

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

خلف لافي الحلبا الحمّاد(*)

إشراف: أ.د. علي عجوة(**)

مقدمة

ظهر مصطلح المجتمع المدني لأول مرة في الأردن، في مقالة نشرت في صحيفة "الحق يعلو" عام 1923م، أي بعد نحو عامين على نشأة الدولة الأردنية، وقد تضمنت المقالة تعريفاً للمجتمع المدني، والتنظيمات المدنية الحديثة في الغرب، واختتمت المقالة بدعوة الحكومة إلى اتخاذ موقف إيجابي تجاه منظمات المجتمع المدني، وإحلالها محل الروابط الاجتماعية القديمة.⁽¹⁾

ويعمل في الأردن حالياً -حتى 1 يوليو 2015م- (5972) منظمة مجتمع مدني تتوزع على (19) فئة من التنظيمات المدنية تشمل الجمعيات الخيرية، والحقوقية، والبيئية، والهيئات الثقافية، وما شابه ذلك.⁽²⁾

ورغم أن المسار الديمقراطي الذي قطعه الأردن في السنوات العشر (1989-1998) لم يكن مساراً مستقراً، إذ شهدت العملية الديمقراطية فترات صعود وهبوط، وأحياناً تراجعاً حادة عن مكتسبات تحققت، إلا أن المكتسب الرئيس الذي تحقّق خلالها هو تحسين البيئة السياسية العامة المحيطة بالمجتمع المدني في الأردن، وهو ما بات يفرض إعادة النظر في العلاقة بين الدولة والمجتمع، وقد تجلّى ذلك في مظهرين رئيسيين، وهما: وقف تدخلات الدولة المستمرة في الشؤون الداخلية للتنظيمات المدنية، وتنامي الاعتراف بدور التنظيمات المدنية في التنمية الاجتماعية.⁽³⁾

وهنا يبرز دور وسائل الإعلام للاهتمام بقضايا منظمات المجتمع المدني، وتشكيل الوعي الجماهيري بأهمية هذه المنظمات، ودورها المجتمعي المساند للجهود الحكومية الهادفة لتنمية المجتمعات المحلية على الأصعدة كافة، وأن يكون دور وسائل الإعلام الرسمية والخاصة مستمراً وليس موسمياً، متميزاً بالمهنية وبعيداً عن الانتقائية.

فدور وسائل الإعلام في المجتمع المدني هو التركيز على مناقشة الجمهور، بدافع المخاوف بشأن التأثير العالمي للقوى السياسية والاقتصادية، فهي مكون أساسي من

(*) باحث دكتوراة- كلية الإعلام جامعة القاهرة

(**) أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان - بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

مكونات الحياة العامة، ثم إنَّها تسهل تشكيل الرأي العام والنقاش العقلاني في المجتمع، وتساعد على المشاركة المدنية التي لا غنى عنها للمجتمع الديمقراطي الناضج.⁽⁴⁾

وبانت دراسة موضوع الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني من الموضوعات المهمة التي يجب أن تحظى بالبحث في المؤسسات الدولية، والوطنية، إذ أصبحت أمراً ضرورياً لها، خاصةً بعد انتشار هذه المنظمات في مناطق المملكة الأردنية الهاشمية كافة، وزيادة أعدادها بدرجة كبيرة، وزيادة تواصل أفراد المجتمع مع هذه المنظمات، حيث تلعب وسائل الإعلام المختلفة دوراً مهماً وبارزاً في تكوين صورة منظمات المجتمع المدني من خلال ما تقوم به من ترويج لهذه المنظمات، وتغطية أعمالها من (حفلات، ومؤتمرات، وندوات، وتدشين مشاريع جديدة...)

من ذلك تعتبر اتجاهات الجمهور الأردني عنصرًا حاكمًا نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية في تحديد مدى فاعلية أدوار هذه المنظمات، واختبارًا حقيقيًا لقوة إسهاماتها المجتمعية، ما يجعل التعرف على هذه الاتجاهات ودراستها أمرًا ملخيًا.

مشكلة الدراسة

بالنظر إلى ما باتت تحظى به الصورة الذهنية من أهمية فائقة على المستويين الأكاديمي والعملي، فقد أضحت دراستها مطلباً بحثيًا، وعليه يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية في محاولة التعرف على اتجاهات الجمهور والصورة الذهنية المتكونة لديه عن منظمات المجتمع المدني الأردنية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة، في عوامل عدة أهمها ما يأتي:

- 1) معرفة مستوى تباين وجهات النظر واتجاهات الجمهور الأردني نحو الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني .
- 2) رصد اتجاهات الجمهور الأردني حيال منظمات المجتمع المدني، وما تقوم به من أنشطة في العديد من المجالات .
- 3) قلة الدراسات -تصل إلى حد الندرة- التي تناولت اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية، ورغم أهمية الموضوع لم يجد الباحث سوى استطلاعات الرأي السريعة، ولم يجد دراسات أكاديمية تتناول اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية.
- 4) حداثة المشكلة البحثية وجدتها وعدم أسبقية دراستها.
- 5) المساهمة في توضيح أبعاد صورة منظمات المجتمع المدني لدى الجمهور الأردني، والعوامل المؤثرة فيها، عبر دراسة علمية تراعي الأبعاد المنهجية

في البحث والتقصي، ومن ثم يصبح بمقدورها اتخاذ ما يلزم من خطوات وإجراءات للتعامل مع الموقف.

(6) تقديم مجموعة من النتائج العلمية التي يمكن أن تساعد الإعلام الأردني في بناء الاستراتيجيات المتصلة بالتنمية المحلية.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1) رصد اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية.
- 2) تحديد مصادر معلومات الجمهور الأردني عن منظمات المجتمع المدني.
- 3) قياس مستوى إدراك الجمهور الأردني لمصداقية المعالجة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية في تناول منظمات المجتمع المدني.
- 4) الكشف عن الفروق بين المتعاملين وغير المتعاملين مع منظمات المجتمع المدني في اتجاهاتهم نحو صورة المنظمات كما قدمتها وسائل الإعلام.

الدراسات السابقة

قام الباحث بمراجعة الدراسات والبحوث السابقة ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة، بغية استخلاص أهم النتائج والمؤشرات العامة التي أسفرت عنها هذه الدراسات، والتعرف على أهم ما طرحته من قضايا وتساؤلات بحثية حتى تتواصل دراستنا معها فتفيد منها، وننطلق من نتائجها ونضيف إلى المعرفة السابقة في موضوع الدراسة بعداً جيداً على مستوى الممارسة العملية بها، وقد تنوعت الدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة، وذلك على النحو التالي:

1- دراسة هناء صالح، 2005م، بعنوان: دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات السياسية الإقليمية والدولية لدى الرأي العام المصري.⁽⁵⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام في تشكيل صورة الأمم المتحدة كمنظمة عالمية وجامعة الدول العربية كمنظمة إقليمية لدى الرأي العام المصري، والكشف عن مدى اعتماد الرأي العام على وسائل الإعلام في تكوين معارفه واتجاهاته نحو المنظمات السياسية، والتعرف على التصورات الإعلامية المقدمة في الصحف المصرية للمنظمات الإقليمية والعالمية.

وأجريت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (600) مفردة من الرأي العام المصري، وعينة تحليلية من الصحف، وهي: (الأهرام، والأخبار، وأخبار اليوم، والوفد، والأهالي، والعربي، وصوت الأمة).

وخلصت نتائج الدراسة إلى أن صورة الجامعة العربية عند الرأي العام المصري محايدة بنسبة 77.8%، وإيجابية بنسبة 18.5%، وسلبية بنسبة 3.7%، كما جاءت صورة المنظمات الإقليمية والعالمية لدى الرأي العام المصري محايدة وغير حاسمة باتجاه محدد إيجاباً أو سلباً، كما وجدت أن الجوانب السلبية تزيد بالنسبة للأمم المتحدة، وتقل بالنسبة للجامعة العربية.

2- دراسة ستين جونسون ونجولارس (Kari Steen-Johnsen & Bernard Enjolras, 2015) بعنوان: "وسائل الإعلام الاجتماعية ومنظمات المجتمع المدني: التحديات المتغيرة"⁽⁶⁾

هدفت الدراسة إلى تحليل استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية من منظمات المجتمع المدني، والدور الذي تقوم به هذه المنظمات. أجريت الدراسة على عينة عمدية تكونت من منظمة العفو الدولية في الترويج (AIN) بوصفها إحدى فروع منظمات العفو الدولية.

وكانت أبرز نتائج الدراسة أن الاستخدام الناجح لوسائل الإعلام الاجتماعية في منظمات المجتمع المدني يعتمد كثيراً على أنظمتها الأولية وثقافات الجمهور الداخلي والخارجي، كما أن هناك علاقة ارتباطية بين استخدام الفيسبوك لحشد الدعم للحملات ورفع مستوى الوعي، وأن (AIN) تمكنت من المحافظة على مصداقيتها في نظر الجمهور، ونجحت في الاستفادة من التجارب وتنفيذها على الأنظمة الأساسية لوسائل الإعلام الاجتماعية، وسلطت الضوء على بعض الشروط الإدارية المسبقة التي قد تكون ذات أهمية لنجاح منظمات المجتمع المدني.

وكشفت النتائج أن (AIN) كانت دقيقة في استراتيجيتها لإطلاق موقع إلكتروني جديد واستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، وشمل هذا العمل استراتيجيات تنظيمية محددة للاتصال، وتمثل هذه العملية ووعي يعكس التحديات المحتملة، كما أن قسم القادة والاتصالات في (AIN) على درجة عالية من الاحتراف.

