

تمكين الإعلاميات الأردنيات من التعامل مع
تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية
(دراسة ميدانية)

**The Empowerment of Jordanian Female
Journalists of Dealing with Communication
Technology in the Jordanian Media Institution
(A Field Study)**

إعداد

حنين خلف هاجم التل

401010065

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

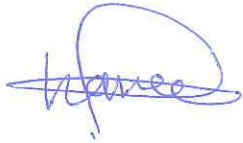
كانون الثاني/يناير 2013م

الفصل الدراسي الأول / 2012-2013

التفويض

أنا الطالبة حنين خلف هاجم التل أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات
والمؤسسات، والأشخاص عند طلبها.

الاسم: حنين خلف هاجم التل

 التوقيع:

2013/1/8 التاريخ:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها ' تمكين الإعلاميين الأردنيين من التعامل مع تكنولوجيا الإنترنت
في المؤسسات الإعلامية الأردنية' وأجيزت بتاريخ 8 / 1 / 2013

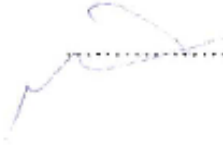
أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

رئيساً للجنة

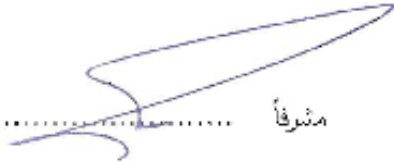

الأستاذة الدكتورة حمودة سميرم

عميدة كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

مستحضر خارجياً


الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي

جامعة البترا

مشرفاً


الدكتور كامل خورشيد مراد

جامعة الشرق الأوسط

الشكر والتقدير

لله أولاً كل الحمد والشكر، على جلال فضله وعظيم نعمه، الحمد لله الذي كفاني مؤونة هذه الدراسة، ويسر لي من الوقت والجهد والعزيمة ما أعانني على إتمامها، إنه على كل شيء قدير.

يشرفني ان أتقدم بخالص الشكر الجزيل والاحترام والتقدير لمن غمرني بالفضل واختصني بالنصح وتفضل عليّ بقبول الإشراف على رسالة الماجستير، أستاذي ومعلمي الفاضل: الدكتور كامل خورشيد مراد ، فقد كان نعم الناصح الأمين ، ونعم الأب الوقور، ونعم الأخ الحليم ، أفاض عليّ بعلمه وشملي بفضله وسماحته ، ومنحني الثقة، وغرس في نفسي قوة العزيمة، ولم يدخر جهداً لمساعدتي في إتمام الرسالة، ولم يخل عليّ بوقته الثمين،، أبواه الله ذخراً لطلبة العلم وجعل ذلك في ميزان حسناته، وأرضاه بما قسم له.

وأسجل عظيم شكري لأستاذتي الفاضلة الدكتورة حميدة سميسم عميدة كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط التي تتلمذت على يديها في الجامعة، ومنحتني من وقتها الكثير، بالإضافة لما قدمته لي من توجيهات، وآراء أثرت هذا البحث.

ويطيب لي أن أتقدم بالشكر الجزيل للأساتذة الأفاضل الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الرسالة، وإغنائها بملاحظاتهم القيمة، وآرائهم السديدة.

كما أتقدم بوافر الشكر والتقدير لأساتذة كلية الإعلام كافة، ودون استثناء، والشكر موصول لزميلاتي و زملائي من طلبة الكلية بما أفادوني به في حلقات الدرس، أو الحوارات خارج الدرس ايضاً. فلهم جميعاً كل التقدير والود.

ولا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر والتقدير لمؤسساتنا الإعلامية الوطنية في الأردن الخير والعطاء ، وللأخوات الإعلاميات اللاتي قدمن لي كل مؤازرة، وعون من الفئة المبحوثة، و الزميلات الأخريات، وأخص بالذكر زميلتي الصحفية المرموقة السيدة حنان الكسواني، التي وفرت لي جميع وسائل المساعدة، والشكر موصول لصديقتي وزميلتي السيدة صباح حراشة التي رافقتني في إعداد تفاصيل دراستي فكانت نعم الصديقة

والأخت والأُم ،، ، وكذلك أشكر نقابة الصحفيين الأردنيين على مساعدتها لي بتوفير قاعدة بيانات للإعلاميات . وفي هذا المقام أتقدم بالشكر لكل من أعانني على إتمام هذه الدراسة، ولو بكلمة نصح أو إرشاد أو دعاء كان من شأنها أن تشد عزمي، وتحملها على الصبر.

أسأل الله العليّ القدير أن يتقبل هذا العمل خالصاً لوجهه إنه نعم المولى ونعم النصير.

الإهداء

أهدي هذه الرسالة إلى رجل فيه حنان بوسع الأرض، وشموخ بعظمة الجبال، إلى أبي الدكتور خلف هاجم التل صاحب الفضل الأكبر في إتمامي لهذه الدراسة، وأن أصبح فيما أنا عليه الآن..... إكراما.

إلى زهرة حياتي ونور عيني صاحبة الروح النقية، والنفس الزكية صاحبة القلب الكبير، والعقل المنير... إلى خير رفيق ... إلى من غمرتني بفيض حنانها أُمي حفظها الله..... وفاءً.

إلى إخوتي دمت لي أغلى الألفة..... حباً.

إلى من أحاطني بحبه ودعمه واهتمامه، من سيرافقتني في مضمار حياتي خطيبي..... اعتزازاً.

إلى الأستاذ الذي أضاء لي طريق العلم، وجاد عليّ بنصحه وإرشاده أستاذي الدكتور كامل خورشيد..... امتناناً.

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
التفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
الشكر والتقدير	د
الإهداء	و
قائمة المحتويات	ز
قائمة الجداول	ي
قائمة الملاحق	ل
الملخص باللغة العربية	م
الملخص باللغة الإنجليزية	س
الفصل الأول: مقدمة عامة للدراسة	
تمهيد	1
مشكلة الدراسة	2
أهمية الدراسة	3
أهداف الدراسة	3

4	أسئلة الدراسة
4	حدود الدراسة
5	محددات الدراسة
5	مصطلحات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
8	تمهيد
25	نبذة عن تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلومات
29	مفهوم الإعلام الجديد
31	نظرية الفجوة المعرفية
32	الدراسات السابقة
39	ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات	
40	منهج الدراسة
40	مجتمع الدراسة
41	عينة الدراسة
42	أداة الدراسة
43	صدق الأداة

44	ثبات الأداة
44	متغيرات الدراسة
45	إجراءات الدراسة
الفصل الرابع: نتائج الدراسة	
47	نتائج الدراسة
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات	
65	النتائج
69	التوصيات
72	المراجع
80	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
48	عدد الإعلاميات المبحوثات في المؤسسات الإعلامية في المملكة الاردنية الهاشمية وقت إجراء الدراسة.	(1 / عام)
49	متغير (العمر) بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.	(2 / عام)
50	متغير (المؤهل العلمي) بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.	(3 / عام)
51	متغير (الخبرة) بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.	(4 / عام)
52	متغير (المسمى الوظيفي) بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.	(5 / عام)
53	متغير (الدورات) التي حصلت عليها الإعلاميات في مجال تكنولوجيا الاتصال بالنسبة للعينة المبحوثة.	(6 / عام)
54	متغير (اسم المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها الإعلامية) بالنسبة للعينة المبحوثة.	(7 / عام)
55	متغير (المؤسسات التي تتبنى أساليب التكنولوجيا الحديثة) بالنسبة للعينة المبحوثة.	(8 / عام)
56	مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي.	(1/1)

57	استجابة عينة البحث للسؤال رقم(1) المتعلق بمدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي.	(1/2)
59	تواصل عينة البحث مع تكنولوجيا الاتصال.	(2/2)
61	مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الإتصال.	(1/3/3)
62	استجابة عينة البحث للسؤال رقم(3) المتعلق بمؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.	(2/3/3)
63	أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.	(1/4/4)
64	استجابة عينة البحث للسؤال رقم(4) حول أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.	(2/4/4)

قائمة الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
1	كتاب تسهيل مهمة	80
2	قائمة المحكمين	81
3	الاستبانة	83
4	أسئلة المقابلة	92

الملخص:

تمكين الإعلاميات الأردنيات من التعامل مع تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية
(دراسة ميدانية)

The Empowerment of Jordanian Female Journalists of Dealing with
Communication Technology in the Jordanian Media Institutions
(A field Study)

Prepared by: Haneen Khalaf Hajim Al Tell

Supervisor: Dr.Kamel Kurshid Murad

إعداد :حنين خلف هاجم التل

إشراف :الدكتور كامل خورشيد مراد

2012-2013

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى تمكن الإعلاميات الأردنيات، وتفاعلهن واندماجهن بتكنولوجيا الاتصال من خلال دراسة علمية لوجهات نظر الإعلاميات الأردنيات العاملات في القطاعين الحكومي والخاص. كما هدفت للتعرف إلى مدى استخدام الإعلاميات الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي، بالإضافة إلى كيفية تواصل الإعلاميات الأردنيات مع تكنولوجيا الاتصال، والوقوف على مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال. وسعت الرسالة أيضاً إلى الكشف عن المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي باعتباره منهجاً مناسباً لمثل هذه الدراسة، وتم تطبيق الدراسة بواسطة أداة (الاستبانة) التي وزعت على (150) إعلامية، تمّ اعتماد (125) استبانة

صالحة، فضلاً عن استعانة الباحثة بالمقابلات العلمية مع عدد من الإعلاميات في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

وكانت أبرز النتائج أن الإعلامية الأردنية تطبق ما لديها من معرفة جديدة في تكنولوجيا الاتصال، وأن أكثر الوسائل التكنولوجية للاتصال استخداماً كانت شبكة الانترنت.

ومما أظهرته النتائج أن الإعلامية على تواصل يومي مع القنوات الفضائية والمختلفة في أثناء عملها الوظيفي كجزء من متطلبات عملها وبمدة لا تقل عن ساعة يومياً، إضافة إلى تواصلها مع شبكات التواصل الاجتماعي مثل " الفيس بوك، تويتر " يومياً لمدة ساعة كاملة.

وهذا دلّ على أن الإعلامية الأردنية تستخدم بشكل معقول جميع وسائل التواصل الحديثة، ومنها القنوات الإذاعية والتلفزيونية المحلية.

Abstract

The Empowerment of Jordanian Female Journalists of Dealing with
Communication Technology in the Jordanian Media Institutions (A field
Study)

Prepared by: Haneen Khalaf Hajim Al Tell

Supervisor: Dr.Kamel Kurshid Murad

2012-2013

This study has aimed at determining the level of Jordanian female journalists' empowerment in, interaction with and utilization of the communication technology, through a scientific study of the viewpoints of Jordanian female journalists working in both the public and private sectors.

The study has also aimed at finding out the extent to which a Jordanian female journalist utilizes the communication technology at work and how qualified she is in the field of communication technology.

Furthermore, the thesis has also aimed at exploring the obstacles Jordanian female journalists confronted in the field of communication technology.

A descriptive/survey method, which is considered most appropriate for this type of study, has been chosen to carry out the study. A survey was the tool chosen in implementing the study as well. The survey has been distributed to

150 female journalists, out of which 125 surveys were considered valid and thus were relied upon. Moreover, the researcher has also conducted scientific interviews with a number of female journalists working at Jordanian media institutions.

Chief findings have revealed that a Jordanian female journalist utilized her newly acquired communication technology-related skills, and that the Internet was among the most frequently used communication technology.

The findings have also pointed out that a female journalist interacted on daily basis, for at least half an hour, with various satellite channels during her working hours as an integral part of work requirements, in addition to her daily interaction with social networks such as Facebook and Twitter for a whole hour.

This, in turn, has proved that a Jordanian female journalist used, in a reasonable fashion, all modern means of communication including local radio and television channels.

الفصل الأول:

مقدمة عامة للدراسة

تمهيد :

باتت تكنولوجيا الاتصال تؤدي دوراً كبيراً، ومؤثراً في العملية الإعلامية في العصر الحديث ، وقد عُدَّ هذا التطور ثورة حديثة ليس في مجال الاتصال والإعلام فحسب، بل في أنماط الاتصال والتفاعل الإنساني عامة، فأصبح من غير الممكن لأية مؤسسة إعلامية النجاح والاستمرار، والوصول للجمهور المستهدف، والتأثير فيه دون استخدام التكنولوجيا المتطورة، فالراديو والتلفزيون والسينما والكتاب والإنترنت كلها وسائل إعلامية، لا يمكن لها الاستغناء عن التكنولوجيا الحديثة؛ لأنها ولدت وترعرعت واستمرت بفضلها، وهي التي أوصلتها إلى فئات كبيرة متنوعة من الناس. وهكذا أصبحت التكنولوجيا تؤام الإعلام الناجح، والمسيطر في الوقت الراهن، ذلك أن من يملك المقومات التكنولوجية والاتصالية يمتلك شرطاً مهماً من شروط الحضور الإعلامي .

وقد أخذ السباق لامتلاك تكنولوجيا الاتصال بين بعض دول العالم أبعاداً متسارعة بتسارع الاختراعات، والتطورات التقنية في هذا المجال ، التي تسير بخطى متسارعة يوماً بعد الآخر، وسنة بعد أخرى ، فباتت تظهر بين الحين والآخر منتجات تقنية جديدة، وصناعات حديثة ومتطورة، تزيد من قوة من يمتلكها، وتجعله في طليعة المسيطرين على حركة الإعلام الدولي، وتساعد في مدّ نفوذه على الجمهور العالمي بكل قوة، وإرساء ممارسة إعلامية عادلة مبنية على المساواة والإنصاف، والتكافؤ والتوازن والتنوع على صعيد الصورة، والممارسة المهنية، وذلك من خلال مستويين للتدخل يشملان ترسيخ مبدأ تنوع صورة المرأة في الإعلام، ومبدأ التكافؤ المهني في المؤسسات الإعلامية.

وتقدم ثورة تكنولوجيا الاتصال فرصاً جديدة متنوعة للإعلامية الأردنية، تمكنها من العمل الإعلامي إلا أن التمييز التقليدي بين المرأة والرجل مازال مستمراً، ويقلل من نجاح هذه الفرص، وما تزال الأنماط الثقافية والمجتمعية من عادات وتقاليد سائدة، وغير مشجعة لتطوير مساهمة المرأة وزيادتها ، وتمكينها

في مجالات العلم والتكنولوجيا؛ مما يحدّ بالتالي من مشاركتها بفاعلية في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما تزال الإعلامية الأردنية تعاني تمييزاً داخل بيئات العمل في مجال استخدام الكمبيوتر والانترنت؛ لأن العاملين في مواقع صنع القرار، هم في الغالب من الرجال.

وهنا يمكن طرح السؤالين التاليين: ما متغيرات واقع تمكين Empowerment الإعلامية الأردنية وتعاملها مع تكنولوجيا الاتصال؟ وما مدى استفادتها من تكنولوجيا الاتصال الرقمية، والتفاعلية وخاصة أعمال الحاسوب والانترنت؟

وتخطط هذه الدراسة لمعرفة مدى تمكن الإعلامية الأردنية من التعامل مع وسائل تكنولوجيا الاتصال؛ والتعرف إلى واقعهن في المؤسسات الإعلامية المتعددة، والإسهام في تحسينه، ولفت الانتباه إلى هذا الواقع، وبيان التحديات التي تواجهها الإعلاميات الأردنيات .

مشكلة الدراسة :

في ظل ثورة المعلومات، ووسائل الاتصال الحديثة، تبرز الحاجة للإعلاميين بشكل عام لمواكبة مظاهر هذا التطور، ومعطياته الإعلامية المتعددة، ويبدو الأمر بالنسبة للإعلاميات الأردنيات ملحاً ومطلوباً؛ كي تكون الإعلامية الأردنية متفاعلة مع تكنولوجيا الاتصال، بما يؤهلها لاحتلال مواقع، وتكليفها بمسؤوليات مهنية ووظيفية منسجمة مع متطلبات العصر. والسؤال الذي تنطلق منه الدراسة هو: إلى أي مدى كانت الإعلامية الأردنية قريبة، ومتفاعلة مع التكنولوجيا الحديثة، ومظاهرها المعتمدة في المؤسسات الإعلامية الأردنية المتعددة؟ وهل تعاني المرأة الإعلامية في صعيد التعامل مع تكنولوجيا الاتصال كما تعاني في بعض الأعمال الأخرى؟ وهل هناك معوقات، أو مشاكل تحول دون تعاملها مع تكنولوجيا الاتصال مثلها مثل أشقائها الرجال؟ وما الواقع المهني للإعلاميات الأردنيات في ظل ثورة المعلومات؟

أهمية الدراسة:

ما زالت أوضاع الإعلاميات الأردنيات بحاجة إلى دراسات مستفيضة من شتى الجوانب، ومنها على الخصوص ما يتعلق بمدى تمكنهن من التعامل مع معطيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة. وإذا كانت المرأة تشكل نصف المجتمع فهي أيضاً تشكل نصف المتلقين للرسائل الإعلامية، ولا بد أنها تشكل نسبة لا بأس بها من القائمين بالاتصال من خلال عملها في المؤسسات الإعلامية المتعددة. وتستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال المعلومات، والبيانات التي تم الحصول عليها من واقع الإعلاميات الأردنيات في الميدان، والتي قد تسهم في جهود تحسين وضع المرأة الإعلامية، وتحسين عملها. وتأمل هذه الدراسة أن ترفد المكتبة الأردنية والعربية بمعلومات مستجدة عن واقع الإعلامية الأردنية، والمؤسسات الإعلامية؛ لكي تكون إحدى اللبنة المتواضعة في بناء المعرفة المتراكمة في هذا المجال.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى تمكن الإعلاميات الأردنيات من تكنولوجيا الاتصال من خلال وجهة نظرهن ، وبشكل أكثر تحديداً تأتي هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية :-

- 1- مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي.
- 2- كيفية تواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال .
- 3- الوقوف على مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.
- 4- كشف المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.

أسئلة الدراسة:

يتمثل السؤال الرئيسي للدراسة فيما يلي :

ما متغيرات الواقع المهني للإعلاميات الأردنيات في ظل ثورة المعلومات، وإلى أي مدى كانت الإعلامية الأردنية قريبة، ومتفاعلة، ومندمجة مع الإعلام الجديد، ومظاهره المعتمدة في المؤسسات الإعلامية الأردنية المتعددة من وجهة نظر الإعلاميات الأردنيات؟

ويتفرع هذا السؤال إلى الأسئلة الفرعية التالية :

1- ما مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي؟

2- كيف تتواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال ؟

3- ما مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال؟

4- ما أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال؟

حدود الدراسة :

- **الحدود الموضوعية:** ينحصر اهتمام الدراسة بواقع الإعلامية الأردنية، ومدى تفاعلها وتعاملها مع ثورة تكنولوجيا الاتصال من وجهة نظر الإعلاميات الأردنيات العاملات في القطاع الإعلامي.

- **الحدود المكانية:** المؤسسات الإعلامية الحكومية، والخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية.

