

تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في
الجامعات الأردنية – دراسة ميدانية

**The Evaluation of Jordanian Journalists for performance of
graduates of media Departments and Faculties at Jordanian
Universities – Field Study**

إعداد

الطالبة لبنى أمين عطية الفقهاء

إشراف

الدكتور كامل خورشيد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

أيار، 2018

التفويض

أنا لبنى أمين عطية الفقهاء أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الاسم: لبنى أمين عطية الفقهاء

التاريخ: 2018 / 5 / 30

التوقيع:



قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في

الجامعات الأردنية – دراسة ميدانية

وأجيزت

بتاريخ : 2018 / 5 / 30

أعضاء لجنة المناقشة

الأسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. كامل خورشيد مراد	مشرفاً	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د. عزت حجاب	رئيساً مناقشاً داخلياً	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د. عطاء الله عسكر الرمحين	مناقشاً خارجياً	جامعة الزرقاء	

الإهداء ،،

إلى أمي الغالية التي تفرح من قلبها الكبير لإنجازي العلمي هذا

إلى والدي العزيز الذي هو مصدر دعمي وقوتي في هذه الحياة

إلى أخوتي وأخواتي جميعاً .. وإلى كل من دعموني وشجعوني في مسيرتي العلمية

إلى كل محب للعلم والمعرفة

أهديكم عملي هذا،،،،،

الباحثة: نُبنى الفقهاء

الشكر والتقدير ،،،

" وقال رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن اعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين" [النمل: الآية 19]

الحمد لله الذي منّ عليّ بنور العلم والمعرفة ووفقني لإتمام هذه الرسالة لنيل درجة الماجستير.
وتصديقا لقول سيد الخلق:

" لا يشكر الله من لا يشكر الناس "

فإني أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان

إلى مشرف الرسالة الدكتور كامل خورشيد

وإلى كل الأساتذة في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط.

لما قدموه لي من علم ومعرفة خلال فترة دراستي.

وأشكر كل من ساعدني من الزملاء في العمل وكل الأهل والذين دعموني .

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين،،،،

الباحثة: بُنى الفقهاء

فهرس المحتويات

أ.....	العنوان
ب.....	التفويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	الإهداء
ه.....	الشكر والتقدير
و.....	فهرس المحتويات
ز.....	قائمة الجداول
ح.....	قائمة الأشكال
ط.....	قائمة الملحقات
ي.....	المخلص باللغة العربية
ل.....	المخلص باللغة الإنجليزية
1.....	الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها
8.....	الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة
8.....	أولاً: الإطار النظري:
32.....	ثانياً: الدراسات السابقة:
38.....	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
60.....	الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها
70.....	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
75.....	المصادر والمراجع
79.....	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
11	عملية الاتصال لانتشار المبتكرات	1 - 3
40	التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الاجتماعي	2 - 3
41	التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الاجتماعي	3 - 3
43	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العمر)	4 - 3
45	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المؤهل العلمي)	5 - 3
47	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عدد سنوات الخبرة)	6 - 3
49	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (مكان العمل)	7 - 3
51	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الوظيفة الحالية)	8 - 3
55	عدد وارقام الفقرات التي تقيس أبعاد الدراسة	9 - 3
57	معاملات ثبات التجانس لأداة الدراسة ومجالاتها	10 - 3
60	درجة الاستجابة ورمزها	11 - 4
62	الاسط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (واقع عمل خريجي الصحافة والاعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)	12 - 4
64	الايوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)	13 - 4
66	الايوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)	14 - 4
68	الايوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الاعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)	15 - 4

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
16	نموذج الاتصال الجماهيري	1 - 2
42	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (النوع الاجتماعي) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)	2 - 3
44	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العمر) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)	3 - 3
46	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المؤهل العلمي) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)	4 - 3
48	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عدد سنوات الخبرة) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)	5 - 3
50	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (مكان العمل) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)	6 - 3
53	التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الوظيفة الحالية) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)	7 - 3

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
80	قائمة باسماء محكمي إستبانة الدراسة	1
81	الاستبانة	2
85	مخرجات التحليل الاحصائي	3
95	فحص نسبة الاستلال في الرسالة	4

تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات

الأردنية - دراسة ميدانية

إعداد الطالبة: لبنى أمين عطية الفقهاء

إشراف: الدكتور كامل خورشيد

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية، تنتمي الدراسة الى نوع الدراسات الوصفية باستخدام المنهج المسحي. ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة طبقت ميدانيا على الاعلاميين الاردنيين في المؤسسات الاعلامية الاردنية (التلفزيون الاردني والاذاعة الاردنية ووكالة الانباء الاردني بترا وجريدة الرأي اليومية).

واعتمدت الدراسة على الاستبانة أداة للدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. تكون مجتمع الدراسة من الاعلاميين العاملين في هذه المؤسسات ومجموعهم (235) بأخذ عينة عشوائية (Random Sample) تمثلت بـ (150) مفردة بنسبة 66% من المجموع.

تم تحليل البيانات باستخدام نظام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences –SPSS.ver 18) .

توصلت الدراسة إلى نتائج منها ان واقع عمل الخريجين كان متوسطاً، في حين ظهرت ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل مرتفعة، وفيما يخص مستوى إجراءات المؤسسة بالتعامل مع الخريجين كان متوسطاً، وفيما كان مستوى المعوقات والمشاكل التي تحيط عمل الخريجين

بالمؤسسات الإعلامية متوسطاً، كما بينت الدراسة بأغلبية الدراسة كانوا ذوي خبرات متوسطة (5 إلى 10 سنوات). ويحتاج الخريج الحديث إلى مهارات إعلامية جديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات. الكلمات المفتاحية: الصحفيين الأردنيين، المخرجات التعليمية، الأداء.

The Evaluation of Jordanian Journalists for performance of graduates of media Departments and Faculties at Jordanian Universities – Field Study

Prepared By Lubna Amin Attia AL-Fuqaha

Supervisor Dr. Kamel Khurshid Murad

Abstract

The aim of this study is to identify the Jordanian media professionals' assessment of the performance of graduates of the departments and colleges of information in Jordanian universities. The study belongs to the type of descriptive studies using the survey method. In order to achieve the objective of the study, a questionnaire was developed on the Jordanian media in the Jordanian media, Jordanian Petra and Al-Rai daily newspaper).

The study relied on a questionnaire as a tool for study. The analytical descriptive method was used to suit the objectives of the study and to answer its questions. This study is an analytical field, which relied mainly on the answers of the study sample to answer its questions,

The study population was randomized to random sample (155) respondents. However, (5) questionnaires were excluded because they are not suitable for statistical analysis procedures. Thus, the statistical analysis sample consisted of (150) The data were analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS.ver 18) to reach the goals and objectives of this study.

The study reached a number of results; a most important of these was that the reality of the work of the graduates from the point of view of the communicators was medium. The

٢

educational outputs of the graduates were also suitable for the labor market. The level of the institution's procedures for dealing with the graduates was moderate.

Keywords: Jordanian Media Professionals- Graduates of Departments & Colleges of Information- Jordanian Universities.

الفصل الأول خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة:

احتل تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة، والأدوار التي تؤديها في حياة الأفراد وفي مسارات المؤسسات المختلفة، في الآونة الأخيرة، موقعا مهما بين المعايير والمقاييس التي تشير إلى مستوى الحضارة والتقدم في أي بلد من بلدان العالم، وكما أثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة إن لوسائل الإعلام قوة في المجتمع، وأنها تقوم بادوار أساسية على الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية كافة.

وأصبحت الوسائل الإعلامية وأدواتها المتنوعة سمة العصر، ولها قوة تأثير على المجتمعات والأفراد، وأداة طيعة إلى حد ما بيد القوى السياسية والاقتصادية والثقافية والعسكرية في الدول الحديثة، بما يفرض الوعي لما لها من تأثير كبير على الجمهور والرأي العام.

كما أن وسائل الإعلام الجماهيرية تساهم بشكل فاعل لأجل تشكيل عناصر الوعي الجماهيري، فالمهمة الأساسية هي تطوير الرأي العام وإعادة تشكيله وتوجيهه، وبهذا فهي تؤثر بشكل كبير على مسارات واتجاهات الرأي العام واهتماماته.

وهذه الوسائل تعد منبرا منظما للرأي العام، إذ أصبح من اليسر والسهولة تمكين المواطن البسيط، ناهيك عن الشخصيات العامة، من نشر الآراء والاتجاهات والأفكار في القضايا المحلية والدولية، وضمن تنوير المواطن بكل القضايا والمسائل التي تخص حياته بشكل صحيح بعيداً عن المبالغة والتقصير، وعليها أن تصبح أداة لكل المسائل المتعلقة بالجماهير، وأن تعطي أجوبة صحيحة على كل الأسئلة التي تهمُّ المواطن.

وفطنت الحكومات للدور الفعّال، والقوة المؤثرة للصحافة والإعلام وقدرتها على تهيئة الرأي العام في المجتمع وتحريكه، واستقطابه. للدفاع عن الوجه المطلوبة، فلذلك أعطته اهتماما كبيرا. وتكاد تجتمع الآراء حول أهمية الدور الذي تشغله وسائل الصحافة والإعلام في حياة الأفراد وفي حياة الأمم، وبمدى تأثيره عليهم في شؤون حياتهم، وفي بناهم الاقتصادية والسياسية والحضارية، وفي تعبئتهم الشعبية، وفي إثراء مخزونهم المعرفي، وفي توسيع مساحات الإدراك لديهم بالعوامل الخارجية، فوسائل الإعلام بذلك تعتبر المصدر الأساسي لغذائهم الفكري والروحي والتربوي والحضاري، ويشكل حيز كبير من اهتمامهم

هذا وتقوم المؤسسات الأردنية من تعليمية وإعلامية وخدمية وثقافية واقتصادية بتأدية دور ملحوظ وكبير في الاهتمام بالاعلام الجديد، ودور التكنولوجيا الحديثة في التطوير والتحديث، فضلا عن الإهتمام المنصب على أن يواكب الجيل الجديد هذه التطورات والمستجدات كلما أمكن ذلك.

وفيما يتعلق بجدوى وأهمية فحص ودراسة مخرجات التعليم الاساسي والتعليم العالي فقد عقدت في المملكة عشرات الورش والندوات بهذا المجال وقدمت بحوث ودراسات كان هدفها الارتقاء بهذا المنحى نحو الافضل، ومن هنا فان هذه الدراسة تصب في هذا الرافد التطويري لتتناول اشكالية الخريجين الجدد ومدى اندماجهم في سوق العمل، بالتركيز على جزئية تخصص الاعلام، بحكم اهتمام الباحثة وعملها الميداني بهذا المجال، وما لاحظته من مؤشرات تستدعي الدراسة والمعالجة وتقديم الحلول.

وانطلاقاً من هذه الرؤية بدأت فكرة البحث في تقصي واقع خريجي الاعلام وكيف هم في سوق العمل ليس من خلال الانطباعات السريعة والاحكام الجاهزة الشخصية بل من خلال اداة علمية تقيس المستوى وتستقرأ الواقع كما هو من خلال مؤسسات اعلامية رسمية انتخبت لهذا الغرض ولتحقيق الهدف الاساسي للدراسة، فوجدت الباحثة ان الوقوف على " تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية - دراسة ميدانية" احد السبل العملية للوصول الى الهدف العام للرسالة التي تأمل أن تقدم خدمة علمية للمجتمع المحلي بما يسهل وضع مجموعة من الاقتراحات والتوصيات المؤمل اثرؤها لهذا الموضوع.

مشكلة الدراسة:

تحددت مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيسي التالي: ما تقييم الاعلاميين الاردنيين لدرجة كفاءة ومهنية ومستوى خريجي تخصصات الصحافة والإعلام في الجامعات الاردنية من العاملين فعلا على ارض الواقع في المؤسسات الإعلامية الرسمية في المملكة، وبيان مدى تقييم هذه المؤسسات لأدائهم، ومعرفة مدى ارتباط المخرجات التعليمية بالواقع الوظيفي وبالمستقبل الوظيفي للخريجين.

أسئلة الدراسة:

تستند الدراسة على طرح السؤال الرئيسي التالي: ما درجة تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء وكفاءة ومهنية خريجي الإعلام في الجامعات الأردنية من العاملين في المؤسسات الإعلامية الرسمية الأردنية؟ ولتحقيق الإجابة العلمية لهذا السؤال تم تقريع السؤال الى المحاور الآتية:

1. السؤال الأول: ما واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر

الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية؟

2. السؤال الثاني: ما مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر

الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية؟

3. السؤال الثالث: ما مستوى إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر

الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية؟

4. السؤال الرابع: ما المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية

من وجهة نظر الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي بهذه الدراسة من خلال تسليط الضوء حول " تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء

خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية " دراسة ميدانية"، كما يمكن أن تقوم هذه الدراسة

بتحقيق جملة من الأهداف الفرعية يمكن إيجازها على النحو الآتي:

1- التعرف على واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر الاعلاميين

في المؤسسات الاعلامية الاردنية .

2- التعرف على مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر

الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية .

3- التعرف على مستوى إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية .

4- التعرف على مستوى المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر الاعلاميين في المؤسسات الاعلامية الاردنية .

أهمية الدراسة:

يمكن تحديد أهمية الدراسة من خلال ما يأتي :

- 1- أهمية الموضوع لشريحة الاعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الوطنية .
- 2- حاجة المكتبة الإعلامية لوجود أبحاث تطبيقية عن واقع عمل الاعلاميين .
- 3- الحصول على تغذية راجعة فيما يخص أداء خريجي تخصصات الصحافة والإعلام، وفقاً لآراء وتوجهات عينة الدراسة والمتمثلة بالنخب الإعلامية.
- 4- العمل على تحسين أداء ومهنية خريجي تخصصات الصحافة والإعلام.
- 5- معرفة رأي وتقييم النخب الإعلامية لخريجي الصحافة والإعلام.
- 6- رصد المعوقات والمشكلات بهذا المجال.

مصطلحات الدراسة:

- الكفاءة: وهي قدرة الفرد على القيام بالأعمال بصورة ممنهجة وصحيحة (حنفي، 2006)
- وإجرائياً تعرف بأنها مقدرة الإعلامي على القيام بالاعمال الاعلامية الموكلة إليه باقتدار.
- النخب الإعلامية: هي مجموعة ذات شأن نخبوي وقيادي فيما يخص الصحافة والإعلام.(عبده، 2004)

- وفي هذه الدراسة هم القائمون على قيادة وإدارة المؤسسات الإعلامية الرسمية في الاردن وهي المؤسسات التي خضعت للدراسة : (وكالة الأنباء الأردنية " بترا"، التلفزيون الأردني، الإذاعة الأردنية، جريدة الرأي).

- مستوى الأداء: الأعمال المكلف بها الإعلامي للقيام بها، والتي تعتبر مبادئ عمله. (ديري وزاهد، 2009)

- وإجرائياً: قيام الإعلام بالأعمال المطلوبة منه.
- المهنية: نقل الحقيقة بحذافيرها بدون تقصير أو تبديل أو حتى تحريف. (حنفي، 2006)
- وإجرائياً: قيام الإعلامي بنقل الأخبار الإعلامية كما هي بدون مبالغة أو تنميق.

حدود الدراسة:

تتجسد حدود الدراسة من خلال الآتي:

- 1- الحدود الجغرافية : تجرى هذه الدراسة في مدينة عمان العاصمة - الاردن .

2- **الحدود الزمنية:** اجريت هذه الدراسة خلال الفترة من 2018/ 2/1 لغاية

2018/3/31

3- **الحدود التطبيقية :** الاعلاميون العاملون في المؤسسات المبحوثة وهي ((وكالة الأنباء

الأردنية " بترا"، التلفزيون الأردني، الإذاعة الأردنية، جريدة الرأي الأردنية).

محددات الدراسة:

يمكن تعميم نتائج الدراسة نسبيا على مجتمع البحث الاصلي نفسه بسبب صدق وثبات اداة القياس وجدية

المبحوثين في الاستجابة وواقع الحال الموجود .

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

اولا-الادب النظري

من خلال هذا الفصل سيتم الحديث عن النظريات الإعلامية المرتبطة بموضوع الدراسة، والإعلام والأداء والكفاءة والمهنية، وأخيراً استعراض لأهم الدراسات السابقة.