3- دراسة كاديز وآخرون (Cabello Cádiz et al, 2014) بعنوان: "منظمات المجتمع المدني في عصر مجتمع المعلومات: وسائل الإعلام الجديدة وأشكال جديدة من المشاركة"⁽⁷⁾

هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة منظمات المجتمع المدني مع وسائل الإعلام حديثة العصر (الإلكترونية)، وأشكال الشراكة بينهما. وأجريت دراسة تحليلية لعدد من الأخبار من محطات الإذاعة والتلفزيون العامة، والإعلام الرقمي، والشبكات الاجتماعية، في دول أمريكا اللاتينية مثل تشيلي والبرازيل.

وأوضحت أبرز نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة فتحت المجال لأشكال جديدة من الاتصالات، وتفعيل أنشطة المنظمات الجماعية لملء الفراغ الناجم عن

الأزمات السياسية، الذي لوحظ في البلدان الاستبدادية، أما وسائل الإعلام التقليدية فتركز على الفئات الاجتماعية والاقتصادية التي يسهل التعرف عليها، كما أوضحت أن منظمات المجتمع المدني في أمريكا اللاتينية والعالم تحتاج أن تقترب من محطات الإذاعة والتلفزيون العامة، والإعلام الرقمي، والشبكات الاجتماعية التي تتمكن من تنسيق العمل الجماعي معها ونشر أنشطتها.

وتوصلت النتائج إلى أنه لم يتم إعطاء أهمية حقيقية لعملية التحول من وسائل الإعلام التقليدية إلى وسائل الإعلام الجديدة؛ لأن هذه الأشكال الجديدة من الاتصالات تتشابه مع أشكال جديدة من التنظيم الاجتماعي، وأن المجتمع المدني بطبيعته يستقي قوته من الثقافة المدنية التي تتمحور حول الحرية والمساواة والمواطنة التي تمثل قيماً عامة تتفرع عنها قيم أخرى لتمثل هذه القيم الأهداف المرجوة من إنشاء المؤسسات المدنية.

4- دراسة اتوني وآخرون (Mohamed Attounia et al, 2014) بعنوان: "منظمات المجتمع المدني وكيفية تبنيها واستخدامها لوسائل الإعلام الاجتماعية للتواصل مع المجتمع الليبي".⁽⁸⁾

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد آلية تبني منظمات المجتمع المدني للفيديو واستخدامها له، وكيف يحفز الفيديو المتطوع أو المتبرع على مساعدة المنظمات؛ لأن وسائل الإعلام الاجتماعية أصبحت قنوات اتصال مهمة وفعالة للتواصل بين هذه المنظمات وبين أفراد المجتمع. وأجرت دراسة تحليلية لصفحة الفيديو لمنظمة من منظمات المجتمع المدني الليبي.

وأكدت أبرز نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية لعبت دوراً فاعلاً في الثورة الليبية، وكانت أداة قوية لدفع الحياة في ليبيا بعد الثورة، فهي تُعجل بسرعة تداول المعلومات وانتشارها، وفي الوقت نفسه وظفت منظمات المجتمع المدني هذه الأداة لدعم هذا الحدث التاريخي، كما أكدت أن وسائل الإعلام الاجتماعية جعلت تلك المنظمات أكثر عرضة للمحاسبة عن مشاركتها في الأحداث العامة، وسعيها الدائم لتكون محل ثقة وأمانة من خلال الشفافية والانفتاح في جميع أنشطتها، فالمؤسسات الإعلامية في المجتمع أصبحت منبراً ومحوراً للنقاش من أجل القرار السليم.

5- دراسة يانغ وآخرون (Betty Yung et al, 2014) بعنوان: "الأدوار المتنوعة للإعلام البديل في المجتمع المدني بهونج كونج: بدءاً من الخطاب العام إلى النشاط الاجتماعي".⁽⁹⁾

هدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام البديلة (AM) في منظمات المجتمع المدني في هونج كونج. أجريت الدراسة على عينة عمدية مكونة من 25 فرداً من (أعضاء هيئة التحرير، والصحفيين، والقراء، والمساهمين)، في وسائل الإعلام البديلة وهي (الراديو عبر الإنترنت) في هونج كونج.

أثبتت أبرز نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام البديلة (AM) تلعب أدواراً متنوعة وكثيرة في المجتمع المدني كما يتضح من وسائل الإعلام في هونج كونج، بدءاً من نشر المعلومات البديلة إلى كونها منصة للناشطين الاجتماعيين لحشد النشاط الاجتماعي المدني، فهي أدوار متداخلة ومتفاعلة مع بعضها البعض.

كما أثبتت النتائج أن الإعلام البديل في هونج كونج ليس إعلاماً مغموراً أو سرياً، فالنظام السياسي غير ديمقراطي بالكامل في هونج كونج، ما جعل وسائل الإعلام البديلة أداة مراقبة وإشراف على السلطة لمنع إساءة استخدام السلطة من جانب الحكومة، وتوفير المدخلات لصياغة السياسات من خلال رسم رؤية للتطور المستقبلي في هونج كونج، وتشكيل توجه السياسات الحكومية وتقويمها باستمرار.

6- دراسة كوستانتين (Deus Costantine, 2013) بعنوان: "وسائل التواصل الاجتماعي والأداء التنظيمي بين منظمات المجتمع المدني في تانزانيا"⁽¹⁰⁾

هدفت الدراسة إلى تقييم دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأداء التنظيمي على الساحة السياسية بين منظمات المجتمع المدني في تانزانيا. وأجريت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من تسع منظمات من منظمات المجتمع المدني التي تعمل في المجال السياسي في تانزانيا.

وبينت أبرز نتائج الدراسة أن منظمات المجتمع المدني تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير ولهم سياستهم الخاصة عليها، وساهم استخدام هذه الوسائل بشكل ملحوظ في زيادة ورفع الفاعلية والكفاءة التنظيمية للمنظمات التي تستخدمها جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة والتلفزيون).

كما بينت النتائج أهم التحديات الرئيسية التي تواجه منظمات المجتمع المدني المستخدمة لوسائل التواصل الاجتماعي في صعوبة الوصول إلى الإنترنت، وعدم الكفاءة التقنية في استخدام هذه الوسائل، وصعوبة السيطرة على حركة تدفق المعلومات.

وأوضحت النتائج أنه يجب على منظمات المجتمع المدني تحديث حساباتهم بانتظام في وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام هذه الوسائل مع غيرها من قنوات الاتصال الأخرى مثل وسائل الإعلام التقليدية، وكذلك تطوير سياسات واستراتيجيات خاصة فيها بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما يجب على منظمات المجتمع المدني رفع وعي موظفيها والعاملين بها، وبناء قدراتهم لتحقيق الاستخدام الفعال لهذه الوسائل، وفي الوقت نفسه يجب على الحكومة تطوير البنية التحتية للشبكة لتسهيل الوصول إلى الإنترنت في جميع أنحاء البلاد.

الإطار النظري:

اعتمد الباحث في دراسته على نظرية المعرفة الإدراكية Perceptual Cognitive Theory، وفيما يلي شرحاً لمفهوم هذه النظرية، وفروضها، وأوجه الاستفادة منها في الدراسة الحالية.

1- مفهوم النظرية:

إن مفهوم نظرية المعرفة الإدراكية يرتبط باعتبار الخبرة الحسية والإدراكية مصدراً مميزاً من مصادر المعرفة حولنا، وتفسر هذه الفكرة تبرير أسباب المعتقدات حول العالم من حولنا، ونحن نصنع هذه المعرفة الإدراكية من خلال مناقشة الكائنات ذوي الخبرة.⁽¹¹⁾

وإن فكرة الإدراك والرؤية تتطلب وجود الذكاء لحل المشاكل القائمة على المعرفة، وخطأ الإدراك يمكن أن يكون بسبب كون المعرفة غير مناسبة أو خاطئة.⁽¹²⁾

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي، الذي كونه عن العالم المحيط به، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى، ويدركون العالم الخارجي في إطار هذا المعنى، فيأتي سلوكهم متأثراً بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به. وبالإضافة إلى النظام الإدراكي الذي يؤثر على رؤية الفرد للأشياء المحيطة به في إطار المدركات المختزنة في العقل، فإن الفرد يفترض بنية معينة للمظاهر الأخرى في العالم، ويفسر الأفراد ما يلاحظونه ويصدرون أحكامهم، ويحاولون أن يفسروا مشاعرهم ومشاعر الآخرين، وهذه كلها تؤثر في الموقف السلوكي واستجابتنا له.⁽¹³⁾

وتركز هذه النظرية على أهمية المعنى الذي يعطيه المتلقي للرسالة، ومن ثم فإننا إذا أردنا التنبؤ بتأثير رسالة ما على اتجاه فرد معين، فلا بد أن نعرف كيف يدرك هذا الفرد الرسالة، فعلى سبيل المثال يفترض أش أن المعنى الحقيقي لأي عبارة يتحدد من خلال قائلها.⁽¹⁴⁾

ويركز أصحاب هذه النظرية على مفاهيم التوازن أو التآلف والتباين المعرفي التي تهتم بالأساليب التي نلجأ إليها لإعادة ترتيب معارفنا حتى تصبح متألّفة أو متسقة.⁽¹⁵⁾

مما يعني أن المعلومة التي يتلقاها الفرد تتعرض إلى سلسلة عمليات ومعالجة يتم من خلالها إعادة بناء المعلومات، وإدراكها والاستخلاص منها، والحكم عليها، وتوليد الأفكار منها، وتخزينها، وتوليد الصور والاتجاهات منها، ومن ثم استدعاؤها عند ورود المعاني والمعارف المتعلقة بها.⁽¹⁶⁾