- **الحدود الزمانية:** أجريت هذه الدراسة ميدانياً خلال الفترة من أيار حتى كانون الأول من عام 2012م.

محددات الدراسة:

إن النتائج التي خرجت بها الدراسة الميدانية قريبة جداً من واقع الإعلاميات الأردنيات في عصرنا الراهن، إلا أنه قد يصعب الجزم بتعميم نتائجها بشكل عام على ذات مجتمع الدراسة لو تم ذلك في زمان آخر غير هذا الظرف الراهن. بالإضافة إلى محددات أخرى مثل: احتمال إجهام بعض أفراد العينة عن الإدلاء بآراء دقيقة، أو ضعف استجابة العينة، وغيرها .

مصطلحات الدراسة:

التكنولوجيا :- " لغويا اشتقت كلمة تكنولوجيا (Technology) والتي عربت بـ "تقنيات" من الكلمة اليونانية (Techne)، والتي تعني فناً أو مهارة، والكلمة اللاتينية (Texere)، التي تعني تركيباً أو نسجاً، والكلمة (Logos) التي تعني علماً أو دراسة، وبذلك فإن كلمة تقنيات تعني: علم المهارات أو الفنون، أي دراسة المهارات بشكل منطقي؛ لتأدية وظيفة محددة" . (أبو عرقوب، 1993، ص125).

Empowerment مفهوم التمكين

التمكين يتمثل في إطلاق حرية الموظف، وهو حالة ذهنية، وسياق إدراكي يهدف إلى تعزيز ثقة الإنسان بنفسه، والقناعة بما يمتلك من قدرات معرفية، تساعد في اتخاذ قراراته، واختيار النتائج التي يريد الوصول إليها، ويهدف التمكين أيضاً إلى توسيع قدرات الناس؛ لتكون دافعاً لتعزيز خياراتهم، ودعمًا لانفتاح آفاق حريتهم، ومشاركتهم في اتخاذ القرارات التي تؤثر على حياتهم، فهم بذلك ليسوا منتفعين فحسب، بل مشاركون في عمليات التنمية، واتخاذ القرارات والسياسيات. (المعاني وآخرون، 2011، ص 188).

التعامل: تقصد الباحثة بعبارة: " تعامل الإعلاميات الأردنيات مع تكنولوجيا الاتصال، مدى تقبل الإعلامية الاردنية واستعدادها، وكفاءتها، ومواكبتها لوسائل التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في العمل الإعلامي.

الإدماج: ويقصد به: مدى اهتمام المؤسسة الإعلامية بتوفير فرص التعليم، والتدريب والتوظيف للإعلامية الأردنية في بعض الوظائف التي تتعامل مع تكنولوجيا الاتصال.

الإعلامية الأردنية: هي كل موظفة أردنية تعمل في إحدى مؤسسات وسائل الإعلام الأردنية (المطبوعة والمسموعة والمرئية)، وتتعاطى مع الجوانب الاعلامية من تحرير ومونتاج وتصوير وإخراج وإشراف، والمسؤوليات الإعلامية الأخرى التي لها علاقة بتكنولوجيا الاتصال.

تكنولوجيا الاتصال:- هي جميع أنواع الوسائل والأدوات، والآلات، والأجهزة التكنولوجية المستخدمة في تسجيل المعلومات، أو معالجتها، أو نقلها، أو تخزينها ، أو التي تستخدم في الاتصال بأشكاله بين طرفين أو أكثر، وتشمل: تكنولوجيا الحاسبات، ووسائل الاتصال، وشبكات الربط، وأجهزة الفاكس، وغيرها من المعدات التي تستخدم بكثرة في مجال الاتصالات. وتظهر التكنولوجيات الجديدة للاتصال من خلال الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة، والصورة الساكنة والمتحركة، وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية الأرضية أو الفضائية، ثم تخزين المعطيات، وتحليل مضامينها، وإتاحتها بالشكل المرغوب، وفي الوقت المناسب والسرعة اللازمة. وتكنولوجيا الاتصال حسب المعجم الإعلامي هي: " مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية، والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات، ومعالجتها، وإنتاجها وتخزينها، واسترجاعها ونشرها، وتبادلها أي توصيلها الى الأفراد، والجماعات " (حجاب ، 2004 ، 166) .

المؤسسات الإعلامية الأردنية:

1. مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني.

2. وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

3. جريدة الغد.

4. جريد الرأي.

5. جريدة الدستور.

6. جريدة العرب اليوم .

الفصل الثاني:

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد:

وسائل الإعلام والمرأة :

إن موضوع الإعلام والمرأة ، يفرض ذاته منذ عقود في دول العالم الثالث، ومنها الأردن، وبعد أن أصبح كل محور له أهمية خاصة كعامل مهم، وأساسي من عوامل التنمية المستدامة، وهذه الدراسة تلقي الضوء على مدى حضور الإعلامية الأردنية في وسائل الإعلام الحديثة في الأردن، وبشكل خاص (الصحافة المكتوبة والتلفزيون والاذاعة)؛ كونها وسائل اتصال جماهيرية تصل إلى جماهير كثيرة ، بالإضافة للاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة التي وضعت كأولوية على الأجندة التنموية، كتحد من جهة، وآلية لتسريع عملية التنمية المستدامة، ومواجهة المستجدات والمتغيرات في " عصر عولمة الاتصال " من جهة أخرى.

أطلق على عصرنا هذا، عصر التكنولوجيا وثورة وسائل الإعلام، والاتصال والمعلومات، فقد ربطت التكنولوجيا الحديثة العالم بأدوات تعدّ الأهم في اتصال الناس مع بعضها في جميع أنحاء المعمورة، وأهمها حتى يومنا هذا: الاتصال السلكي واللاسلكي، والالكترونيات والفاكس والتلفون والراديو، والصحافة المكتوبة والالكترونية، والحاسوب، ومؤخرا الأقمار الصناعية والاطباق اللاقطة، وتطورت لتصبح اليوم " الرقمية " بالإضافة للإنترنت والتلفون النقال، الذي أصبح يضم كل هذه الأدوات .

وهذه الأدوات الإعلامية جميعها يمكن وصفها بـ"النعمة"، أو"النقمة" تبعا لاستعمالها، وبتفاوت استعمال وسائل الاتصال والإعلام من بلد لآخر بشكل واضح، ويفارق كبير بين الدول الصناعية الغنية، ودول

العالم الفقيرة، ويلاحظ أن لذلك علاقة بالمستوى الاقتصادي والتعليمي، فالدول الغنية تتوفر بها هذه الأدوات بنسب أعلى من الفقيرة .

وبات من المعلوم أن وسائل الإعلام والاتصال أصبحت تخترق الحدود، والقوميات بالشكل الذي يؤدي إلى انحسار دور الدول والحكومات ، ولعل هذه النقطة هي الأكثر إثارة لخوف " الحكومات " والدول ذات السيادة ، من أن تتحول إلى جهاز لا يملك، ولا يراقب ولا يوجّه، لأن الشركات متعددة الجنسيات ستحكم العالم وتجعله بلا حدود، كما ان ما تنبئه وسائل الإعلام سيؤثر على ثقافة الشعوب وخصوصيتها، وقد يخلق صراع الحضارات إلى جانب الصراعات الدينية والعرقية كما يتنبأ هنجتون في كتابه (صراع الحضارات ، 1990) .

ويرى المفكرون العرب أن هذه التحولات تسمى غزوا ثقافيا؛ مما استدعى تأكيد أهمية حماية الخصوصية لكل دولة ومجتمع ، وأن وسائل الإعلام الحديثة تعدّ بحدّ ذاتها تحديا، والصناعة وسيلة لتفعيل التحديات الأخرى، ومنها المساهمة في تغيير صورة المرأة التقليدية، أو تكوين صورة جديدة للمرأة تتلاءم مع المستجدات والمتغيرات، وبهذا قد تحقق ذاتها كإنسان، وتحافظ على حقها في ممارسة نشاطها السياسي والاقتصادي والاجتماعي، بالإضافة للمشاركة في عملية التغيير والإصلاح المنشود . وتؤكد نتائج الدراسات العلمية المتواصلة حول تأثير وسائل الإعلام ان لها تأثيرا فعالا، قد يكون سلبيا أو ايجابيا على سلوك الناس في المجتمع وتصرفاتهم، فالبرامج التي تعرض على التلفزيون والمواد التي تبث بالراديو، أو الصحافة المكتوبة تقوم بدور في التأثير بشكل مباشر، أو غير مباشر على الذي يلتقط رسائلها .

ويعد الصحفي قائداً للرأي العام؛ إذ يقوم بدور كبير في تشكيل حياتنا الفكرية والسلوكية. كما ان الدراسات أشارت الى أن الجمهور عادة لا يتعلم من وضع القضية للمناقشة فقط بل أيضا يعزز ما يكتب ويؤكدده. وهذا يدل على أهمية المضمون للرسالة الإعلامية، والصور الذهنية التي تخلقها لدى المتلقي، وخاصة إذا ما كررت ووضعت على أولوية الأجندة (Maxwell, 1972)

وبالإجمال تؤثر وسائل الإعلام في تغيير الأدواق، والصور الذهنية، وتؤكد النظريات في هذا المجال انه يمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بدور كبير في ترتيب الأجندة للناس، وكذلك نرى أن وسائل الإعلام

والاتصال الغربية وخاصة الأمريكية فى عصر العولمة أصبحت تخترق الحدود وتصل للدول دون عوائق وتهدد هويتها، وأصبحت تحرص على بث الأخبار والتحليلات والبرامج المتعددة؛ لإيصال الرسائل التي تخدم مصالحها سواء أكانت سياسية أم تجارية أم اقتصادية، وتعدّت ذلك إلى بث رسائل اجتماعية وسياسية وثقافية سميت بـ "الغزو الثقافي" الذي ترفضه الدول العربية؛ إذ ترى أنه تدخل في خصوصيتها من دين وثقافة وتقاليد، وبخاصة في هذه الأيام حيث يستمر العمل لنشر المفاهيم والكلمات والرسائل التي تتعلق "بالديمقراطية" و"الإصلاح"، وتشوه مفاهيم "النضال المشروع" الذي تسميه "الإرهاب"، كما تهتم بالترويج للمشاريع التي تخدم مصالحها باسم "الإصلاح".

الإعلاميات الأردنيات : إنجازات كثيرة وطموحات كبيرة :

لم يقتصر العمل الإعلامي على الرجال، إذ جذب اهتمام النساء أيضاً، ولكن بدرجة بسيطة. وفي الخمسينيات من القرن الماضي، وما بعدها توجهت المرأة إلى العمل في الإعلام المسموع، وبعدها في الإعلام المرئي، و أبدعت المرأة الأردنية في جميع مجالات العمل الإعلامي مثل: كتابة الأخبار والتقارير والمقالات، والتحقيقات، وتقديم النشرات الإخبارية والبرامج، وغيرها الكثير.

ولم يتوقف اهتمام المرأة بالعمل الإعلامي على الهواية أو الموهبة، بل عملت على تأهيل نفسها للقيام بعملها الإعلامي بجدارة وكفاءة ، فالتحقت بالمعاهد والجامعات داخل الأردن وخارجه، وحققت الإعلاميات الأردنيات إنجازات بارزة على مستوى الإدارة الإعلامية، والعمل الإذاعي والتلفزيوني والصحفي والأكاديمي.

ولقد وصلت الإعلامية ليلى شرف إلى منصب وزيرة الإعلام في الثمانينيات من القرن الماضي، وأثبتت جدارة في عملها، شهد لها القاصي والداني بذلك. وكانت صاحبة موقف، وبعد رؤية وروية، وإدارة حصيفة، إذ تمكنت خلالها توليها الوزارة من قيادة الإعلام الأردني بمهنية عالية دون التأثير

على حرية الصحافة التي يكفلها الدستور، وكل عقل مسؤول يحترم ذاته. وما زالت ليلى شرف تحظى باحترام الإعلاميين وغيرهم من أبناء الأردن، وتتبوأ الآن موقعاً مهماً، وهو عضوية مجلس الأعيان الأردني الذي يضم رؤساء الوزارات السابقين، وقيادات أردنية قدمت الكثير للوطن والشعب، وتقوم أيضاً بالعديد من المهمات العامة على مساحة الوطن.

عندما يعترف الجميع بالكفاءة الإعلامية لأي شخص على أرض الأردن، فإن شخصية مثل الدكتورة سيما بحوث تفرض نفسها لتكون مدير إدارة الإعلام في الديوان الملكي الهاشمي، محدثة ثورة في كتابة أخبار جلالة الملك عبد الله الثاني، والأسرة الهاشمية. وأصبحت كتابة مثل هذه الأخبار مدرسة جديدة في الأردن يقتدي بها أصحاب مهنة الإعلام، ويتعلمون منها الكثير.

ولم تحقق الدكتورة بحوث هذا التميز الذي وصلت إليه من فراغ، وإنما يعود إلى ذلك التقاني في العمل الإعلامي، والارتقاء به بمواصلة الدراسات العليا والأبحاث والوظائف المتعددة التي عملت بها. فقد بدأت عملها الإعلامي مذيعة بقسم الأخبار الإنجليزية في التلفزيون الأردني، وبعدها أكملت دراساتها العليا في الولايات المتحدة الأمريكية لتحصل على شهادة دكتوراه في الإعلام، الذي درسته في جامعة اليرموك شمالي الأردن رداً من الزمن، ثم عملت مع منظمات الأمم المتحدة في الأردن، و مديرة تنفيذية لمؤسسة نور الحسين، وبعدها جرى اختيارها للعمل مديرة لإعلام الديوان الملكي الهاشمي .

وتتعدى بعض الإعلاميات الأردنيات مجال العمل في الإذاعة والتلفزيون والصحف إلى مجال التدريب الإعلامي مثل الصحفية محاسن الإمام التي أنشأت مركز الإعلاميات في الأردن الذي قدم، ويقدم الكثير للصحفيات والإعلاميات الأردنيات والعربيات لتدريبهن، وتأهيلهن وزيادة كفاءتهن. وقد وصلت شهرة هذا المركز إلى الكثير من الدول العربية، ويحظى بالدعم المعنوي من المؤسسات الإعلامية الأردنية، وجامعة الدول العربية، واتحاد الصحفيين العرب. وعملت الصحفية الإمام في الصحف اليومية الأردنية، وبعض الصحف والمجلات العربية، وقدمت الكثير لمجتمعها والمجتمعات العربية من خلال الكلمة الصادقة، والتحقيق الهادف والمقالة الجريئة. ورأت أن من واجبها تجاه زميلاتها الإعلاميات والصحفيات إنشاء مركز يقوم بمهمة تحسين كفاءة هذه الفئة المبدعة والمثابرة

وقدراتها.

ولا يقتصر الإبداع على ليلى وسيما ومحاسن، وإنما هناك الكثير من الإعلاميات المبدعات، ومنهن المذيعة سوسن تفاحة التي وصلت إلى موقع رئيسة المذيعين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، وإيمان التل التي أصبحت مديرة لمركز التدريب في المؤسسة ذاتها، وأمينة التايه التي حصلت على موقع مديرة مديرية التحقيقات الصحفية في وكالة الأنباء الأردنية، وسميرة عوض ودينا زوربا اللتان وصلتا إلى موقع رئيسة تحرير، وغيرهن الكثير مما يصعب ذكرهن في هذا المقام. أما في المجال النقابي، فقد وصل العديد من الإعلاميات والصحفيات إلى عضوية مجلس نقابة الصحفيين الأردنيين، وإن لم تصل إحداهن إلى منصب النقيب، ومنهن: محاسن الإمام، ودينا زوربا، وفلحة بريزات. وأمام الإعلاميات الأردنيات مسافة طويلة من الطريق الإعلامي الممتد على مدى الأفق، الذي يتطلب المزيد من العطاء والإنجاز والإبداع، ويستوجب مساعدة إخوانهن الإعلاميين والصحفيين، وهي مساعدة تعد مؤشراً إلى تقدم الحضارات والأمم. (السكر، الإعلاميات الأردنيات : إنجازات كثيرة وطموحات كبيرة) مقال منشور عن طريق الرابط

<http://www.arabwomanmedia.net/>

التعامل مع الإعلاميات في الإعلام الرسمي الأردني:

حال وصول الإعلامية الأردنية إلى مناصب رفيعة في الإعلام كمديرة لمحطة الإذاعة، أو مساعد مدير تلفزيون، أو رئيسة تحرير، تبدأ الصعوبات، وتقل الفرص لتحقيق الأحلام، وتقتل كثير من الآمال على أبواب الإدارات صاحبة النظرة غير الشمولية، فتبدأ عملية المحاباة لصالح الرجل بالحصول على الدورات التدريبية التي تؤهله للحصول على الدرجات الوظيفية العليا، فيما ظلت الإعلامية الأردنية إلى زمن ليس ببعيد محرومة من الحصول على مثل هذه الدورات التدريبية، حتى أنها أصبحت ترفض

علنا مثل هذه الممارسات.

ومنذ من منتصف الثمانينيات، ومنذ تولي امرأة إعلامية متفهمة لقضايا المرأة، منصب وزير الإعلام، بدأت الإعلاميات الأردنيات يحصلن على فرص أكبر، ويتمتعن بحقهن في الترقى، والذي كنّ محرومات منه لمدة طويلة. دخلت الإعلامية الأردنية الحقل الإعلامي مع بداية الخمسينيات وتحديداً العمل الإذاعي، وتميزت بحب العمل وتحقيق الذات، واجتهدت في إعداد برامج ناجحة وتقديمها. وبقي العمل بهذا الدافع إلى أن تمكنت من بلوغ درجات عليا. وعرضها هذا النجاح إلى تحديات كثيرة بدافع الغيرة أو الانتصار للآخرين وغالبا للجنس الآخر. ولم يقف الأمر عند هذا الحد، بل وصل في بعض الأحيان إلى التخلص من الإعلامية بإحالتها إلى التقاعد حتى لا تتنافس الرجل.

إن فرص التقدم والتطور في المجال الإعلامي لم تتوافر لكل الإعلاميات. كما أن الكثير منهن وصلن إلى مواقعهن المرموقة بسبب ما توليه القيادة العليا للدولة من اهتمام بمجالات الأسرة والطفل والصحة والتربية. وهناك موقف نمطي منبثق من ترسبات قديمة لم تعط المرأة مكانها في المجال الإعلامي. فقد كان النجاح الذي حققته الإعلامية سببا في توجيه انتقادات كثيرة لها من الرجال والنساء أيضا؛ بسبب بلوغها مواقع كانت حكرا على الرجال.

إن مواجهة الصورة النمطية للمرأة زاد من أعباء الإعلامية وجعلها تبذل جهودا مضاعفة لإثبات ذاتها، وكفاءتها على الساحة الإعلامية.