تستند هذه الدراسة الى نظريتي الأنماط المهنية، وانتشار المستحدثات او المبتكرات.

نظرية الأنماط المهنية:

تتلخص هذه النظرية التي كتب عنها جون فيلي (1841-1914م) في أن الفرد يكون مرده للصفات الوراثية المنبثقة من العوامل الثقافية والبيئية وكذلك القوى الشخصية، مقرونة أيضاً بالوالدين والزملاء والبيئة الثقافية والطبيعية والطبقة المعاشة (الطبقة الاجتماعية)، وبهذا قام جون فيلي بتبيان بأن سمات الشخصية تتركز في البيئة المغامرة والبيئة الاجتماعية والبيئة الفنية والبيئة المستكشفة والبيئة التقليدية والبيئة الواقعية (نقلا عن الهاشمي، 2004).

فالبيئة الواقعية يرادفها المهنية الآلية أو حتى الميكانيكية، فهم يفضلون القيام بأعمال متصف بالنشاطات والقوة الحركية، والبيئة العقلية(المستكشفة) يرادفها التوجيه العقلي، فهم ميالون إلى العمل بمهن غير تقليدية مثل أيجاد نظريات وتحليلها. والبيئة الفنية يرادفها أصحاب التوجهات الفنية، فهم ميالون للمهن التي بحاجة لمهارات وقدرات جسمية، ويحبون العلاقات الغير مباشرة مع الآخرين. والاجتماعية يرادفها أصحاب التوجهات الاجتماعية، وهم يميلون إلى الوظائف التي بحاجة لخدمات

وإرشادات اجتماعية ونفسية. والبيئة المغامرة يرادفها البيئة الاقتصادية، فهم يميلون إلى المهن القريبة من المخاطرة مثل البورصة، ولديهم مقدرة بالتأثير على الآخرين. والبيئة التقليدية يرادفها البيئة المهنية الملتزمة، فهم ملتزمون بالقواعد والقوانين ويفضلون القيام بأعمال مع ذوي السلطة (مجاهد، 2000). هذا واستفادة الدراسة من هذه النظرية من خلال التعرف على طبيعة التوجهات المرتبطة بعينة الدراسة، وهل هي خياراتهم كانت صائبة فيما يخص دراسة تخصص الإعلام أو الصحافة، وهل الرضا عن الاختيار لتخصصهم انسجم وتوافق مع طبيعة المهام والأداء التي يقوموا بها، واستفادة من هذه النظرية في عدة فقرات فيما يخص استبانة الدراسة.

نموذج انتشار المبتكرات:

تعني تدفق المعلومات على مراحل من شخص إلى شخص إلى شخص آخر وهكذا أي أن قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول الفكرة الجديدة. ويعتمد نموذج انتشار المبتكرات على أربعة عناصر (أبو أصبع، 2005):

1- الابتكار - الشيء المبتكر: ويعني أي مخترع أو فكرة جديدة تدخل النظام الاجتماعي مثل الكمبيوتر، المايكروويف، الانترنت.. الخ.

2- الاتصال: من خلال قنوات الاتصال الجماهيري أو الاتصال الشخصي.

3- الوقت: أي الزمن اللازم لانتشار المبتكرات.

4- الأعضاء في النظام الاجتماعي أي أن المبتكرات موجهة إلى أفراد في مجتمع ما تربطهم مجموعة من العلاقات والاهتمامات.

كما وأن عملية الاتصال لانتشار المبتكرات تتحدد في الجدول التالي:

جدول - 1 - نموذج عملية الاتصال لانتشار المبتكرات

المصدر	الرسالة	القناة	المتلقي	التأثير أو النتائج
المخترعون العلماء	الابتكار والتجديد	قنوات الاتصال	أعضاء التنظيم	المعرفة
قادة الرأي		الشخصي والجماعي	الاجتماعي	تغيير المنهج والسلوك

ويرى هذا النموذج أن قنوات وسائل الإعلام أكثر فاعلية في خلق معرفة حول المبتكرات بينما تكون قنوات الاتصال لشخصي (قادة الرأي) أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول الفكرة الجديدة (القاسمي، 2016).

هذا ويعرف ايفرت روجرز بأنه مؤسس نظرية الانتشار الابتكارات، بعد الاستناد على أكثر من 500 دراسة، وقام بتوظيف علم الاجتماع في نظرياته، وكما بينا سابقاً فركزت نظريته على (الابتكار وقنوات الاتصال والوقت والنظام الاجتماعي). (النشر، 2016)

وقام بتقسيم تصنيفه على أساس أنه نظام اجتماعي إلى خمس أقسام، يتمثل الأول في (المخترعين)، وهي الفئة التي يقوموا باستخدام الابتكار، وغالباً ما يميزهم صغر السن لأنهم لا يهابون المخاطر، ومن ثم (أوائل المستخدمين)، وهم يعتبرون الفئة الأسرع في استخدام الابتكار، إذ يمتازوا بالشخصية القيادية مقارنة مع غيرهم، ومن ثم (الغالبية الأولى)، وهم فئة يقوموا باستخدام بعد الأوائل تربطهم معهم علاقات، كما أنهم يمتازوا بمناصب قيادية، ومن ثم (الغالبية المتأخرة)، ويقوموا باستخدامها بعد القيام باستخدامها من قبل الآخرين (جُلهم)، وينتابهم الشك والتخمين، وهي فئة قليلة إذا ما قورنت مع غيرها من الفئات، ومن ثم (المتأخرون)، إذ يقوموا باستخدامها متأخرين، وتمتاز هذه الفئة بكبر السن والمنتشبين بالقيم والأخلاق والعادات والتقاليد، وعلاقاتهم مقتصرة على الأصدقاء والأقارب المقربين (Rogers, E, 2003).

كما قدم كل من روجرز وشوميكور: نموذج مقترح لعملية تقبل الابتكار في أربعة مراحل متتالية يتخللها عامل الوقت (مجاهد، 2000).

- 1- المعرفة: حيث يحصل المتلقي على معلومات للابتكار من وسائل الإعلام.
 - 2- الاقناع: يكون المتلقي موقفاً محبذاً أو غير محبذ للابتكار والاتصال الشخصي هنا يساعد على تأكيد الاقناع.
 - 3- القرار: اتخاذ القرار بالتعامل مع الابتكار أو رفضه.
 - 4- التثبيت: يبحث الفرد عن تدعيم لقراره حول الابتكار وتقبل الأفكار ولكنه قد يتراجع، إذا تعرض لرسائل تتعارض مع الابتكار وهنا يأتي دور الجهات المالكة للابتكار أو المؤسسات بخلق المناخ المناسب للأخذ بقرار تنفيذ الفكرة.
- وتكتسب هذه النظرية الكثير من الأهمية، إذ يتم التعامل معها من قبل المجتمع مع الاختراعات والابتكارات أو أي شيء يبرز على الساحة المحلية أو الإقليمية أو العالمية، إذ تمر الاختراعات أو الابتكارات بمراحل مقسمة ومنظمة، تتواءم مع تقبل الأشخاص لهذه الأفكار.
- هذا واستفادة الدراسة من هذه النظرية من خلال التعرف على طبيعة التوجهات المرتبطة بقيادة الرأي، ومدى طبيعة توجهاتهم فيما يخص التخصصات الإعلامية ومدى مهارتهم في القيام بواجباتهم وتقييمهم لها، واستفادة من هذه النظرية في عدة فقرات فيما يخص استبانة الدراسة.

الإعلام وماهيته:

يعرف الإعلام بشكله اللغوي بأنه مصدر الفعل أعلم، وهو رباعي، وأعلم من العلم الذي هو إدراك الشيء على حقيقته، وأعلمته وعلمته في الأصل واحد، إلا أن الإعلام اختص بما كان سريعاً،

والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم). (الأصفهاني، بدون تاريخ، 2015)

فمعنى أعلم قام بالتعريف والاختبار، وعلم: عرف وخبر، قال ابن منظور: (ويجوز أن تقول علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته) (أبن منظور، لسان العرب: 415).

والإعلام بهذا الأصل اللغوي: وهو إحاطة الغير علماً بشيء ليدرك حقيقته مطابقاً لمفهوم الإعلام في العصر الحاضر، كما ويعرف الإعلام على أنه (التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت) (إمام، 1975: 11).

وسائل الإعلام الجماهيري وماهيتها:

وسائل الإعلام الجماهيري تقوم بعملية الاتصال الجماهيري وهو الاتصال المنظم والمدروس يقوم على إرسال رسائل علنية عامة صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري (مؤسسة إذاعية أو صحفية أو وكالة إعلان أو دار نشر أو تلفزيونية) عبر وسيلة اتصال جماهيرية (سمعية أو بصرية أو سمعية / بصرية) إلى جمهور عريض من الناس بقصد التأثير على معلوماتهم أو اتجاهاتهم أو سلوكهم.

والاتصال الجماهيري هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، ويتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة

مدهشة، مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه.

والاتصال الجماهيري بأنه الرسائل التي تبث عبر وسيلة اتصال جماهيرية إلى عدد كبير من الناس، وهو بذلك يختلف عن الاتصال الذاتي والشخصي في أنه يتطلب وسيلة جماهيرية مثل التلفزيون والإذاعة والصحف.

الاتصال الجماهيري هي العملية التي بواسطتها تنتقل فكرة ما من مرسل إلى مستقبل بواسطة وسيلة جماهيرية بغرض تحديد سلوك المستقبل.

الاتصال الجماهيري عبارة عن رسائل تبث عبر وسيلة اتصال جماهيري Mass Medium

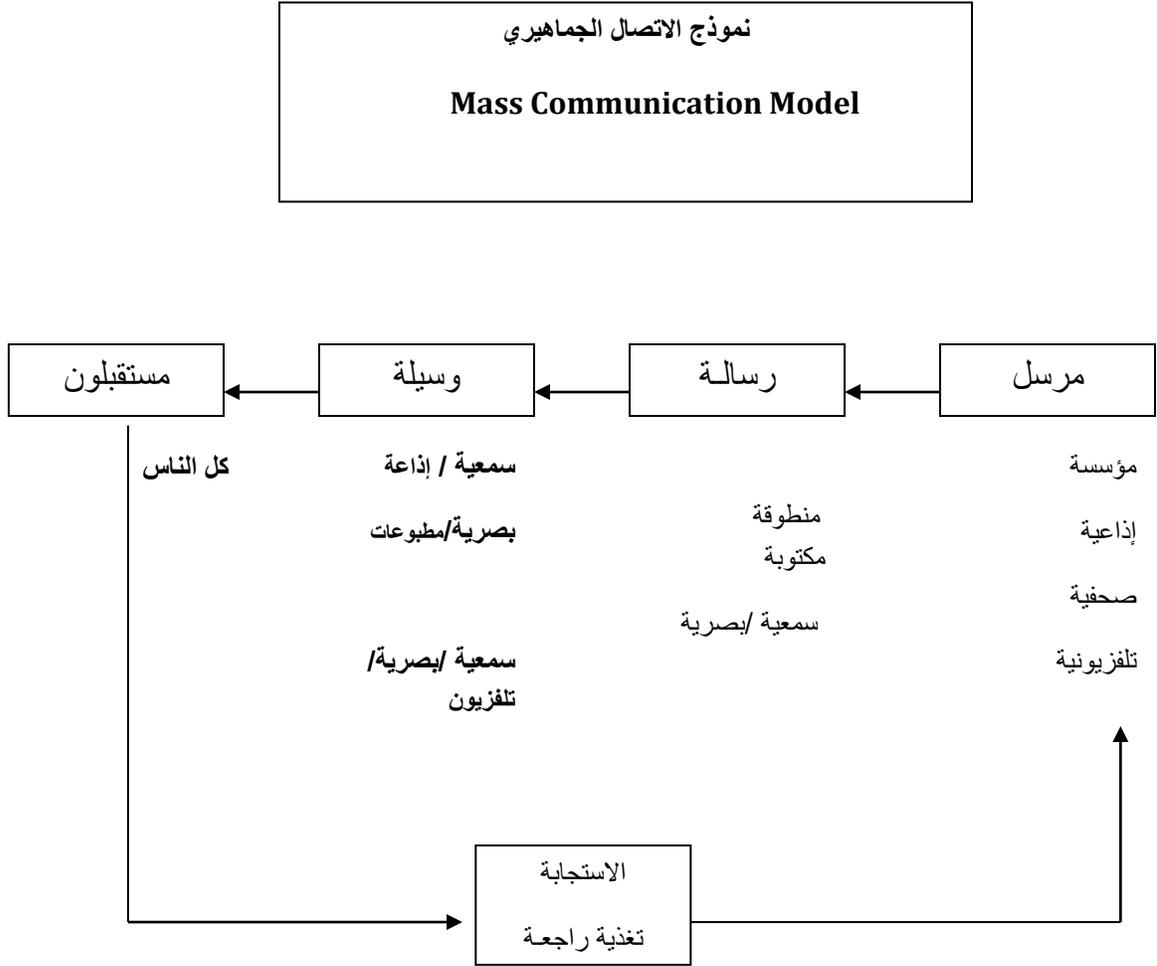
مثل الصحف، الراديو، التلفزيون، الكتب إلى عدد كبير من الناس. (سلامة، 2001: 22).

وأرى وبناءاً على ما تقدم من تعريفات لمفهوم الاتصال الجماهيري، يمكن القول إن تعريف

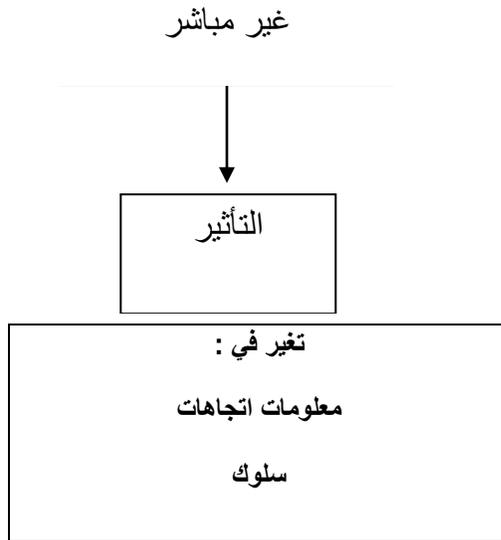
الاتصال الجماهيري بمفهومه الشامل يشتمل على ما يلي:

- 1- أنه اتصال موجه للجماهير وقادر على التواصل معه باستخدام أحد وسائله الفعالة.
- 2- صادر من جهة منظمة ذات اختصاص وذلك حسب نوع وسيلة الاتصال الجماهيرية المستخدمة (مؤسسة إذاعية أو صحفية أو تلفزيونية أو وكالة أنباء).
- 3- يعتبر من أهم أدوات تكوين الرأي العام في المجتمع.
- 4- يهدف إلى التأثير على معلومات واتجاهات وقيم وسلوك الجماهير.
- 5- اتصال منظم ومدرس يقوم على إرسال رسائل علنية صادرة عن مؤسسة للاتصال

الجماهيري. شكل رقم -1-



الشكل (1)، نموذج الاتصال الجماهيري



وظائف الاتصال الجماهيري المقدمة عبر وسائل الإعلام الجماهيري:

يرى إبراهيم (2004) بأن الاتصال الجماهيري يقوم بمجموعة أساسية من الوظائف، والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة، والبعيدة المدى، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي أو المجتمعي، وهذه الوظائف يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

1- وظيفة اجتماعية:

الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يقوم بنقل معلومات ويهدف إلى تغيير السلوك الإنساني. فالاتصال أداة فعالة في تكوين العلاقات الإنسانية عن طريق تسهيل تبادل المعلومات بين الناس، والاتصال كذلك عامل مهم في توحيد الأفكار والاتجاهات والعمل على تغيير السلوك الإنساني (إبراهيم، 2004).

2- وظيفة سياسية: يسهم الاتصال في التنقيف السياسي، ويسهل كذلك الاتصال بين الحاكم والمحكومة ويوطد العلاقة بين القائد وشعبه. كما أنه يساهم في تشكيل الرأي العام والرد على الدعاية المغرضة (إبراهيم، 2004).

3- وظيفة فكرية (دينية): للاتصال دور كبير وفعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية، فالاتصال مثلاً يسهم في نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية لكل الناس في كل زمان ومكان (إبراهيم، 2004).