والإدراك حسب هذه النظرية هو العملية التي يقوم بها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات ومعاني المدركات الحسية، وهذا يعني أن الفرد لا يقوم بتفسير الرسائل في معاني مطابقة لها تماماً، ولكن التفسير يكون في إطار التفاعل بين الرموز التي تم استقبالها وبين المعرفة ذات العلاقة بها التي يستعين بها الفرد المتلقي.⁽¹⁷⁾ وكذلك، فإن الإدراك يقع بين مجالي العمليات الحسية في جانب والعمليات المعرفية من جانب آخر.⁽¹⁸⁾

وهذا ما يوضح عدم تطابق التفسير بين كل الأفراد بالنسبة للرسالة الواحدة، لتباين المعرفة الإدراكية ونظام عملها بين كل فرد وآخر بتأثير التنشئة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي، الذي قد يختلف من فرد لآخر، وكما يتغير النظام الإدراكي بين فرد وآخر، فإنه يتغير أيضاً بالنسبة للفرد بتغير المواقع والأدوار، وتغير الخصائص والسمات العامة والاجتماعية للفرد نفسه.⁽¹⁹⁾

بمعنى أن المعارف والرسائل ذات العلاقة بمنظمات المجتمع المدني التي يتلقاها الجمهور الأردني، يتباين فيها إدراكهم بحسب التنشئة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي، والذي هو يختلف من شخص لآخر، بل هو يختلف في الشخص نفسه من وقت لوقت أو من موقف لآخر.

وتهتم هذه النظرية بمعرفة كيفية تشكيل المواقف والاتجاهات من خلال رسائل إقناعية، وتفترض أن عملية تشكيل الموقف والاتجاه عملية ذاتية يقوم بها المتلقي نفسه، أثناء عملية القراءة أو المشاهدة أو الاستماع، حيث تتولد الأفكار حول المضمون، من خلال عناصر العملية الاتصالية ذاتها، وفي مقدمتها مصداقية المصدر لتتشكل الاستجابة المعرفية وفق اتجاه المضمون، وأيضاً من خلال الربط بين الأفكار الجديدة والخبرات السابقة.⁽²⁰⁾

2- فروض النظرية:

يفترض أصحاب هذه النظرية أن الفرد يتأثر في سلوكه بالنظام الإدراكي والمعرفي، الذي كونه عن العالم المحيط به، والأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم في أشكال ذات معنى، ويدركون العالم الخارجي في إطار هذا المعنى، فيأتي سلوكهم متأثراً بهذه المعاني التي يكونها الفرد عن الأشياء المحيطة به، وبالإضافة إلى النظام الإدراكي الذي يؤثر على رؤية الفرد للأشياء المحيطة به، فإنه يفترض بنية معينة للمظاهر الأخرى في العالم، ويفسر الأفراد ما يلاحظونه ويصدرون أحكامهم، ويحاولون أن يفسروا مشاعرهم ومشاعر الآخرين، وهذه كلها تؤثر في الموقف السلوكي واستجابتنا له.⁽²¹⁾

تركز نظرية المعرفة الإدراكية على أهمية المعنى الذي يعطيه المتلقي للرسالة، ومن ثم فإننا إذا أردنا التنبؤ بتأثير رسالة ما على اتجاه فرد معين، فلا بد أن نعرف كيف يدرك هذا الفرد الرسالة، فعلى سبيل المثال يفترض آس أن المعنى الحقيقي لأي عبارة يتحدد من خلال قائلها.⁽²²⁾

إن الأفراد عندما يتلقون رسالة ما، فإنهم يحاولون ربطها بالمخزون المعرفي لديهم عن موضوع الرسالة، وهم عند قيامهم بذلك تصدر عنهم استجابات معرفية تختلف عما ورد بالرسالة، فإذا كانت هذه الاستجابات مؤيدة فإن المتلقي يستقبل الرسالة، أما إذا كانت الرسالة تثير استجابات معرفية معادية فإن المتلقي سيرفض الرسالة، وتكون استجابات المتلقي المعرفية أكثر إقناعاً من الحجج التي تقدمها الرسالة، ما قد ينتج عنه رد فعل عكسي تجاه الرسالة.⁽²³⁾

3- أوجه الاستفادة من النظرية:

وبناء على ما سبق، فإن هذه النظرية تفيد الدراسة من خلال تباين إدراك الجمهور في إدراكهم للمعارف والرسائل ذات العلاقة بمنظمات المجتمع المدني التي يتلقونها، ومدى إسهام معارف وتجارب الإعلاميين عن هذه المنظمات وما يختزنونه في بلورة الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني، كما تفيد في اختبار وقياس الفرضيات التي تقوم عليها، بغية التحقق من مدى صحتها.

نوع الدراسة ومنهجها

1- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة وصفية (Research Descriptive) تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين، وتحليلها للوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة أو الموقف، ورصد صورة منظمات المجتمع المدني الأردنية لدى الجمهور الأردني.

2- منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح، ويعد هذا المنهج من أبرز المناهج المستخدمة لدراسة جمهور وسائل الإعلام وجمع المعلومات عن حالة الأفراد وخصائصهم الاجتماعية واتجاهاتهم وسلوكهم.⁽²⁴⁾ ويشتمل على أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، قام الباحث باختيار عينة من الجمهور الأردني لدراسة خصائصه ومعرفة اتجاهاته نحو المضامين الإعلامية، من خلال كم كبير من المعلومات عن موضوع الدراسة؛ ليحقق الباحث أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فرضياتها، باستمارة الاستبانة التي تم تصميمها لتحقيق هذا الهدف.

3- مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جمهور المملكة الأردنية الهاشمية بصفاته كافة، الذين تبلغ أعمارهم 18 سنة فما فوق.

4- عينة الدراسة:

نظراً لكبير حجم مجتمع الدراسة إذ بلغ عدد الأردنيين لعام 2015م، حسب دائرة الإحصاءات العامة (6,613,587) نسمة،⁽²⁵⁾ فقد تم اللجوء إلى أخذ عينة عمدية

حصصية تتمثل في المحافظات الأردنية الأكبر حجماً بين أقاليم الشمال والوسط والجنوب من حيث عدد السكان وهي (عمان- إربد- الكرك)؛ لأن هذه المحافظات تمثل كثافة سكانية مرتفعة ومتنوعة مقارنة بتعداد سكان المجتمع الأردني في باقي المحافظات، وذلك حسب دائرة الإحصاءات العامة إذ بلغت نسبة السكان الذين يقيمون في الحضر 90.3% من مجموع السكان العام.⁽²⁶⁾

وبلغ حجم العينة (480) مبحوثاً من الجمهور الأردني بمختلف فئاته، الذين يتراوح متوسط أعمارهم من (18 سنة فما فوق)، وتم الاستقرار على هذا العدد بناءً على اعتبارات إحصائية، حيث تذكر المراجع الخاصة بتقرير الحجم اللازم للعينة أنه إذا زاد حجم مجتمع الدراسة عن مليون مفردة، يكون الحجم اللازم للعينة 384 مفردة،⁽²⁷⁾ وتم توزيعها بطريقة التوزيع المتساوي بين المحافظات الثلاث بواقع 160 مبحوثاً من كل محافظة، وطبقت استمارة استبانة الجمهور على العينة.

5- أدوات جمع البيانات:

تستخدم الدراسة استمارة الاستبانة، وذلك لجمع البيانات الميدانية عن آراء الجمهور الأردني واتجاهاته نحو منظمات المجتمع المدني ممثلاً في عينة الدراسة التي تكونت من (480) مفردة وبمختلف فئاته تحقيقاً لأهداف الدراسة واختبار فروضها والإجابة عن تساؤلاتها المختلفة. واستمارة الاستبانة هي نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع، أو مشكلة، أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية، أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد.⁽²⁸⁾ وقد طبقت على الجمهور الأردني عن طريق المقابلة الشخصية.

تساؤلات الدراسة:

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1) ما مدى متابعة الجمهور الأردني أخبار منظمات المجتمع المدني عبر وسائل الإعلام؟
- 2) ما اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني؟
- 3) ما مدى معرفة الجمهور الأردني بمعلومات حول منظمات المجتمع المدني؟
- 4) ما مصادر تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الجمهور الأردني؟
- 5) أي الوسائل الإعلامية الأردنية أكثر فعالية في تكوين صورة منظمات المجتمع المدني لدى الجمهور؟
- 6) ما مدى ثقة الجمهور الأردني بأداء منظمات المجتمع المدني؟
- 7) ما تقييم الجمهور الأردني للمعالجة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية في تناول منظمات المجتمع المدني؟

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

نتائج الدراسة:

وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة الميدانية واختبار فرضياتها من خلال قياس اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية، وتمثلت خصائصهم علي النحو التالي:

1- من حيث النوع:

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة في المحافظات الأردنية الثلاث بحسب النوع

النوع	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
ذكور	ك	71	70	68
	%	%47.3	%46.7	%45.3
إناث	ك	79	80	82
	%	%52.7	%53.3	%54.7
الإجمالي	ك	150	150	150
	%	%100	%100	%100

يتضح من الجدول رقم (1) أن نسبة الإناث ضمن عينة الدراسة بلغت %53.6، في حين بلغت نسبة الذكور %46.4، أما على مستوى محافظات تطبيق الدراسة، فقد بلغت نسبة الإناث في عينة الدراسة من محافظة الكرك %54.7، وبلغت نسبتهن في محافظة إربد %53.3، بينما بلغت نسبتهن في محافظة عمان %52.7. أما الذكور فقد بلغت نسبتهم في محافظة عمان %47.3 ضمن عينة الدراسة، بينما بلغت نسبتهم في محافظة إربد %46.7، في حين بلغت نسبتهم في محافظة الكرك %45.3.