تراوح التعامل مع الإعلاميات خلال العقود الماضية بين التقبل، وعدمه لأسباب تتعلق بالكفاءة والأوضاع الاجتماعية والأسرية. وتنقسم الأسر الأردنية إلى ثلاث فئات متفاوتة النظرة إلى عمل المرأة في مجال الإعلام: الفئة المحافظة التي ترى أن عملها ضرورة لإثبات ذاتها، والفئة المحافظة جدا التي ترى أن خروجها للعمل بصورة عامة غير مقنع ومرفوض أصلا. أما الفئة الثالثة وهي الفئة الأكثر ضررا على تقدم الإعلامية في عملها، فيرتبط عمل المرأة لديها بالحاجة. وترى أن المنزل هو المكان الطبيعي للمرأة. وتحترم هذه الفئة الإعلامية وتدعمها بمقدار الحاجة لدخلها. وتنتمي هذه الفئة المسايرة إلى ثقافة اجتماعية لا تتسم بالجرأة أو الصراحة، ولكن وجودها في المجتمع يجعلها مضطرة للمسايرة؛

لكي لا تبدو شاذة عنه.

قد تكون النظرة للإعلامية تغيرت من خلال إقبال المرأة على العمل الإعلامي، وبالتالي اكتساب ثقة المجتمع، ومع ذلك تقع على الإعلامية مسؤولية القيام بدورها على أكمل وجه، والمتمثل أساساً في عملية التنشئة الاجتماعية، ولا يخفى ما للإعلام من تأثير بالغ في الاتجاهات النفسية والمعتقدات. إذ يعدّ من أقوى المؤثرات في تحديد السلوك الاجتماعي. (جرادات، التعامل مع الإعلاميات في الإعلام الرسمي الأردني) مقال منشور عن طريق الرابط

<http://www.arabwomanmedia.net/>

وقد استفادت المرأة الأردنية من الإنجازات التي حصلت بالأردن في العقود الأخيرة، وخاصة في المجالات الصحية والتعليمية، وهناك حاجة ماسة لتحسين وضعها وإدماجها في العملية الإنتاجية الاقتصادية، لرفع مستواها ومحاربة البطالة والفقر لتكون منتجة. و لتفعيل دورها في عملية التنمية السياسية التي وضعت كأولوية على أجندة المؤسسات الحكومية، بدليل استحداث وزارة خاصة تسمى (وزارة التنمية السياسية) .

أصبح عمل المرأة في الحياة العامة ملموساً، في جميع المجالات ومنها النشاط السياسي والإعلامي ، وهناك عدة مؤشرات لدراسة نشاطات المرأة في العمل السياسي وهي ما تقوم به من وظائف، أو مراكز على المستوى الحكومي، أو في مؤسسات المجتمع المدني من نقابات، ومؤسسات الدولية ذات الطابع السياسي والخارجية والسفارات، والمؤسسات الإعلامية والصحافية .

ويجمع الباحثون في مجال الاتصال والإعلام على الدور الخطير الذي يقوم به الإعلام في التأثير على المتلقي " علاوة على ما تتميز به وسائل الإعلام من طبيعة مزدوجة تساعد على نشر الأفكار، والقيم المتناقضة وترويجها في آن واحد، فهي قد تساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية،

وتسهم بذلك في خلق أشكال جديدة من الوعي، أو تعمل على تثبيت القيم والرؤى التقليدية، فتسهم عندئذ في تزييف وعي الأفراد، وذواتهم وأدوارهم الحقيقية " .

ومما لاشك فيه أن الإعلام له دور مهم في تشكيل الوعي الثقافي والقيمي في المجتمع، ويعود ذلك للإمكانيات المتاحة أمام وسائل الإعلام؛ لتوصيل الرسالة الإعلامية للرأي العام من مختلف الفئات الاجتماعية، ولا سيما القيم الوطنية المتعلقة بالانتماء للاردن والولاء للقيادة الهاشمية الفذة. وتكمن أهمية الإعلام في نشر القيم الوطنية في المجتمع، مثل: حب الوطن والاعتزاز به ملكا وارضا وكيانا، وتعزيز المكتسبات الوطنية، والمحافظة على الانجازات الاردنية المختلفة خاصة عطاء القيادة الهاشمية عبر التاريخ والدفاع عن الوطن، والتضحية في سبيله، والشعور بالفخر والاعتزاز بالبلد، والعمل لتحقيق مصالحه العليا، والوفاء والكبرياء الوطني، والعمل الجماعي، والتطوعي. ويتجه الاعلام الى إبراز القيم كقضية والدفع بها إلى الأمام بأن يقوم الإعلام بدور أساسي في إبراز دور القيم في المحافظة على البلاد، والمفاهيم المتعلقة بحقوق الافراد في التعليم، والمشاركة الاجتماعية والسياسية، وشغل المناصب العامة من خلال الوسائل الإعلامية المتعددة؛ باعتبارها وسائط ثقافية تربية ترفيهية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام، وذلك إذا ما وضعت لها سياسات واضحة تتبنى قضية نشر هذه القيم، وبلورة وعي عام لدى المجتمع من التأكيد على القيم الأساسية في حماية الوطن، ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومعالجة القصور في مجال مساهمة الإعلام، ومساندته للبرامج الخاصة بها باعتبارها إحدى الخلايا الأساسية في المجتمع وللأنشطة الأخرى التي تعالج قضايا مهمة كالححد من الالهمال في ضياع المكتسبات، والمنجزات الاردنية في شتى المجالات. (القرعان ، محمد كامل) (2010).

كما يمكن للاعلام ان يعدّل الاتجاهات نحو التبنّي الايجابي لمجموعة من القيم التي تدعم المفاهيم المرتبطة بقضايا المجتمع الأساسية مثل: المساواة في حق العمل، والتعليم، والمشاركة السياسية ... الخ، وتتناول المشكلات والظواهر السلبية ذات العلاقة بالاساءة للوطن، وتحليل أسبابها وتقديم البدائل

الإيجابية لها، وتبني مفاهيم جديدة، وترسيخ القيم الإيجابية، وخلق مناخ عام مؤيد ومتفهم لاهمية القضايا الوطنية، وأهمية ذلك في تحقيق الرخاء، والقوة والمنعة للوطن.

1. الصحافة الأردنية:

مرت الصحافة الأردنية بعدد من المراحل التاريخية، التي كان لكل واحدة منها سماتها الخاصة بها، من حيث صدور الصحف، وأعدادها، وتوجهاتها، وحرقاتها، وقوانين المطبوعات التي تطبق عليها.

وعلى الرغم من تميز كل مرحلة من هذه المراحل بمميزات خاصة، إلا أنها جميعاً تشكل السمات الرئيسة للصحافة الأردنية منذ نشأتها وحتى يومنا هذا، على اعتبار أن كل مرحلة منها ما هي إلا امتداد للمرحلة السابقة لها، وتؤثر في المرحلة اللاحقة لها (الكندي، 2008: 210)، ويمكن تقسيم مراحل تطور الصحافة الأردنية إلى خمس مراحل رئيسية هي:

1. مرحلة صحافة عهد الإمارة (1921-1946):

ظهرت في هذه المرحلة الصحافة الأسبوعية والأدبية، وكانت الصحافة في تلك الفترة محدودة الإمكانيات، و"تعد صحيفة (الحق يعلو) التي ظهرت أواخر عام 1920 في مدينة معان أول صحيفة تصدر في الأردن، وكانت تكتب باليد، وشعارها: "عربية ثورية"، وكان يعمل في تحريرها محمد الأنسي وعبد اللطيف شاكر، ولكنها لم تكن منتظمة الصدور، وكانت توزع بالمجان على المواطنين الأحرار في شرق الأردن وسوريا ولبنان وفلسطين". (الموسى، 1998: 82).

واستوجب بناء الدولة الحديثة الاهتمام بوسائل الاتصال الجماهيري، باعتبارها ضرورة لنشر المعلومات، فدخلت المطبعة، وصدرت أول جريدة مطبوعة، وهي الشرق العربي، وتلتها صحف أخرى كانت كلها أسبوعية، ولم تصدر صحف يومية في هذه المرحلة. ومن أبرز صحف هذه المرحلة: الأردن، والميثاق، والوفاء، والجزيرة، والنسر. وكان يتم تعطيل الصحف إذا أقدمت على نشر أي شيء

يخالف قانون المطبوعات في تلك الفترة (المصدر السابق: 83). وتميزت صحف هذه المرحلة بعدم الانتظام في الصدور، إما بسبب سوء الأحوال الأمنية، أو عجز التمويل (عبيدات، 2003).

2. مرحلة صحافة ما بعد الاستقلال (1946-1970):

عملت الصحافة الأردنية في بداية هذه الفترة تحت سلطة قانون المطبوعات رقم (20) لسنة 1945، ثم صدر (نظام مراقبة المطبوعات) عام 1948، وفي عام 1953 صدر أول قانون متكامل للمطبوعات والنشر، تبعه صدور قوانين أخرى وتعديلات على هذه القوانين (الموسى، 1998: 111). وقد تميزت هذه الفترة بظهور الصحافة اليومية، رغم الوجود القوي للصحافة الأسبوعية، وتعد صحيفة النسر التي أصدرها صبحي جلال القطب، الصحيفة اليومية الأولى التي صدرت بانتظام في مرحلة الأربعينيات، و تميزت فترة الخمسينيات بكثرة إصدار الصحف والمجلات السياسية، وظهور الصحافة الحزبية والمجلات الأدبية (الكيلاي وآخرون، 2005). وأهم ما يميز الصحافة الأردنية في تلك الفترة هو عملية الدمج التي حدثت بين الصحف اليومية الأربع التي كانت تصدر في تلك الفترة، إذ قررت الحكومة أن تدمج صحيفتي (فلسطين والمنار)، وصحيفتي (الدفاع والجهاد) (الموسى، 1998: 131).

3. مرحلة صحافة المؤسسات الكبيرة (1971-1989): دخلت الصحافة الأردنية عهد المؤسسة في فترة السبعينيات والثمانينيات، ونتيجة لعملية الدمج التي قامت بها الحكومة، صدرت صحيفة (الدستور) عام 1967 عن (الشركة الأردنية للصحافة والنشر)، و صحيفة (الرأي) عن (المؤسسة الصحفية الأردنية) (المصدر السابق: 143-147).

وتميزت هذه الفترة بظهور صحافة مؤسسية قوية أدت الدولة فيها دوراً مهماً لتطوير مستواها الفني ودعم إمكاناتها المادية، و//خضعت الصحافة في هذه المرحلة لأحكام قانون المطبوعات والنشر لعام 1973 (العدوان، 2011).

4. مرحلة الصحافة في ظل الديمقراطية ما بعد عام 1989 وحتى الوقت الحاضر :

دخلت الصحافة الأردنية في نهاية الثمانينيات مرحلة العهد الديمقراطي، بصدر قانون المطبوعات رقم (10) لعام 1989 والذي اعتبر متقدماً وليبرالياً مقارنة مع قوانين المطبوعات السابقة واللاحقة. وقد اتسمت هذه المرحلة بسمات ميزتها عن غيرها، وبخصائص من شأنها بيان ما حملته تلك الصحافة من صفات، فشهدت السوق الأردنية صدور كثير من الصحف الجديدة اليومية والأسبوعية والحزبية والمستقلة، وبدأت تأخذ دورها كسلطة رابعة رقيية على الوقائع والأحداث، وأصبحت أداة فاعلة لتقويم الديمقراطية بتسليط الضوء على المزايا والعيوب، والغوص وراء الأحداث، والدفاع عن المصالح العامة للأمة (الموسى، 1998: 167).

وفي هذه الأجواء الديمقراطية بدأت تظهر ملامح صحافة جديدة، وكان هدف معظمها تلمس طريقها من خلال تقديم قصص إخبارية تعتمد الإثارة، وأدى ذلك إلى إصدار قانوني المطبوعات والنشر 1997 و 1998 اللذين شددا على حرية التعبير المسؤولة. وفي ظل الانفتاح الديمقراطي شهدت الحياة الأردنية أيضاً من الصحف الجديدة اليومية والحزبية والأسبوعية المستقلة، والتي صدرت بموازرة من قانون المطبوعات لسنة 1993 الذي كان قانوناً ليبرالياً جزئياً؛ يسمح بالمقاضاة في المحاكم (الموسى، 2003: 19).

5. مرحلة الصحافة الإلكترونية (1994 - 2011):

رغم أن المملكة الأردنية الهاشمية عرفت شبكة الانترنت منذ مدة، ولكن الصحافة لم يحصل فيها أي تدخلات منذ نشوئها، إلا أنه في أواسط التسعينيات حصل تدخل ليجري التغيير هذه المرة في شكل الجريدة، ونمطها وأسلوب صناعتها، و بنائها المهني بالكامل، حيث دخلت ثورة الاتصال عصرًا جديدًا مع ظهور تقنية شبكة المعلومات العالمية، المعروفة بالشبكة الإلكترونية للإنترنت، بكل قدراتها وعلاقتها الوثيقة بوسائل الاتصال المختلفة ومنها الصحافة.

بدأت الشبكة الإلكترونية (الإنترنت) مع نهاية القرن العشرين، وبداية القرن الحادي والعشرين تشهد انتشاراً واسعاً، وأصبحت من أهم وسائل الاتصال شيوعا وإقبالاً في دول العالم. حيث "شهدت البشرية في العقود الأخيرة تحولاً كبيراً وعميقاً في مسارها لا يقل في تأثيره ونتائجه عن مرحلتي الزراعة

والصناعة، وهو ما اصطلح على تسميته بالمعلوماتية والمعرفة، والتي جعلت المعرفة أساس الموارد والقوة والتقدم (أبو شنب، 1988).

بدأ ظهور الصحف الإلكترونية على الإنترنت في أيار 1992 ، حيث صدرت شيكاغو أون لاين كأول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أون لاين، بينما يرى الكاتب والباحث الصحفي طارق ديلواني أن جريدة واشنطن بوست الأمريكية، هي أول من أطلق موقعا إخباريا إلكترونيا في عام 1994، وتكلف تنفيذه آنذاك عشرات الملايين من الدولارات، وأطلق على هذا النوع من النشر مصطلح "الحبر الرقمي" (العدوان ، 2011) . وكانت هذه بحسب الباحثين " هي بداية ظهور الصحف الإلكترونية التي كانت الشرارة الأولى لظهور الإعلام متعدد الوسائط عن طريق الربط بين تقنيات الحاسوب "الكمبيوتر" ، وبين تقنيات المعلومات. واستوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين، فتعهدوها بالرصد والتحليل" (خليل، 1997) وكان من نتيجة ذلك أن ظهر في الأفق الكثير من التعريفات الخاصة بالإعلام الإلكتروني، ولو حاولنا وضع تعريف محدد لهذه الصحافة فإنه يمكننا القول: إنها نوع من الاتصال يتم عبر الفضاء الإلكتروني "الإنترنت" وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، وتستخدم فيه فنون العمل في الصحافة المطبوعة وآلياته ومهاراته، مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت ، والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني (معالي، 2008).

ومن أبرز الصحف الأردنية التي تصدر في الوقت الحالي 2011:

- صحيفة الرأي: يومية عربية سياسية تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وقد صدر العدد الأول منها بتاريخ 1971/6/2 وما تزال تصدر بانتظام منذ ذلك الحين، وهي تعبر عن وجهة النظر شبه الرسمية، إذ أرادت الحكومة الأردنية أن يكون لها صوت يتكلم باسمها، ويعبر عن منهجيتها، فتم إصدار صحيفة الرأي، وهي مملوكة من قبل القطاع العام بنسبة (67%) من رأس المال.

- صحيفة العرب اليوم: يومية أردنية مستقلة، تصدر حالياً عن شركة الطباعون العرب، وقد صدر العدد الأول منها بتاريخ 1997/5/17، وهي تعبر عن الاتجاه المستقل، وقد حاولت منذ نشأتها أن تقدم نكهة صحفية مختلفة من المعالجات الصحفية، وفجرت عدداً من القضايا الصحفية المهمة التي كان لها تأثير في الحياة السياسية والاجتماعية في المجتمع الأردني.
- صحيفة الغد: يومية أردنية مستقلة، تصدر عن الشركة الأردنية المتحدة للصحافة والنشر برؤية إخراجية جديدة وملونة، وهي من الصحف حديثة النشأة، والمملوكة بالكامل للقطاع الخاص. صدر العدد الأول منها بتاريخ 2004/8/1، وقد فاز موقعها الإلكتروني بعدد من جوائز التميز المحلية والإقليمية.
- صحيفة الدستور: يومية سياسية عربية مستقلة، صدر العدد الأول منها بتاريخ 1967/3/28، وتصدر عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر، التي تحولت في عام 1986 إلى شركة مساهمة عامة.
- صحيفة الجوردان تايمز: يومية أردنية مستقلة، صدر العدد الأول منها عام 1975، وتصدر باللغة الانجليزية عن المؤسسة الصحفية الأردنية.
- صحيفة الديار: صحيفة وطنية أردنية يومية أسست عام 2003 وتصدر عن شركة البترا للاستثمار الإعلامي.
- صحيفة الأنباط: يومية أردنية سياسية مستقلة، تصدر عن شركة الأنباط للصحافة والإعلام، وتوزعها شركة الأجنحة للتوزيع. صدر العدد الأول منها بتاريخ 2005/5/2.
- صحيفة السبيل: يومية أردنية شاملة مستقلة، صدر العدد الأول منها كصحيفة أسبوعية بتاريخ 1993/10/13، وانتظمت في الصدور ما يزيد على خمسة عشر عاماً دون انقطاع أو توقف. وفي 2009/2/10 كانت انطلاقة السبيل الجديدة، إذ أصبحت سابع صحيفة يومية أردنية ناطقة بالعربية.
- صحيفة الوحدة: أسبوعية سياسية ثقافية.

- صحيفة اللواء: أسبوعية شاملة مستقلة، تصدر بانتظام منذ عام 1972 تحت شعار (إيمان - إخاء - حشد - تحرير).
- صحيفة الاردن: أسبوعية سياسية شاملة.
- صحيفة الحدث: أسبوعية سياسية شاملة. تواصل صدورها بانتظام منذ عام 1995، //توزع الحدث بواسطة إدارة التوزيع بجريدة الدستور.
- صحيفة المرأة: أسبوعية سياسية إعلانية شاملة.
- صحيفة الشاهد: أسبوعية سياسية شاملة، تصدر عن الشركة النموذجية للصحافة.
- صحيفة الجزيرة: أسبوعية سياسية شاملة.
- صحيفة شيجان: أسبوعية سياسية اجتماعية مستقلة.
- صحيفة المحور: أسبوعية سياسية مستقلة.
- صحيفة المجد: جريدة اسبوعية أردنية معارضة تصدر في عمان منذ 1994/4/11.
- إضافة إلى العديد من الصحف الإلكترونية، والتي من أبرزها:
- صحيفة المدينة الإخبارية www.almadenahnews.com
- صحيفة سرايا www.sarayanews.com
- صحيفة عمون الاخبارية www.ammonnews.net
- صحيفة آخر خبر www.akherkhabar.net
- صحيفة السوسنة www.assawsana.com

الإعلام الأردني :

إن الرؤية الملكية للإعلام تتمثل في: " بناء نظام إعلامي أردني حديث يشكل ركيزة لتحقيق التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتمشى وسياسة الانفتاح الاقتصادي الاجتماعي والثقافي التي ينتهجها الأردن، وبواكب التطورات الحديثة التي يشهدها العالم " .