4-وظيفة التسلية والترفيه: حيثُ تعمل وسائل الإعلام على تقليل التوتر، وتسهل على الناس التغلب على مشاكل الحياة اليومية، وكسر الحواجز الثقافية بين المجتمعات. كما وأن وظيفة التسلية أساسية لتحقيق بعض الإشباعات النفسية والاجتماعية، وإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان، ولكن هذا يستدعي أن يكون هنالك توازن بين وظائف الاتصال فلا يغلب الترفيه على الوظائف الأخرى، كما يلاحظ في برامج معظم المحطات الإذاعية والتلفزيونية العربية (أبو أصبع، 2005).

5-وظيفة الإعلام والتعليم أي (وظيفة تعليمية):

الإعلام والتعليم تكمل كل منها الأخرى. فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها المرء في حياته مادياً، أو فكرياً، أو اجتماعياً، فإن التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعاً من المعلومات المنهجية التي تستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي، أو تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

6-وظيفة الرقابة:

تمثل هذه الوظيفة أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع وصيانتته من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة، ولذا فقد أطلق على الصحافة اسم السلطة الرابعة. إن وظيفة الرقابة والإشراف على البيئة التي -يتم فيها الاتصال - هي من الوظائف التي يجب أن تسعى الحكومات لإيجادها، لأنها تمثل عوناً لها في كشف أشكال الفساد، التي يمكن أن تحدث، كما أنها تلعب دوراً أساسياً للدفاع عن مصالح الناس (إبراهيم، 2004).

7-وظيفة الاستمرارية:

وهي تعني التعبير عن الثقافة السائدة والتعرف على الثقافات الفرعية وتنمية الثقافات الجديدة. والحفاظ على عمومية القيم والتأكيد عليها (إبراهيم، 2004).

8-وظيفة تثقيفية:

يقصد بالتثقيف تزويد الأفراد والجماعات بعناصر معرفية جديدة والتثقيف بمعناه الواسع المتعارف عليه يتناول النواحي العامة التي تعجز الأساليب الأكاديمية المتبعة في المؤسسات التعليمية عن القيام بها أو على الأقل فإنها تحجم عنها والتثقيف بهذا المعنى يمكن أن يقوم به الأفراد بأنفسهم وقد يكون في هذه الحالة أجود وأكثر فاعلية من التثقيف المفروض على الأفراد من الخارج ولقد أصبح التثقيف مهمة تعريفية لوسائل الاتصال الجماهيرية (إبراهيم، 2004).

9-وظيفة الإعلان والترويج (وظيفة اقتصادية):

يعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة، والإعلان هو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة التي عرفت أشكالاً مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، ويقدم الإعلان خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية الوطنية والعالمية، وفي ظل المجتمعات الاستهلاكية غير المصنعة مثل الدول العربية ودول العالم الثالث، فإن له تأثيرات سلبية تتمثل في تشجيع الروح الاستهلاكية وتكوين عادات شرائية في مجتمعات تستهلك سلعاً تستوردها ولا تنتجها، مما ينقل ميزانيات الأفراد وميزانية الدولة، وتقوم في الإنفاق على كماليات يمكن الاستغناء عنها (أبو أصبع، 2005).

10-وظيفة جمالية: حيث تؤثر وسائل الاتصال الجماهيري على مستوى الذوق العام للمجتمع وذلك من خلال نوعية البرامج والمسلسلات التي تعرضها، وبالتالي مما تسهم في رفع أو هبوط الذوق الأدبي أو الفكري أو الجمالي لدى الأفراد والجماعات في المجتمع، كما ويجب على وسائل الاتصال الجماهيرية إنتاج وبث البرامج التي تعمل على رفع الذوق الجمالي لدى الشباب خاصة والمجتمع عامةً.

إن الملاحظ في وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية أنها لا تخلو وظيفة من وظائفها إلا ويوجد بها قيم تعمل على بثها، فإن أطلعنا على الوظيفة الاجتماعية فنجدها تمثل القيم الاجتماعية وأن أطلعنا على الوظيفة السياسية فنجدها تمثل القيم السياسية وأن أطلعنا على الوظيفة الدينية فنجدها تمثل القيم الدينية وهلم جرى وهكذا نلاحظ أن وظائف وسائل الاتصال الجماهيرية تتشكل في جوهرها قيم سواء كانت هذه القيم إيجابية بناءة أو قيمة سلبية هدامة.

الصحافة وميزات الصحفيين:

تعتبر الصحافة من المهن الأساسية بنشر الأخبار وكذلك الوقائع والأحداث، وكل من يعمل بهذا العمل يطلق عليه بالصحفي، ولا بد له من الالتزام بالمبادئ والأعراف الأساسية لهذه المهنة، وأن يكون نكي بارعاً بها، هذا وتعتبر الصحافة من الوسائل الرئيسة لأجل تعريف الناس بالأخبار، إذ يطلق على المراسل والكاتب ورئيس التحرير بالكادر الصحفي، فالأول طبيعة عمله بنقل الأخبار، والثاني يقوم بكتابة المقالة الصحفية بشكل واضح وسلسل، أما الأخير (رئيس التحرير)، فهو المسؤول الأول والأخير عن صدور المقالات والأخبار من خلال الصحيفة (الكيلاني، 2005).

وفيما يخص مميزات الصحفي الذي يتميز بالنجاح، فترى (الهاشمي، 2006) بأن هناك عدة ميزات للصحفي الجيد، يمكن إيجازها على النحو الآتي:

1. الموضوعية بالعمل الصحفي، ويتم ذلك من خلال طرح الوقائع والحقائق، بعيداً عن التأثير بالآراء الشخصية، كما يجب عليه أن يكون أقرب للموضوعية.
2. التأكيد والتيقن من مصادر الأخبار: قبل عملية النشر يجب عليه أن يكون واثقاً بالأخبار ومن مصادرها، كما يجب عليه أن يكون جاداً واعيّاً بعمله.
3. الاتقان والتميز باللغة العربية، فالصحفي الجيد يجب ان يتقن ويكتب المقالة بلغة سليمة، إذ أن أساس النجاح يعتمد بشكل أساسي على إتقان اللغة.
4. المؤهل العلمي: يجب على الصحفي أن يكون مؤهلاً وحاصلاً على شهادة جامعية تؤهله القيام بعمله على أتم وجه.
5. الأخلاق، يجب عليه أن ينقل المعلومة كما هي بدون زيادة أو مبالغة.

وظائف الصحافة:

تقوم الصحافة بدور كبير في المجتمع ويزداد تأثيرها في المجتمعات النامية التي تقل فيها درجة الوعي الفكري، وإذا كانت الصحافة تقوم بدور واضح في نقل الأخبار والمعلومات خاصة ما يتعلق منها بالشأن السياسي، فإن لها دوراً آخر في عملية التحليل الموضوعي لمضامين تلك الأخبار والمعلومات، بما يعمق رؤية القارئ لها، ويزيده إحاطة بأبعادها المختلفة التي لا تتبين إلا لمن تبحر في معرفتها ودراستها، مستنداً إلى كم من المعلومات التي يتم جمعها حول الموضوع، إلى جانب الخبرة في استنباط العلاقات القائمة بين الأشياء والقدرة على استشراف المستقبل، كما أن الصحافة

تسهم في الإقناع السياسي للتأثير على الرأي العام، والصحافة باعتبارها وسيلة إعلامية لها وظائف. إذ تتمثل كما يبينها الكيلاني (2005) على النحو الآتي:

1. الأخبار والتزويد بالمعلومات والرقابة.
2. الربط والتفسير والهدف منه تحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يعلموه.
3. الترفيه وهدفه تحرير الناس من الضغط.
4. التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع، من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والقيم والخبرة الاجتماعية.
5. التسويق: وتأخذ في هذا السياق مهمة ترويج أفكار متعلقة في شأن ما، بغية حمل المواطنين لتبنيها، وجعلها مؤثرة بهم.
6. المبادرة في التغيير الاجتماعي في المجتمع: نشر سلوكيات ايجابية تسهم في تصويب أخرى سلبية.
7. تكوين النمط الاجتماعي: وهدفه وضع النمط للمجتمع بتوفير المثال في الشؤون العامة والآداب والثقافة ونمط الحياة.
8. الرقابة: من خلال نشر الأخبار المتعلقة في الشؤون المختلفة، وكشف النقاب عن موضع الخلل أينما وجد.
9. التعليم: إكساب القارئ معلومات جديدة تسهم في إثراء مخزونه المعرفي.

كما وبين (محافظة وعبد الرحمن وعبد الحي، 2016) بأن هناك عدة وظائف وأدوار

للصحافة والإعلام، يمكن إجمالها على النحو الآتي:

10. نقل الأخبار على اختلاف أنواعها ومصادرها من مناطق العالم كافة.
 11. التعبير عن الاتجاهات المختلفة في المجتمع من النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية وكذلك الثقافية.
 12. تزويد المجتمع بالمعلومات عن ظواهر مختلفة من خلال المقالات العلمية أو البرامج العلمية من الإذاعة أو التلفزيون.
 13. توجيه المنظومة القيمية للمجتمع بهدف جعله ذا مقدرة كبيرة على التطور الذاتي وكذلك الحفاظ على شخصيته والقدرة على المساهمة بالتطور الإنساني.
- هذا وأن التأثير إيجابية لاتجاهات النشء في المناحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعد الوظيفة البارزة والأسمى لها.
- كما وتقوم الصحافة الإعلام بأدوار ريادية بالجوانب السياسية من خلال تعزيز التماسك الاجتماعي، وذلك من خلال التركيز على القيم المشتركة، وكذلك تبين سياسة الدولة والدفاع عنها، والرد على الدعاية المضادة، وبهذا تكون لعبت الكثير من الأدوار الوظائف السامية للرفعة والسمو والنمو والازدهار والاستقرار.

الكفاءة في المؤسسات الإعلامية (Efficiency in media organizations):

يعرف أخورارشيده (2006) الكفاءة بأنها قدرة المنظمة على القيام بالأعمال بصورة ممنهجة

وصحيحة.

كما عرفها (الحياصات, 2007, 389) الكفاءة على أنها: "العلاقة النسبية بين المدخلات والمخرجات التي تعبر عن قدرة المنظمة على استثمار مواردها المختلفة بأفضل الصور واستغلالها وتشغيلها". كما أنها العلاقة ما بين المدخلات والمخرجات، وهي النسبة ما بين الموارد المستخدمة والنتائج المتحققة، وبالتالي فإن الكفاءة تتعاطم كلما كانت الموارد في أدنى نسبها، مقارنة مع النتائج التي تم إنجازها.

وبهذا فإن الكفاءة تقوم على أساس القيام بالأعمال بشكل صائب، والكفاءة مرتبطة بطبيعة الحال بالإدارة.

أنواع الكفاءات:

كما أن هناك عدة أنواع للكفاءات كما يبينها عبد الغفار (2006)، ويمكن إيجازها على النحو الآتي:

أولاً: الكفاءات المتعلقة بالأفراد والجماعات: والكفاءة على مستوى الأفراد تتعلق بالفرد وكيفية اختياره من قبل المنظمة بالأساليب والأسس المنهجية والعلمية، ووفقاً للكفاءة والمقدرة والخبرة، وبالنسبة للكفاءة الجماعية فإنها تتعلق بعملية التعاون ما بين الكفاءة الفردية والمقدرة على عملية التواصل وانتقال المعلومات والتعاون والعمل بروح الفريق.

ثانياً: الكفاءات الاستراتيجية: وهي تتمثل في المقارنة والمقاربة ما بين الكفاءات والقدرات التي بحوزة العاملين والمقاربة مع قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية؛ ويمكن تحسين الكفاءة الإستراتيجية من خلال تنمية الموارد المادية المتمثلة في الموارد والتكنولوجيا والمعدات والتنمية في

الموارد البشرية من خلال استقطاب الكفاءات المدربة، والموارد التنظيمية المتمثلة في الرقابة وإعادة الهيكلة.

ثالثاً: الكفاءات التنظيمية: وهي مرتبطة بشكل أساسي بمقدرة المنظمة على التأقلم للتغيرات التي تتم على مستوى المنظمة أو محيطها، لذلك يجب على المنظمة أن تتصف بالمرونة ومقدرة على تفعيل مواردها بشقيها البشرية والمادية.

قياس الكفاءة:

هذا وأورد (الشماع وحمود، 2000) بأن هناك معايير مباشرة وأخرى غير مباشرة، يمكن إيجازها على النحو الآتي:

أ- مؤشرات مباشرة: وتتم من خلال مقارنة أو مقارنة المخرجات المتمثلة الخدمات مع المدخلات المتمثلة في الموارد المستخدمة خلال مدة زمنية محددة.

ب- المؤشرات غير المباشرة: وذلك من خلال التعرف على مقدرة الأفراد على إنجاز الأعمال الموكلة إليهم، والتعرف كذلك على درجة رضا العاملين في المؤسسات الإعلامية، وكذلك التعرف على روحهم المعنوية.

ماهية تقييم أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية:

ترى (نصر الله، 2009) بأن تقييم الأداء هو عملية تهدف إلى تحديد أداء العامل وتعريفه به وكيف ينبغي أن يؤدي عمله وتصميم خطة لتنمية العامل، فمن شأن تقييم الأداء ليس فقط تعريف العامل بمستوى أدائه بل التأثير على مستوى أدائه مستقبلاً.

وقد عرّف (سالم، 2009) تقييم الأداء بأنه: أسلوب يمكن من خلاله إصدار حكم على قدرة الموظف في أداء واجباته، والقيام بمسؤوليات وظيفته، والتحقق من سلوكه وتصرفاته أثناء العمل. ويشير (رضاء، 2010) بأنه: ذلك الإجراء الذي يهدف إلى تقييم منجزات الأفراد عن طريق وسيلة للحكم على مدى إسهام كل فرد في إنجاز الأعمال التي توكل إليه، وبطريقة موضوعية وكذلك الحكم على سلوكه وتصرفاته أثناء العمل وعلى مقدار التحسين الذي طرأ على أسلوبه في أداء العمل.

ويرى (الكلاهد، 2011) بأنه الحصول على حقائق أو بيانات من شأنها أن تساعد على تحليل وفهم وتقييم أداء العامل لعمله، وتقييم لمسلكه وتقدير مدى كفاءته في عمله ومنزلته العلمية، والنهوض بالواجبات والمسؤوليات المناطة إليه حاضراً ومستقبلاً.

وبهذا فإن تقييم الأداء هو عبارة عن دراسة وتحليل أداء الموظف اتجاه الأعمال المسندة إليه بهدف تحديد نقاط الضعف في أداء الموظف، وإيجاد الحلول لها من خلال برنامج تدريبي يسهم في زيادة قدرات ومهارات الفرد اتجاه الأعمال المسندة إليه.

أهمية تقييم أداء العاملين في المؤسسات الإعلامية

يبين (دهمان، عبد المنعم وقنطجى، سامر، 2010) بأن عملية تقييم الأداء تستهدف ثلاث غايات على مستوى المنظمة، وعلى مستوى المديرين، وعلى مستوى العاملين.

1. تقييم الأداء على مستوى المنظمة:

- إيجاد مناخ ملائم من الثقة والتعامل الأخلاقي الذي يبعد احتمال تعدد شكاوى العاملين باتجاه المنظمة.

- رفع مستوى أداء العاملين واستثمار قدراتهم بما يساعدهم على التقدم والتطور.
 - تقييم برنامج إدارة الموارد البشرية وسياستها من حيث كون نتائج هذه العملية يمكن أن تستخدم كمؤشرات للحكم على دقة هذه السياسات.
 - مساعدة المنظمة على رفع معدلات أداء معيارية دقيقة.
- 2. تقييم الأداء على مستوى المديرين.**
- دفع المديرين والمشرفين إلى تنمية مهاراتهم وإمكانياتهم الفكرية، وتعزيز قدراتهم الإبداعية للوصول إلى تقييم سليم وموضوعي لأداء تابعيهم.
 - دفع المديرين إلى تطوير العلاقات الجديدة مع المرؤوسين للتعرف على مشكلاتهم وتقديم النصح لهم.
- 3. تقييم الأداء على مستوى العاملين.**
- تجعل العاملين أكثر شعوراً بالمسؤولية، وذلك لزيادة شعورهم بالعدالة، وبأن جهودهم المبدولة تؤخذ بالحسبان من قبل المنظمة.
 - دفع العامل للعمل باجتهاد وجدية وإخلاص ليفوز باحترام مرؤوسيه، وتقديرهم له معنوياً ومادياً.
 - إن المتابعة المستمرة للعامل تشعره بأهمية العمل الموكل إليه، وتمنعه من الوقوع في الأخطاء.