2- من حيث المرحلة العمرية:

جدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة في المحافظات الأردنية الثلاث بحسب المرحلة العمرية

المرحلة العمرية	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
من 18 سنة لأقل من 30 سنة	ك	91	107	82
	%	%60.7	%71.3	%54.7
من 30 سنة لأقل من 40 سنة	ك	26	30	34
	%	%17.3	%20	%22.7
من 40 سنة لأقل من 50 سنة	ك	22	8	23
	%	%14.7	%5.3	%15.3
من 50 سنة لأقل من 60 سنة	ك	5	4	9
	%	%3.3	%2.7	%6
من 60 سنة فأكثر	ك	6	1	2
	%	%4	%0.7	%1.3
الإجمالي	ك	150	150	150
	%	%100	%100	%100

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

يبين الجدول رقم (2) أن غالبية المبحوثين في عينة الدراسة يقعون ضمن المرحلة العمرية من 18 سنة لأقل من 30 سنة بنسبة 62.2%، يليهم المبحوثون في المرحلة العمرية من 30 سنة لأقل من 40 سنة بنسبة 20%، ثم المبحوثون في المرحلة العمرية من 40 سنة لأقل من 50 سنة بنسبة 11.8%، ثم المبحوثون في المرحلة العمرية من 50 سنة لأقل من 60 سنة بنسبة 4%، وأخيراً المبحوثون في المرحلة العمرية 60 سنة فأكثر بنسبة 2% ضمن عينة الدراسة. أما على مستوى محافظات تطبيق الدراسة، فقد كانت غالبية المبحوثين ضمن الفئة العمرية من 18 سنة لأقل من 30 سنة، حيث بلغت نسبتهم في محافظة إربد 71.3%، يليهم المبحوثون في محافظة عمان بنسبة 60.7%، ثم المبحوثون في محافظة الكرك بنسبة 54.7% ضمن عينة الدراسة، أما في الفئة العمرية من 30 سنة لأقل من 40 سنة فقد بلغت نسبتهم في محافظة الكرك 22.7%، يليهم المبحوثون في محافظة إربد بنسبة 20%، ثم المبحوثون في محافظة عمان بنسبة 17.3% ضمن عينة الدراسة.

3- من حيث الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة في المحافظات الأردنية الثلاث بحسب الحالة الاجتماعية

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				الحالة الاجتماعية	ك
125	53	28	44	ك	متزوج
%27.8	%35.3	%18.7	%29.3	%	
314	90	120	104	ك	أعزب
%69.8	%60	%80	%69.3	%	
11	7	2	2	ك	مطلق/ أرملة
%2.4	%4.7	%1.3	%1.4	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

يبين الجدول رقم (3) أن نسبة العزاب بلغت 69.8% من إجمالي المبحوثين في عينة الدراسة، يليهم المتزوجون بنسبة 27.8%، وأخيراً جاء المطلقون والأرامل بنسبة 2.4%.

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الثلاث لعينة الدراسة، ففي محافظة عمان بلغت نسبة العزاب 69.3%، يليهم المتزوجون بنسبة 29.3%، وأخيراً جاء المطلقون والأرامل بنسبة 1.4%. أما في محافظة إربد فبلغت نسبة العزاب 80% من مبحوثي المحافظة، يليهم المتزوجون بنسبة 18.7%، وأخيراً جاء المطلقون والأرامل بنسبة 1.3%. أما بالنسبة لمحافظة الكرك فقد بلغت نسبة العزاب 60% من مبحوثي المحافظة، يليهم المتزوجون بنسبة 35.3%، وأخيراً جاء المطلقون والأرامل بنسبة 4.7%.

4- من حيث المستوى التعليمي:

جدول رقم (4)

توزيع عينة الدراسة في المحافظات الأردنية الثلاث حسب المستوى التعليمي

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				المستوي التعليمي	
28	16	4	8	ك	ثانوية عامة فأقل
6.2%	10.7%	2.7%	5.3%	%	
25	18	4	3	ك	دبلوم
5.6%	12%	2.7%	2%	%	
356	111	133	112	ك	بكالوريوس
79.1%	74%	88.6%	74.7%	%	
41	5	9	27	ك	ماجستير ودكتوراه
9.1%	3.3%	6%	18%	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
100%	100%	100%	100%	%	

يوضح الجدول رقم (4) أن نسبة حملة البكالوريوس بلغت 79.1% من إجمالي المبحوثين في عينة الدراسة، يليهم حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة 9.1%، ثم حملة الثانوية العامة بنسبة 6.2%، وأخيراً جاء حملة الدبلوم بنسبة 5.6% من إجمالي المبحوثين في عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الثلاث لعينة الدراسة، ففي محافظة عمان بلغت نسبة حملة البكالوريوس 74.7%، يليهم حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة 18%، ثم حملة الثانوية العامة بنسبة 5.3%، وأخيراً جاء حملة الدبلوم بنسبة 2%. أما في محافظة إربد فقد بلغت نسبة حملة البكالوريوس 88.6%، يليهم حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة 6%، ثم حملة الثانوية العامة وحملة الدبلوم بنسبة 2.7% من مبحوثي المحافظة، أما بالنسبة لمحافظة الكرك فقد بلغت نسبة حملة البكالوريوس 74% من مبحوثي المحافظة، يليهم حملة الدبلوم بنسبة 12%، ثم حملة الثانوية العامة بنسبة 10.7%، وأخيراً جاء حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة 3.3%.

5- من حيث الوظيفة:

جدول رقم (5)

توزيع عينة الدراسة في المحافظات الأردنية الثلاث حسب الحالة الوظيفية

الوظيفة	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
يعمل	ك	33	75	190
	%	%22	%50	%42.2
لا يعمل	ك	117	75	260
	%	%78	%50	%57.8
الإجمالي	ك	150	150	450
	%	%100	%100	%100

يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة من يعملون بلغت 42.2% من إجمالي المبحوثين في عينة الدراسة، بينما وصلت نسبة غير العاملين إلى 57.8%.

وعلى مستوى كل محافظة من محافظات الدراسة، ففي محافظة عمان بلغت نسبة العاملين 54.7%، في حين بلغت نسبة غير العاملين 45.3%، أما في محافظة إربد فقد بلغت نسبة غير العاملين 78%، وبلغت نسبة العاملين 22%، وأخيراً في محافظة الكرك، فقد تساوت نسبة العاملين وغير العاملين عند 50% لكل منهما.

6- من حيث الانضمام لمنظمات المجتمع المدني:

جدول رقم (6)

توزيع عينة الدراسة في المحافظات الأردنية الثلاث حسب مدى الانضمام لمنظمات مجتمع مدني

مدى الانضمام	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
نعم	ك	15	18	51
	%	%10	%12	%11.3
لا	ك	135	132	399
	%	%90	%88	%88.7
الإجمالي	ك	150	150	450
	%	%100	%100	%100

يبين الجدول رقم (6) أن نسبة الأعضاء في هذه المنظمات بلغت 11.3% من إجمالي المبحوثين في عينة الدراسة، بينما وصلت نسبة غير الأعضاء 88.7%.

وعلى مستوى كل محافظة من محافظات الدراسة، ففي محافظة عمان بلغت نسبة أعضاء المنظمات بين المبحوثين 12%، في حين بلغت نسبة غير الأعضاء 88%. أما في محافظة إربد فقد بلغت نسبة أعضاء المنظمات بين المبحوثين 10%، وبلغت

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

نسبة غير الأعضاء 90%. وأخيراً في محافظة الكرك بلغت نسبة أعضاء المنظمات بين المبحوثين 12%، ونسبة غير الأعضاء بلغت 88%.

وتقترب هذه النتيجة مما انتهت إليه دراسة يوسف الخطيبية (2007) (29) عن مشاركة الشباب في مؤسسات المجتمع المدني، حيث خلصت إلى تدني نسب إقبال الشباب الجامعي الأردني على المشاركة في أنشطة منظمات المجتمع المدني في الأردن.

وفيما يلي يعرض الباحث للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية فيما يخص متغيراتها، وبما يحقق الإجابة عن تساؤلاتها.

7- متابعة الجمهور الأردني لوسائل الإعلام الأردنية:

جدول رقم (7)

مدى متابعة الجمهور الأردني وسائل الإعلام الأردنية

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				مدى المتابعة	ك
82	29	26	27	ك	دائماً
%18.2	%19.3	%17.3	%18	%	
205	64	77	64	ك	أحياناً
%45.6	%42.7	%51.4	%42.7	%	
163	57	47	59	ك	نادراً
%36.2	%38	%31.3	%39.3	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

(مؤشرات إحصائية: $كا^2=3.341$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.502)

توضّح بيانات الجدول رقم (7) أن غالبية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة 45.6% يتابعون وسائل الإعلام الأردنية أحياناً، بينما 36.2% من المبحوثين يتابعون وسائل الإعلام الأردنية نادراً، وبلغت نسبة من يتابعون وسائل الإعلام الأردنية دائماً 18.2% من إجمالي مبحوثي الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية لعينة الدراسة، فقد تقاربت نسب متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الأردنية مع الاتجاه العام للمتابعة ككل، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون وسائل الإعلام الأردنية أحياناً 51.4% في محافظة إربد، و42.7% في كل من محافظتي عمان والكرك على السواء. أما من يتابعون وسائل الإعلام الأردنية نادراً فقد بلغت نسبتهم في محافظة عمان 39.3%، يليهم المبحوثون في محافظة الكرك بنسبة 38%، ثم المبحوثون في محافظة إربد بنسبة 31.3%. وأخيراً فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون وسائل الإعلام

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

الأردنية دائماً 19.3% في محافظة الكرك، و18% في محافظة عمان، و17.3% في محافظة إربد.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومدى متابعة الجمهور الأردني لوسائل الإعلام الأردنية، فبلغت قيمة كاي 2 3.341، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p>0.05$).