موقع وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن طريق الرابط:

<http://www.petra.gov.jo/public/Arabic> .

وتهدف الى تطوير رؤية جديدة للإعلام الأردني تأخذ بعين الاعتبار روح العصر، وتخدم أهداف الدولة الأردنية، وتعبر عن ضمير الوطن، وهويته بكل فئاته وأطيافه، وتعكس إرادته وتطلعاته، وتتيح لوسائل الإعلام الأردنية القدرة على التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى .

موقع وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن طريق الرابط:

<http://www.petra.gov.jo/public/Arabic>.

وتعمل الدولة لبناء إعلام الدولة الحديثة المبني على تشجيع التعددية، واحترام الرأي والرأي الآخر؛ وذلك بعرض وجهات النظر المختلفة في مناخ من الاستقلالية والحرية المسؤولة، والتعبير عن الوطن بكل فئاته وأطيافه، وتعكس إرادته وتطلعاته. وتقوم ممارسة الاداء الاعلامي على المهنية والتميز والإبداع، والحرية المسؤولة، ودعم استقلالية مؤسسات الإعلام وإداراتها، وذلك من خلال ما يلي :

- استقلالية إدارات المؤسسات الإعلامية، واستقلالية القرارات الإعلامية المؤسسية .
- فتح المجال أمام القطاع الخاص للمشاركة في ملكية وسائل الإعلام، وتمكين هذه المؤسسات من تأدية دورها الرقابي في المجتمع في مناخ من الحرية المسؤولة، والاستقلالية والمهنية المتطورة .

موقع وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن طريق الرابط:

<http://www.petra.gov.jo/public/Arabic>.

- الارتقاء بالبعد المهني للعمل الإعلامي والعمل بمهنية عالية، وذلك من خلال :

- تطوير موانئ الشرف الإعلامي .
- توجيه تطور العمل المهني بالتدريب، والتأهيل والتخصص .
- مراجعة القوانين الإعلامية والصحفية والاستثمارية الخاصة بالصحافة والإعلام .
- الأخذ بالمتغيرات التقنية، والفنية التي يشهدها العصر .

موقع وكالة الأنباء الأردنية (بترا) عن طريق الرابط:

<http://www.petra.gov.jo/public/Arabic>.

تتوافر في الأردن وسائل إعلام حديثة، وشبكة اتصالات سلكية ولاسلكية جيدة تتيح للمواطن متابعة البث الإذاعي والتلفزيوني، والصحافة. وبالنسبة للتلفزيون، فمن ينظر إلى أسطح المنازل يلاحظ أنه ينتشر بشكل واسع في المدن والريف والبادية بالإضافة إلى التلفزيون (الرقمي) الذي يربط المشاهدين بالفضائيات العربية والعالمية. ويمكن القول: إن معدل انتشار التلفزيون في الأردن تعدى المعدل الذي وضعته اليونسكو وهو (20) جهازا لكل 1000 شخص .

ويصدر في الأردن خمس صحف يومية باللغة العربية، وهي : الرأي والدستور والعرب اليوم والغد والسبيل، وواحدة باللغة الإنجليزية هي (جوردن تايمز) ، ويلاحظ تزايد عدد المجالات الموجهة للنساء و للشباب والأطفال، ولا ينقص الأردن مطبوعات في جميع المجالات إذ يبلغ عدد المطبوعات

والدوريات والمجلات والصحف بجميع أنواعها (3669) مطبوعة، ويعزى ذلك لارتفاع نسبة التعليم والتخصصات، وإن كان الأردن لا يزال لا يقرأ كبقية العرب.

وتُبرز الصحف اليومية دور المرأة، وتضعها على أجندتها، وتغطي إخبارها ومشاركتها في شتى المجالات، ومنها السياسية، ولا يخلو عدد منها دون تسليط الضوء عليها، وأدت الصحف دوراً مهماً في متابعة المعركة الانتخابية، ويلاحظ أيضاً، ظاهرة مشاركة المرأة في كتابة المقالات الصحفية السياسية، وفي زوايا جادة، وهي: زوايا التعليقات والآراء والتحليلات، والتي كانت مقصورة على "الرجال فقط"؛ مما يدل على التزام الصحف بالدور السياسي للمرأة، ومساهمتها في تغيير الصورة الخطية التقليدية، كأم وزوجة وربة بيت فقط دون الاهتمام بالأمور السياسية، وإن كان هناك متسع لتطوير مشاركة المرأة بحيث تتساوى في الابداع دون تصنيف نتائجها بـ"النسوي"، كما يحلو لبعضهم وصفه. ويلاحظ أيضاً اهتمام الصحف اليومية بإصدار ملاحق خاصة تتعلق بالثقافة والشباب والاطفال، وتُعالج فيها القضايا الاجتماعية والرياضية والاقتصادية والسياسية المتعلقة بهم، وبمشاركتهم في التنمية المستدامة، ويلاحظ الاهتمام بمعالجة مشاكل الأسرة بشكل عام. ومن المفيد إجراء دراسات؛ لمعرفة مدى تأثير مضامين مثل هذه الملاحق، وخاصة ما يتعلق بالقضايا الموجهة للشباب من ذكور وإناث، والذين هم "أولوية" أجندة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، لاستقطابهم في المشاركة الفاعلة في التنمية المتكاملة، وإن كان الاهتمام يبدو موسمياً في كثير من الأحيان.

إن ما شهدته تكنولوجيا الاتصال خلال العشرية الأخيرة من القرن الحالي من تطور كبير ما زال يتسارع كان له آثاره الواسعة على مناحي الحياة المختلفة، كالعلاقات الاجتماعية، وطبيعة العلاقات الاقتصادية، والعمل الإعلامي، ووظائفه المختلفة، والعلاقات الداخلية في المؤسسات الإعلامية، وعلى المتلقين، وأشكال الرسالة الإعلامية.

وبفضل تنوع تقنيات الاتصال، وتعدد أتاحات التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال، وأحدثت تغيرات كبيرة في دور متلقي الرسالة الإعلامية التي تبث عبر وسائل الاتصال الجماهيري. ونتيجة لذلك، انتقل المتلقي من دوره السلبي إلى دوره الإيجابي كطرف فاعل ومشارك في إنتاج الرسائل

الإعلامية. ولقد أسهمت ثورة المعلومات في إحداث تحول على المشهد الإعلامي العربي في العقد الأخير من القرن العشرين، إذ استجاب الإعلام العربي لتأثير هذه الثورة الكاسحة، واستطاعت بعض وسائل الإعلام العربية الاستفادة من جوانب التقدم، فنشأ ما يسمى بـ"إعلام الموجة الجديدة" المتمثل بالقنوات الفضائية العربية، والصحف والمجلات الإلكترونية، والمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت. ولا شك أن الإعلام العربي تأثر إيجاباً أو سلباً، واستفاد من التقنيات التكنولوجية المتطورة للاتصال، وهي تقنيات غربية بلا شك، لكنه أيضاً تأثر سلباً من حيث ازدياد حالة الفوضى، وكثرة وسائل الإعلام، والرسائل الإعلامية في الفضاء العربي؛ مما يشنت المواطن والمخططين، ويسمح بتسرب الكثير من الإعلام السلبي الهدام إلى الإعلام العربي.

ومن نتائج ثورة المعلومات أيضاً ازدياد زخم النشاط الإعلامي في العالم العربي خلال السنوات السالفة، كما أن مكوناته اتسعت على نحو غير مسبوق، فبرزت فضائيات عربية - على سبيل المثال - وسّعت هامش الحرية والتعددية، وامتد نطاق تأثيرها إلى ما وراء الحدود الوطنية، وقدمت خطاباً بديلاً عن الخطاب الإعلامي الرسمي، وأنهت احتكار وسائل الإعلام الغربية لنقل الخبر، وأسهمت في وضع الإعلام العربي في دائرة الاهتمام العالمية.

وعلى الرغم من هذا التقدم الملموس على أداء الإعلام العربي، إلا أنه ما يزال يعاني الكثير من العقبات التي تحول دون تطوره التطور المأمود، وقد يرجع هذا الأمر إلى عوامل، وأسباب كثيرة، منها: الاجتماعي والسياسي والثقافي والتكنولوجي والاقتصادي، وغير ذلك.

تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلومات:

تكنولوجيا الاتصال:

أسهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية، والحدود

التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة حتى أواخر السبعينيات، فقد نشأت علاقات معقدة، متداخلة بين أجهزة الإعلام، تربط الأدوات السمعية والبصرية، والاتصالات البعيدة المدى، والمعلوماتية. (الهاشمي، ٢٠٠٤).

إن تطور وسائل تكنولوجيا الاتصال عمل على توفير المرونة، وفرص الاختيار من حيث طرائق تجهيز خدمات الاتصال، وإمكانية تجميع نظم تكنولوجية، وهي النظم المرتبطة بعمليات الاتصال، والتي تسهم في رفع الأداء داخل المؤسسة بشكل كبير (شوقي، ١٩٩٠)

ومن هنا دعا التطور التكنولوجي السريع في قطاع الإعلام إلى إعادة النظر في التوزيع الذي استطاع أن يحافظ على توازن وجود وسائل الاتصال الجماهيري خلال أربعة عقود من

الزمن، فتطور تطبيقات الوسائط المتعددة في مجال الصوت ، والصورة الثابتة والمتحركة، والنص والحركة جعل من الإنترنت الأداة القادرة على القيام بكل الأدوار التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري مجتمعةً (العياضي، ٢٠٠١) .

إن اكبر التحديات التي تواجه وسائل الإعلام الكبرى تكمن في المساحة التي تحتلها على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، وهي شبكة كمبيوترات ضخمة متصلة مع بعضها بعضاً، ويخدم الانترنت أكثر من ٢٠٠ مليون مستخدم ، يزداد عددهم بشكل سريع للغاية يصل إلى نسبة 100 % سنوياً، وقد بدأت فكرة الانترنت أصلاً كفكرة حكومية عسكرية، وامتدت إلى قطاع التعليم والأبحاث، ثم التجارة حتى أصبحت في متناول الأفراد. (الصادق، ٢٠٠٤).

إن النقلة النوعية التي أحدثتها ثورة الاتصال والمعرفة، تجلت فيما يعرف بمجتمع المعلومات، وهذه النقلة جعلت المعلومة والمعرفة زاداً يتزود به المواطن كل يوم، وجعلت وسائل الإعلام، وما يتصل بها من أجهزة وأدوات وتقنيات، الوسيلة الرئيسية لعصر المعرفة ومجتمع المعلومات.

ويعرف مجتمع المعلومات بأنه جميع الأنشطة والموارد والتدابير والممارسات المرتبطة بالمعلومات إنتاجاً ونشراً وتنظيماً واستثماراً، ويشمل إنتاج المعلومات أنشطة البحث على اختلاف مناهجها وتنوع مجالاتها، بالإضافة إلى جهود التطوير والابتكار على اختلاف مستوياتها، كما يشمل أيضاً الجهود الإبداعية، والتأليف الموجه لخدمة الأهداف التعليمية والتنقيفية والتطبيقية. (عليان، 2006، ص 28).

وقد بدأت ملامح ثورة الاتصال والمعلومات تنتقل إلى معظم البلدان العربية مع بداية العقد الأخير من القرن العشرين، وكان من أبرز تلك الملامح انتشار القنوات الفضائية العربية المشغلة من القطاعين الحكومي والخاص، ورافق ذلك أيضاً انتشار خدمة الإنترنت وتوسعها، وتوسع استخدامه بمعدلات نمو سريعة غير مسبوقة، وشهدت بعض البلدان العربية تحسناً ملموساً في الحريات الصحفية، وإن تباينت كثيراً من دولة إلى أخرى، غير أن المنظمات الإعلامية العربية لم تتمكن من التخلص من عوامل القصور الداخلية والخارجية فيها. (أبو الحمام، 2011، ص 194)، ولقد عرف المشهد الإعلامي العربي تحولاً عميقاً في العقد المنقضي، أي منذ أوساط التسعينيات، بفعل عاملين مهمين هما: تكنولوجيات الاتصال الحديثة، وتأزم الصراعات التي تشهدها المنطقة. أما تكنولوجيا الاتصال، فهي انتشار الفضائيات وظهور الإنترنت. (كوثر، 2008، ص 110).

إن الفجوة الهائلة بين تردّي الوضع الراهن للتكوين المهني الإعلامي، واحتياجات الحاضر المتزايدة ومتطلبات التطوير المستقبلية في الوطن العربي وفي لبنان، أصبحت تشكل تحدياً كبيراً يواجه عملية تطوير العمل الإعلامي، والارتفاع به إلى مستوى الأحداث والمتغيرات الحادثة. وقالت : من الصعب إعطاء وصفات جاهزة لتجاوز تلك الفجوة أو التقليل منها. ولكن ثمة بعض التوصيات والمقترحات للتفكير، والحوار تتمحور حول فكرة جوهرية هي وضع إستراتيجية عربية مشتركة للتطوير ترتكز على مقاربة كلية، ومعالجة شاملة للموضوع من جميع جوانبه، وتأخذ بعين الاعتبار الارتباط بأهداف التنمية الشاملة، وخططها بشكل رشيد وديناميكي، ومواكبة التحولات الاجتماعية والثقافية، والتطوير المتسارع في مجالات المعرفة المختلفة، وتبني المنهج التشاركي في جميع مراحل إعداد الإستراتيجية؛ بحيث تنطلق من واقع العمل الإعلامي، وبمشاركة جميع الأطراف المعنية، أي من القاعدة إلى القمة، وليس العكس كما يحدث غالباً. (العبد الله، 2011)

وتصف كريس لافان (Chris Laphan) هذه الثورة بقولها: "عند بلوغنا القرن العشرين ظهرت قوتان تعبران عن نموذج الاتصال الجماهيري: الأولى: استخدام الكمبيوتر كوسيلة لمعالجة المعلومات وتحليلها ونشرها ، والأخرى: التطور المتسارع لوظيفة هذه التكنولوجيا لتطوير الاتصال بما يفكها من ارتباط بالزمن والمسافة، وقد كسرت نموذج الواحد إلى العديد (One to Many) الذي كان يميز نظم الاتصال التقليدية، وأصبح بإمكان شخص واحد يملك كومبيوتراً، وخطاً هاتفياً أن يصبح ناشراً (صادق، 2008، ص22).

إن المجتمعات المعاصرة تعيش اليوم ثورة اتصالات واضحة؛ نتيجة للتطورات في مجال الاتصالات والكمبيوتر، ومع التوسع الكبير في وسائل الاتصال الجماهيري، يقول المتفائلون: "إن تطور التكنولوجيا الحديثة قدم للإنسان فرصاً غير مسبوقة للاتصال والتفاعل". (Krogh, 1996, 7) نقلا عن: مراد، 2011، ص429).

وكذلك، فإن التطورات في تكنولوجيا الاتصال عكست ذاتها على القائمين بالاتصال أنفسهم سواء كانوا ذكراً أو إناثاً، لكن نظراً لوجود ثقافة تمييزية ضد المرأة في أغلب مجالات العمل، فلا بد أن المرأة الإعلامية تعاني آثار بعض تلك الثقافة في عملها، وتفاعلها واستخدامها لتقنيات وسائل الإعلام والاتصال. وتبدو مظاهر التمييز في الهوية الحاصلة بين الذكور والإناث في مجال تكنولوجيا الاتصال، إذ تمثل النساء 6% من مجمل مستخدمي الإنترنت في العالم العربي". (كوثر، 2008، ص 189).

ومن جانب آخر فقد أحدث التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها هوة بين الأغنياء والفقراء هي الهوية الرقمية، ولمحاولة تخفيض عمق هذه الهوة، اهتمت الأمم المتحدة بهذا الموضوع. وقد أظهر التقرير الأول للمعرفة العربية الصادر عن مؤسسة راشد آل مكتوم حصول بعض التقدم في مجتمع المعرفة في العالم العربي، إلا أنه أظهر أيضاً وجود فجوات ينبغي التصدي لها بجدية وحزم إذا أردنا إقامة مجتمع منتج للمعرفة، وأشار التقرير إلى أن التخلف في مجتمع المعرفة بالعالم العربي يمكن تداركه إذا ما توفر الطموح، والإرادة السياسية المدعومة برصد البيانات التمكينية والمؤسسات

القادرة على رعاية التطور المعرفي، وتحويل مكاسبه إلى وسائل مساعدة لتحقيق التنمية الإنسانية الشاملة. (العسكري، 2011، ص16)

مفهوم الإعلام الجديد :

ولد الإعلام الجديد من تزاوج Convergence بين تكنولوجيا الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الحاسبة وشبكاتها، وتعددت أسماؤه، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ، ويأخذ هذا الاسم؛ لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية ، لا في الوسيلة ولا في التطبيقات ، وقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص، والصور المتحركة والثابتة والأصوات . (صادق ، 2008 ، ص29-30) . وهناك تسميات عديدة تطلق على " الإعلام الجديد " منها : (صادق ، 2008 ، ص30) :

الإعلام الرقمي Digital Media ، والإعلام التفاعلي Interactive Media ، والإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media ، والوسائط السيبرونية Cyber Space ، وإعلام المعلومات Info Media ، والوسائط التشعبية Hypermedia ، وإعلام الوسائط المتعددة Multimedia .

وتبدو استحالة وضع تعريف شامل للإعلام الجديد؛ لأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل، والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل، وواضح ، فهي مازالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي . وإذا اردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناء على الوسائل الجديدة، فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة . ويمكن استخلاص فكرة ان الإعلام الجديد هو حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة ما يتعلق بإعلاء حالات فردية Individuality ، والتخصيص Customization وهما تأتيان نتيجة لميزة رئيسية، وهي التفاعلية . (صادق، 2008، ص29-35) . إن الإعلام الجديد بحسب ما ورد من مداخل وتعريفات ونقاش ليس بثنأً أحادياً وتلقياً إجبارياً كما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم ، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم، ويشاركون في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط ، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة ، //وهو

الذي تحول فيه المشاهد والتعرف أكثر إلى سماته . وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام ان تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد ، وتزداد اهمية ثقافة المجموعات الصغيرة التي تجد الفرصة للتعبير عن نفسها، وسماع صوتها بما يمكنه من التفاعل مع الثقافات الأخرى . (صادق، 2008، ص29-35).