أغراض تقييم الأداء في المؤسسات الإعلامية

يبين (المرسى، جمال الدين، 2003) بأن المنظمات تسعى من وراء تبني واستخدام إدارة

الأداء لتحقيق ثلاثة أنواع من الأغراض: استراتيجية، وإدارية، وتنموية.

1- الأغراض الاستراتيجية: يتمثل الغرض الرئيس باستخدام المنظمة إدارة الأداء في تحقيق

الربط بين أنشطة العاملين والأهداف أو الغايات التنظيمية، ويستند التنفيذ الفعال

للاستراتيجيات إلى تحديد النتائج المرغوبة وأنماط السلوك ونوعية السمات الفردية الضرورية

أو المطلوبة للتنفيذ، ولتحقيق هذا الغرض الاستراتيجي فإن النظام يجب أن يتسم بالمرونة

لأنه عندما تتغير الأهداف والاستراتيجيات فإن النتائج وأنماط السلوك والقدرات المطلوبة

تتغير بالضرورة.

2- أغراض إدارية: تعتمد المنظمات على معلومات إدارة الأداء خاصة في تقييم الأداء في

اتخاذ العديد من القرارات الإدارية مثل "الأجور"، " والترقيات"، و "التسريح" وعلى الرغم من

أهمية هذه القرارات فإن العديد من المدربين يرون عملية تقييم الأداء شراً لا بد منه، حيث

يشعرون بعدم الراحة عند تقييم الآخرين، ومن ثم فإنهم قد يميلون إلى الغلو في التقييم مما

يفقد نظام التقييم موضوعيته وأهميته بالنسبة للمنظمات.

3- الأغراض التنموية: وهي تنمية العاملين، وتطوير أساليب أدائهم في العمل، فعندما لا يؤدي

الموظف عمله على النحو المتوقع فإن إدارة الأداء تسعى إلى تنمية أدائه من خلال

المعلومات الراجعة من أنظمة تقييم الأداء، والتي تعكس نواحي الضعف في الأداء، حيث لا

يقتصر دور أنظمة إدارة الأداء، على تحديد مجالات الضعف في الأداء، ولكن لمعرفة هل أسباب الضعف ترجع إلى قصور في المقدرة أو التحفيز، أو علاقات العمل، أو غيرها.

كما وأن أغراض النظام الفعال لإدارة الأداء تتمثل في تحقيق الارتباط بين أنشطة العاملين والأهداف الإستراتيجية للمؤسسة الإعلامية، وتوفير معلومات مفيدة لاتخاذ قرارات إدارية بشأن العاملين، وأيضاً في تزويد العاملين بمعلومات راجعة تفيد في تحقيق أغراضهم.

المهنية:

تعرف المهنية بأنها نقل الحقيقة بحذافيرها بدون تقصير أو تبديل أو حتى تحريف، وقيام الإعلامي بنقل الأخبار الإعلامية كما هي بدون مبالغة أو تنميق.

والتوجيه المهني عملية تهدف إلى مساعدة الفرد على أن يعرف قدراته وميوله واستعداداته، وتزويده بالمعلومات الكافية عن المهنة، وما تتطلبه من قدرات واستعدادات وميول، حتى يتمكن من اختيار المهنة أو الحرفة التي تناسبه وتلائمه (القرعان، 2005).

كما وأن للمهنية الكثير من المرتكزات من أهمها التعامل مع أفراد الفريق بشكل متساوي بعيداً عن التحيز، كذلك إنجاز الأعمال الموكلة للعاملين بشكل سريع وبالوقت المطلوب، وكذلك الابتعاد عن التحيز والاعتبارات الشخصية فيما يخص العمل، وكذلك التعامل مع المؤسسة والإدارة عن طريق القنوات الرسمية للاتصال، والابتعاد والتسامي عن الكثير من النزعات السياسية، وكذلك الدينية، وكذلك القيام بإعطاء وقت كافي لإتمام العمل، والتعامل مع الأحداث بشكل عقلائي وعلمي بعيداً عن الارتجال.

أنواع الكفاءات المهنية:

هناك عدة أنواع للكفاءات كما يبينها حنفي (2006)، ويمكن إيجازها على النحو الآتي:

أولاً: الكفاءات المتعلقة بالأفراد والجماعات: والكفاءة على مستوى الأفراد تتعلق بالفرد وكيفية اختياره من قبل المنظمة بالأساليب والأسس المنهجية والعلمية، ووفقاً للكفاءة والمقدرة والخبرة، وبالنسبة للكفاءة الجماعية فإنها تتعلق بعملية التعاون ما بين الكفاءة الفردية والمقدرة على عملية التواصل وانتقال المعلومات والتعاون والعمل بروح الفريق.

ثانياً: الكفاءات الاستراتيجية: وهي تتمثل في المقارنة والمقاربة ما بين الكفاءات والقدرات التي بحوزة العاملين والمقاربة مع قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية؛ ويمكن تحسين الكفاءة الإستراتيجية من خلال تنمية الموارد المادية المتمثلة في الموارد والتكنولوجيا والمعدات والتنمية في الموارد البشرية من خلال استقطاب الكفاءات المدربة، والموارد التنظيمية المتمثلة في الرقابة وإعادة الهيكلة.

ثالثاً: الكفاءات التنظيمية: وهي مرتبطة بشكل أساسي بمقدرة المنظمة على التأقلم للتغيرات التي تتم على مستوى المنظمة أو محيطها، لذلك يجب على المنظمة أن تتصف بالمرونة ومقدرة على تفعيل مواردها بشقيها البشرية والمادية.

ان الطالبة ستوظف هذا الأدب النظري لقياس فاعلية المبحوثين في المؤسسات الاعلامية وهم من خريجي الاعلام ومدى اقترابهم من هذه المعايير المهنية والعملية والتطبيقية وبيان كفاية المخرجات التعليمية التي درسوها في مراحل الجامعة للتوافق مع سوق العمل ومتطلباته من حيث المهنية والكفاءة والخبرة المطلوبة.

ان الجامعات الاردنية خرجت عشرات الدفعات من الخريجين الحاصلين على شهادات البكالوريوس والماجستير في تخصصات الاعلام المختلفة، وان الوقت حان لمعرفة جدوى هذا التخصص لسوق العمل ومدى حاجة السوق لهم، وهذا ما سيشكل أحد توصيات ونتائج الدراسة المتوقعة.

المؤسسات الإعلامية الأردنية:

سيقتصر الحديث عن هذه المؤسسات المرتبطة بالحدود التطبيقية للدراسة، والمتمثلة في أربع منها على النحو الآتي:

صحيفة الرأي الأردنية : وهي صحيفة تصدر بشكل يومي، تتناول الكثير من القضايا سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية وغيرها من القضايا التي تهتم المواطن الأردني، كما وأنه يتم توزيع هذه الصحيفة لُجُل مناطق المملكة، ومقرها الرئيسي هو العاصمة عمان، وتباع بسعر زهيد مقارنة مع قيمتها، هذا وصدرت خلال العام 1971م، في ظل أكناف حكومة وصفي التل، (الموقع الرسمي لجريدة الرأي <http://alrai.com>، 2018).

وكالة الأنباء الأردنية "بترا" : وهي وكالة تم تأسيسها وفقاً لتوجيهات ملكية سامية وذلك بتاريخ 16 يوليو من عام 1969، هذا وتقوم بالكثير من الخدمات، ومن أبرزها ارشيف للصور الرقمية الفوتوغرافية، وكذلك تقدم الكثير من الخدمات المرتبطة بالنشرات اليومية باللغتين العربية والإنجليزية لجميع أرجاء العالم، كما أنها تم تطوير الخدمات المقدمة من خلال بث نشرتها عبر الانترنت وذلك في عام 1996، كما أنها تقوم بخدمات تدريبية وخدمات مرتبطة بشكل مباشر بالوحدة التلفزيونية. (محافظة، عبد الرحمن، عبد الحي، 2016: 122).

التلفزيون الأردني: بدأ التلفزيون الأردني البث من خلال قناة واحدة ووحدية بالأبيض والأسود بعام 1968، ولمدة ثلاث ساعات يومياً، لتضاف له قناة أخرى بعد ذلك بأربع سنوات، تكون الأولى باللغة العربية والثانية للبرامج الأجنبية، وفي عام 1974 شرع التلفزيون الملون بالبث مدعماً بعدد كافٍ من محطات التقوية ليغطي جُل أرجاء المملكة (محافظة، عبد الرحمن، عبد الحى، 2016).

الإذاعة الأردنية: ظهرت إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية للمرة الأولى بعام 1950 بمدينة رام الله مع أنها كانت تعلن أنها من القدس، وكانت كافية لتغطي بإرسالها فلسطين والأردن، وفي عام 1956 رفدت المحطة الأولى بثانية في عمان، تطورت بعام 1959 بإنشاء الإذاعة الحالية في أم الحيران بعمان، وفي عام 1990 شرعت الإذاعة الموجهة بالبث لكل أرجاء المعمورة، وأصبحت تبث برامج باللغة الإنجليزية والفرنسية، إلى جانب محطة الـ (F.M) من عمان وإربد (محافظة، عبد الرحمن، عبد الحى، 2016).

ثانياً: الدراسات السابقة:_____

دراسة مجاهد (2000) بعنوان " دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي في العالم الثالث "

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى ما يتمتع به الطلبة من وعي سياسي، وذلك من خلال اشتراكاتهم بالمناقشات السياسية والندوات، والمشاركة في الانتخابات العامة، وعضويتهم للأحزاب، وأخيراً مدى متابعتهم للقضايا السياسية الداخلية والخارجية، ومدى تأثير وسائل الإعلام في ذلك.، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة باستبانة تم توزيعها على العينة المستجيبة، وتكونت عينة الدراسة من (200) مفردة من كلية الآداب المصرية، واستخدم الباحث المنهج التاريخي في الدراسة. هذا وأظهرت نتائج الدراسة من خلال النتائج الإحصائية لأفراد عينة البحث: أن هناك انخفاضاً في معدلات صور المشاركة السياسية بينهم، حيث كان 83.5 % من أفراد العينة ليس لديهم بطاقات، وبالتالي لا يحق لهم الاشتراك في الانتخابات، كما أظهرت الدراسة أن الإنسان في العالم الثالث لم يحقق الوعي بأهمية الديمقراطية، وبالتالي هم بحاجة إلى تحول داخلي، يسهم في وعي الجماهير في قضايا تحيط بها قنوات راسخة، وأظهرت النتائج كذلك أن وسائل الإعلام العربية قاصرة عن تحقيق الوعي، رغم أهمية دورها في ذلك وخاصة التلفزيون والصحافة والإذاعة.

دراسة طبوشة (2002) بعنوان " وسائل الاتصال المجتمعي والوعي السياسي "

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الملامح العامة للوعي السياسي لدى الفرد وبين طبيعة التعرض لوسائل الاتصال الجمعي. وتكونت عينة الدراسة من (193) مفردة من بينها (20) مفردة خاصة بطلاب المراحل الثانوية، وباقي العينة من مراحل عمرية مختلفة. وكشفت نتائج الدراسة أن الوعي السياسي لدى الفرد يرتبط إلى حد كبير بالمصالح الطبقية والقروية، كما أن القروي أكثر معرفة بالأمور المحلية من الأمور الإقليمية.

وكما أن الوعي السياسي يظل على مستوى الإدراك والمعرفة أكثر من التقييم والتعرف والمثابرة الفعلية وإن لوسائل الإعلام الدور الأكبر في ذلك.

دراسة (العبادي، 2005)، بعنوان " الدور السياسي للصحافة الأردنية اليومية"،

هدفت الدراسة لأجل التعرف على الدور التي تقوم به الصحافة اليومية لتوعية النشئ، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، ولم تستخدم استبانة ولا حتى صحيفة مقابلة، وخلصت الدراسة بأن للصحافة تأثير على المواطنين يزيد عن وسائل الإعلام الأخرى؛ لما لها من أهمية في إتاحة المجال للآخرين للتفاعل مع المجتمع وتمكينهم من التعبير عن آرائهم المختلفة، ونشر ما يكتبونه من مقالات وتعليقات مرتبطة بأحداث سياسية معينة، وهو ما لا يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام الأخرى، وأوصت الدراسة بزيادة الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة.

دراسة (Dirbaba, 2006)، بعنوان " الاتجاه المهني للصحفيين والإعلاميين بأثيوبيا"،

هدفت الدراسة إلى التعرف على التوجهات المهنية للعاملين في الصحافة والإعلام في أثيوبيا وخصوصاً في العاصمة "أديس أبابا"، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة باستبانة تم توزيعها على العينة المستجيبة، كما تمثل مجتمع الدراسة بجميع (الصحفيين في وسائل الإعلام الخاصة والحكومية)، إلا أنه ولصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بأسره؛ تم أخذ عينة عشوائية (Random Sample) مكونة من (100) منهم، كما تم إجراء مقابلة مع عشرة منهم، هذا وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (Spss)، كما وتم استخدام معامل الارتباط لأجل معرفة العلاقة ما بين المتغيرات، هذا وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها بأن توجهات عينة الدراسة أجمعوا وأيدوا بقيام العاملين في الصحافة والإعلام بالالتزام بمبادئ الاحترام وحسن الخلق، إذ

بتوجهاتهم هذه أعطوا قيم أكبر لوسائل الإعلام الجماهيرية، كذلك أوصت الدراسة بضرورة تحسين مهارات العاملين بوسائل الإعلام من خلال إشراكهم بدورات متخصصة، هذا وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من خلال تناولها لوسائل الإعلام، واختلفت هذه الدراسة من خلال عينة الدراسة.

دراسة (السعيد، 2009)، بعنوان " واقع تعليم الصحافة والإعلام بالجامعات الفلسطينية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تعليم الإعلام بالجامعات الفلسطينية، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة باستبانة تم توزيعها على العينة المستجيبة، كما تمثل مجتمع الدراسة بجميع (بجميع العاملين الأكاديميين بمجالس تدريس الصحافة والإعلام بالجامعات في فلسطين)، إلا أنه ولصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بأسره؛ تم أخذ عينة عشوائية (Random Sample) مكونة من (28) منهم، هذا وتم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (Spss)، إذ تم التركيز على اختبار التباين الأحادي (one way anova)، كما وخلصت الدراسة بأن واقع تعليم الصحافة بالجامعات الفلسطينية، كان متوسطاً، كما أن ملائمة التعليم مع طبيعة العمل كان متوسطاً أيضاً، هذا وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها عدم وجود فروق لها دلالة إحصائية فيما يخص التخصص، كذلك تبين عدم وجود حرفية وسياسة منيرة بعملية قبول الطلبة بأقسام الصحافة والإعلام، كذلك أوصت الدراسة بضرورة وضع أسس واضحة ومتمينة لأجل قبول الطلبة أساسها المقدر على استخدام الانترنت بالإعلان والقوة باللغات الأجنبية وباللأخص الإنجليزية، هذا وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من خلال تناولها لوسائل الإعلام، واختلفت هذه الدراسة من خلال عينة الدراسة، إذ أن

الدراسة التي تقوم بها الباحثة تتناول عينة تكاد تكون نادرة ألا وهي النخب الإعلامية لدى وكالة الأنباء الأردنية "بترا"، التلفزيون الأردني، الإذاعة الأردنية، جريدة الرأي، قناة رؤيا.

دراسة (العويمر، 2010) بعنوان " درجة امتلاك العاملين بمركز إدارة الأخبار بالتلفزيون الأردني لمهارات الصحفية"،

هدفت الدراسة لأجل التعرف على درجة امتلاك الموظفين لدى مركز الأخبار بالتلفزيون الأردني من محررين ومندوبين ومذيعين للمهارات الكافية الصحفية، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة باستبانة تم توزيعها على العينة المستجيبة، كما وأظهرت الدراسة بأنها متوسطة درجة اكتساب المحررين والمندوبين والمذيعين للمهارات الصحفية، بالتلفزيون الأردني، كما بينت الدراسة بأن هناك قلة فيما يخص بإعداد وتنظيم الدورات التدريبية للعاملين، كما أوصت الدراسة بضرورة تحسين وتدعيم المعرفة للعاملين بالأخبار، وبالأخص تدعيمهم وتحسين مستوياتهم باللغة الانجليزية والعربية من خلال إشراكهم بدورات متخصصة.