8- متابعة الجمهور الأردني لأخبار منظمات المجتمع المدني الأردنية في وسائل الإعلام الأردنية:

جدول رقم (8)

مدى متابعة الجمهور الأردني لأخبار منظمات المجتمع المدني الأردنية في وسائل الإعلام الأردنية

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				ك	م
43	13	19	11	ك	دائماً
%9.6	%8.7	%12.7	%7.3	%	
198	66	65	67	ك	أحياناً
%44	%44	%43.3	%44.7	%	
209	71	66	72	ك	نادراً
%46.4	%47.3	%44	%48	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2=2.746$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.601)

توضّح بيانات الجدول رقم (8) أن غالبية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة 46.4% يتابعون نادراً أخبار منظمات المجتمع المدني الأردني في وسائل الإعلام الأردنية، بينما 44% من المبحوثين الأردنيين يتابعون أحياناً أخبار منظمات المجتمع المدني الأردني في وسائل الإعلام الأردنية، وبلغت نسبة من يتابعون أخبار منظمات المجتمع المدني الأردني في وسائل الإعلام الأردنية دائماً 9.6% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد تقاربت نسب متابعة المبحوثين أخبار منظمات المجتمع المدني الأردني في وسائل الإعلام الأردنية مع الاتجاه العام للمتابعة ككل، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون وسائل الإعلام الأردنية نادراً 48% في محافظة عمان، و47.3% في محافظة الكرك، و44% في محافظة إربد. أما من يتابعون أحياناً أخبار منظمات المجتمع المدني الأردني في وسائل الإعلام الأردنية فقد بلغت نسبتهم في محافظة عمان 44.7%، يليهم المبحوثون في محافظة الكرك بنسبة 44%، ثم المبحوثون في

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

محافظة إربد بنسبة 43.3%. وأخيراً فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون وسائل الإعلام الأردنية دائماً 12.7% في محافظة إربد، و8.7% في محافظة الكرك، و7.3% في محافظة عمان.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومدى متابعة الجمهور الأردني لأخبار منظمات المجتمع المدني الأردني في وسائل الإعلام الأردنية، فبلغت قيمة كاس 2.746، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p > 0.05$).

9- الوسائل التي يستقى منها الجمهور الأردني المعلومات والأخبار عن منظمات المجتمع المدني الأردنية:

جدول رقم (9)

وسائل استقاء جمهور محافظة عمان الأردنية معلوماته عن منظمات المجتمع المدني الأردنية (ن=150)

الترتيب	الوزن النسبي	مدى المتابعة			الوسائل
		نادراً	أحياناً	دائماً	
1	85.3	10	46	94	ك
		%6.7	%30.7	%62.6	%
2	66.7	39	72	39	ك
		%26	%48	%26	%
3	63.8	41	81	28	ك
		%27.3	%54	%18.7	%
4	62.2	42	86	22	ك
		%28	%57.3	%14.7	%
5	54.7	67	70	13	ك
		%44.7	%46.6	%8.7	%

توضّح بيانات الجدول رقم (9) أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في صدارة الوسائل التي يستقى منها الجمهور الأردني في محافظة عمان المعلومات والأخبار عن منظمات المجتمع المدني الأردنية، حيث بلغ الوزن النسبي لاختيارها 85.3%، تليها الصحف الإلكترونية بنسبة 66.7%، وفي الترتيب الثالث جاء التلفزيون الرسمي بوزن نسبي 63.8%، ثم الإذاعة الأردنية بنسبة 62.2%، وأخيراً جاءت الصحف المطبوعة في الترتيب الخامس والأخير بوزن نسبي للاختيار 54.7%.

جدول رقم (10)

وسائل استقاء جمهور محافظة إربد الأردنية معلوماته عن منظمات المجتمع المدني الأردنية (ن=150)

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

الترتيب	الوزن النسبي	مدى المتابعة			الوسائل
		نادراً	أحياناً	دائماً	
1	85.3	6	54	90	ك
		%4	%36	%60	%
2	69.3	28	82	40	ك
		%18.7	%54.6	%26.7	%
3	69.1	28	83	39	ك
		%18.7	%55.3	%26	%
4	67.3	32	83	35	ك
		%21.3	%55.4	%23.3	%
5	50.7	81	60	9	ك
		%54	%40	%6	%

توضّح بيانات الجدول رقم (10) أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في صدارة الوسائل التي يستقى منها الجمهور الأردني في محافظة الكرك الأردنية معلومات والأخبار عن منظمات المجتمع المدني الأردنية، حيث بلغ الوزن النسبي لاختيارها 85.3%، تليها التلفزيون الرسمي بنسبة 69.3%، وفي الترتيب الثالث جاءت الإذاعة الأردنية بوزن نسبي 69.1%، ثم الصحف الإلكترونية بنسبة 67.3%، وأخيراً جاءت الصحف المطبوعة في الترتيب الخامس والأخير بوزن نسبي للاختيار 50.7%.

جدول رقم (11)

وسائل استقاء جمهور محافظة الكرك الأردنية معلوماته عن منظمات المجتمع المدني الأردنية (ن=150)

الترتيب	الوزن النسبي	مدى المتابعة			الوسائل
		نادراً	أحياناً	دائماً	
1	82	11	59	80	ك
		%7.3	%39.4	%53.3	%
2	69.8	31	74	45	ك
		%20.7	%49.3	%30	%
3	67.8	36	73	41	ك
		%24	%48.7	%27.3	%
4	64.7	29	101	20	ك
		%19.3	%67.4	%13.3	%
5	54	68	71	11	ك
		%45.3	%47.3	%7.3	%

توضّح بيانات الجدول رقم (11) أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في صدارة الوسائل التي يستقى منها الجمهور الأردني في محافظة الكرك المعلومات والأخبار عن منظمات المجتمع المدني الأردنية، حيث بلغ الوزن النسبي لاختيارها 82%، تليها الصحف الإلكترونية بنسبة 69.8%، وفي الترتيب الثالث جاء التلفزيون الرسمي بوزن نسبي 67.8%، ثم الإذاعة الأردنية بنسبة 64.7%، وأخيراً جاءت الصحف المطبوعة في الترتيب الخامس والأخير بوزن نسبي للاختيار 54%.

ومن ذلك يمكن استخلاص أن وسائل الإعلام الجديد المتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية تستحوذ على اهتمام الجمهور الأردني ومتابعته، حيث يعتمد عليها بشكل كبير في الحصول على المعلومات في مجالات مختلفة من بينها مجال منظمات المجتمع المدني الأردني، وذلك على مستوى المحافظات الثلاث على السواء، كما تُظهر النتائج أيضاً تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية ممثلة في التلفزيون والراديو والصحف الورقية، حيث قل اعتماد الجمهور الأردني عليها - كما هو الحال بين مختلف شعوب العالم- في الحصول على المعلومات أو تلقي الأخبار ومتابعة الأحداث الجارية في مختلف قطاعات الحياة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة محمد الحميدة (2014) (30) عن صورة منظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية إذ توصلت إلى تصدر شبكة الإنترنت لقائمة المصادر التي يستقي منها الجمهور الفلسطيني معلوماته ومعارفه عن منظمات حقوق الإنسان التي هي أحد أنماط منظمات المجتمع المدني، وقد فسّر الباحث هذه النتيجة بالتطور التكنولوجي وإمكانية مطالعة وسائل الإعلام التقليدية عبر شبكة الإنترنت.

10- مدى إسهام تناول الإعلام في زيادة معلومات الجمهور الأردني عن منظمات المجتمع المدني:

جدول رقم (12)

مدى إسهام تناول الإعلام في زيادة معلومات الجمهور الأردني عن منظمات المجتمع المدني

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				ك	مدى الإسهام
79	27	26	26	ك	إلى حد كبير
17.6%	18%	17.3%	17.3%	%	
322	105	115	102	ك	إلى حد ما
71.5%	70%	76.7%	68%	%	
49	18	9	22	ك	لا
10.9%	12%	6%	14.7%	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
100%	100%	100%	100%	%	

(مؤشرات إحصائية: $كا^2=6.317$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.177)

توضّح بيانات الجدول رقم (12) أن غالبية بحثي عينة الدراسة بنسبة 71.5% يرون أن تناول الإعلام لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد أسهم إلى حد ما في زيادة معارفهم ومعلوماتهم عن هذه المنظمات، بينما رأى 17.6% من الباحثين الأردنيين أن تناول قضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني في وسائل الإعلام الأردنية قد أسهم إلى حد كبير في زيادة معارفهم ومعلوماتهم عن هذه

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

المنظمات، وبلغت نسبة من رأوا أن هذا التناول لم يسهم على الإطلاق في زيادة معارفهم ومعلوماتهم عن هذه المنظمات 10.9% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات على حدة، فقد كانت الغالبية العظمى من مبحوثي كل محافظة يرون أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد أسهم إلى حد ما في زيادة معارفهم ومعلوماتهم عن هذه المنظمات، حيث بلغت نسبتهم في محافظة إربد 76.7%، وفي محافظة الكرك 70%، وفي محافظة عمان 68%، أما المبحوثون الذين يرون أن هذا التناول الإعلامي قد أسهم إلى حد كبير في زيادة معارفهم ومعلوماتهم عن هذه المنظمات فقد بلغت نسبتهم في محافظة الكرك 18%، وفي كل من محافظة عمان وإربد على السواء 17.3%.