الإعلام الجديد إذاً هو إعلام تعددي بلا حدود، ومتعدد الوسائط ليؤدي أدواراً جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها ، فهو على سبيل المثال لا الحصر وسيلة تعريف، ومنافس تلقائي للمدارس . وهو يعمل في سياق مؤسسات جديدة تختلف كثيراً عما عهدناه في وسائل الإعلام التقليدية ، فهو ليس إعلام صحفيين وكتّاب وقراء ، ولكنه مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم، ويحصلون على احتياجاتهم الأساسية، ويمارسون أعمالهم اليومية. وفي الخلاصة يجب علينا أن نعرف أن الأسس التي قام عليها هذا الإعلام تختلف عما سبق، وهي تشمل : الرقمية، التفاعلية، التشعبية، الفردية، التخصيص، الجماهيرية، وتزاوج الوسائط والتكنولوجيا. ويجب علينا أن نقرّ بأن تغييراً كاملاً يلمس الوسائل الاعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً، كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن، وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة، وإن حالة جديدة هي وسائل إعلام حسب الطلب (Mass Customization) تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهيري (Mass Media)، وإن عملية تحويل وتغيير جذرية تتم للوسائل القائمة (Metamorphosis) ، وعندها ستكون جميع أجهزة التلفزيون، والراديو خارج نطاق الاستخدام كونها أجهزة تعمل في اتجاه واحد (One way)، والتغيير الجاري يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية (Interactive Media) حيث تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها على منصة الكمبيوتر، وتصنع عالمياً اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه (Two ways) له مزايا لم تكن تتوافر في الإعلام القديم . على أن أهم ما نلاحظه هو التحول الذي حدث في عمل كبرى شركات الاتصالات في ميدان الإعلام الرقمي بظهور قطاع جديد يطلق عليه اسم Comminfotainment وهي كلمة تتألف من ثلاثة مقاطع متجزئة من كلمات، تشير الى : الاتصال Cumm ، والمعلومات Info ، والترفيه Tainment ، وعلى سبيل المثال : تحولت شركة الاتصالات الهاتفية دويتش تيليكوم إلى شركة برامج شبيهة بالتلفزيون، وكذلك استيقظت شركة تيليكوم إيطاليا ذات يوم فوجدت نفسها قد

تحولت إلى شركة إعلام، وكذلك هو الحال مع شركات الهاتف الآسيوية التي أصبحت تقدم خدمات تلفزيونية. (صادق، 2008، ص 29-35).

نظرية الفجوة المعرفية :

تعددت المقاربات في تحديد واقع الإعلامية الأردنية ودراسته، وذلك نتيجة لمجموعة من الدراسات التي قام بها الباحثون، حيث توجت جهودهم بالوصول إلى مجموعة من النظريات التي تفسر واقع الإعلاميات. وقد إرتأت الباحثة أن نظرية فجوة المعرفة يمكن أن تكون مناسبة لموضوع هذه الدراسة، وتفسير جوانبها المختلفة؛ نظراً لتناول هذه النظرية لأثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على المجتمع، وفئاته المتعددة، وهذا يتصل بالمحور الأساسي لهذه الدراسة.

تقوم نظرية الفجوة المعرفية: "على فكرة التباين الموجود بين الأفراد، والجماعات في المعرفة، وأثر التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرية في زيادة أو خلق هذا التباين". (د. إسماعيل، 2003، ص 283) "وقد بدأ تعريف الفجوة المعرفية من خلال الفرض الذي وضعه تيتشنيور وزملاؤه، إذ يرون فيه " أنه مع تزايد انسياب المعلومات في النظام الاجتماعي من خلال وسائل الاتصال، تحدث الفجوة في المعلومات بين الفئات ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي الأعلى، والتي تميل إلى اكتساب المعلومات أكثر، وبين الفئات ذات المستوى الأقل". (عبد الحميد، 1997، ص 296) "وهكذا تصنف النظرية أفراد المجتمع إلى مستويات اجتماعية اقتصادية بناء على مستوى تعليم الفرد، وبعدّ المستوى الاجتماعي والاقتصادي متغيراً أساسياً في النظرية". (د. إسماعيل، 2003، ص 283 - 284). "بالإضافة إلى ذلك، يرى تيتشنيور، وزملاؤه ان هناك خمسة أسباب لإمكانية حدوث الفجوة المعرفية، وهي (عبد الحميد، 1997، ص 297 - 289) :

1- تباين المهارات الاتصالية بين الطبقات، فغالباً ما يكون هناك تباين في التعليم، والتعليم يعد الفرد للعمليات المعرفية الأساسية مثل: القراءة والحديث والتذكر.

2- تباين قدر المعلومات المختزنة، أو ما يسمى بالخلفية المعرفية السابقة، والطبقات الأعلى ربما تكون قد اكتسبت المعرفة حول موضوعات ما خلال مراحل التعليم، أو التعرض السابق لوسائل الاتصال.

3- أهمية التواصل الاجتماعي لدى الطبقات الأعلى، وبالتالي نجدهم يشاركون غيرهم ممن يتعرضون لموضوعات الشؤون العامة، أو الأخبار العلمية، ويدخلون في مناقشات مع غيرهم حول هذه الموضوعات.

الدراسات السابقة :

1 - شيخاني (١٩٩٩) بعنوان " أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية"، وهدفت هذه الدراسة للتعرف إلى أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة على تطور فنون الكتابة الصحفية، و تطور الأداء الصحفي للقائم بالاتصال في جريدة الأهرام وتشرين، ثم الوصف التحليلي ودراسة العلاقات المتبادلة بين هذا العامل وبين فنون الكتابة الصحفية من جهة، وأداء القائم بالاتصال من جهة أخرى في جريدتي الدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة أسلوبين رئيسيين للمسح يتفقان مع نوع الدراسة، وهما :المسح الوصفي لدراسة الوضع الراهن للكتابة، والتحرير الصحفي في جريدتي الأهرام وتشرين، والمسح التحليلي لشرح فنون الكتابة والتحرير الصحفي وتفسيرها في الجريدتين ، وشرح تفسير أداء القائمين بالاتصال فيهما، وبيان مدى علاقة هذا الأداء بحجم استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من خلال الاستدلالات التفسيرية .

وتوصلت الباحثة في نتائجها إلى أن التكنولوجيا الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل القائم بالاتصال في جريدة الأهرام عملت على التطور الكمي والكيفي في أدائه لوظائفه كافة، حيث توافرت فيها

متطلبات السرعة والدقة، وسهولة الاستخدام والكفاية والاكتمال، والسرية والأمان، وكذلك يزداد حجم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بين الفئات العمرية الشابة، المتخصصة في علوم الإعلام، وبين الفئات الحاصلة على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وبالتالي فإن استخدام الصحافة المصرية ممثلةً بجريدة الأهرام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة أدى إلى تطور كل فنون الكتابة الصحفية فيها.

2- عبد العزيز، عزة (2004) "معوقات الأداء المهني للمرأة السعودية في الحقل الإعلامي"، أجريت هذه الدراسة على 40 مبحوثة من القائمت بالاتصال في المؤسسات الصحفية السعودية، وكشفت نتائج الدراسة عن أن المعوقات المجتمعية لعمل المرأة في الإعلام احتلت الترتيب الرابع والأخير في سلم المعوقات التي تتعرض لها الإعلامية السعودية. مؤكدة أن المعوقات المهنية تصدرت قائمة معوقات أداء المرأة السعودية في الحقل الإعلامي، وشملت بالترتيب: معوقات تتعلق بالمصادر، ثم ممارسات تتعلق بمراجعة الموضوعات من قبل الجريدة، وعدم نشر الموضوعات أحياناً، والتغييرات غير المرضية التي تطرأ على الموضوعات بعد تسليمها سواء بالحذف، أو التبدل، وخاصة تبديل العناوين والمقدمات.

وأظهرت الدراسة أن المعوقات الإدارية تحتل الترتيب الثاني، ثم المعوقات المالية في الترتيب الثالث، مبينة أن تصدر المعوقات المهنية لقائمة المعوقات قد يرجع إلى ضعف المستوى المهني للمحررات، نتيجة لغياب التأهيل العلمي، والتدريب المهني، والذي أدى بطبيعة الحال إلى مراجعة موضوعاتهن خارج القسم النسائي.

3- المخلافي (٢٠٠٥) بعنوان "المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع

دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية"، وهدفت الدراسة للتعرف إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وارتباط العمل الإعلامي الحديث بها، والتأكيد على استفادة

المؤسسات الإعلامية منها في العمل الإعلامي، وكذلك التعرف إلى المعوقات التي تحول بين تطوير المؤسسة الإعلامية في عصر التكنولوجيا وتحديثها، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ، ومنهج دراسة الحالة؛ للتعرف إلى الواقع التطبيقي الميداني في مؤسسة الإعلام اليمنية، والتعرف إلى كيفية استفادة المؤسسة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وكيفية التعامل معها . وقد توصل الباحث إلى العديد من النتائج، ومنها: إن هناك نقصاً في إقامة دورات تدريبية في مؤسسة الإذاعة للصحفيين العاملين على استخدام التقنية الحديثة، الأمر الذي جعل الاستفادة من الحاسوب في العمل الصحفي لا تتعدى نصف عدد العاملين، وكذلك التأثير الإيجابي لدور تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية المنافسة الإعلامية لمؤسسة الإذاعة على المستوى المحلي والإقليمي، وتوصل الباحث كذلك إلى أن عدم وجود مركز معلومات تقني وحديث للمؤسسة جعلها تفتقر إلى الإمكانيات في الحصول على تقنية خزن المعلومات، واسترجاعها بصورة دقيقة وسريعة.

4- عايش، إبراهيم وآخرون (2007) دراسة تتضمن أربع ورقات علمية حول القضايا ذات العلاقة بأوجه تفاعل المرأة العربية مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومدى استفادتها من تكنولوجيا الاتصال الرقمية والتفاعلية وخاصة الإنترنت. وتناولت إحدى الأوراق محور تمثل المدونات آلية لاندماج المرأة في فضاءات علائقية (الجماعات الافتراضية) لا تخضع فيها لمعايير التمييز والتفرقة والتراتبية التقليدية. وأشارت الورقة إلى أن المدونات تمثل عالماً جديداً، للمرأة فيه حضور خاص. فالمدونات النسائية تعكس صورة مختلفة عن النماذج النمطية التي تتداولها النخب حول المرأة والخاضعة لحدثة شكلانية (والتي تختزلها صورة المرأة - الجسد)، أو تلك الملتزمة بالتقاليد الفاضلة (والتي تختزلها صورة المرأة المحترمة التي تلتزم بالقيم الثقافية الأصيلة). وتكشف المدونات النسائية عن عالم النساء المعقد والمختلف، حيث ليس للمرأة جسد فج أو فاتن وروح خالصة. وتتجلى المرأة ككائن مركب لا يمكن اختصاره في الثنائيات المتداولة. وتناول محور آخر من الأوراق دراسة المرأة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وعملها في وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذات الأجور المتدنية، وهي الوظائف التي تتطلب موظفاً واحداً مثل أمناء الصندوق، أو العاملات في مجال إدخال البيانات،

بينما يوجد الرجل في الوظائف ذات الأجور المرتفعة، والإبداعية في مجال تطوير البرامج المعلوماتية، أو إطلاق شبكات الإنترنت، ورأت الورقة أن تطوّر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تقدّم فرصاً جديدة عديدة للمرأة، إلا أن التمييز القديم بين المرأة والرجل لا يزال مستمراً، لأنه يغيب تدعيم هذه الفرص بسياسات مدروسة لتأمين المشاركة والملكيّة والتعليم والتدريب، مشيرة إلى أن الأنماط الثقافية والمجتمعية والعادات والتقاليد السائدة غير مشجعة لتطوير مساهمة المرأة، وزيادتها في مجالات العلم والتكنولوجيا، والتي تحد بالتالي من مشاركتها بفاعلية في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. فيما تناول المحور الثالث استخدامات الصحفيات للإنترنت، وأشارت الورقة إلى أن نوع الجنس ليس محدداً للتعامل مع الكمبيوتر والإنترنت، والتمييز ليس دائماً ممارسات ظاهرة يتم إدراكها بسهولة، والصحفية تعاني تمييزاً داخل بيئات العمل في مجال استخدام الكمبيوتر والإنترنت، لأن العاملين في أقسام الشؤون العالمية، ومن هم في مواقع صنع القرار، هم في الغالب من الرجال.

5- رضا، أمجاد (2007) "عمل المرأة السعودية في وسائل الإعلام.. واقعه وآفاقه المستقبلية"، تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية التي تسلط الضوء على طبيعة عمل الإعلاميات في الوسائل الإعلامية السعودية، والتحديات التي تواجههن، ودورهن المستقبلي .

وأجريت الدراسة على عينة صغيرة جداً من الإعلاميات المقيمات في محافظة جدة قوامها (27) إعلامية، بالإضافة إلى عينة من الصفوة الإعلامية قوامها (27) خبيراً وخبيرة من الإعلاميين، منها تسع إناث . وانتهت الدراسة إلى أن الواقع الصحفي مقلق بالنسبة للصحفية، وأن المؤسسات الصحفية لا تقدم تدريباً بوجه عام للإعلاميات، بالإضافة إلى عدم اهتمام المؤسسات بالمؤهل العلمي بقدر اهتمامها بالأداء المهني للإعلامية، وشيوع نظرة خوف من قبل المجتمع تجاه الإعلامية، وأن الرجال يحظون بنصيب وافر في التدريب؛ مما يضعف من فرص ارتقاء النساء وظيفياً.

6- كافي (2009) "أوضاع الإعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الإعلامية اليمنية". سعت الدراسة إلى بحث أوضاع الإعلاميات، ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع، والمؤسسات الإعلامية اليمنية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستكشافية التي تجرى

على القوائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية اليمنية المختلفة . وأجريت الدراسة بأسلوب الحصر الشامل على جميع الإعلاميات المسجلات في دليل إعلامي متوافر لدى منتدى الإعلاميات اليمنيات، واللاتي بلغ عددهن (350) إعلامية، وقد جمعت البيانات منهن عن طريق الاستبيان بالمقابلة. وخلصت الدراسة إلى جملة من الصعوبات التي تواجه الإعلاميات اليمنيات، ومنها: صعوبات اجتماعية وشخصية، وصعوبات مرتبطة بالمؤسسات الإعلامية، وأخرى متعلقة بالميدان والمصادر، وأنماط التمييز التي تواجه الإعلاميات، وتأثير البيئة الثقافية على المهنة الإعلامية ونشاطها الإعلامي.

7- العلاوين، لبنى (2009) بعنوان "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية

مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني إنموذجاً"، وهدفت الدراسة للتعرف إلى أثر تكنولوجيا الاتصال على الأداء في المؤسسات الإعلامية، والدور الذي تسهم به تكنولوجيا الاتصال في تطوير الأداء داخل المؤسسات الإعلامية، وأهمية تكنولوجيا الاتصال في دفع المؤسسات الإعلامية للمنافسة على المستوي المحلي والإقليمي.

وقد اعتمدت الدراسة بشكل رئيسي على المنهج الوصفي؛ لوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، والوقوف على تقديرات أفراد العينة وتصوراتهم في المؤسسة المذكورة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، كما اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي؛ لتشخيص الفروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول أداة الدراسة ككل وفقاً للخصائص الديموغرافية المتمثلة بما يلي: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة، والمسمى الوظيفي، وكذلك قياس أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على أنشطة أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، متمثلاً بالمجالات التالية: التخطيط، والتنظيم، والمتابعة والتقويم، واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء.

وقد توصلت الباحثة إلى العديد من النتائج، ومنها: اهتمام إدارة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني بمدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، إذ أكدت النتائج مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال بشكل عام نحو الارتفاع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في المؤسسة، وميل جميع مجالات أداء المؤسسة بشكل عام، والمتمثلة بمجالات: التخطيط، والتنظيم، والمتابعة والتقويم، واتخاذ القرار، و الموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء نحو الارتفاع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة في المؤسسة المذكورة، وإن استخدام تكنولوجيا الاتصال فيها سيسهم بشكل واضح في تطوير مجال الموارد البشرية، واستثمارها استثماراً أمثل من قبل المؤسسة المذكورة، حيث إن زيادة اهتمام إدارات المؤسسات الإعلامية في الأردن بمتغير استخدام تكنولوجيا الاتصال بمقدار وحدة انحراف معياري واحد، يؤدي إلى الارتفاع بمستوى الموارد البشرية بمقدار (2، 43 %) في المؤسسة المذكورة.

الدراسات الأجنبية:

1- برتشارد وزملاؤه (2001) " الأدوار الاجتماعية والسياسية للإعلام السياسي في الفترة (1996-2003) ".
(1996-2003) .

**Pritchard&Paul (2001) social and political roles of the news media
between 1996-2003'**

قامت الدراسة بمسح دولي لأوضاع الصحفيات في العالم، وأشارت نتائجها إلى أن نحو 38% من العاملين في الصحافة بالعالم هم من النساء، و 28% من رؤساء تحرير الصحف هم من الإناث. كما أشارت إلى أن 24% من منتجي التلفزيون الأمريكي والكتاب والمخرجين هم من النساء، وأن 43% من موظفي الصحف الكندية هم من النساء، ومع ذلك فالمرأة لا تشغل أكثر من 8% من وظيفة

المحررين، لكنها بالمقابل تشكل 70% من العاملين في دوائر الدعاية، و8% من موظفي المحاسبة والمالية.

وأشارت الدراسة إلى أنه بالرغم من أن نصف خريجي الصحافة هم من الإناث، إلا أن 39% فقط من مقالات الصحف الكندية كانت لنساء. وأن الوظائف الإبداعية والخلقة في هوليوود لا تشكل فيها النساء سوى 17%.

وانتهت الدراسة إلى أنه لا يزال أمام المرأة مشوار طويل من العمل؛ لأجل المساواة في المهن الصحفية.

2- بالو وتركمان (2003) "تأثير تكنولوجيا المعلومات والإنترنت على العمل والموارد البشرية".

-Baloh, Peter & Trkman, Peter (2003) "Influence of Internet and Information technology on Work and Human Resource."

هدفت الدراسة الى قياس أثر الانترنت وكيفية الاتصال والتعلم والعمل، وكيفية تغيير الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات لنمط حيان الإنسان الاجتماعية، وطريقة تفكيره، وأثر ذلك التغيير على إدارة الموارد البشرية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، ومنها:

1- نشأت أنماط عمل جديدة بفعل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ICT مثل: العمل من خلال المنزل (Teleworking)، والمشاريع الموجهة.

2- استخدام ICT لتدريب الموظفين وتطويرهم، وتحفيزهم.

3- تغيير بيئة عمل المنظمات، وتوجيهها نحو العولمة.

4- تغيير نمط القيادة في المنظمات، وزيادة التفويض.

5- تغيير وظائف الأفراد، وإجراءات العمل.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

تبين من خلال استعراض الدراسات السابقة أن أغلب هذه الدراسات اهتم بالتعرف إلى واقع المرأة الإعلامية في العمل الإعلامي ومؤسساته؛ للخروج بتوصيف لهذا الواقع والمعوقات التي تواجه المرأة الإعلامية، ومن تلك المعوقات الخاصة بالتعامل مع تكنولوجيا الاتصال، إضافة إلى المعوقات الأخرى الاجتماعية والإدارية وغيرها. وبعض تلك الدراسات اهتم بموضوع التعامل مع تكنولوجيا الاتصال في المنظمات والمؤسسات بشكل عام، وبينت تلك الدراسات أن تدريب القوى البشرية في المنظمة على تكنولوجيا المعلومات يعدّ هدفاً مهماً لإدارة القوى البشرية في المؤسسة؛ لتطويرها والرفق بها. وقد استفادت الباحثة من أغلب تلك الدراسات بالاطلاع على الأدب النظري، والتعرف على مناهج تلك الدراسات وأساليبها.

وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أيضاً في أنها تجري بالمجتمع الأردني، وعلى حد معرفة الباحثة، فإن الدراسات عن واقع المرأة الإعلامية في الأردن تعدّ نادرة، وتسعى هذه الدراسة لوصف تعامل المرأة الإعلامية مع تكنولوجيا الاتصال كبدائية لانطلاق دراسات أخرى حول أبعاد أخرى لواقع المرأة الإعلامية. ولقد استفادت الباحثة من هذه الدراسات في تقييم أداة الدراسة، وصياغة الأسئلة، والوقوف على بعض النتائج التي مهدت للإطار النظري للدراسة.

الفصل الثالث :

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

منهج الدراسة:

تستعمل الباحثة في دراستها المنهج الوصفي المسحي؛ باعتباره منهجاً مناسباً لمثل هذه الدراسة التي تهدف إلى الوصف، حيث " يهدف هذا المنهج إلى وصف واقع المشكلات، والظواهر كما هي في ظل معايير محددة " (النعيمي، والبياتي، وخليفة، 2009، ص 238)، ويعدّ هذا المنهج " جهداً علمياً يستهدف الحصول على بيانات، ومعلومات كمية حول مجتمع الدراسة" (حسين، 1995، ص 147).

مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة: " جميع مفردات، أو وحدات الظاهرة تحت البحث، وقد يكون المجتمع مكوناً من سكان مدينة، أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما، أو مجموع العمال الذين يعملون في شركة معينة، أو مجموعة الحقول في منطقة معينة، أو مجموعة من الحيوانات، أو سلعة معينة ينتجها معمل معين. ويمكن القول إن المجتمع الإحصائي: هو مجموعة الوحدات الإحصائية المعروفة بصورة واضحة بحيث تميز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع عن غيره " (النعيمي والبياتي وخليفة ، 2009 ، 79) . ونظراً لعدم وجود احصائية بعدد الإعلاميات الأردنيات فتم اعتماد الأرقام المتوافرة لدى نقابة الصحفيين الأردنيين، واتضح ان هناك (233) إعلامية أردنية مسجلة في سجلات النقابة. وتوجهت الباحثة الى هذه الأسماء حسب توزيعها على المؤسسات الاعلامية؛ وبذلك فإن مجتمع الدراسة تكون من الإعلاميات الأردنيات العاملات في المؤسسات والمواقع الآتية :

1. مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني.

2. وكالة الأنباء الأردنية (بترا).

3. جريدة الغد.

4. جريد الرأي.

5. جريدة الدستور.

6. جريدة العرب اليوم .

عينة الدراسة:

يعتمد كل باحث في إجراء دراساته على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث ، والعينة هي: " جزء من مجتمع الدراسة، وتمثله تمثيلاً صادقاً، ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله " (زغيب ، 2009 ، 239) . وتم لتحقيق أهداف الدراسة الحالية اختيار عينة عشوائية طبقية Stratified Random Sample ممثلة لجميع أفراد مجتمع الدراسة في المؤسسات الإعلامية بالمملكة، واعتبر كل قطاع إعلامي طبقة من طبقات العينة العشوائية، وتم تحديد العينة وفقاً لذلك. والعينة الطبقية العشوائية هي نوع من العينات الاحتمالية، إذ يتم تقسيم مجتمع الدراسة الى طبقات بناء على الخصائص التي تتم دراستها في البحث ، ويتم سحب عينة عشوائية من كل طبقة ، (زغيب ، 2009 ، 246)، وفي هذه الدراسة قسمت الباحثة مجتمع البحث البالغ (233) إعلامية على شكل طبقات، بحسب المؤسسات التي تعمل بها الإعلاميات، وتم سحب عينات عشوائية من كل طبقة . وبلغ العدد الذي ورّع من الاستبانات (150) استبانة ، وبعد أن تم استبعاد غير الصالح منها للتحليل الإحصائي بلغ العدد النهائي (125) استبانة تمثل عينة الدراسة، وبما أن عينة الدراسة أصبحت (125) إعلامية من مجموع (233) إعلامية ، فإنها تشكل نحو 54 % من مجتمع البحث ، أي أكثر من نصف المجتمع ، وهذه النسبة بحسب رأي خبراء التحكيم نسبة عالية وممثلة بشكل جيد جداً لمجتمع البحث.

أداة الدراسة :

1 المقابلة Interview:

تُستخدم المقابلة أداة لجمع المعلومات، ودراسة العلاقات واختبار الفرضيات (النعيمي والبياتي وخليفة ، 2009 ، 181). ويمكن توظيف نتائج المقابلات الى مقاييس للمتغيرات ، ويمكن الاستفادة من المقابلة لتحقيق جملة أغراض منها : استخدامها أداة استكشافية؛ للمساعدة في التعرف إلى المتغيرات والعلاقات الموجودة بينها (المصدر نفسه ، 182)، وهو ما لجأت اليه الدراسة قبل الشروع بالتطبيق العملي لأداتها . ويمكن للمقابلة أن تستخدم لجمع البيانات كما حصل في هذا البحث ، وإمكانية استخدامها أداة إضافية الى طرائق جمع البيانات الأخرى . وتعرّف المقابلة بأنها: " اللقاء وجها لوجه حيث يقوم الشخص المقابل بتوجيه عدد من الأسئلة للشخص الذي يراد مقابلته وهو المستجيب ، وتصمم أسئلة المقابلة بشكل يجعل من السهل الحصول على إجابات ذات علاقة بمشكلة البحث . (المصدر نفسه)، وقد صممت صحيفة المقابلات لجمع المعلومات عن واقع الإعلامية الأردنية، وتكنولوجيا الاتصال والتعرف إلى مدى اندماج وتفاعل الإعلامية بتكنولوجيا الاتصال، وغير ذلك من البيانات والمعلومات (انظر الملحق 4) .

2 - الاستبانة:

الاستبيان (Questionnaire) مصطلح يمكن أن يطلق على أي نوع من الأدوات التي تحتوي على أسئلة، أو فقرات يستجيب لها الفرد المبحوث، وتحتوي الاستبانة على فقرات تكون عادة ذات خيارات ثابتة ، ومثل هذه الفقرات تقدم للمستجيب خيارات من بين بدائل متعددة . والاستبانة بحسب الباحثين في الإعلام هي: " صحيفة تحتوي أسئلة توجّه الى عدد من القراء أو المشاهدين أو المستمعين ، للتعرف إلى آرائهم في وسائل الإعلام، أو ما تقدمه من مواد وبرامج " (عمر ، 2008 ، 51) . ولإغراض الدراسة الحالية تم تصميم استبانة خاصة، ورّعت على مجتمع البحث وهو الإعلاميات الأردنيات العاملات في المؤسسات الإعلامية الأردنية، وتم تصميمها على ضوء الملاحظة المباشرة، والمقابلات العلمية والدراسة الاستطلاعية الأولية. وتكونت الاستبانة (الملحق - 2) من حقل خاص للمعلومات العامة، وأربعة أقسام تناولت المعلومات العامة مثل: متغيرات السن (العمر)، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة الحالية، والمسمى الوظيفي، والدورات التأهيلية، واسم المؤسسة الإعلامية . وتضمن القسم الأول من الاستبانة محور (مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا

الاتصال في العمل الوظيفي)، واشتمل على (8) ثمانية أسئلة فرعية . أما محور (تواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال) فقد كان القسم الثاني من الاستبانة، واشتمل على (3) أسئلة ، في حين كان القسم الثالث من الاستبانة عن محور (مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال) واشتمل على (6) أسئلة . أما القسم الرابع والأخير من الاستبانة فكان عن محور (المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال) واشتمل على (5) أسئلة .

صدق الأداة:

المقصود بصدق الأداة هو: " مدى نجاح الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه ، والإجابة عن التساؤلات التي قامت للإجابة عنها، أو اختبار الفروض التي استهدفت الاختبار " (زغيب ، 2009 ، 41) . و تم التحقق من صدق الأداة بعرض استمارة الاستبيان على محكمين متخصصين في علوم الإعلام والاتصال، والاجتماع، والإحصاء (الملحق رقم - 3 -)؛ لقياس صدقها، والتأكد من صلاحيتها، وبالتالي عدلت ورتبت استبانة الدراسة بناء على ملاحظاتهم وآرائهم. هذا بالإضافة إلى إجراء اختبار على عينة من مجتمع الدراسة؛ للتأكد من وضوح أسئلة الاستبيان، وصدق الأداة قبل تطبيقها على أرض الواقع في المراحل الأخيرة، وبعد اجتيازها التحكيم والتجريب الأولي.

ثبات الأداة:

حدد الباحثون ثلاث طرائق شائعة لاختبارات الثبات، (عبد الحميد، 2009، ص214)، وقد رأينا ان ما يناسب الدراسة هو طريقة الاختبار، وإعادة الاختبار باستخدام معامل بيرسون، وفي هذه الحالة جرى الاختبار مرتين على ذات المادة، وبذات الأسلوب، لأن الثبات قد تحقق لحد حدوث تغيير في

النتائج التي تم التوصل إليها في الاختبارين. وللتأكد من ثبات الأداة أجري اختبار (كرونباخ الفا) لتحقيق ذلك، وهو معادلة إحصائية يستخدمها الإحصائيون لهذا الغرض، وتقوم على دراسة ثبات كل فقرة من فقرات الدراسة على حدة، ثم ثبات الفقرات مجتمعة. (جرادات وعريقات، 201، ص178).

متغيرات الدراسة:

تكونت متغيرات الدراسة من الأنواع التالية:

أ- المتغيرات التصنيفية:

- 1- نوع القطاع وله مستويان: (القطاع الحكومي، والقطاع الخاص).
- 2- الوظيفة، ولها مستويان: (محرر، رئيس تحرير)
- 4- المؤهل الأكاديمي، وله أربعة مستويات: (ثانوية فما دون، دبلوم، بكالوريوس، دراسات عليا)
- ب- المتغيرات التابعة: تقييم المبحوثين لواقع الإعلامية الأردنية، ومدى تفاعلها بتكنولوجيا الاتصال.

المعالجة الإحصائية:

- 1- المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.
- 2- النسب المئوية، والتكرارات.
- 3- اختبار (ت) لعينتين مستقلتين.
- 4- تحليل التباين الأحادي one way anova

إجراءات الدراسة:

ارتأت الباحثة بعد التشاور مع المشرف على الوقوف على عدد أعضاء مجتمع البحث، ونظراً لعدم وجود إحصائية بعدد الإعلاميات الأردنيات، تم اعتماد الأرقام المتوفرة لدى نقابة الصحفيين الأردنيين، واتضح ان هناك (233) إعلامية أردنية مسجلة في سجلات النقابة، ثم توجهت الباحثة الى هذه الأسماء حسب توزيعها على المؤسسات الإعلامية، ووزعت مئة وخمسين استبانة على مجتمع البحث، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة علمياً للتحليل الإحصائي مئة وخمسة وعشرين استبانة بعد استبعاد خمسة وعشرين استبانة؛ لعدم صلاحيتها. وبذلك كان عدد الإعلاميات الأردنيات اللاتي استجبن للاستبيان مئة وخمسة وعشرين إعلامية بنسبة بلغت 54% من مجتمع الدراسة، وهي نسبة ///عالية، وملبية لشروط البحث العلمي كما أيدت ذلك لجنة التحكيم .

وقد قامت الباحثة في مرحلة مبكرة من الدراسة بإجراء دراسة استطلاعية أولية على عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث، حيث قابلت العديد من الإعلاميات، واستمعت لآرائهن في موضوع الرسالة، ووجهت إليهن أسئلة مفتوحة كانت الأساس لتصميم استبانة الدراسة لاحقاً. فضلاً عن الدراسة الاستطلاعية فقد استفادت الباحثة من خلال التجربة الميدانية، والملاحظة المباشرة في تصميم أداة الدراسة، وتكوين تصور واضح للموضوع. وعرضت الباحثة هذه الأداة (الاستبانة) على لجنة محكمين من أعضاء هيئة التدريس في جامعات: الشرق الأوسط، البترا، الأردنية، وذوي الاختصاص، والخبرة في مجالي الصحافة والإعلام (ملحق رقم3) ، وتمّ تعديل الاستبانة وإعدادها بشكل نهائي على ضوء ملاحظات المحكمين الأفاضل. وبعد انتهاء عملية التحكيم العلمي المتعلق بالوقوف على صدق الأداة، توصلت الباحثة إلى التصميم النهائي لأداة البحث (الاستبانة)، (ملحق رقم 3)، وهذه الاستبانة مكونة من حقل عام يتضمن المتغيرات الأساسية الديموغرافية لعينة البحث. فضلاً عن الأجزاء الأربعة التي تعكس أهداف أسئلة الدراسة، واعتماداً على مقياس (ليكرت) Likert العلمي المكون من (خمس درجات) للشدة، وهي: غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة. وبعد ذلك استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية المعتمدة في مثل هذه الدراسات، وأخضعت إجابات عينة الدراسة للتحليل الإحصائي الذي أوصل البحث الى النتائج العلمية. وفي نهاية الدراسة تمت مناقشة

هذه النتائج، ووضعت التوصيات الخاصة بها انطلاقاً من النتائج التي خرج بها البحث، ومن واقع الملاحظة الميدانية والتجربة العلمية، والمقابلات العلمية التي أجرتها الباحثة مع عدد من الوسط الإعلامي النسائي في المملكة .

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

بعد إخضاع استجابات عينة الدراسة للبحث، والتحليل الإحصائي، أظهرت الدراسة عدداً من النتائج ذات الصلة بأهداف الدراسة، وهي كما يأتي :

1. المعلومات العامة

أظهرت النتائج أن عدد المبحوثات في وكالة الأنباء الأردنية (بترا) كان (28) إعلامية، ونسبة بلغت (22.4%) من العينة الرئيسية البالغة (125) إعلامية أردنية، وبذلك احتلت (بترا) المرتبة الأولى في هذا المجال. (الجدول رقم (1 / عام).

أما جريدة (العرب اليوم) فقد كانت الأقل رتبة بين المؤسسات الإعلامية التي شملتها العينة، حيث كان عدد المبحوثات (12) إعلامية، ونسبة بلغت (9.6%) من العينة. (الجدول رقم

(1 / عام).

جدول رقم (1 / عام)

يبين عدد الإعلاميات المبحوثات في المؤسسات الإعلامية في المملكة الأردنية الهاشمية وقت إجراء الدراسة.

الرتبة	اسم المؤسسة الإعلامية	تكرار عدد المبحوثات	النسبة المئوية %
1.	وكالة الأنباء الأردنية (بترا)	28	22.4
2.	جريدة الرأي اليومية	27	21.6
3.	جريدة الدستور اليومية	22	17.6
4.	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني	21	16.8
5.	جريدة الغد اليومية	15	12.0
6.	جريدة العرب اليوم	12	9.6
المجموع		125	100.0

يتضح من الجدول رقم (1/ عام) أن الفئة المبحوثة التي تصدرت القائمة كانت في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، إذ بلغت (28) إعلامية بنسبة (22%)، وتلتها جريدة الرأي والدستور اليوميان بنسب متقاربة. أما مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية فقد جاءت بذات نسبة جريدتي الرأي والدستور. في حين كانت نسبة المبحوثات في جريدة الغد (15) بنسبة (12.0%)، وكانت النسبة الأقل في جريدة العرب اليوم بواقع (12) بنسبة (9.6%) . وهذا مرده الى أن واقع الإعلاميات الأردنيات في

المؤسسات الإعلامية الأردنية يختلف من مؤسسة الى أخرى من حيث الحجم، وعدد الإعلاميات العاملات فيها الأردنية.

2. فئة العمر

أظهرت النتائج أن متغير (العمر) بالنسبة للإعلاميات المبحوثات من عمر (30-39) سنة احتل المرتبة الأولى في الفئات العمرية بنسبة بلغت (43%). بينما متغير (العمر) (40 سنة فأكثر) احتل النسبة الأقل في العينة إذ بلغ (24%). جدول رقم (2 / عام).

جدول رقم (2 / عام)

يبين متغير العمر بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.

الرتبة	العمر	التكرار	النسبة المئوية %
1.	30-39 سنة	54	43.2
2.	أقل من 30 سنة	41	32.8
3.	40 سنة فأكثر	30	24.0
	المجموع	125	100.0

3. المؤهل العلمي

كشفت النتائج ان متغير المؤهل العلمي لدرجة البكالوريوس بالنسبة للإعلاميات المبحوثات بلغ نسبة (80.0%) من العينة، وهي الأكثر ارتفاعاً. أما متغير المؤهل العلمي الأقل نسبة فكان لفئة درجة دبلوم متوسط فما دون بنسبة (9%) . جدول رقم (3 / عام).

جدول رقم (3 / عام)

يبين متغير المؤهل العلمي بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.

الرتبة	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية%
1.	بكالوريوس	100	80.0
2.	دراسات عليا	16	12.8
3.	دبلوم متوسط فما دون	9	7.2
المجموع		125	100.0

4. الخبرة

تبين النتائج المتعلقة بمتغير (الخبرة) بالنسبة للإعلاميات المبحوثات ان سنوات الخبرة من (5-9) سنوات احتلت المرتبة لأولى بنسبة (27.2%). أما أدنى نسبة لمتغير (الخبرة) للإعلاميات المبحوثات فقد كان من (10-14 سنة) ، و(الأقل من 5 سنوات) بنسبة (24.0%). جدول رقم (4 / عام).

جدول رقم (4 / عام)

يبين متغير الخبرة بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.

الرتبة	الخبرة	التكرار	النسبة المئوية %
1.	5-9 سنوات	34	27.2
2.	15 سنة فأكثر	31	24.8
3.	10-14 سنة	30	24.0
3.	أقل من 5 سنوات	30	24.0
	المجموع	125	100.0

5. المسمى الوظيفي

أظهرت النتائج ان المسمى الوظيفي بعنوان (محررة)، حظي بالمرتبة الأولى بنسبة (49.6%)، فيما كان الأقل مرتبةً المسمى الوظيفي بعنوان (مذيعه) بنسبة (1.6%). جدول رقم (5 / عام).

جدول رقم (5 / عام)

يبين متغير المسمى الوظيفي بالنسبة للإعلاميات المبحوثات.

الرتبة	المسمى الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية%
1.	محررة	62	49.6
2.	مراسلة صحفية	31	24.8
3.	مسمى آخر	20	16.0
4.	رئيسة تحرير	6	4.8
5.	كاتبة صحفية (عمود، زاوية.. الخ)	4	3.2
6.	مذيعه	2	1.6
المجموع		125	100.0

6. الدورات التي حصلت عليها الإعلامية في مجال تكنولوجيا الاتصال.

بلغت نسبة حصول الإعلاميات المبحوثات على دورات في مجال تكنولوجيا الاتصال (56.0%). بينما كانت نسبة عدم حصولهن على دورات في مجال تكنولوجيا الاتصال (44.0%). جدول رقم (6 / عام).

جدول رقم (6 / عام)

يبين متغير الدورات التي حصلت عليها الإعلاميات في مجال تكنولوجيا الاتصال بالنسبة للعينة المبحوثة.