دراسة (المجالي، 2011) بعنوان " اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو قضايا الفساد الإداري"،

هدفت الدراسة قياس توجهات الصحفيين الأردنيين فيما يخص موضوع الدراسة، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق أهداف الدراسة، وتحليل المضمون كان هو الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة، كما وتمثل مجتمع الدراسة بعينة مكونة من ثلاثمائة صحفي، لدى الصحف الدستور والغد والعرب اليوم والديار والجوردين تاييمز وخلصت الدراسة بوجود درجة مرتفعة فيما يخص أسباب قصور الصحافة لمكافحة والقضاء على الفساد، وأوصت الدراسة بضرورة ضبط النفقات لأجل الحد من الاعتداءات على الأموال العامة.

دراسة وانغ (Wang, 2014)، بعنوان "تأثير مدرسي"معلمي" مساق الصحافة والإعلام على الأداء

والممارسة الصحفية في تايوان"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور اختصاصي الصحافة والإعلام بتايوان بتشكيل وجهات نظر طلابهم، وكذلك التعرف على الممارسات الأخلاقية والقيم التي تدرس في الجامعات التايوانية، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة باستبانة تم توزيعها على العينة المستجيبة، كما تمثل مجتمع الدراسة بالخريجين وأعضاء الهيئة التدريسية في قطاع الصحافة والإعلام في جامعة تشنغتشى (Chengchi) وجامعة نانهوا (Nanhua)، هذا وتم إجراء مقابلات شخصية مع هؤلاء النخب الإعلامية، هذا وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها بأن الهيئة التدريسية لها تأثير كبير على الممارسة الصحفية للخريجين، كذلك أوصت الدراسة بضرورة تحسين مهارات العاملين من خلال إشراكهم بدورات متخصصة، وكذلك زيادة الدراسات المرتبطة والمتعلقة بموضوع الدراسة، على أن تشمل عينات ومجتمعات مختلفة، هذا وتشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من خلال تناولها لوسائل الإعلام، واختلفت هذه الدراسة من خلال عينة الدراسة.

دراسة (حسناوي، 2016)، بعنوان "أخلاقيات المهنة بضوء قوانين الإعلام في الجزائر"

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع أخلاقيات الإعلام، هذا وقامت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي لأجل تحقيق غايات وأهداف الدراسة، ولم تقم الدراسة باستخدام استبانة أو حتى صحيفة مقابلة، كما وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها بأن القوانين والتشريعات المعمول بها في الجزائر لا تزال دون المستوى المطلوب، إذ أن هناك الكثير التشريعات التي تجعل من الممارسة لهذه المهنة

عشوائية ويشوبها نوع من الفوضى، هذا وأوصت الدراسة بضرورة تحسين التشريعات فيما يخص الإعلام، والسير على هدي الدول المتقدمة التي قطعت أشواط كبيرة في الممارسات الأخلاقية لمهنة الإعلام..

التعقيب على الدراسات السابقة:

- تعميق المعرفة بموضوع الدراسة الحالي والموسوم بـ "تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية " دراسة ميدانية".
- اختيار المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة.
- صياغة مشكلة الدراسة بشكل واضح ودقيق.
- تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها بشكل يتناسب مع موضوع الدراسة، ويغطي جوانبها المختلفة. تتميز هذه الدراسة عن من سبقتها من الدراسات السابقة بالآتي:
- مكان تطبيق الدراسة والمتمثلة في في (الإعلاميين العاملين لدى وكالة الأنباء الأردنية " بترا" التلفزيون الأردني، الإذاعة الأردنية، جريدة الرأي الأردنية).
- متغيرات الدراسة مجتمعة والتي جمعت ما بين أربع مجالات تتمحور حول (واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال مع الصحفيين، المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)، والتي لم تتطرق لها الدراسات السابقة مجتمعة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

مقدمة:

من خلال هذا الفصل سيتم التعرض للطرق والإجراءات التي استخدمتها الدراسة في الدراسة من حيث منهجية الدراسة ومجتمع الدراسة والعينة وكيفية اختيارها، وأدوات الدراسة المستخدمة في جمع البيانات، وتوضيح الأساليب الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات واستخراج النتائج.

منهجية الدراسة:

استندت الدراسة بشكل أساسي على المنهج الوصفي التحليلي لأجل تحقيق أغراض الدراسة، وهو المنهج الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة وتحديد المشكلة وتبرير الظروف والممارسات، والتقييم والمقارنة، والتعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية، كما تم استخدام التحليل الإحصائي لأجل التعرف على إجابات لأسئلة الدراسة.

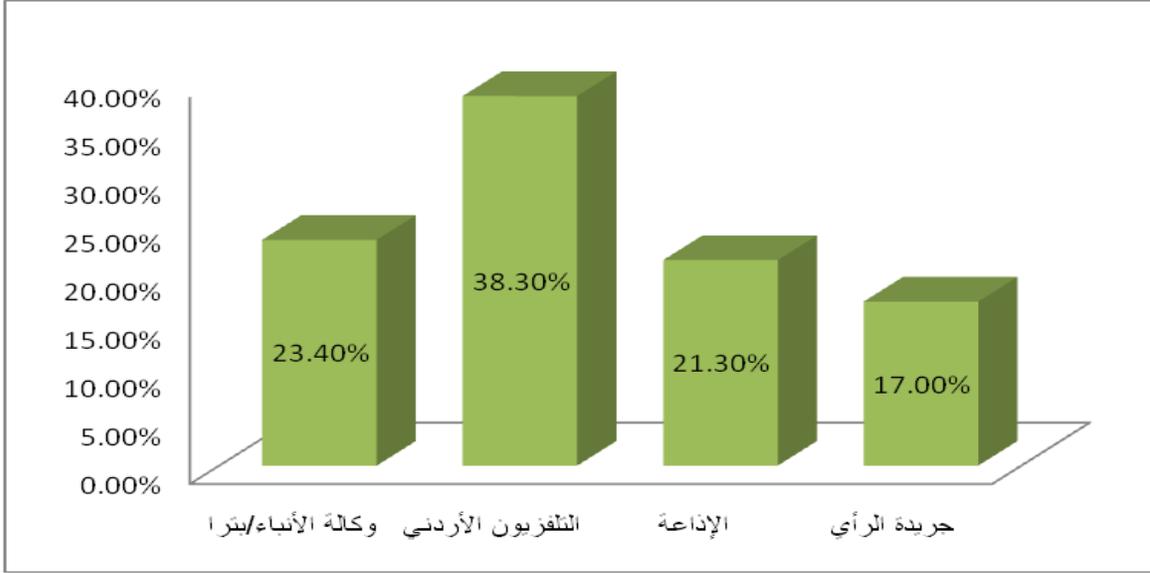
مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من العاملين لدى المؤسسات الإعلامية الأردنية وهي: مؤسسة التلفزيون، مؤسسة الاذاعة الاردنية، وكالة الانباء الاردنية بتر، وجريدة الرأي اليومية، والبالغ عددهم وقت اجراء الدراسة (235).

، ويبين الجدول (2) المؤسسات الإعلامية المستهدفة وعدد عاملها، ولصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بأسره قامت الدراسة بأخذ عينة ممثلة ، هذا ويشير الجدول المخصص لتحديد حجم العينة (وفقاً لتقديرات (Sekaran, U & Bougie, R., (2013) أن حجم العينة الأنسب والأمثل لمجتمع الدراسة يبلغ (155) من عاملها وتمت توزيع الاستبانات عليهم، إلا أنه تم استبعاد (5) استبانات لعدم ملائمتها لإجراءات التحليل الإحصائي، وبهذا فإن العينة القابلة للتحليل الإحصائي تمثلت بـ (150) من عاملها، أي بنسبة 66% من المجموع ، هذا وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي الـ (SPSS.ver18) لتحقيق أهداف وأغراض الدراسة.

الجدول رقم (2): التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الاجتماعي

الرقم	المؤسسة الإعلامية	عدد عاملها	النسبة المئوية
1	وكالة الأنباء/بتر	55	23.4 %
2	التلفزيون الأردني	90	38.3 %
3	الإذاعة	50	21.3 %
4	جريدة الرأي	40	17.0 %
	المجموع الكلي	235	100.0 %



الشكل رقم (2): التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الاجتماعي

خصائص عينة الدراسة:

تم اختيار مجموعة من العوامل الديموغرافية التي تتعلق بالأمور الشخصية والوظيفية (Factual Data) من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بعينة الدراسة، وتبين النتائج المشار إليها في الجداول (2، 3، 4، 5، 6). خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، مكان العمل، الوظيفة الحالية).

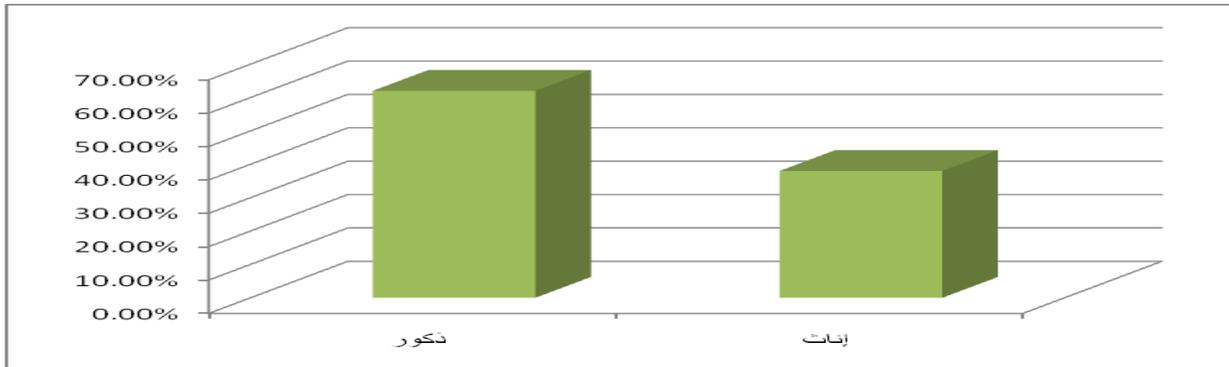
النوع الاجتماعي:

يبين الجدول رقم (3) التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الاجتماعي.

الجدول رقم (3): التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
62.0%	93	ذكور
38.0%	57	إناث
100.0%	150	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (3) أن نسبة الذكور هي النسبة الأعلى في عينة هذه الدراسة إذ بلغ مجموع الذكور (93) شكلوا ما نسبته (62.0%) من عينة الدراسة، وبالنسبة للإناث فقد بلغت نسبتهن (38.0%) من عينة الدراسة، ويمكن ترجيح سبب تفوق نسبة الذكور على الإناث، بأنّ للذكور فرصاً وحظوظاً أوفر للدراسة وللدخول بسوق العمل، كما يمتازوا بمقدرتهم على تحمل ضغوط العمل بكفاءة واقتدار مقارنة مع الإناث؛ والشكل رقم (2) يبين ذلك.



الشكل رقم (2): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (النوع الاجتماعي) وفقاً لمخرجات

التحليل الإحصائي (SPSS)

ثانياً: العُمر:

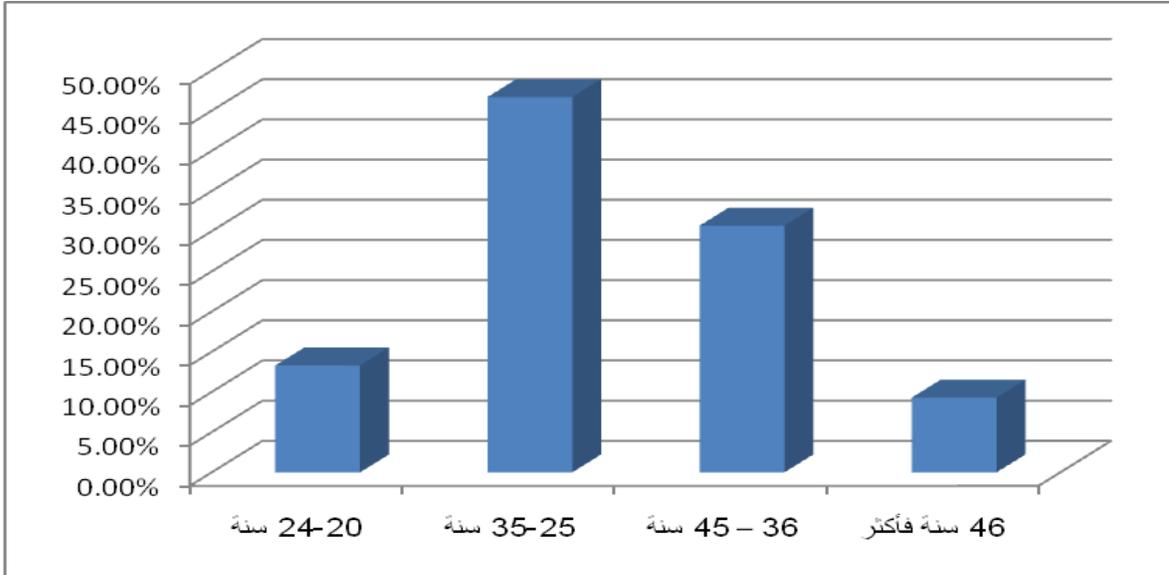
يبين الجدول رقم (4) التكرارات والنسب المئوية لمتغير العُمر.

الجدول رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العُمر)

النسبة المئوية	التكرار	العُمر
% 13.3	20	24-20 سنة
% 46.7	70	35-25 سنة
% 30.7	46	45 - 36 سنة
% 9.3	14	46 سنة فأكثر
%100.0	150	المجموع

يُلاحظ من خلال الاطلاع على الجدول رقم (4) أن نسبة ذوي الأعمار (25-35 سنة) هي الأعلى إذ بلغت النسبة (46.7%)، ومن ثم ذوي الأعمار (36-45 سنة) بنسبة بلغت (30.7%). يليها ذوي الأعمار (20-24 سنة)، بنسبة بلغت (13.3%). ومن ثم ذوي الأعمار (46 سنة فأكثر) بنسبة بلغت (9.3%)؛ وتُلاحظ الباحثة من هذا بأن الأغلبية هم من فئة الشباب، والتي تتراوح أعمارهم (25-35 سنة). إذ تتميز هذه الفئة العمرية بالعطاء والمثابرة، والقدرة على القيام بالأعمال بدقة وفاعلية؛ والشكل رقم (3) يبين ذلك.



الشكل رقم (3): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العمر) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي

(SPSS)

ثالثاً: المؤهل العلمي:

يبين الجدول رقم (5) التكرارات والنسب المئوية لمتغير المؤهل العلمي.