من ذلك يمكن القول إن الغالبية العظمى من المبحوثين الأردنيين سواء في العينة ككل، أو على مستوى كل محافظة من محافظات الدراسة الثلاث يرون أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد أسهم في زيادة معارفهم ومعلوماتهم عن تلك المنظمات، أي كانت درجة هذا الإسهام.

وتتسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومدى إسهام التناول الإعلامي في زيادة معارف ومعلومات الجمهور الأردني عن تلك المنظمات، فبلغت قيمة $\chi^2 = 6.317$ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p > 0.05$).

11-مدى إسهام التناول الإعلامي في تكوين اتجاه إيجابي لدى الجمهور الأردني عن منظمات المجتمع المدني الأردني:

جدول رقم (13)

مدى إسهام التناول الإعلامي في تكوين اتجاه إيجابي لدى الجمهور الأردني عن منظمات المجتمع المدني الأردني

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				مدى الإسهام	ك
94	36	34	24	ك	إلى حد كبير
20.9%	24%	22.7%	16%	%	
288	92	100	96	ك	إلى حد ما
64%	61.3%	66.6%	64%	%	
68	22	16	30	ك	لا
15.1%	14.7%	10.7%	20%	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
100%	100%	100%	100%	%	

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2 = 7.325$ ، درجة الحرية = 4، مستوى المعنوية = 0.120)

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

توضّح بيانات الجدول رقم (13) أن غالبية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة 64% يرون أن تناول الإعلام لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني الأردني قد أسهم إلى حد ما في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات، بينما رأى 20.9% من المبحوثين الأردنيين أن تناول قضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني في وسائل الإعلام الأردنية قد أسهم إلى حد كبير في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات، وبلغت نسبة من رأوا أن تناول الإعلام لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني لم يسهم على الإطلاق في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات 15.1% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية على حدى، فقد كانت الغالبية العظمى من مبحوثي كل محافظة يرون أن تناول الإعلام لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد أسهم إلى حد ما في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات، حيث بلغت نسبتهم في محافظة إربد 66.6%، وفي محافظة عمان 64%، وفي محافظة الكرك 61.3%. أما المبحوثون الذين يرون أن تناول الإعلام لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد أسهم إلى حد كبير في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات حيث بلغت نسبتهم في محافظة الكرك 24%، وفي محافظة إربد 22.7%، وفي محافظة عمان 16%.

ويمكن القول إن الغالبية العظمى من المبحوثين الأردنيين سواء في العينة ككل أو على مستوى كل محافظة من محافظات الدراسة الثلاث يرون أن تناول الإعلام لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني الأردني قد أسهم في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات، أي كانت درجة هذا الإسهام.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومدى إسهام تناول الإعلام في تكوين اتجاهات إيجابية لدى الجمهور الأردني عن منظمات المجتمع المدني الأردني، فبلغت قيمة كا 7.325، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p > 0.05$).

12-مدى نجاح تناول الإعلام في تغيير اتجاهات الجمهور الأردني إيجاباً نحو منظمات المجتمع المدني الأردني:

جدول رقم (14)

مدى نجاح تناول الإعلام في تغيير اتجاهات الجمهور الأردني إيجاباً نحو منظمات المجتمع المدني الأردني

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				ك	مدى النجاح
61	21	25	15	ك	إلى حدٍ كبير
13.6%	14%	16.7%	10%	%	
300	102	105	93	ك	إلى حدٍ ما

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				مدى النجاح	
%66.6	%68	%70	%62	%	
89	27	20	42	ك	لا
%19.8	%18	%13.3	%28	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2=7.789$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.069)

توضّح بيانات الجدول رقم (14) أن غالبية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة %66.6 ذكروا أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد نجح إلى حد ما في تغيير اتجاهاتهم إيجاباً نحو منظمات المجتمع المدني الأردني، بينما ذكر %19.8 من المبحوثين الأردنيين أن تناول قضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني في وسائل الإعلام الأردنية لم ينجح في تغيير اتجاهاتهم إيجاباً نحو هذه المنظمات، وبلغت نسبة من رأوا أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد نجح إلى حد كبير في تغيير اتجاهاتهم إيجاباً نحو هذه المنظمات %13.6 من إجمالي المبحوثين في عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد كانت الغالبية العظمى من مبحوثي كل محافظة يرون أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد نجح إلى حد ما في تغيير اتجاهاتهم إيجاباً نحو هذه المنظمات، حيث بلغت نسبتهم في محافظة إربد %70، وفي محافظة الكرك %68، وفي محافظة عمان %62. أما المبحوثون الذين يرون أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد نجح إلى حد كبير في تكوين اتجاهات إيجابية لديهم عن هذه المنظمات فقد بلغت نسبتهم في محافظة إربد %16.7، وفي محافظة الكرك %14، وفي محافظة عمان %10.

ويمكن القول إن الغالبية العظمى من المبحوثين الأردنيين سواء في العينة ككل أو على مستوى كل محافظة من محافظات الدراسة الثلاث يرون أن التناول الإعلامي لقضايا وموضوعات منظمات المجتمع المدني قد نجح إلى حد ما في تغيير اتجاهاتهم إيجاباً نحو هذه المنظمات، أي كانت درجة هذا النجاح.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومدى نجاح التناول الإعلامي في تغيير اتجاهات الجمهور الأردني إيجاباً نحو منظمات المجتمع المدني الأردني، فبلغت قيمة كا 7.789 ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p>0.05$).

13-مدى ثقة الجمهور الأردني في أداء منظمات المجتمع المدني الأردني:

جدول رقم (15)

مدى ثقة الجمهور الأردني في أداء منظمات المجتمع المدني الأردني

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				مدى الثقة	

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				ك	مدى الثقة
54	19	21	14	ك	كبيرة
%12	%12.7	%14	%9.3	%	
340	111	114	115	ك	متوسطة
%75.6	%74	%76	%76.7	%	
56	20	15	21	ك	معدومة
%12.4	%13.3	%10	%14	%	
450	150	150	150	ك	الإجمالي
%100	%100	%100	%100	%	

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2=2.628$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.622)

توضّح بيانات الجدول رقم (15) أن غالبية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة 75.6% لديهم ثقة متوسطة في منظمات المجتمع المدني الأردني، بينما ذكر 12% من المبحوثين أن لديهم ثقة كبيرة في منظمات المجتمع المدني الأردني، في حين لم تزد نسبة المبحوثين الذين تنعدم ثقتهم في هذه المنظمات عن 12.4% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد كانت الغالبية العظمى من مبحوثي كل محافظة لديهم ثقة متوسطة في منظمات المجتمع المدني الأردني، حيث بلغت نسبتهم في محافظة عمان 76.7%، وفي محافظة الكرك 74%، وفي محافظة إربد 76% من مبحوثي عينة الدراسة، أما المبحوثون الذين لديهم ثقة كبيرة في منظمات المجتمع المدني الأردني، فقد بلغت نسبتهم في محافظة الكرك 12.7%، وفي محافظة إربد 14%، وفي محافظة عمان 9.3% من مبحوثي عينة الدراسة.

ويمكن القول إن الغالبية العظمى من المبحوثين الأردنيين سواء في العينة ككل، أو على مستوى كل محافظة من محافظات الدراسة الثلاث يتقون في منظمات المجتمع المدني الأردني، أيًا كانت درجة هذه الثقة.

وتتسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومدى ثقة الجمهور الأردني في أداء منظمات المجتمع المدني الأردني، فبلغت قيمة χ^2 2.628، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p>0.05$).

14- المجالات الأفضل لعمل منظمات المجتمع المدني برأي الجمهور الأردني:

جدول رقم (16)

المجال الأفضل لعمل منظمات المجتمع المدني برأي الجمهور الأردني

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				ك	المجال الأفضل
(ن=450)	(ن=150)	(ن=150)	(ن=150)	ك	نشر قيم حقوق الإنسان وثقافته
237	65	88	84	%	
%52.7	%43.3	%58.7	%56	%	

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

المجال الأفضل	المحافظة			
	عمان (ن=150)	إربد (ن=150)	الكرك (ن=150)	الإجمالي (ن=450)
الاهتمام بالتعليم والصحة	67 (44.7%)	77 (51.3%)	64 (42.7%)	208 (46.2%)
الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة	57 (38%)	66 (44%)	58 (38.7%)	181 (40.2%)
ممارسة الدور الرقابي على السلطات التشريعية والقضائية والتنفيذية	68 (45.3%)	59 (39.3%)	53 (35.3%)	180 (40%)
نشر الوعي البيئي لدى المواطنين	53 (35.3%)	65 (43.3%)	46 (30.7%)	164 (36.4%)

توضّح بيانات الجدول رقم (16) أن المجال الأفضل لعمل منظمات المجتمع المدني برأي الجمهور الأردني يتمثل في نشر قيم حقوق الإنسان وثقافته بنسبة 52.7%، يليه مجال الاهتمام بالتعليم والصحة بنسبة 46.2%، وفي الترتيب الثالث جاء مجال الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 40.2%، ثم ممارسة الدور الرقابي على السلطات التشريعية والقضائية والتنفيذية بنسبة 40%، وأخيراً جاء مجال نشر الوعي البيئي لدى المواطنين بنسبة 36.4% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد اشتركت المحافظات الثلاث في تفضيل المبحوثين لمجال نشر قيم وثقافة حقوق الإنسان، حيث بلغت نسبة التفضيل في محافظة إربد 58.7%، وفي محافظة عمان 56%، وفي محافظة الكرك 43.3%، بينما اختلف المجال الثاني في الترتيب بين مبحوثي المحافظات الثلاث، فقد جاء مجال الاهتمام بالتعليم والصحة في الترتيب الثاني في محافظتي إربد والكرك بنسب 51.3% و 42.7% على التوالي، وجاء مجال ممارسة الدور الرقابي على السلطات التشريعية والقضائية والتنفيذية في الترتيب الثاني لدي مبحوثي محافظة عمان بنسبة 45.3%.