الرتبة	هل حصلت على دورات في مجال تكنولوجيا الاتصال.	التكرار	النسبة المئوية%
1.	نعم	70	56.0
2.	لا	55	44.0
المجموع		125	100.0

7. اسم المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها الإعلامية.

أظهرت النتائج أن وكالة الأنباء الأردنية (بترا) احتلت المرتبة الأولى بالنسبة لظهور العينة إذ بلغت نسبة (24.0%)، في حين احتلت جريدة (الرأي) اليومية المرتبة الثانية بنسبة (21.6%). جدول رقم (7 / عام).

أما جريدة (الدستور) ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني فقد كانتا برتبت متقاربة بنسبة (17.6%) و (16.8%) على التوالي. في حين جاءت جريدة (الغد) بالمرتبة الخامسة بنسبة (10.4%)، وجريدة (العرب اليوم) في المرتبة الأخيرة بنسبة (9.6%). جدول رقم (7 / عام)

جدول رقم (7 / عام)

يبين متغير اسم المؤسسة الإعلامية التي تعمل بها الإعلامية بالنسبة للعينة المبحوثة.

الرتبة	اسم المؤسسة الإعلامية التي تعمل فيها الإعلاميات المبحوثات	التكرار	النسبة المئوية%
1.	وكالة الأنباء الأردنية (بترا)	30	24.0
2.	جريدة الرأي اليومية	27	21.6
3.	جريدة الدستور اليومية	22	17.6
4.	مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني	21	16.8
5.	جريدة الغد اليومية	13	10.4
6.	جريدة العرب اليوم اليومية	12	9.6
	المجموع	125	100.0

8. المؤسسات التي تتبنى أساليب التكنولوجيا الحديثة

وفيما يتعلق بمدى اعتماد المؤسسات الإعلامية في المملكة على الأساليب التكنولوجية الحديثة، فقد كشفت النتائج ان النسبة العظمى من عينة الدراسة والبالغة (108) إعلامية أردنية ونسبة (86.4%) أيدت هذا الواقع بالإجابة باختيار البديل (نعم). في حين كانت نسبة اللواتي أجبن بكلمة (لا) (9.6%)، أما اللواتي كانت إجابتهن بكلمة (لا أعلم) فقد كانت (4.0%). جدول رقم (8 / عام).

جدول رقم (8 / عام)

يبين متغير (المؤسسات التي تتبنى أساليب التكنولوجيا الحديثة) بالنسبة للعينة المبحوثة.

الرتبة	تتبنى المؤسسة التي أعمل بها الأساليب التكنولوجية الحديثة	التكرار	النسبة المئوية%
1.	نعم	108	86.4
2.	لا	12	9.6
3.	لا أعلم	5	4.0
المجموع		125	100.0

السؤال الأول : ما مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي؟

يبين المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري للسؤال رقم (1) المتعلق بمدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي والجدول رقم (1/1) يبين ذلك.

الجدول رقم (1/1)

يبين مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي:

ت	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1.	أستخدم تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الإعلامية التي أعمل بها بشكل ممتاز.	4.06	.826
2.	أطبق ما لديّ من معرفة جديدة في تكنولوجيا الاتصال في مجال عملي لمواكبة التطورات المتسارعة.	4.28	.736
3.	أستخدم جهاز الفاكس في عملي يومياً.	2.66	1.048
4.	أستخدم شبكة الانترنت في عملي يومياً.	4.62	.550
5.	أستخدم جهاز الموبايل في عملي يومياً.	4.09	1.085
6.	أستخدم تقنيات التصوير الحديثة في عملي يومياً.	3.29	1.120
7.	لديّ حساب شخصي لدى مواقع التواصل الاجتماعي.	4.41	.899
8.	أمارس زيارة مواقع التواصل الاجتماعي خارج دوامي بشكل مستمر.	4.28	.903

الجدول رقم (1/2)

يبين استجابة عينة البحث للسؤال رقم (1) المتعلق بمدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي.

الرتبة	المجال	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1.	أستخدم شبكة الإنترنت في عملي يومياً.					4	3.2	40	32.0	81	64.8
2.	لديّ حساب شخصي لدى مواقع التواصل الاجتماعي.	2	1.6	4	3.2	11	8.8	32	25.6	76	60.8
3.	أمارس زيارة مواقع التواصل الاجتماعي خارج دوامي بشكل مستمر.	2	1.6	5	4.0	11	8.8	45	36.0	62	49.6
4.	أستخدم جهاز الموبايل في عملي يومياً.	4	3.2	10	8.0	14	11.2	40	32.0	57	45.6

40.8	51	49.6	62	7.2	9	1.6	2	.8	1	أطبق ما لديّ من معرفة جديدة في 5. تكنولوجيا الاتصال في مجال عملي لمواكبة التطورات المتسارعة.
28.0	35	57.6	72	7.2	9	6.4	8	.8	1	أستخدم تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة 6. الإعلامية التي أعمل بها بشكل ممتاز.
14.4	18	32.0	40	27.2	34	20.8	26	5.6	7	أستخدم تقنيات 7. التصوير الحديثة في عملي يومياً.
3.2	4	20.0	25	29.6	37	33.6	42	13.6	17	أستخدم جهاز الفاكس 8. في عملي يومياً.

السؤال الثاني: كيف تتواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال ؟

جدول رقم (2/2)

يبين تواصل عينة البحث مع تكنولوجيا الاتصال.

النسبة المئوية %	التكرار	1. أتواصل مع شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر...) لمدة.
52.0	65	❖ ساعة يومياً
20.0	25	❖ ساعتين يومياً
28.0	35	❖ ثلاث ساعات فأكثر يومياً
100.0	125	المجموع
النسبة المئوية %	التكرار	2. أتابع القنوات الفضائية في أثناء عملي يوميا.
68.8	86	❖ ساعة يومياً
14.4	18	❖ ساعتين يومياً
16.8	21	❖ ثلاث ساعات فأكثر يومياً
100.0	125	المجموع

النسبة المنوية %	التكرار	أتابع القنوات الإذاعية والتلفزيونية المحلية لمدة:	3.
70.4	88	ساعة يومياً	❖
21.6	27	ساعتين يومياً	❖
8.0	10	ثلاث ساعات فأكثر يومياً	❖
100.0	125	المجموع	

السؤال الثالث: ما مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال؟

يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للسؤال رقم (3) المتعلق بمؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال، والجدول رقم (1/3/3) يبين ذلك.

الجدول رقم (1/3/3)

مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.

ت	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1.	أمتلاك مؤهلات علمية عالية في مجالي الإعلام.	4.00	.852
2.	أمتلاك مؤهلات مهنية في مجال تكنولوجيا الاتصال.	3.98	.847
3.	أمتلاك خبرات عملية في مجال تكنولوجيا الاتصال.	3.99	.808
4.	شاركت بدورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الاتصال.	3.50	1.168
5.	أواكب التطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال.	4.14	.855
6.	أشارك في ورش عمل بمجال تكنولوجيا الاتصال.	3.42	1.010

الجدول رقم (2/3/3)

يبين استجابة عينة البحث للسؤال رقم (3) المتعلق بمؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.

الرتبة	المجال	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1.	أواكب التطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال.			7	5.6	17	13.6	53	42.4	48	38.4
2.	أمتلك مؤهلات مهنية في مجال تكنولوجيا الاتصال.			6	4.8	28	22.4	54	43.2	37	29.6
3.	أمتلك خبرات عملية في مجال تكنولوجيا الاتصال.			5	4.0	26	20.8	59	47.2	35	28.0
4.	أمتلك مؤهلات علمية عالية في مجالي الإعلامي.	3	2.4	5	4.0	12	9.6	74	59.2	31	24.8
5.	شاركت في دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الاتصال.	6	4.8	25	20.0	20	16.0	48	38.4	26	20.8
6.	أشارك في بورش عمل بمجال تكنولوجيا الاتصال.	4	3.2	18	14.4	43	34.4	42	33.6	18	14.4

السؤال الرابع: ما أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال؟

يبين المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري للسؤال رقم (4) المتعلق بأبرز المعوقات التي تواجه

الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال ، والجدول رقم (1/4/4) يبين ذلك.

الجدول رقم (1/4/4)

أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.

ت	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1.	تواجهني معوقات مادية تحول دون مواكبة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال.	3.24	1.139
2.	تواجهني معوقات تقنية لاستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.	3.15	1.040
3.	يوجد معوقات إجتماعية لإستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال.	2.48	1.133
4.	يوجد تأثير ملموس للإعلام الإلكتروني على الإعلام التقليدي.	4.29	.771
5.	أنا راضية تماماً عن أداء مؤسستي الإعلامية في مجال تنمية مهاراتي في إستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال.	3.49	1.133

الجدول رقم (2/4/4)

يبين استجابة عينة البحث للسؤال رقم(4) حول أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال.

الرتبة	المجال	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1.	يوجد تأثير ملموس للإعلام الإلكتروني على الإعلام التقليدي.			4	3.2	12	9.6	53	42.4	56	44.8
2.	أنا راضية تماماً عن أداء مؤسستي الإعلامية في مجال تنمية مهاراتي في استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال.	9	7.2	12	9.6	38	30.4	41	32.8	25	20.0
3.	تواجهني معوقات مادية تحول دون مواكبة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال.	9	7.2	24	19.2	38	30.4	36	28.8	18	14.4
4.	تواجهني معوقات تقنية لاستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.	9	7.2	25	20.0	36	28.8	48	38.4	7	5.6
5.	يوجد معوقات اجتماعية لاستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال.	26	20.8	47	37.6	22	17.6	26	20.8	4	3.2

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً: مناقشة النتائج

1 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

" ما مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي؟ "

أظهرت النتائج المتعلقة بهذا السؤال ان المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع فقرات مجال "مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي" قد جاءت إيجابية وبدرجة كبيرة جداً، وهذا يدل على أن الإعلامية الأردنية تطبق ما لديها من معرفة جديدة في تكنولوجيا الاتصال بنسبة (40.8%) متحدية بذلك الظروف الاجتماعية والموضوعية التي تحيط بها.

وقد لاحظت الدراسة أن أكثر الوسائل التكنولوجية للاتصال استخداماً هي شبكة الإنترنت، إذ وصلت النسبة الى (64.8%)، بينما كانت نسبة الأقل استخداماً هي لجهاز الفاكس إذ بلغت النسبة المئوية (3.2%). وهذه النتيجة تعدّ طبيعية؛ نظراً لما للإنترنت من حضور طاع، وانتشار بات واضحاً يفرض ذاته في كل المعمورة تقريباً ، وبعد الأردن من البلدان العربية الرائدة في مجال استخدام الوسائط الإلكترونية المرتبطة بالشبكة العمودية .

واتضح أن 60.8% من المبحوثات لديهن حساب شخصي على مواقع التواصل الاجتماعي ، وأن 49.6% يواظبن على زيارة تلك المواقع بانتظام ، وفي خارج أوقات العمل أيضاً . وكشفت النتائج أن

حوالي نصف الفئة المبحوثة وبنسبة 45.6% يستخدمون أجهزة الهاتف النقال في أثناء ممارسة العمل، لغرض العمل .

2 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني : "كيف تتواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال؟"

بينت النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني، والخاصة بتقديرات أفراد العينة لفقرات مجال: " كيف تتواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال؟ " أن الإعلامية الأردنية متواصلة مع القنوات الفضائية في أثناء العمل اليومي، وبحكم العمل الذي يتطلب ذلك ، وبما لا يقل عن ساعة واحدة يوميا ، وبلغت النسبة (68.8%) وهي الأكثر ارتفاعا ، بينما أظهرت النتائج أن متابعة شبكات التواصل الاجتماعي احتلت الرتبة الثانية بنسبة (52%)، وهي مواقع الفيسبوك والتويتر واليوتيوب وغيرها ، وهذا يدل على وجود صلة ارتباطية بين عمل الإعلامية الأردنية، وهذه المواقع الاجتماعية ، كما يدل على أن الإعلامية الأردنية لا تستغني عن جميع وسائل الإعلام الإلكترونية والمسموعة والمرئية في مجال عملها الوظيفي .

3 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث : "ما مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال؟"

كشفت نتائج الدراسة أن مجال " مواكبة الإعلامية الأردنية للتطورات الجديدة في مجال تكنولوجيا الاتصال " كانت الأكثر تكرارا، إذ بلغت نسبة (38.4%) ، بينما احتل المرتبة الثانية مجال " امتلاك مؤهلات مهنية " بنسبة (29.6%) ، في حين جاء بالمرتبة الثالثة مجال " امتلاك الخبرات العملية " بنسبة (28.0%).

ويتضح من هذه الأرقام والنسب أن الإعلامية مازالت بحاجة الى مواكبة التطورات التكنولوجية إذ إن حوالي ثلث العينة المبحوثة كانت إجاباتهم بالإيجاب في حين أن ثلثي العينة بحاجة الى هذا الجانب . والحال ذاتها تنطبق على المؤهلات والخبرات العلمية والمهنية .

أما المشاركة بالدورات التدريبية فقد احتلت المرتبة الخامسة بنسبة (20.8%)، في حين كان مجال المشاركة بورش العمل يحتل المرتبة السادسة بنسبة (14.4%) ، وهذا يعني أن الإعلامية الأردنية مازالت بحاجة لتدريب وتأهيل إضافي أكثر مما هو حاصل حالياً .

4 مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: " ما أبرز المعوقات التي تواجه الإعلاميات

الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال؟"

تواجه الإعلامية الأردنية معوقات عديدة في مجال عملها، وفي مجال تعاملها مع تكنولوجيا الاتصال . فقد أظهرت النتائج أن المعوق الأبرز الذي احتل المرتبة الأولى كان (تأثير الإعلام الإلكتروني على الإعلام التقليدي) ، وكان بنسبة (44.8%) . ومعنى هذا ان وسائل الإعلام الجديدة تعدّ مجالات حديثة ليس على عمل الإعلامية الأردنية، بل على عمل الإعلاميين في العالم أجمع . وربما كان عامل الحداثة والتطور في استخدام الأجهزة يتطلب الكثير من المهارات والخبرات التي أشرنا إليها في الفقرات السابقة، وهذا يتطلب من الإعلامية الأردنية أن تبذل مجهودا إضافيا، وكثيرا؛ لمواكبة التطورات مما عدّ هذا الأمر من الصعوبات التي تواجه الإعلاميات إذ مازال مجال التدريب والتأهيل لم يبلغ الحد النموذجي المطلوب .

أما مجال " رضا الإعلامية عن أداء مهامها " فقد جاء بالمرتبة الثانية من حيث الصعوبات والمعوقات وبنسبة (20.0%) ، في حين شكلت (المعوقات المادية) المرتبة الثالثة بنسبة (14.4%) ، وهذه المعوقات تحول دون تمكين الإعلامية الأردنية من تملك ناصية تكنولوجيا الاتصال بشكل امثل .

أما المعوق الذي احتل المرتبة الرابعة فهو مجال (المعوقات التقنية) بنسبة (5.6%) ، فيما كانت (المعوقات الاجتماعية) تشكل التسلسل الأخير في الرتب ، بنسبة ضئيلة بلغت (3.2%) فقط ، مما شكل " مفاجأة " علمية إذ كان من المتوقع أن تكون الظروف الاجتماعية للإعلامية الأردنية مؤثرة على

ادائها، وتمكينها من تكنولوجيا الاتصال، وحضورها على الساحة الإعلامية ، غير أن هذه النتائج كشفت أن الظروف الاجتماعية لم تكن عائقاً أمام ذلك، وهذا شيء إيجابي لصالح المرأة الأردنية عموماً، والإعلامية الأردنية خصوصاً .

وتستطيع الباحثة أن تؤكد من خلال التجربة والملاحظة العلمية أن هناك التزاماً سياسياً، وقانونياً وتشريعياً من المؤسسات الحكومية الأردنية بتطوير وسائل الإعلام لتكون أكثر فاعلية، ومعالجة لقضايا المرأة الأردنية عموماً، والإعلامية خصوصاً ، والتفكير جار لإصدار قوانين جديدة، ومعدلة لتنظيم العمل الإعلامي بعد إلغاء وزارة الإعلام التي لا يزال الجدل مثاراً حول الموضوع تكون أو لا تكون .

وهناك التزام حكومي وغير حكومي بالنهوض بالمرأة، وإشراكها في كل نشاطات المجتمع، ومنها الجانب الإعلامي، وعملية التنمية الشاملة، ومساواتها من حيث (النوع الاجتماعي) في المشاركة في العمل السياسي والإعلامي. ويتوفر في الأردن كفاءات إعلامية نسائية مثل المذيعات لنشرات الأخبار والمحركات الصحفيات، وهناك رؤى مستقبلية تتضح في الخطاب الرسمي وعلى جميع المستويات يتعلق بالمرأة وأهمية تغيير صورتها النمطية، وتفعيل دورها في العمل التنموي والسياسي والذي يؤمل أن يتحقق . ولا تزال هناك تحديات اجتماعية واقتصادية وثقافية تواجه المرأة كما الرجل مثل الفقر والبطالة، ويواجه نشاطها السياسي وقوف العادات والتقاليد المتأصلة في بعض شرائح المجتمع عائقاً أمامها، وهي بحاجة للتغيير بحيث تتلاءم مع المتغيرات والمستجدات التي تخدم خصوصية مجتمعاتنا. لكن الواقع يشير أيضاً إلى أن هناك نقصاً في آليات التدريب والمساعدة في المؤسسات المتعلقة بالإعلام والنهوض بالمرأة كما ان هناك نقصاً في التنسيق بينها .

ثانياً: التوصيات

1. التوصية للمؤسسات الإعلامية الأردنية بتكثيف إشراك الإعلامية الأردنية في الدورات التدريبية، وورش العمل الخاصة بتكنولوجيا الاتصال؛ للارتقاء بالمستوى الفني لهذه الشريحة الاجتماعية المهمة.

2. وبالنظر لظهور النتائج الداعمة لاستخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي، فإن الباحثة توصي الجهات المختصة بتسهيل اقتناء أجهزة الحاسوب، والأجهزة الرقمية لدعم هذه النتيجة.

3. وارتباطاً بالنتيجة السابقة فإن شركات الاتصالات الموجودة في المملكة مطالبة بتقديم عروض، ومحفزات تشجيعية للإعلامية الأردنية؛ لتمكينها من تنمية مهاراتها، ومشاركتها في الجانب التكنولوجي المتعلق بالاتصال والإنترنت.

4. على الإعلامية الأردنية الاهتمام بتطوير مهاراتها الاتصالية والتكنولوجية والفنية؛ لتكون على قدر المسؤولية، وتتماشى مع التطور الحضاري.

5. التوصية الى الإعلاميات الأردنيات بتأسيس رابطة إعلامية تضم الإعلاميات الأردنيات؛ لحل مشاكلهن، وتذليل العقبات أمامهن.

6. على المؤسسات الإعلامية في المملكة إتاحة الفرصة للإعلاميات الأردنيات لتسلم مناصب، ومسؤوليات مهنية قيادية في المؤسسات الإعلامية.