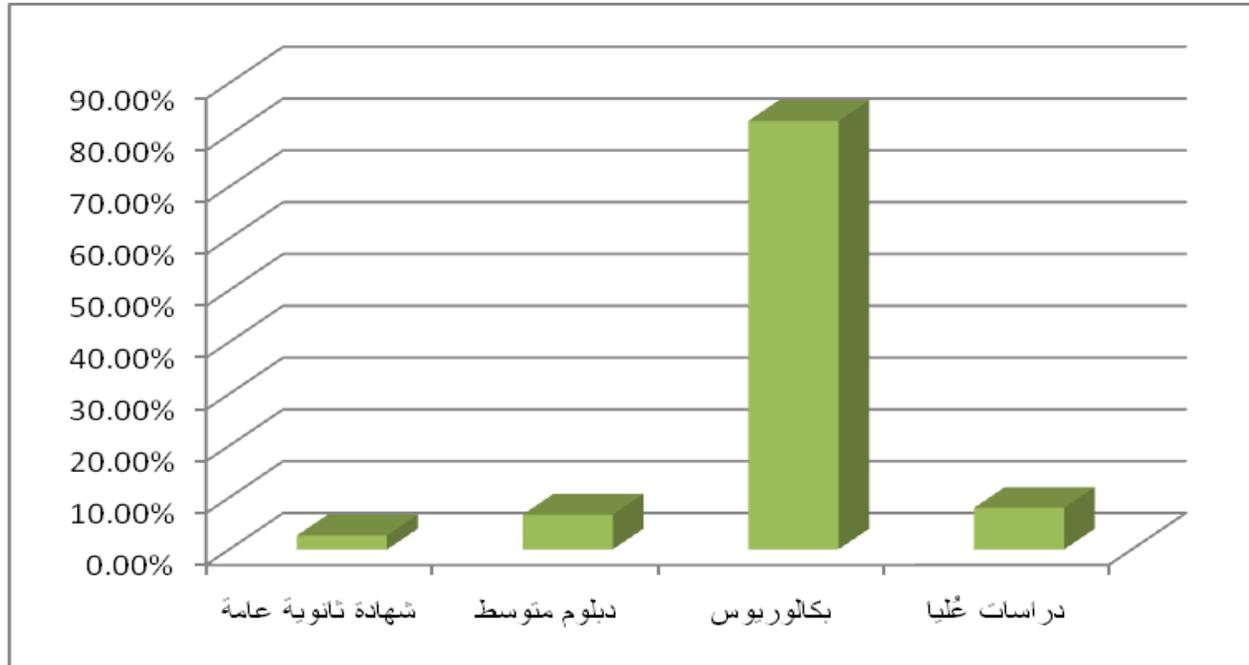
الجدول رقم (5)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المؤهل العلمي)

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
2.7%	4	شهادة ثانوية عامة
6.7%	10	دبلوم متوسط
82.7%	124	بكالوريوس
8.0%	12	دراسات عليا
100.0%	150	المجموع

يتضح من الجدول رقم (5) بأن نسبة الأشخاص الحاصلين على الدرجة الجامعية الأولى (البكالوريوس) هي الأعلى، إذ بلغت النسبة (82.7%). يليهم ذوي الدراسات العليا بنسبة بلغت (8.0%)، ومن ثمّ الحاصلين على الدبلوم المتوسط بنسبة بلغت (6.7%)، ومن ثمّ الحاصلين على شهادة الثانوية العامة بنسبة بلغت (2.7%)، يتراءى للباحثة بأن النسبة الأعلى من عينة الدراسة همّ الحاصلين على الدرجة الجامعية الأولى (البكالوريوس)، لذا ينبغي تشجيعهم ومنحهم تسهيلات

لأجل إتمام الدراسات العليا لكي تتم الاستفادة منهم لتحقيق أغراض وأهداف المؤسسات الإعلامية، وكذلك طبيعة العمل لديها تقتضي ذلك، وهذا ما يبينه الشكل رقم (4).



الشكل رقم (4)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المؤهل العلمي) وفقاً لمخرجات التحليل الإحصائي (SPSS)

رابعاً: عدد سنوات الخبرة:

يبين الجدول رقم (6) التكرارات والنسب المئوية لمتغير عدد سنوات الخبرة.

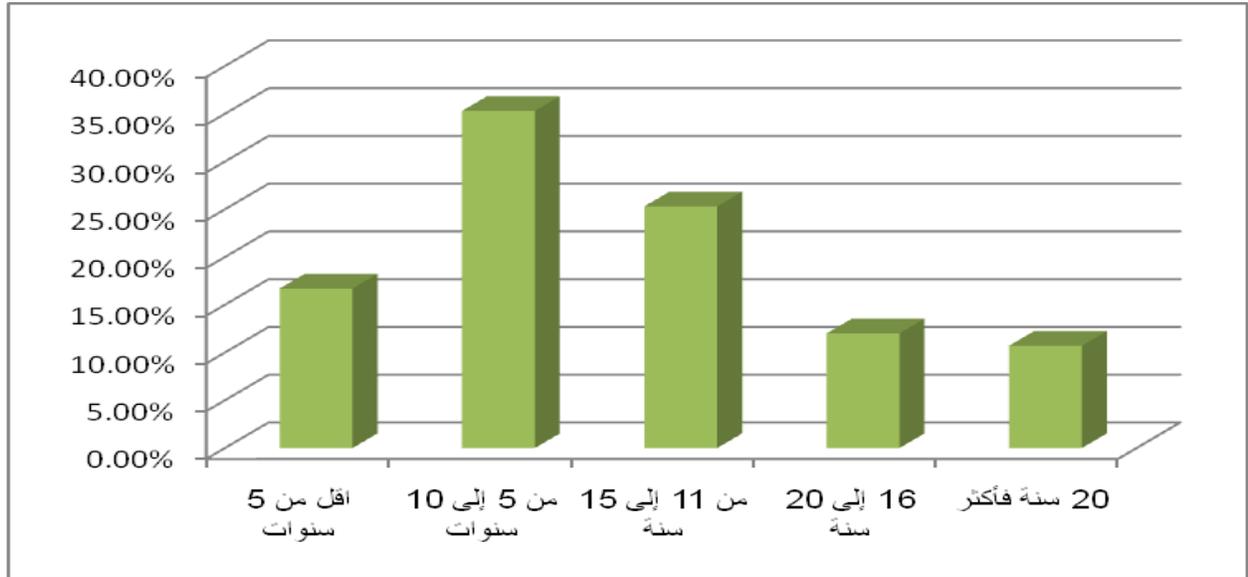
الجدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عدد سنوات الخبرة)

النسبة المئوية	التكرار	عدد سنوات الخبرة
16.7 %	25	أقل من 5 سنوات
35.3 %	53	من 5 إلى 10 سنوات
25.3 %	38	من 11 إلى 15 سنة
12.0 %	18	16 إلى 20 سنة
10.7 %	16	20 سنة فأكثر
100.0 %	150	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (6) أن نسبة ذوي الخبرات المتوسطة من (5 إلى 10 سنوات) هي الأعلى مقارنة مع غيرها بنسبة بلغت (35.3%). يليها ذوي الخبرات (11-15 سنة). بنسبة بلغت (25.3%)، يليها ذوي الخبرات (أقل من 5 سنوات) بنسبة بلغت (16.7%). وكذلك بالنسبة لذوي الخبرات (16 إلى 20 سنة)، بنسبة بلغت (12.0%)، وفيما يخصّ الخبرات (20 سنة فأكثر) بلغت النسبة (10.7%). يُلاحظ بأن النسبة الأعلى هي لذوي الخبرات المتوسطة (5-10 سنوات)،

إلا أنه يجب التركيز أكثر لأجل تعيين ذوي الخبرات المرتفعة، لما يمتازا به من قدرتهم على تحسين وتطوير الأداء، الأمر الذي ينعكس بطبيعة الحال على تحسين أداء المؤسسات الإعلامية، كما ويبين الشكل (5) ذلك.



الشكل رقم (5): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عدد سنوات الخبرة) وفقاً لمخرجات

التحليل الإحصائي (SPSS)

خامسا: مكان العمل:

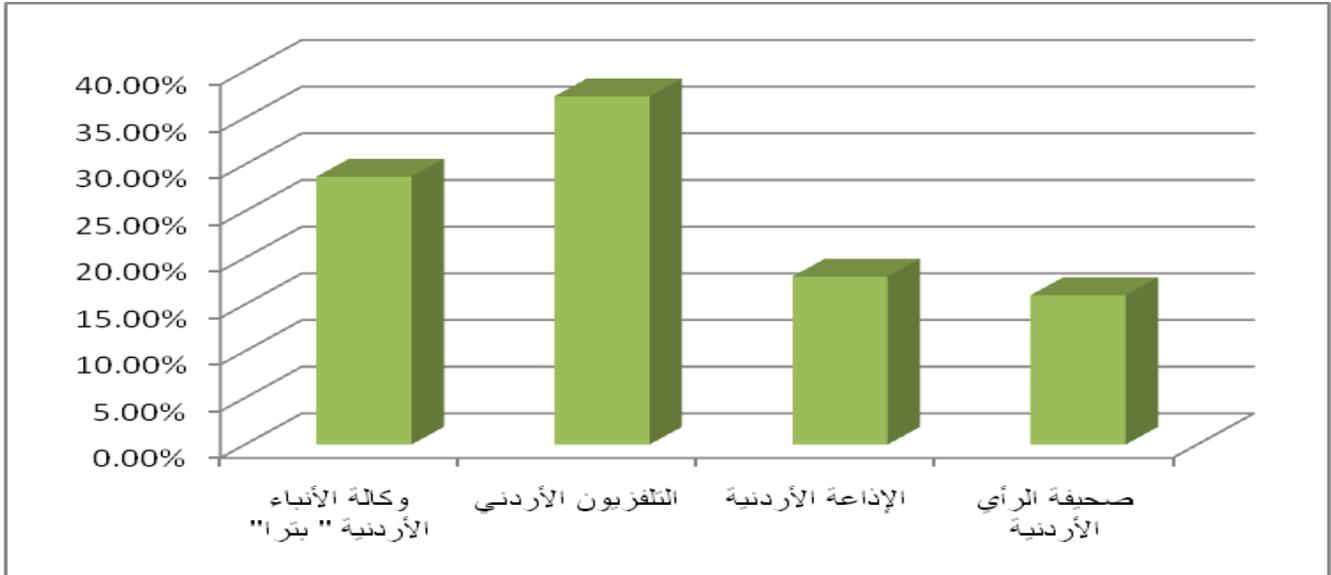
يبين الجدول رقم (7) التكرارات والنسب المئوية لمتغير مكان العمل.

الجدول رقم (7)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (مكان العمل)

النسبة المئوية	التكرار	مكان العمل
% 28.7	43	وكالة الأنباء الأردنية "بترا"
% 37.3	56	التلفزيون الأردني
% 18.0	27	الإذاعة الأردنية
% 16.0	24	صحيفة الرأي الأردنية
%100.0	150	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (7) أن نسبة العاملين لدى التلفزيون الأردني هي الأعلى، إذ بلغت النسبة (37.3%)، يليهم العاملين لدى وكالة الأنباء الأردنية "بترا"، بنسبة بلغت (28.7%)، ومن ثم العاملين لدى الإذاعة الأردنية بنسبة بلغت (18.0%)، ومن ثم العاملين لدى صحيفة الرأي الأردنية بنسبة بلغت (16.0%)، هذا ويبين الشكل رقم (6) ذلك.



الشكل رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (مكان العمل) وفقاً لمخرجات التحليل

الإحصائي (SPSS)

سادساً: الوظيفة الحالية:

يبين الجدول رقم (8) التكرارات والنسب المئوية لمتغير الوظيفة الحالية.

الجدول رقم (8)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الوظيفة الحالية)

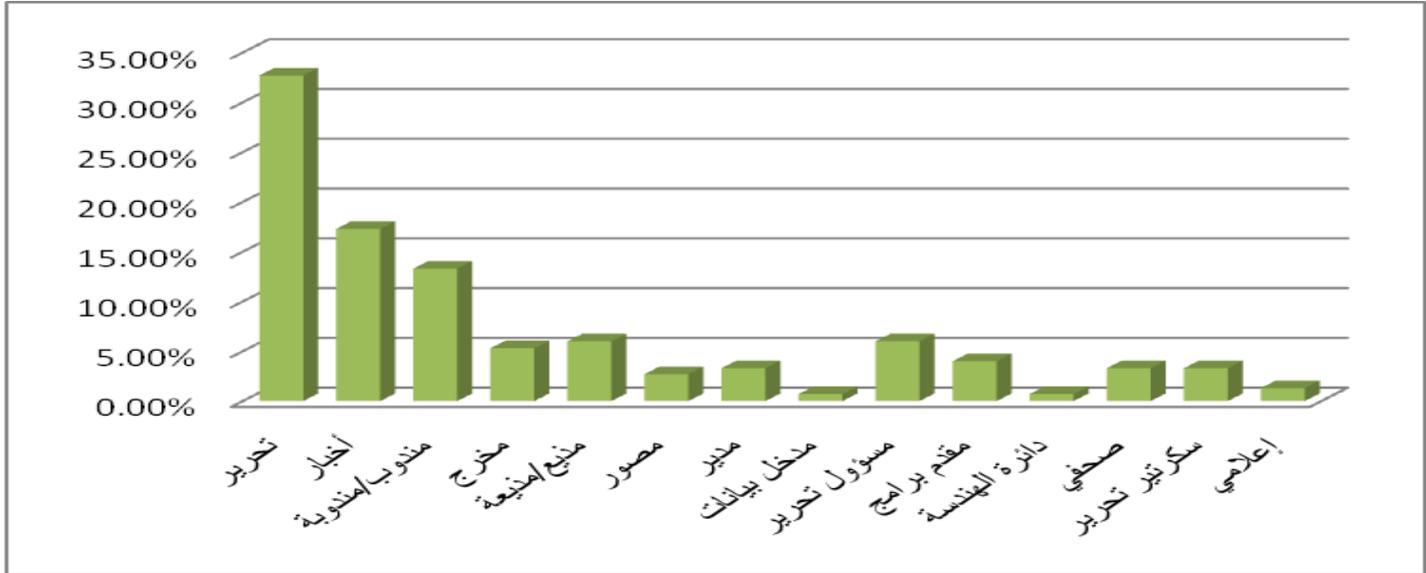
النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة الحالية
% 32.7	49	تحرير
% 17.3	26	أخبار
% 13.3	20	مندوب/مندوبة
% 5.3	8	مخرج
% 6.0	9	مذيع/مذيعة
% 2.7	4	مصور
% 3.3	5	مدير
% 0.7	1	مدخل بيانات
% 6.0	9	مسؤول تحرير

مقدم برامج	6	% 4.0
دائرة الهندسة	1	% 0.7
صحفي	5	% 3.3
سكرتير تحرير	5	% 3.3
إعلامي	2	% 1.3
المجموع		%100.0

تظهر بيانات الجدول رقم (8) أن نسبة المحررين هي النسبة الأعلى، إذ بلغت نسبتهم

(32.7%)، يليهم العاملون في الأخبار بنسبة بلغت (17.3%)، هذا ويبين الشكل رقم (7) الوظائف في

المؤسسات الإعلامية.



الشكل رقم (7)

التكرارات والنسب المئوية لمتغير (الوظيفة الحالية) وفقاً لمخرجات التحليل

الإحصائي (SPSS)

أداة جمع البيانات:

استخدمت الدراسة نوعان من البيانات:

(أ) **البيانات الأولية:** قامت الباحثة بجمع البيانات الأساسية المرتبطة بالتحليل الوصفي لمتغيرات

الدراسة من خلال استبانة تمّ تطويرها، إذ تم الاعتماد على مجموعة من الدراسات

السابقة لأجل تصميم الاستبانة، كذلك قامت الباحثة ببناء مجموعة من الفقرات لقياس

المتغيرات بشمولية، هذا وقد تألفت أداة الدراسة "الاستبانة" من جزأين. اشتمل الجزء

الأول على بيانات تتعلق بالمعلومات الديموغرافية المتمثلة بـ (النوع الاجتماعي، العمر،

المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، مكان العمل، الوظيفة الحالية). أما الجزء الثاني وحسب ما هو مشار إليه في الجدول رقم (9)، فقد اشتمل على (أربعة مجالات) وهي (واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال مع الصحفيين، المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين). صممت بناءً على مقياس ليكرت (ScaleLikert) الخماسي حيث حددت خيارات الإجابة بخمسة مستويات وهي: موافق بشدة (5 درجات). موافق (4 درجات). محايد (3 درجات) غير موافق (درجتين) وغير موافق بشدة (درجة واحدة). وقد بلغ المجموع الكلي لفقرات هذه المجالات (28) فقرة. وقد روعي عند تصميم الاستبانة وضوح الأسئلة وتسلسلها وعدم وجود صعوبات أثناء التعبئة، لذلك تم اعتماد الاستمارة كأداة صالحة للدراسة بعد تحكيمها من قبل مجموعة من الخبراء وذوي الاختصاص من الأكاديميين، وذوي الخبرة وذوي الرأي المُعتد به؛ والملحق رقم (3) يبين أداة الدراسة بفقراتها (28) بصيغتها النهائية.

(ب) البيانات الثانوية: تم جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة (الإطار النظري) من خلال الرجوع إلى الكتب العلمية والدراسات والأبحاث السابقة والدراسات الأجنبية.