15- سمات منظمات المجتمع المدني الأردني برأي الجمهور الأردني:

جدول رقم (17)

مجمل صورة منظمات المجتمع المدني الأردني لدي الجمهور الأردني

الصورة	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
إيجابية	27 (18%)	36 (24%)	27 (18%)	90 (20%)
محايدة	106 (70.7%)	98 (65.3%)	102 (68%)	306 (68%)
سلبية	17 (11.3%)	16 (10.7%)	21 (14%)	54 (12%)
الإجمالي	150	150	150	450

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

الإجمالي	الكرك	إربد	عمان	المحافظة	
				الصورة	%
%100	%100	%100	%100	%	

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2=2.892$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.576)

توضّح بيانات الجدول رقم (17) أن مجمل صورة منظمات المجتمع المدني الأردني لدى الجمهور الأردني جاءت محايدة بالمرتبة الأولى، غير محددة بشكل قاطع، فلا هي سلبية بشكل حدي ولا إيجابية بشكل واضح وذلك بنسبة 68%، بينما جاءت الصورة الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة 20%، مقابل نسبة 12% للصورة السلبية.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الصورة الإيجابية عن هذه المنظمات 24% في محافظة إربد، و18% في كل من محافظتي عمان والكرك على التساوي، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يحملون صورة محايدة 70.7% في محافظة عمان، و68% في محافظة الكرك، و65.3% في محافظة إربد، وأخيراً بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الصور السلبية عن منظمات المجتمع المدني الأردني 14% في محافظة الكرك، و11.3% في محافظة عمان، و10.7% في محافظة إربد؛ ما يعني أن الصورة عند المقارنة كانت أكثر إيجابية في محافظة إربد، وأكثر سلبية في محافظة الكرك، بينما مالّت إلى المزج بين السليبي والإيجابي في محافظة عمان.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة ومجمل صورة منظمات المجتمع المدني الأردني لدى الجمهور الأردني، فبلغت قيمة χ^2 2.892، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p>0.05$).

وتتنفق هذه النتيجة أيضاً مع ما انتهت إليه دراسة محمد الحميدة (2014)⁽³¹⁾ عن صورة منظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية، إذ تقاربت نسب المبحوثين الذين تكونت لديهم صور إيجابية، ومن تكونت لديهم صور سلبية، ومن مزجوا بين الصور الإيجابية والصور السلبية عن منظمات حقوق الإنسان الفلسطينية مع نتائج الدراسة الحالية.

كما تتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة هناء فاروق صالح (2005)⁽³²⁾ عن دور الإعلام في تشكيل صورة منظمات المجتمع المدني لدى الرأي العام المصري، حيث أشارت إلى أن صورة منظمات المجتمع المدني جاءت محايدة بالدرجة الأولى بنسبة 73.8%، وجاءت الصورة الإيجابية في المرتبة الثانية، وحلت الصورة السلبية في المرتبة الأخيرة.

16- تقييم الجمهور الأردني لمعارفه عن منظمات المجتمع المدني الأردني:

جدول رقم (18)

مجمّل تقييم الجمهور الأردني لمعارفه عن منظمات المجتمع المدني الأردني

التقييم	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرّك	الإجمالي
يعرفها بدرجة كبيرة	ك	66	66	203
	%	%44	%44	%45.1
يعرفها بدرجة متوسطة	ك	75	68	215
	%	%50	%45.3	%47.8
يعرفها بدرجة منخفضة	ك	9	16	32
	%	%6	%10.7	%7.1
الإجمالي	ك	150	150	450
	%	%100	%100	%100

مؤشرات إحصائية: $\chi^2=4.778$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.311

توضّح بيانات الجدول رقم (18) أن مجمّل تقييم الجمهور الأردني لمعارفه عن منظمات المجتمع المدني الأردني قد بلغت نسبة من يعرفها بدرجة متوسطة 47.8% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة، أما من يعرفها بدرجة كبيرة فبلغت نسبتهم 45.1%، في حين لم تزد نسبة من يعرفها بدرجة منخفضة عن 7.1%.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يعرفون منظمات المجتمع المدني الأردني بدرجة متوسطة 50% في محافظة إربد، و48% في محافظة عمان، و45.3% في محافظة الكرك. أما من يعرفون هذه المنظمات بدرجة كبيرة فقد بلغت نسبتهم في محافظة عمان 47.3%، وتساوت نسبتهم في كل من محافظتي إربد والكرك عند 44%، وأخيراً بلغت نسبة المبحوثين الذين يعرفون منظمات المجتمع المدني الأردني بدرجة منخفضة 10.7% في محافظة الكرك، و6% في محافظة إربد، و4.7% في محافظة عمان.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة، ومجمّل تقييم الجمهور الأردني لمعارفه عن منظمات المجتمع المدني الأردني، فبلغت قيمة χ^2 4.778، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p>0.05$).

17- اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردني:

جدول رقم (19)

مجمّل اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردني

الاتجاه	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرّك	الإجمالي
إيجابي	ك	40	25	98
	%	%26.7	%16.7	%21.8

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

الاتجاه	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
محايد	ك	102	108	310
	%	%66.7	%72	%68.9
سلبي	ك	8	17	42
	%	%5.3	%11.3	%9.3
الإجمالي	ك	150	150	450
	%	%100	%100	%100

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2=7.642$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.106)

توضّح بيانات الجدول رقم (19) أن مجمل اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردني جاءت محايدة بدرجة الأولى غير محددة الاتجاه بشكل قاطع، فلا هي سلبية بشكل حدي ولا إيجابية بشكل واضح وذلك بنسبة 68.9%، بينما بلغت نسبة أصحاب الاتجاه الإيجابي 21.8%، في حين لم تزد نسبة أصحاب الاتجاه السلبي عن 9.3% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الاتجاه الإيجابي نحو منظمات المجتمع المدني الأردني 26.7% في محافظة إربد، و22% في محافظة عمان، و16.7% في محافظة الكرك، أما أصحاب الاتجاه المحايد فقد بلغت نسبتهم في محافظة الكرك 72%، و68% في محافظة إربد، و66.7% في محافظة عمان.

وتتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة، ومجمل اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردني، فبلغت قيمة χ^2 7.642، وهي قيمة غير دالة إحصائياً ($p>0.05$).

18- تقييم الجمهور الأردني للتغطية الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية عن منظمات المجتمع المدني:

جدول رقم (20)

تقييم الجمهور الأردني للتغطية الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية عن منظمات المجتمع المدني

التقييم	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
موضوعية	ك	62	62	166
	%	%28	%41.3	%36.9
لا أدري	ك	54	42	144
	%	%32	%28	%32
متحيزة	ك	34	46	140
	%	%36	%41.3	%36.9

اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردنية

التقييم	المحافظة			
	عمان	إربد	الكرك	الإجمالي
%	%40	%22.7	%30.7	%31.1
ك	150	150	150	450
%	%100	%100	%100	%100

(مؤشرات إحصائية: $\chi^2=13.576$ ، درجة الحرية=4، مستوى المعنوية=0.009، معامل التوافق=0.171)

توضّح بيانات الجدول رقم (20) أن أكثرية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة 36.9% وصفوا التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية عن منظمات المجتمع المدني الأردني بالموضوعية، بينما وصفها 31.1% بالتغطية الإعلامية المتحيزة، في حين بلغت نسبة من لم يستطيعوا تحديد مدى موضوعية التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية عن منظمات المجتمع المدني الأردني 32% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

وتنسق هذه النتيجة مع ما تظهره الإحصاءات المبينة أسفل الجدول من وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المحافظة وتقييم الجمهور الأردني لموضوعية التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية عن منظمات المجتمع المدني الأردني، حيث بلغت قيمة χ^2 13.576، وهي قيمة دالة إحصائياً عند درجة حرية 4 ومستوي معنوية 0.009، ويمكن وصف العلاقة بالضعيفة، فبلغت قيمة معامل التوافق 0.171. ويرجع ذلك لتقارب نسب توزيع المبحوثين على البدائل الثلاثة للإجابة.

وتقترب هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة محمد الحميدة (2014م)⁽³³⁾ عن صورة منظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية، حيث تقاربت نسب المبحوثين الذين وصفوا المعالجة الإعلامية لموضوعات منظمات حقوق الإنسان بالموضوعية، وإن زادت نسبة من يراها موضوعية في الدراسة الحالية مقارنة بدراسة الحميدة، ويرجع ذلك لانتساع نطاق المنظمات التي شملها هذه الدراسة مقارنة بدراسة الحميدة التي اقتصر على منظمات حقوق الإنسان دون سواها، وهو السبب نفسه الذي يفسر ارتفاع نسبة المبحوثين الذين وصفوا التغطية الصحفية لموضوعات منظمات حقوق الإنسان الفلسطينية بغير الموضوعية في دراسة الحميدة مقارنة بالدراسة الحالية.