7. توصي الباحثة المهتمين بقضايا المرأة في المملكة بالتركيز على إجراء بحوث علمية عن واقع الإعلاميات الأردنيات، وما يعترض سبيلهن من مشاكل ومعوقات.

8. على وسائل الإعلام نشر الموضوعات التي تسهم في زج المرأة الأردنية في قطاع الإعلام، وإبراز مشاركتها في هذا المجال.

9. عقد دورات تأهيلية لطالبات الصحافة والإعلام في كليات الإعلام واقسامها في المملكة خارج إطار خطة التدريس، لإعطاء فرصة إضافية للإعلامية الأردنية، وتحفيزها للعمل في مجال الإعلام.

10. الالتزام بمفهوم تغيير الصورة النمطية والمشوهة "والثقيلية" للمرأة في جميع البرامج الجادة، والترفيهية والتثقيفية، لكي تصل للجمهور المستهدف بشكل مباشر أو غير مباشر، وفي برامج متنوعة تتأثر بها شرائح المجتمع المختلفة، ومنها الشعبية وعلى جميع المستويات الاجتماعية والتعليمية؛ لخلق صورة جديدة للمرأة ولدورها في العمل السياسي.

11. إبراز دور المرأة السياسي من خلال الآليات والتجمعات والأحزاب، ومجالس: الأعيان والنواب، والوزراء، والمراكز الثقافية والتعاون معها لرفد وسائل الإعلام بالمواد المتعلقة بالنشاط السياسي للمرأة؛ لاستعمالها في الرسائل الإعلامية، ولاستقطاب حركة الاتصال في النهوض بالمرأة ودورها المستقبلي .

12. تطوير المجالات " المتخصصة " للمرأة والرجل بحيث تهتم بنشاط المرأة السياسي، وتقدم مضامين سياسية بالإضافة لخصوصيتها، ونشر قصص نجاح متنوعة للنساء، وعدم التركيز على " قلة " من النساء

13. إنشاء هيئة مختصة بالمرأة والإعلام بشكل مدروس، ومخصص للتعاون مع جميع الوسائل الإعلامية، ولتكون مرجعاً يتلاءم مع صورة المرأة الايجابية .

14. إعداد وإنتاج مواد إعلامية عن المرأة ودورها في المشاركة في التنمية المستدامة ومنها السياسية، بشكل علمي بحيث تربط مسيرة المرأة في الماضي والحاضر و برؤية مستقبلية .

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب باللغة العربية:

- أبو عرقوب، إبراهيم (1993) "الاتصال الإنساني ودوره في التعامل الاجتماعي"، (عمان : دار مجدلوي للنشر والتوزيع) .
- أبو الحمام، عزام (2011) "الإعلام والمجتمع"، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع).
- إسماعيل، محمود حسن (2003) "مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير"، (القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع).
- جرادات، ناصر، وعريقات، احمد (2012) "البحث العلمي والإحصاء"، (عمان، دارالمسيرة).
- جرادات، سهير (2003) "التعامل مع الإعلاميات في الإعلام الرسمي الأردني"، مقال منشور عن طريق الرابط:

<http://www.arabwomanmedia.net/>

- حجاب ، محمد منير (2004) " المعجم الإعلامي " (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع) .
- حسن، عبدالباسط محمد (1963) "أصول البحث الاجتماعي"، (القاهرة، مطبعة لجنة البيان العربي).
- حسين، سمير (1995) "بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ"، (القاهرة، عالم الكتب).
- الخولي ، أسامة أمين (1998) ، تحرير ، " العرب والعولمة " (بيروت ، بلا دار نشر) .

- زغيب ، شيماء ذو الفقار (2009) " مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية " (القاهرة : الدار المصرية - اللبنانية) .

السكر، أحمد (2003) "الإعلاميات الأردنيات : إنجازات كثيرة وطموحات كبيرة " مقال منشور عن طريق الرابط:

<http://www.arabwomanmedia.net/>

- شوقي، سالم، (١٩٩٠). صناعة المعلومات، دراسة لمظاهر تكنولوجيا المعلومات المتطورة وأثرها على المنطقة العربية . الكويت :شركة المكتبات الكويتية.

- صادق، عباس مصطفى(2003) "صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني"، (أبو ظبي، الظفرة للطباعة).

- صادق، عباس مصطفى(2008) "الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، (عمان : دار الشروق).

- الصادق، رابح، (٢٠٠٤). الإعلام والتكنولوجيا الحديثة. (ط ١). دبي :دار الكتاب الجامعي.

- عبد الحميد، محمد (2009) "تحليل المحتوى في بحوث الإعلام"، (بيروت، دار ومكتبة الهلال).

- عبد الحميد، محمد (1997) "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير"، (القاهرة، عالم الكتب).

- العبد الله، مي (2011) "الإشكاليات والتحديات التي تواجه تكنولوجيا الاتصال والإعلام في الوطن العربي"، (محاضرة غير منشورة في منتدى شومان. عن طريق الرابط:

<http://www.addustour.com:/> available on line)

- العسكري، إبراهيم سليمان (2001) "الإعلام والقيم"، (مؤتمر الثقافة والقيم بجامعة السلطان قابوس، مسقط، عُمان، 20-22 أكتوبر/تشرين أول 2011).

- عليان، ربحي مصطفى (2006) "مجتمع المعلومات، والواقع العربي"، (عمان، دار جرير للنشر والتوزيع).

- عمر ، السيد أحمد مصطفى (2008) " البحث الإعلامي : مفهومه إجراءاته ومناهجه " ط 3 (الكويت : مكتبة الفلاح) .

- العياضي، نصر الدين، (٢٠٠١). وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة، والقاعدة والاستثناء. ط ١ (لشارقة: إصدارات دائرة الثقافة والإعلام.

- غرابية، فوزي، دهمش، نعيم، والحسن، ربحي، وأمين، خالد، وأبو جبارة، هاني (2011) " أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية"، (عمان، دار وائل للنشر والتوزيع).

- كامل، محمود حسن (2003) "مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير"، (القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع).

- كوثر، (2008) "مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث (كوثر)"، (المرأة العربية والإعلام، تونس).
- مراد، كامل خورشيد (2011) "الاتصال الجماهيري والإعلام"، (عمان، دار المسيرة).
- المعاني، أحمد، وعريقات، أحمد، والصالح، أسماء، وجرادات، ناصر (2011) "قضايا إدارية معاصرة"، (عمان، دار وائل للنشر والتوزيع).
- النعيمي، محمد، والبياتي، عبد الجبار، خليفة، غازي (2009) "طرق ومناهج البحث العلمي"، (عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع).
- الهاشمي، مجد، (٢٠٠٤). تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة. (ط ١). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، عن طريق الرابط:

<http://www.petra.gov.jo/public/Arabic> .

الدراسات والبحوث:

- رضا، أمجاد محمود (2007) "عمل المرأة السعودية في وسائل الإعلام.. واقع وآفاقه المستقبلية"، (المصدر: موقع www.islamonline.net في 15/4/2012).
- شيخاني، سميرة محيي الدين، (١٩٩٩). أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطوير فنون الكتابة الصحفية: دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة.

- عايش، إبراهيم والحمامي، الصادق، والوسلاتي، سلوى غزواني (2007) " المرأة العربية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال"، (دراسات منشورة صادرة عن مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" وصندوق الأمم المتحدة الإنمائي للمرأة "اليونيفيم، بدعم من برنامج الخليج العربي لدعم منظمات الأمم المتحدة الإنمائية الأجنفد).

- عبدالعزيز، عزة (2004) " بعنوان "معوقات الأداء المهني للمرأة السعودية في الحقل الإعلامي"، (انظر موقع جامعة الملك سعود www.ksu.edu).

- العدوان ، انتصار خالد يوسف (2011) " تغطية الصحافة الأردنية لأحداث تونس ومصر 2011 " (رسالة ماجستير جامعة الشرق الاوسط - عمان) .

- العلويين، عبد الله لبنى(2009) "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني" (رسالة ماجستير جامعة الشرق الاوسط - عمان) .

-صندوق الأمم المتحدة الإنمائي اليونيقوم - المكتب الإقليمي للدول العربية ، (2004) " تقرير عن أوضاع المرأة الأردنية .

-القرعان ، محمد كامل (2010) " الصحافة الاردنية المطبوعة ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع (2009- 2010)" رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط، عمان .

- كافي، محمد عبد الوهاب الفقيه (2005) "اوضاع الإعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الإعلامية اليمنية"، (دراسة مسحية للقائم بالاتصال - منتدى الاعلاميات اليمنيات موقع الكتروني www.womengateway.com).
- المخلافي، فيصل علي، (٢٠٠٥). المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية. (ط ١). القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.
- النجار ، عايدة ، وآخرون (1976) " دور الاعلام في استقطاب المرأة للعمل " بحث مقدم في ندوة التنمية البشرية الثانية: دور المرأة الأردنية ، عمان ، 4 - 7 نيسان 1976.
- النجار ، عايدة (2001) " تحديات العمل التطوعي"، ورقة عمل مقدمة لندوة العمل التطوعي عمان 7 حزيران (2001).
- النجار ، عايدة (2002) ، " العولمة، وحقوق الانسان ووضعية المرأة " ، بحث مقدم الى (مؤتمر المرأة والعولمة وتحديث القرن العشرين). المملكة المغربية 18 - 20/2/2002، (وزارة التنمية الاجتماعية والتضامن والتشغيل والتكوين المهني .
- النجار ، عايدة (1998) " الاليات المؤسسية للنهوض بالمرأة العربية: مبادئ توجيهية " الاجتماع العربي الثاني لمتابعة مؤتمر بيجين - بيروت 12 - 15/12/1998 (الاسكوا .

المقابلات العلمية:

1. مقابلة مع الإعلامية (سهير جرادات) صحفية في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، تمت المقابلة في مبنى وكالة الأنباء الأردنية (بترا) بتاريخ 16.9.2012 الموافق يوم الأحد.
2. مقابلة مع الإعلامية (حنان الكسواني) صحفية في جريدة (الغد) اليومية، تمت المقابلة في مبنى جريدة الغد بتاريخ 19.9.2012 الموافق يوم الأربعاء .
3. مقابلة مع الإعلامية (سمر حدادين) صحفية في جريدة الرأي اليومية، تمت المقابلة في مبنى جريدة الرأي بتاريخ 24.9.2012 الموافق يوم الاثنين.
4. مقابلة مع الإعلامية (آلاء مظهر) صحفية في جريدة (الغد) اليومية، تمت المقابلة في مبنى جريدة الغد بتاريخ 3.10.2012 الموافق يوم الأربعاء .
5. مقابلة مع الإعلامية (إسراء ردايدة) صحفية في جريدة (الغد) اليومية، تمت المقابلة في مبنى جريدة الغد بتاريخ 17.9.2012 الموافق يوم الاثنين.
6. مقابلة مع الإعلامية (إسراء ردايدة) صحفية في جريدة (الغد) اليومية، تمت المقابلة في مبنى جريدة الغد بتاريخ 16.10.2012 الموافق يوم الثلاثاء.
7. مقابلة مع الإعلامية (سحر القاسم) صحفية في جريدة (العرب اليوم) اليومية، تمت المقابلة في مبنى جريدة العرب اليوم بتاريخ 24.10.2012 الموافق يوم الأربعاء.

المراجع الأجنبية:

- Baloh, Peter & Trkman, Peter (2003)"Influence of Internet and Information technology on Work and Human Resource."
- Pritchard, D & Paul R. Brewer & Sauvageau, F 2001" Social and Political Roles of the News Media between 1996 and 2003" (University of Wisconsin–Milwaukee).

Maxwell Mccombs and Donatd Show, the Agenda setting function of mass communication, Syracuse, N.Y. 1975.

ملاحق الدراسة

كتاب تسهيل مهمة

ملحق رقم - 1 -

MEU جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

كلية الإعلام
Faculty of Media

التاريخ: 2012/10/20

لمن يهمه الأمر

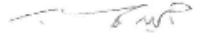
شحية طيبة، وبعد،

الموضوع: تسهيل مهمة علمية للطالبة: حنين خلف هاجم التل

تقوم الطالبة (حنين خلف هاجم التل) من كلية الإعلام/مستوى ماجستير بإعداد رسالة ماجستير عن "تمكين الإعلاميات الأردنيات من التعامل مع تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية"، وعليه أرجو التكرم بالموافقة والإيعاز لمن يلزم بتسهيل مهمة الباحثة في توزيع استباناتها الخاصة بهذه الدراسة الميدانية، والتي ستكون ذات فائدة كبيرة للمجتمع كونها من الدراسات الرائدة في هذا المجال.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

عميدة كلية الإعلام


أ.د. حميدة سمير

* نسخة إلى:
الملف.

ملحق - 2 - قائمة المحكمين

الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	مكان العمل	
1.	الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم	أستاذ	دعاية وإعلام	جامعة الشرق الأوسط
2.	الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي	أستاذ	قيادة تربوية وإحصاء تربوي	جامعة الشرق الأوسط
3.	الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة	أستاذ	صحافة	جامعة البترا
4.	الدكتور غازي جمال خليفة	أستاذ مشارك	العلوم التربوية	جامعة الشرق الأوسط
5.	الدكتور إبراهيم أبو عرقوب	أستاذ مشارك	اتصال جماهيري	الجامعة الأردنية
6.	الدكتور عاطف الرفوع	أستاذ مشارك	إعلام واتصال	جامعة الشرق الأوسط
7.	الدكتور رائد البياتي	أستاذ مساعد	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط
8.	الدكتورة حياة حويك	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الشرق الأوسط

9.	الدكتور محمود السعدي	أستاذ مساعد	خطاب إعلامي	جامعة الشرق الأوسط
10.	الدكتور صباح ياسين	أستاذ مساعد	صحافة ونشر	جامعة الشرق الأوسط

الملحق رقم (3)

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

----- الزميلة العزيزة

-----المحترمة

تحية طيبة وبعد....

أرجو التكرم بالإجابة عن فقرات الاستبانة المرفقة طياً، والمتعلقة برسالة ماجستير في الإعلام في جامعة الشرق الأوسط ، بعنوان (تمكين الإعلاميات الأردنيات من التعامل مع تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الإعلامية الأردنية) .

وأكون شاكرة جداً وممتنة لو تفضلتم بتعبئة فقرات هذه الاستبانة، علماً أن البيانات والمعلومات ستوظف لأغراض البحث العلمي حصراً.

شاكرة حسن تعاونكم واهتمامكم.

الباحثة

حنين خلف النل

تاريخ : / / 2012

هاتف شخصي :

إيميل :

- المعلومات عامة

الرجاء وضع علامة (X) في المربع المناسب :

العمر:

☐ أقل من 30 سنة

☐ 30 - 39 سنة

☐ 40 سنة فأكثر

المؤهل العلمي :

☐ دبلوم متوسط فما دون

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

الخبرة :

☐ أقل من 5 سنوات

☐ 5 - 9 سنوات

☐ 10 - 14 سنة

☐ 15 سنة فأكثر

المسمى الوظيفي :

- ☐ - محررة
☐ - كاتبة
☐ - رئيسة تحرير
☐ - مذيع
☐ - مراسلة صحفية
☐ - مسمى آخر (يذكر لطفاً) -----

هل حصلت على دورات في مجال تكنولوجيا الاتصال ؟

- ☐ - نعم
☐ - لا

اسم المؤسسة الإعلامية التي تعملين بها :

- ☐ - مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني
☐ - وكالة الأنباء الأردنية (بترا)
☐ - جريدة الغد اليومية
☐ - جريدة الرأي اليومية
☐ - جريدة الدستور اليومية

☐ -جريدة العرب اليوم اليومية

تتبنى المؤسسة التي أعمل بها الأساليب التكنولوجية الحديثة :

☐ - نعم

☐ - لا أعلم

☐ - لا

الرجاء وضع اشارة (X) في حقل الإجابة الذي يعبر عن وجهة نظرك:

الجزء الاول - مدى استخدام الإعلامية الأردنية لتكنولوجيا الاتصال في عملها الوظيفي :

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	أستخدم تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الاعلامية التي أعمل بها بشكل ممتاز .					
2	أطبق ما لديّ من معرفة جديدة في تكنولوجيا الاتصال في مجال عملي لمواكبة التطورات المتسارعة.					
3	أستخدم جهاز الفاكس في عملي يومياً .					
4	أستخدم شبكة الإنترنت في عملي يومياً .					
5	أستخدم جهاز الموبايل في عملي يومياً.					
6	أستخدم تقنيات التصوير الحديثة في عملي يومياً.					
7	لديّ حساب شخصي لدى مواقع التواصل الاجتماعي.					

					أمارس زيارة مواقع التواصل الاجتماعي خارج دوامي بشكل مستمر .	8
--	--	--	--	--	---	---

الجزء الثاني - تواصل الإعلامية الأردنية مع تكنولوجيا الاتصال :

الرقم	الفقرة	ساعة	ساعتين	ثلاث فأكثر
1	أتواصل مع شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، تويتر...) يومياً .			
2	أتابع القنوات الفضائية في أثناء عملي يومياً .			
3	أتابع القنوات الإذاعية والتلفزيونية المحلية يومياً.			

الجزء الثالث - مؤهلات الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	أمتلك مؤهلات علمية عالية في مجالي الإعلامي.					
2	أمتلك مؤهلات مهنية في مجال تكنولوجيا الاتصال.					
3	أمتلك خبرات عملية في مجال تكنولوجيا الاتصال.					
4	شاركت في دورات تدريبية بمجال تكنولوجيا الاتصال.					
5	أواكب التطورات الجديدة بمجال تكنولوجيا الاتصال.					

					أشارك في ورش عمل بمجال تكنولوجيا الاتصال.	6
--	--	--	--	--	--	---

الجزء الرابع - المعوقات التي تواجه الإعلاميات الأردنيات في مجال تكنولوجيا الاتصال :

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تواجهني معوقات مادية تحول دون مواكبة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال .					
2	تواجهني معوقات تقنية لاستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة .					
3	توجد معوقات اجتماعية لاستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال.					

					يوجد تأثير ملموس للإعلام الإلكتروني على الإعلام التقليدي .	4
					أنا راضية تماماً عن أداء مؤسستي الإعلامية في مجال تنمية مهاراتي في استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال .	5

ملحق رقم (4)

أسئلة المقابلة

- 1 كيف تعيش الإعلامية الأردنية مهنيًا، في ظل تكنولوجيا الاتصال ؟
- 2 -كيف يمكن للإعلامية الأردنية خلق فاصل يميزها في ظل ثورة الاتصال ؟
- 3 -ما مستويات التأهيل العلمي والمهني للإعلامية الأردنية العاملة في المؤسسات الإعلامية التي تعمل بها؟ (قياس المؤهلات العملية والمهنية).
- 4- ما هي مظاهر تمكين الإعلامية الأردنية من التعامل مع تكنولوجيا الاتصال؟
- 5- كيف لثورة تكنولوجيا الاتصال ان تقدم فرصاً جديدة متنوعة للإعلامية الأردنية؟