيون فلسطين: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- ¹¹ سميرة كتفي، نصر الدين غراف. (2020) المعالجة الإعلامية للمواضيع الاقتصادية عبر التلفزيون دراسة تحليلية للشبكة البرمجية لقناة الجزائرية الثالثة. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية مج17، ع2، ص290.
- ¹² صلاح غانم نوري (2019) . قضايا التنمية الاقتصادية في القنوات الفضائية العراقية-دراسة تحليلية-. مجلة الجامعة العراقية ،مج3، ع44، ص435.
- ¹³ -أحمد علي حسن العارف الشباب (2019). معالجة التلفزيون الأردني وتلفزيون أبو ظبي لقضايا التنمية السياسية والاقتصادية: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة اليرموك، اربد.
- ¹⁴ -منازل سليمان الزين (2018). وظيفة التلفزيون في التنمية الاقتصادية: دراسة مسحية بالتطبيق على عينة من البرامج الاقتصادية بالتلفزيون القومي (2016-2017). رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان.
- ¹⁵ -حسين الهلة (2018). المعالجة الإعلامية لاتجاهات الأزمة الاقتصادية في الجزائر على قناة الشروق نيوز: دراسة تحليلية لعينة من برنامج (نقاط على الحروف). رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ورقلة.

- ¹⁶ إمام شكري القطان (2018). معالجة البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري لإستراتيجية مصر للتنمية المستدامة 2030م. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع16. ص431
- ¹⁷ ثريا محمد السنوسي، مروة محمد سعيد (2016). البرامج الاقتصادية على الفضائيات العربية: برنامج الاقتصاد والناس أنموذجاً (دراسة تحليلية). مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع12، ص163-183.
- ¹⁸ هند محمد نبيل (2015). دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية. المجلة الاجتماعية القومية، مج52، ع1، ص147-155.
- ¹⁹ -سعاد إبراهيم أحمد مسعود (2015). دور الفضائيات العربية في تعزيز التنمية الاقتصادية: دراسة حالة السودان في الفترة 2011-2014. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان.
- ²⁰ - Maria Cabrera, Elid Segev. "the Prominence of Weak Economies: Factors and Trends in Global News Coverage of Economic Crisis, 2009–2012". **International Journal of Communication**, Vol. 8, 2014, pp. 1-20.
- ²¹ -William Gamson, Andre Mudigliami. "Media Discourse and Public Opinion and Nuclear Power: A Contraction Approach". **American Journal Of Sociology**, Vol. 95, 1989.
- ²² -كمال الحاج (2020). "نظريات الإعلام والاتصال". دمشق، منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- ²³ - Laurent Ucker, Ernie Wiggin. "Making Connections: Framing as Discursive Strategy of Realer Response to Newspaper Coverage of .07 Allusion Wedding". **(Paper presented to the Inaugural Conference for the Centre of Mass Communication Research)**, University of South .Colombia, 1997.
- ²⁴ -Pamela Shoemaker. "Gatekeeping: Coommunication Concept 3". **Sage Publications**, 1991, pp. 3.
- ²⁵ -حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (2006). "الاتصال ونظرياته المعاصرة". ط6، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص346-350.
- ²⁶ تم تحكيم استمارة تحليل المضمون من قبل السادة المحكمين:
-أ.د أشرف جلال، القائم بعمل رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
-أ.د هويدا مصطفى، العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة، عميدة كلية الإعلام في جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
-أ.د تيسير أبو عرجة، أستاذ الإعلام في جامعة البتراء، الأردن.
-أ.د عمر خليل، أستاذ إدارة نظم المعلومات والاقتصاد، كلية العلوم الإدارية جامعة الكويت.
-أ.د كمال روبيح، أستاذ إدارة نظم المعلومات والاقتصاد، كلية العلوم الإدارية جامعة الكويت.
-د محمود السماسيري، الأستاذ المشارك في قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة سوهاج.
-د خزيم الخالدي، الأستاذ المساعد في قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام جامعة اليرموك، الأردن.