الخلاصة

أكدت نتائج الدراسة أن مجمل صورة منظمات المجتمع المدني الأردني لدى الجمهور الأردني جاءت محايدة بالمرتبة الأولى، غير محددة بشكل قاطع، فلا هي سلبية بشكل حدي ولا إيجابية بشكل واضح وذلك بنسبة 68%، بينما جاءت الصورة الإيجابية في المرتبة الثانية بنسبة 20%، مقابل نسبة 12% للصورة السلبية.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة المبحوثين أصحاب الصورة الإيجابية عن هذه المنظمات 24% في محافظة إربد، و18% في كل من محافظتي عمان والكرك على التساوي، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين يحملون صورة محايدة 70.7% في محافظة عمان، و68% في محافظة الكرك، و65.3% في محافظة إربد، وأخيراً بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الصور السلبية عن منظمات المجتمع المدني الأردني 14% في محافظة الكرك، و11.3% في محافظة عمان، و10.7% في محافظة إربد؛ ما يعني أن الصورة عند المقارنة كانت أكثر إيجابية في محافظة إربد، وأكثر سلبية في محافظة الكرك، بينما مالت إلى المزج بين السليبي والإيجابي في محافظة عمان.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن مجمل اتجاهات الجمهور الأردني نحو منظمات المجتمع المدني الأردني جاءت محايدة بدرجة الأولى غير محددة الاتجاه بشكل قاطع، فلا هي سلبية بشكل حدي ولا إيجابية بشكل واضح وذلك بنسبة 68.9%، بينما بلغت نسبة أصحاب الاتجاه الإيجابي 21.8%، في حين لم تزد نسبة أصحاب الاتجاه السليبي عن 9.3% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة، وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية في عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة المبحوثين أصحاب الاتجاه الإيجابي نحو منظمات المجتمع المدني الأردني 26.7% في محافظة إربد، و22% في محافظة عمان، و16.7% في محافظة الكرك، أما أصحاب الاتجاه المحايد فقد بلغت نسبتهم في محافظة الكرك 72%، و68% في محافظة إربد، و66.7% في محافظة عمان.

خلصت نتائج الدراسة إلى أن الإنترنت والمواقع الإلكترونية تأتي على رأس قائمة الوسائل الإعلامية الأردنية الأكثر فعالية في تكوين صورة منظمات المجتمع المدني لدى الجمهور الأردني، حيث بلغت نسبة من اختارها 48.9% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة، تليها شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 46.4%، ثم في الترتيب الثالث التلفزيون بنسبة 30.4%، ثم الإذاعة بنسبة 15.8%، ثم الصحف المطبوعة بنسبة 15.1%، وأخيراً الصحف الإلكترونية بنسبة 14.4%.

أظهرت نتائج الدراسة أن الإنترنت والمواقع الإلكترونية الوسيلة الإعلامية الأردنية الأكثر فعالية في تكوين صورة منظمات المجتمع المدني لدى مبحوثي كل من محافظتي عمان والكرك بنسب 55.3%، و45.3% على التوالي، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول كأكثر الوسائل الإعلامية الأردنية فعالية في تكوين صورة منظمات المجتمع المدني لدى مبحوثي محافظة إربد بنسبة 51.3%.

بينت نتائج الدراسة أن أكثرية مبحوثي عينة الدراسة بنسبة 36.9% وصفوا التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام الأردنية عن منظمات المجتمع المدني الأردني بالموضوعية، بينما وصفها 31.1% بالتغطية الإعلامية المتحيزة، في حين بلغت نسبة من لم يستطيعوا تحديد مدى موضوعية التغطية التي تقدمها وسائل الإعلام

الأردنية عن منظمات المجتمع المدني الأردني 32% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة.

أخيراً أوضحت نتائج الدراسة أن مجمل تقييم الجمهور الأردني لمعارفه عن منظمات المجتمع المدني الأردني قد بلغت نسبة من يعرفها بدرجة متوسطة 47.8% من إجمالي مبحوثي عينة الدراسة، أما من يعرفها بدرجة كبيرة فبلغت نسبتهم 45.1%، في حين لم تزد نسبة من يعرفها بدرجة منخفضة عن 7.1%، وعلى مستوى كل محافظة من المحافظات الأردنية عينة الدراسة، فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يعرفون منظمات المجتمع المدني الأردني بدرجة متوسطة 50% في محافظة إربد، و48% في محافظة عمان، و45.3% في محافظة الكرك. أما من يعرفون هذه المنظمات بدرجة كبيرة فقد بلغت نسبتهم في محافظة عمان 47.3%، وتساوت نسبتهم في كل من محافظتي إربد والكرك عند 44%، وأخيراً بلغت نسبة المبحوثين الذين يعرفون منظمات المجتمع المدني الأردني بدرجة منخفضة 10.7% في محافظة الكرك، و6% في محافظة إربد، و4.7% في محافظة عمان

مراجع الدراسة

- (1) مركز الأردن الجديد للدراسات، **المجتمع المدني المعاصر في الأردن: الخصائص والتحديات والمهام** (عمّان، دار السندباد للنشر والتوزيع، 2011م) ص15.
- (2) كتاب وزارة التنمية الاجتماعية الأردنية رقم س ج / 2237/2 تاريخ 2015/8/20م ، إضافة إلى مقابلة عدد من مسؤولي ملفات منظمات المجتمع المدني في الوزارات الأردنية.
- (3) هاني الحوراني، وحسين أبو رمان، **تطور المجتمع المدني في الأردن وواقعه الراهن** (عمّان، دار السندباد للنشر والتوزيع، 2004م) ص16.
- (4) Bernie Grummell (2004) The Role of Education in Irish Public Service Broadcasting, **Irish Journal of Sociology**, Vol. 13, Issue 2, p. 5
- (5) هناء صالح، دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات السياسية الإقليمية والدولية لدى الرأي العام المصري، أطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005م).
- (6) Hugo Asencio & Rui Sun, "Cases on Strategic Social Media Utilization in the Nonprofit Sector" (USA, IGI Global, 2015) Pp. 237-260,
<https://www.igi-global.com/chapter/social-media-and-civil-society-organizations-csos/125011> [Accessed 11/2/2016]
- (7) Patricio Cabello Cadiz (2014) "Citizens organizations in the knowledge and information society: new media, New Forms Of Participation", **Colombian Social Sciences journal**, Vol. 5, Issue 1, Pp.18-22.
- (8) Mohamed Attounia & Che Su Mustaffaa (2014) "How do Non-profit Organizations in Libya Adopt and Use Social Media to Communicate with The Society", **Procedia: Social and Behavioral Sciences**, Vol. 155, Pp. 92-97
- (9) Betty Yung & Lisa Leung (2014) "Diverse roles of alternative media in Hong Kong civil society: from public discourse initiation to social activism", **Journal of Asian Public Policy**, Vol. 7, Issue 1, Pp. 83-101.
- (10) Deus Costantine, "The Social media and Organizational performance among civil society Organizations in Tanzania: The Case of Policy Forum and Selected Member Organizations", **Unpublished master's thesis** (Tanzania, University of Dar es Salaam, 2013)
- (11) Johannes Roessler (October 2009) Perceptual Experience and Perceptual Knowledge, **MIND Journal**, Vol. 118, Issue 472, Pp. 1013-1017.
- (12) Richard L Gregory (1997) Knowledge in perception and illusion, **The Royal Society**, Vol. 352, Pp. 1121-1128.
- (13) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط4 (القاهرة، عالم الكتب، 2015م) ص 288-287.

- (14) Marina Krcmar et al, **Communication Science Theory and Research** (Milton UK, Routledge, 2016) p. 225.
- (15) Marina Krcmar et al, **Op.cit.** p. 227.
- (16) شيماء ذو الفقار زغيب، **نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام**، ط2 (القاهرة، دار المصرية اللبنانية، 2004م) ص32.
- (17) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، 2015م، ص288.
- (18) طارق سيد أحمد الخلفي، **معجم مصطلحات الإعلام** (الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008م) ص247.
- (19) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، 2015م، ص288.
- (20) ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، **نظريات الاتصال** (القاهرة، دار النهضة العربية، 2009) ص176.
- (21) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، 2015م، ص ص287-288.
- (22) Marina Krcmar et al, **Op.Cit.**, Pp. 225-227
- (23) Richard Petty et al., **Cognitive Responses in Persuasion**, (New York, Psychology Press, 2014) Pp. 13-15.
- (24) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2 (القاهرة، عالم الكتب، 2004م) ص158.
- (25) دائرة الإحصاءات العامة، **تقرير النتائج الرئيسية للتعداد العام للسكان والمساكن لعام 2015** (الأردن، عمان، شباط 2016) ص14
- (26) دائرة الإحصاءات العامة، **الكتاب الإحصائي السنوي الأردني**، العدد 66 (الأردن، مطابع دائرة الإحصاءات العامة، 2015م) ص5.
- (27) Ronald R. Powell, **Basic Research Methods for Librarians**, 3rd edition (New York, Ablex Publishing Corporation, 2004) P.81.
- (28) محمد على محمد، **مقدمة في البحث الاجتماعي: دراسة في طرائق البحث وأساليبه** (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000م) ص350.
- (29) يوسف ضامن الخطايبية، مشاركة الشباب في مؤسسات المجتمع المدني، **أطروحة دكتوراه غير منشورة** (الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، 2007م)، ص174.
- (30) محمد عطية محمد الحمائدة، **صورة منظمات حقوق الإنسان في الصحافة الفلسطينية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة** (غزة، الجامعة الإسلامية، قسم الصحافة والإعلام، 2014م)، ص173.
- (31) محمد عطية محمد الحمائدة، **مرجع سابق**، ص174.
- (32) هناء صالح، **دور الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات السياسية الإقليمية والدولية لدى الرأي العام المصري**، أطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005م)، ص472.
- (33) محمد عطية محمد الحمائدة، **مرجع سابق**، ص194.