الجدول رقم (9): عدد وأرقام الفقرات التي تقيس أبعاد الدراسة

أرقام الفقرات	عدد الفقرات	أبعاد الدراسة
1، 2، 3، 4، 5، 6	6	المجال الأول: واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين،
7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، 14، 15	9	المجال الثاني: مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين،
16، 17، 18، 19	4	المجال الثالث: إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال مع الصحفيين،
20، 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27، 28	9	المجال الرابع: المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين
28		المجموع الكلي للأداة ككل

صدق أداة الدراسة:

لقياس الصدق الظاهري لأداة الدراسة فقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في جامعة الشرق الأوسط والجامعات الأردنية، وذلك لإبداء الرأي فيها، ويوضح الملحق رقم (1) قائمة من محكمي الاستبانة، وفي ضوء الاقتراحات والملاحظات التي أبدتها المحكمون قامت

الدراسة بإجراء التعديلات التي أشاروا إليها، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم من تعديل لصياغة بعض الفقرات من حيث البناء واللغة، ويبين الملحق رقم (2) الاستبانة بصيغتها الأولية، كما وقامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة، ويظهر الملحق رقم (3) استبانة الدراسة بفقراتها الـ(28). بعد إجراء التعديلات.

متغيرات الدراسة:

تتمثل متغيرات الدراسة والمتمثلة في المتغيرات الوسيطة (الديموغرافية) ألا وهي (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، مكان العمل، الوظيفة الحالية). كما واعتمدت الدراسة على، الاستبانة، كما وتم تقسيم الاستبانة إلى أربع ألا وهي (واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال مع الصحفيين، المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين) .

ثبات أداة الدراسة:

تم استخدام معادلة (كرونباخ-ألفا) لحساب ثبات التجانس. والجدول رقم (10) يوضح ذلك:

جدول رقم (10)

معاملات ثبات التجانس لأداة الدراسة ومجالاتها

الرقم	المجال	ثبات التجانس	عدد الفقرات
1	المجال الأول: واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين،	0.6094	6
2	المجال الثاني: مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين،	0.7534	9
3	المجال الثالث: إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال مع الصحفيين،	0.7884	4
4	المجال الرابع: المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين	0.8499	9
	المجموع الكلي	0.7502	28

يلاحظ من الجدول رقم (10) أن معاملات ثبات الاستقرار والتجانس الخاصة بأداة الدراسة ومجالاتها تعتبر مؤشرات كافية لأغراض اعتماد أداة الدراسة في تطبيقها النهائي،

كما ورد في الدراسات السابقة كمعيار للثبات، حيثُ تبين بأن معامل الثبات أكبر من 60% فإنه يعتبر معامل ثبات عالي حسب ما جاء في كتب مناهج البحث المختصة ومنها (Sekaran; U & Bougie; R., (2013))، وبهذا فإن جميع معاملات الثبات المبينة بالجدول رقم (10) أعلى من هذه النسبة.

إجراءات الدراسة:

قامت الطالبة بالإجراءات الآتية:

- 1- قامت الطالبة بأخذ الموافقة لأجل القيام بإجراء الدراسة من الجهات المختصة.
- 2- قامت الطالبة بتحديد مجتمع الدراسة المتمثل في العاملين لدى المؤسسات الإعلامية الأردنية والمتمثلة في "وكالة الأنباء الأردنية "بترا"، التلفزيون الأردني، الإذاعة الأردنية، صحيفة الرأي الأردنية". والذين بلغ عددهم 235 منتسبا.
- 3- اجرت الطالبة في البداية دراسة استطلاعية تمهيدية على مجتمع البحث للوقوف على ارض الواقع كما هو.
- 4- صممت الطالبة اداة للدراسة لجمع البيانات عبارة عن استبانة خضعت للتحكيم واجراءات الصدق والثبات
- 5- تم توزيع الاستبانة على العينة المستهدفة.
- 6- قامت الطالبة منذ وقت مبكر بالاحساس بمشكلة البحث وصياغتها وتحديد أهداف الدراسة واهميتها وتحديد مجتمع البحث.

7- الرجوع للدب النظري والدراسات السابقة للموضوع

8- جمع بيانات الدراسة التطبيقية من خلال تصميم اداة البحث، التي هي اسلوب المقابلات العلمية

اولا، ثم اسلوب الاستبانة ثانيا.

9- تمّ استخدام برامج التحليل الإحصائي المناسبة لأجل تحقيق أهداف الدراسة وأغراضها، إذ تمّ

استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

10- في اختتام النتائج تم صياغة عدد من التوصيات والمقترحات.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for

SPSSver.18) – Social Sciences في إجراء هذه التحليلات والاختبارات الإحصائية ولغايات

تحقيق أغراض الدراسة فقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

أ-الإحصاء الوصفي: وذلك لعرض خصائص أفراد العينة ووصف إجاباتهم، من خلال استخدام ما

يلي:

- النسبة المئوية: تم استخدامها لقياس التوزيعات التكرارية النسبية لخصائص أفراد العينة وإجاباتهم

على عبارات الاستبانة.

- الأوساط الحسابية: تم استخدامه كأبرز مقاييس النزعة المركزية لقياس متوسط إجابات المبحوثين

على أسئلة الاستبانة.

- الانحرافات المعيارية: تم استخدامه كأحد مقاييس التشتت لقياس الإنحراف في إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

ب-مستوى الدلالة (α): تم اعتماد (0.05) كحد أعلى لمستوى الدلالة المعنوية وعليه إذا كان مستوى الدلالة (0.05) فأقل فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية، أما إذا بلغ مستوى الدلالة أكبر من (0.05) فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية، وكذلك معنوية اختبار الأثر.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

تحليل بيانات الدراسة:

يتناول الفصل الرابع عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات الإحصائية التي تم جمعها من الاستبانة التي وجهت لمجموعة من العاملين لدى المؤسسات الإعلامية الأردنية والمتمثلة في "وكالة الأنباء الأردنية "بترا"، التلفزيون الأردني، الإذاعة الأردنية، صحيفة الرأي الأردنية"، وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت" الخماسي، إذ تضمنت الاستبانة درجة الموافقة على كل فقرة مقسمة إلى (5) فئات، حيث تم إدخال هذه الاستجابات على الحاسوب حسب ما هو مبين في الجدول رقم (11).

جدول رقم (11)

درجة الاستجابة ورمزها

الرمز	درجة الاستجابة
5	موافق بشدة
4	موافق
3	محايد
2	غير موافق
1	غير موافق بشدة

وبناء على الرموز المعطاة للاستجابة تم احتساب المتوسط الحسابي للاستجابات بغرض الحكم على درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات الاستبانة، وتم الحكم على قيم المتوسط الحسابي لغرض تحديد "درجة الموافقة"، حسب معادلة التالية:

طول الفئة = (الحد الأعلى للبديل-الحد الأدنى للبديل) / عدد المستويات.

$1.33 = 3 / (1-5)$ وبهذا فإن التقدير يمكن إيجازه على النحو الآتي (1-2.33 منخفض، -2.34

3.67 متوسط، 3.68-5 مرتفع)

مناقشة نتائج الدراسة:

المجال الأول: واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

يُظهر الجدول رقم (12) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة لكل فقرة من فقرات هذا المجال.

الجدول رقم (12)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)

الفقرة	العبارة	الأوساط الحسابية	الانحرافات المعيارية	(الترتيب)	درجة الموافقة
1-	تدعم المؤسسة الخريجين الجديد بكل قوة.	3.7600	1.0342	3	مرتفعة
2-	تهيئ المؤسسة بيئة مناسبة للعمل للخريجين الجدد.	3.5533	1.0397	5	متوسطة
3-	الرواتب والأجور مناسبة للخريجين الجدد.	2.6667	1.2832	6	متوسطة
4-	العاملون من الخريجين الجدد في المؤسسة قادرون على القيام بواجبهم على أكمل وجه.	3.5600	.9795	4	متوسطة
5-	أرى بأن العالمين في المؤسسة يتعاملون مع الوسائل الحديثة في الاتصال بشكل مناسب.	4.0667	.7656	2	مرتفعة
6-	يحتاج الخريج الحديث إلى مهارات إعلامية جديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات.	4.1800	.8675	1	مرتفعة
المجال الكلي		3.6311	0.9949		متوسطة

تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الأول " واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين" ما بين (2.6667-4.1800) ويظهر الجدول رقم (12) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص مجال الأول. بلغ (3.6311). "بدرجة متوسطة" وأن الانحرافات المعيارية العام بلغ (0.9949). وأن الفقرة رقم (6) حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.1800) وانحراف معياري مقداره (0.8675) (بدرجة مرتفعة) والتي نصها " يحتاج الخريج الحديث إلى مهارات إعلامية جديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات"، لذا يجب البدء فوراً بإعداد الدورات التدريبية للخريجين فيما يخص مجال تكنولوجيا المعلومات، وضرورة الاستعانة بأهل الاختصار والخبرة، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة رقم (5) والتي نصها " أرى بأن العالمين في المؤسسة يتعاملون مع الوسائل الحديثة في الاتصال بشكل مناسب" والذي بلغ (4.0667) بانحراف معياري مقداره (0.7656)، لذا يجب تعزيز ذلك والمواظبة عليه، واستخدام وسائل أخرى حديثة متطورة لتفعيل عملية الاتصال والتواصل ما بين الأقسام المختلفة في المؤسسة الإعلامية.

وفيما يتعلق بالفقرة رقم (3) والتي نصها " الرواتب والأجور مناسبة للخريجين الجدد " كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.6667) بانحراف معياري مقداره (1.2832) (بدرجة متوسطة)، وهذا يبين بأن مستوى الأجور دون المستوى المطلوب، لذا يجب وضع استراتيجيات وسياسات لأجل تحسين سلم الرواتب لدى الخريجين الجدد.

المجال الثاني: مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر
القائمين بالاتصال من الصحفيين:

يمثل الجدول رقم (13) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة لكل
فقرة من فقرات هذا البعد.

الجدول رقم (13)

الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (مدى ملائمة
المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)

الفقرة	العبارة	لأوساط الحسابية	الإنحرافات المعيارية	(الترتيب)	درجة الموافقة
-7	يتوافق عمل الخريج مع دراسته نظرياً في الجامعة.	2.4400	1.3683	9	منخفض
-8	يصطدم الخريج بالواقع البعيد عن بيئته الجامعية.	4.1333	1.0406	7	مرتفع
-9	المخرجات التعليمية لا تتناسب مع سوق العمل.	4.2000	.9899	6	مرتفع
-10	المخرجات التعليمية ينقصها التأهيل والتدريب.	4.4067	.8521	2	مرتفع
-11	المخرجات التعليمية بحاجة إلى مواكبة العصر فيما يتعلق بالتطور الحديث للمهنة.	4.4533	.7992	1	مرتفع
-12	المخرجات التعليمية للخريج بعيدة عن واقع العمل.	4.1467	1.0192	5	مرتفع
-13	ما زال الخريجون بعيدين عن الواقع المهني.	3.9533	.8696	8	مرتفع
-14	البرامج الدراسية تركز بنسبة عالية على الجوانب النظرية على حساب العملية.	4.3333	.8328	4	مرتفع
-15	أرى أن تقوم الجامعات باستقطاب الكفاءات العلمية والمهنية التي تؤهل الخريج لسوق العمل.	4.3867	.8731	3	مرتفع
	المجال الكلي	4.0503	0.9605		مرتفع

المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الثاني " مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين" كانت ما بين (2.4400-4.4533)، هذا ويبين الجدول رقم (13) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص المجال الثاني، والذي بلغ (4.0503). "بدرجة مرتفعة" بانحراف معياري مقداره (0.9605). وأن الفقرة رقم (11) حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.4533) وبانحراف معياري مقداره (0.7992) (بدرجة مرتفعة) والتي نصها " المخرجات التعليمية بحاجة إلى مواكبة العصر فيما يتعلق بالتطور الحديث للمهنة"، وهذا جيد ويجب المواظبة على ذلك، وعدم الاكتفاء بذلك بل السعي وراء الأفضل لأجل مواكبة متطلبات العصر الحديثة، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة رقم (10) والتي نصها " المخرجات التعليمية ينقصها التأهيل والتدريب" والذي بلغ (4.4067) بانحراف معياري مقداره (0.8521)، لذا يجب تحسين وصقل مهارتهم من خلال إشراكهم بدورات تدريبية متناغمة ومتناسبة مع مقتضيات ومتطلبات العمل.

وفيما يتعلق بالفقرة رقم (7) والتي نصها " يتوافق عمل الخريج مع دراسته نظرياً في الجامعة " كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.4400) بانحراف معياري مقداره (1.3683) (بدرجة منخفضة)، وهذا يدل بأن التوافق ضعيف، لذا يجب سن استراتيجيات وسياسات تعليمية لأجل تحسين التوافق ما بين الدراسة النظرية والواقع العملي.

المجال الثالث: إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

يمثل الجدول رقم (14) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة لكل فقرة من فقرات هذا البعد.

الجدول رقم (14): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)

الفقرة	العبارة	الأوساط الحسابية	الانحرافات المعيارية	(الترتيب)	درجة الموافقة
16-	تقوم المؤسسة الإعلامية بعملية تقييم الإعلاميين الأردنيين بشكل دوري.	2.7467	1.2963	2	متوسطة
17-	تركز المؤسسات الإعلامية عند عملية التقييم على تشخيص الأداء الفعلي.	2.7210	1.2592	3	متوسطة
18-	تقوم المؤسسات الإعلامية بالتعرف على نقاط القوة لتحسينها ونقاط الضعف لتقويمها.	2.7200	1.2645	4	متوسطة
19-	تقوم المؤسسات الإعلامية بعقد دورات مستمرة للأجل تحسين أداء عاملها.	3.6533	1.0297	1	متوسطة
البعد الكلي		2.9602	1.2124		متوسطة

تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الثالث

" إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين "

ما بين (2.7200-3.6533) ويظهر الجدول رقم (14) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص المجال الثالث بلغ (2.9602). "بدرجة متوسطة" وأن الانحراف المعياري بلغ (1.2124)، وأن الفقرة رقم (19) حصلت على أعلى متوسط حسابي (3.6533) وبانحراف معياري مقداره (1.0297) (بدرجة متوسطة) والتي نصها " تقوم المؤسسات الإعلامية بعقد دورات مستمرة للأجل تحسين أداء عاملها"، وهذا جيد ويجب المواظبة على ذلك، وعدم الاكتفاء بذلك بل السعي وراء لإشراكهم بدورات تدريبية متطورة وحديثة، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة رقم (2) والتي نصها " تقوم المؤسسة الإعلامية بعملية تقييم الإعلاميين الأردنيين بشكل دوري"، والذي بلغ (2.7467) بانحراف معياري مقداره (1.2963)، وهذا جيد ويجب المواظبة على ذلك.

وفيما يتعلق بالفقرة رقم (18) والتي نصها " تقوم المؤسسات الإعلامية بالتعرف على نقاط القوة لتحسينها ونقاط الضعف لتقويمها" كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.7200) بانحراف معياري مقداره (1.2645) (بدرجة متوسطة)، وهذا يدل على المؤسسات الإعلامية تقوم بالتعرف على نقاط القوة لأجل تحسينها والضعف لأجل تلافيتها، إلا أنه دون المستوى المطلوب، لذا يجب أخذ هذا بعين الاعتبار بسياساتها واستراتيجياتها.

المجال الرابع: المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

يمثل الجدول رقم (15) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة لكل فقرة من فقرات هذا المجال.

الجدول رقم (15): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة موافقة أفراد العينة فيما يخص (المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين)

الفقرة	العبارة	الأوساط الحسابية	الانحرافات المعيارية	(الترتيب)	درجة الموافقة
-20	قلة دورات التأهيل والتطوير.	4.2867	1.0640	2	مرتفعة
-21	قلة الاهتمام بالتدريب العملي.	4.3333	1.0406	1	مرتفعة
-22	عدم تفاعل الجيل الجديد مع الجيل القديم.	4.2267	1.0110	3	مرتفعة
-23	قلة التشجيع على دراسة تخصصات الإعلام تحول دون انتساب المتميزين بهذه التخصصات.	3.8100	.8274	8	مرتفعة
-24	عدم فصح المجال من قبل المؤسسات الإعلامية للخريجين الجدد بممارسة المهنة كما يجب.	3.8733	.8378	7	مرتفعة
-25	محدودية ثقافة وإطلاع الخريجين الجدد.	4.2133	.9092	4	مرتفعة
-26	أرى بأن تعاضد أعداد العاطلين عن العمل بتخصصات الإعلام المختلفة جنب الكثيرين من الانتساب لهذه التخصصات.	3.9933	.7188	5	مرتفعة
-27	إحجام الطلبة المتميزين بالانتساب لتخصصات الإعلام والانتساب لتخصصات أخرى بسبب ضعف الإعلام المحلي.	3.8067	.8568	6	مرتفعة
-28	عدم حماس الخريجين للعمل المهني الإعلامي.	3.8000	1.2849	9	مرتفعة
	المجال الكلي	4.0370	0.9500		مرتفعة

تباينت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الرابع

"المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين

بالاتصال من الصحفيين " ما بين (3.8000-4.3333) ويظهر الجدول رقم (15) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص مجال الرابع، بلغ (4.0370). "بدرجة متوسطة" وأن الإنحراف المعياري بلغ (0.9500)، وأن الفقرة (21) حصلت على أعلى متوسط حسابي والذي بلغ (4.333) وبانحراف معياري مقداره (1.0406) (بدرجة مرتفعة) والتي نصها " قلة الاهتمام بالتدريب العملي"، لذا يجب زيادة الاهتمام فيما يخص التدريب العملي لديهم، من خلال إشراكهم بدورات تدريبية متخصصة، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة رقم (20) والتي نصها "قلة دورات التأهيل والتطوير" والذي بلغ (4.2867) بانحراف معياري مقداره (1.0640)، كذلك يجب تحسين وتطوير مهارتهم وإعادة صقلها.

وفيما يتعلق بالفقرة رقم (28) والتي نصها " عدم حماس الخريجين للعمل المهني الإعلامي" كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (3.8000) بانحراف معياري مقداره (1.2849) (بدرجة مرتفعة)، لذا يجب تحسين وتعظيم الحماسة لديهم من خلال تحسين وعيهم بأهمية عملهم وفاعليته.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

تم في هذا الفصل عرض لمجمل نتائج الدراسة التي توصلت إليها الدراسة كإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها، والتي تمثل مشكلة الدراسة بعد أن تمت عملية جمع المعلومات اللازمة بواسطة أداة الدراسة، حيث تم التوصل إلى عدد من النتائج والتي على ضوءها قدمت الدراسة عدداً من التوصيات؛ وتالياً عرض ما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج:

النتائج:

يمكن تلخيص نتائج الدراسة بناءً على الإجابة عن تساؤلات الدراسة، وهي على النحو

الآتي:

السؤال الأول: ما واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

من خلال إجراء عمليات التحليل الإحصائي تبين بأن واقع العمل كان متوسطاً، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الأول " واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين" ما بين (2.6667-4.1800) هذا وتبين بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص مجال الأول. بلغ (3.6311). "بدرجة متوسطة" وأن الانحرافات المعيارية العام بلغ (0.9949)، وهذه النتيجة تتطابق مع ما توصلت إليه دراسة (السعيد، 2009)، إذ بينت بأن واقع تعليم الصحافة بالجامعات الفلسطينية، كان متوسطاً.

السؤال الثاني: ما مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

من خلال إجراء عمليات التحليل الإحصائي تبين بأن مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين، كان مرتفعاً، إذ كانت ما بين (2.4400-4.4533)، هذا وتبين بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص المجال الثاني، والذي بلغ (4.0503). "بدرجة مرتفعة" بانحراف معياري مقداره (0.9605)، كما وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (السعيد، 2009)، إذ بينت بأن ملائمة التعليم مع طبيعة العمل كان متوسطاً.

السؤال الثالث: ما مستوى إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

من خلال إجراء عمليات التحليل الإحصائي تبين بأن مستوى الإجراءات كانت متوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمجال الثالث " إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين" ما بين (2.7200-3.6533) هذا وتبين بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص المجال الثالث بلغ (2.9602). "بدرجة متوسطة" وأن الانحراف المعياري بلغ (1.2124)

السؤال الرابع: ما مستوى المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين:

من خلال إجراء عمليات التحليل الإحصائي تبين بأن مستوى المعوقات والمشاكل كانت متوسطة، كما وتبين بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة فيما يخص مجال الرابع، بلغ (4.0370). "بدرجة متوسطة" وأن الانحراف المعياري بلغ (0.9500)، وأن الفقرة (21) حصلت على أعلى متوسط حسابي والذي بلغ (4.333) وبانحراف معياري مقداره (1.0406) (بدرجة مرتفعة) والتي نصها " قلة الاهتمام بالتدريب العملي"، لذا يجب زيادة الاهتمام فيما يخص التدريب العملي لديهم، من خلال إشراكهم بدورات تدريبية متخصصة، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة رقم (20) والتي نصها "قلة دورات التأهيل والتطوير" والذي بلغ (4.2867) بانحراف معياري مقداره (1.0640)، كذلك يجب تحسين وتطوير مهاراتهم وإعادة صقلها، وهذه الدراسة تتطابق مع دراسة (العويمر، 2010)، إذ بينت قلة فيما يخص بإعداد وتنظيم الدورات التدريبية للعاملين.

وفيما يتعلق بالفقرة رقم (28) والتي نصها " عدم حماس الخريجين للعمل المهني الإعلامي" كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (3.8000) بانحراف معياري مقداره (1.2849) (بدرجة مرتفعة)، لذا يجب تحسين وتعظيم الحماسة لديهم من خلال تحسين وعيهم بأهمية عملهم وفاعليته.

استنتاجات عامة:

- 1- اظهرت الدراسة ان واقع عمل خريجي الصحافة والاعلام من العاملين في المؤسسات الاعلامية يحتاج الى تطوير كبير في اكساب هؤلاء الخريجين مهارات فنية ومهنية تفوق ما اكتسبوها اثناء دراستهم بعد ان اثبت الواقع بعد الجانب النظري عن الميدان بدرجات ملحوظة.
- 2- ضرورة الاهتمام بتحسين المكافآت والاجور عامة
- 3- المخرجات التعليمية بحاجة إلى مواكبة العصر فيما يتعلق بالتطور الحديث للمهنة.
- 4- عدم وجود توافق بين عمل الخريج مع دراسته نظرياً في الجامعة
- 5- كشفت الدراسة قلة فرص التدريب والحاجة الى تاهيل الاعلاميين الجدد
- 6- اظهرت الدراسة عدم وجود الحماسة لدى البعض في العمل المهني

7- توصيات الدراسة:

من خلال النتائج السابقة تستطيع الدراسة وضع رزمة من التوصيات تتمثل في الآتي:

1. ينبغي البدء بتشريع استراتيجيات وسياسات تسهم بتحسين وتطوير أداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية؛ ومتابعة منتسبها (الجامعات الأردنية) بشكل دوري ومستمر.
2. ضرورة وضع طاقم متخصص من الأكفاء لكي يبدؤوا بعملية البحث والتطوير فيما يخص تحسين وتطوير الإعلاميين الأردنيين.
3. العمل على تذليل بعض المعوقات التي تحول دون تحسين وتطوير أداء الإعلاميين والمتمثلة في (قلة دورات التأهيل والاهتمام بالتدريب العملي .. الخ).
4. وضع وسن قوانين وتشريعات تسهم في تقييم أداء منتسبي الجامعات بشكل دوري على أن يتم بشكل سنوي أو أقل من سنوي.
5. ضرورة إجراء أبحاث جديدة في مجال الدراسة.
6. تعميم نتائج الدراسة على القطاعات ذات الصلة.
7. تطوير مهارات الخريجين من الجامعات الأردنية، بما يتواءم مع متطلبات ومقتضيات المؤسسات الإعلامية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: باللغة العربية:

أبو عرجة، تيسير، (2000) الإعلام العربي: تحديات الحاضر والمستقبل في عصر المعلومات،

القاهرة: مكتبة مجدلاوي.

الحداد، زكريا، (2007). العلاقة بين الاتصالات الإدارية والأداء الوظيفي: دراسة اتجاهات

المديرين في الوزارات السعودية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة

الأردنية، عمان، الأردن.

حسناوي، عبد الجليل(2016)، أخلاقيات المهنة بضوء قوانين الإعلام في الجزائر"، مجلة الإعلام

الاجتماعية والإنسانية، العدد 27، ص ص 15-25.

حنفي، عبد الغفار (2006)، أساسيات إدارة منظمات الأعمال، الإسكندرية: الدار الجامعية.

دهمان، عبد المنعم وقنطجبي، سامر (2010). إدارة الموارد البشرية من منظور إسلامي، ط1،

دار شعاع للنشر والعلوم، حلب، الجمهورية العربية السورية.

ديري، زاهد والكسواني، سعادة (2009). إدارة العنصر البشري في منظمات الأعمال الحديثة،

ط1، دار كنوز المعرفة العالمية، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.

السعيد، احمد (2009)، واقع تعليم الصحافة والإعلام بالجامعات الفلسطينية، المجلة العربية

لضمان الجودة، العدد 3: ص ص 37-88.

طبوشة، علي أحمد، (2002) " وسائل الاتصال الجمعي والوعي السياسي " دراسة ميدانية لقرية

مصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس، القاهرة.

العبادي، صلاح، (2005)، الدور السياسي للصحافة الأردنية اليومية، رسالة ماجستير غير

منشورة، الجامعة الأردنية.

عبد، عزيزه، (2004). الإعلام السياسي والرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة: دار

الفجر للنشر.

عمر، السيد احمد مصطفى (2008). البحث العلمي مفهومه إجراءاته ومناهجه، الكويت: مكتبة

الفلاح.

العويمر، محمد، (2010) درجة امتلاك العاملين بمركز إدارة الأخبار بالتلفزيون الأردني لمهارات

الصحفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.

القاسمي، سلطان، (2016)، القائم بالاتصال بالعلاقات العامة للإعلام الجديد، رسالة ماجستير

غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.

الكيلاي، سائدة. (2005). نقابة الصحفيين الأردنيين تاريخ مغيب وواقع غائب. عمان: مؤسسة

الأرشيف العربي

المجالي، عبد الله (2011)، اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو قضايا الفساد الإداري، جامعة

الشرق الأوسط، رسالة ماجستير غير منشورة، عمّان.

مجاهد، جمال السيد إبراهيم، (2000). دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي في العالم الثالث. دراسة مصر في التسعينات. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الإسكندرية:

كلية الآداب.

محافظة وعبد الرحمن وعبد الحي، علي، إسماعيل، وليد (2007)، التربية الوطنية، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

الهاشمي، مجد هاشم. (2006)، الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

ثانياً: باللغة الإنجليزية:

Dirbaba, Birhanu, (2006), **The Professional Orientation of Journalists in Ethiopia: Survey of Their Self-Perception**, Unpublished latter, Addis Ababa University.

Rogres, e (2003), **Diffusion of Innovation**, New York

Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). **Research Methods for Business: A Skill –Building Approach**, 6th, John Wiley & Sons.

Wang, H,(2014), Impact of Journalism Educators on Media Performance and Journalism Practice in Taiwan, **International Education Journal** , Volume 2, Issue 3, pp 53-65

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

الظالمي، والإمارة، والأسدي، محسن، احمد، أفنان (2017) قياس جودة مخرجات

التعليم العالي، الموقع الإلكتروني: <https://www.co2nnect.org>، تاريخ

الدخول: 2018/4/25.

ماشبي، عدنان، (2017)، تعريف تقييم الأداء، الموقع

الإلكتروني: <http://mawdoo3.com>، تاريخ الدخول : 2018/4/25.

النشار، ناديا، (2016)، الاقناع بالمبتكرات والأفكار، الموقع الإلكتروني:

<http://kenanaonline.com>، تاريخ الدخول، 2018/5/7م.

الملاحق

ملاحق (1)

أسماء محكمي أداة الدراسة

#	الإسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. حميدة سميسم	استاذ	راي عام واعلام	جامعة الشرق الايوسط
2	أ.د. تيسير أبو عرجة	استاذ	الصحافة	جامعة البترا
3	د. رائد البياتي	استاذ مشارك	الاذاعة والتلفزيون	جامعة الشرق الايوسط
4	د. عبد الكريم الديبسي	استاذ مشارك	الصحافة	جامعة البترا
5	د. ابراهيم الخصاونة	استاذ مشارك	الاذاعة والتلفزيون	جامعة البترا
6	د. احمد حسين محمددين	استاذ مشارك	اعلام	جامعة البترا
7	د. محمد صاحب سلطان	استاذ مساعد	علاقات عامة	جامعة البترا
8	د. منال مزاهرة	استاذ مساعد	اعلام	جامعة البترا

الملحق (2)

الاستبانة

تحية طيبة وبعد،،،

تُجري الطالبة دراسة بعنوان (تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في الجامعات الأردنية " دراسة ميدانية). وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير بتخصص الإعلام / جامعة الشرق الأوسط.

هذا ونرجو من حضرتكم التكرم بقراءة هذه الاستبانة وما تحتويه من فقرات بعناية واهتمام، والإجابة على جميع فقراتها بكل دقة وموضوعية، ونؤكد لحضراتكم بأن هذه المعلومات سوف تعامل بسرية تامة وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

الباحثة: لبنى الفقهاء

الجزء الأول: الخصائص الشخصية (الديموغرافية):

يُرجى وضع علامة (✓) أمام الخيار الذي يناسبك من المعلومات التالية:

1- النوع الاجتماعي: ذكر أنثى

2- العمر:

20-24 سنة 25-35 سنة 36-45 سنة 46 سنة فما فوق

3- المستوى التعليمي:

شهادة ثانوية عامة دبلوم متوسط (كلية مجتمع)
 بكالوريوس دراسات عليا

4- عدد سنوات الخبرة:

أقل من خمس سنوات 5-10 سنوات 11-15 سنة 16-20 سنة 20 سنة فأكثر.

5- مكان العمل :

وكالة الأنباء الأردنية "بترا" التلفزيون الأردني الإذاعة الأردنية جريدة الرأي الأردنية .

6- الوظيفة الحالية:

القسم الثاني: يتعلق هذا الجزء بجميع المعلومات الخاصة بموضوع البحث، يرجى الإجابة عن كل سؤال بوضع إشارة (✓) أمام الإجابة المناسبة.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة
المجال الأول: واقع عمل خريجي الصحافة والإعلام في المؤسسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين					
					1-تدعم المؤسسة الخريجين الجديد بكل قوة.
					2-تهيئ المؤسسة بيئة مناسبة للعمل للخريجين الجُدد.
					3-الرواتب والأجور مناسبة للخريجين الجُدد.
					4-العاملون من الخريجين الجُدد في المؤسسة قادرين على القيام بواجبهم على أكمل وجه.
					5-أرى بأن العالمين في المؤسسة يتعاملون مع الوسائل الحديثة في الاتصال بشكل مناسب.
					6-يحتاج الخريج الحديث إلى مهارات إعلامية جديدة في مجال تكنولوجيا المعلومات.
المجال الثاني: مدى ملائمة المخرجات التعليمية للخريجين لسوق العمل من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين					
					7-يتوافق عمل الخريج مع دراسته نظرياً في الجامعة.
					8-يصطدم الخريج بالواقع البعيد عن بيئته الجامعية.
					9-المخرجات التعليمية لا تتناسب مع سوق العمل.
					10-المخرجات التعليمية ينقصها التأهيل والتدريب.
					11-المخرجات التعليمية بحاجة إلى مواكبة العصر فيما يتعلق بالتطور الحديث للمهنة.
					12-المخرجات التعليمية للخريج بعيدة عن واقع العمل.
					13-مازال الخريجون بعيدين عن الواقع المهني.
					14-البرامج الدراسية تركز بنسبة عالية على الجوانب النظرية على حساب العملية.
					15-أرى أن تقوم الجامعات باستقطاب الكفاءات العلمية والمهنية التي تؤهل الخريج لسوق العمل.
المجال الثالث: إجراءات المؤسسة في التعامل مع الخريجين من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين					
					16-تقوم المؤسسة الإعلامية بعملية تقييم الإعلاميين الأردنيين بشكل دوري.
					17-تركز المؤسسات الإعلامية عند عملية التقييم على تشخيص الأداء الفعلي.
					18-تقوم المؤسسات الإعلامية بالتعرف على نقاط القوة لتحسينها ونقاط الضعف لتقويمها.
					19-تقوم المؤسسات الإعلامية بعقد دورات مستمرة للأجل تحسين أداء عاملها.

المجال الرابع: المعوقات والمشاكل التي تحيط بعمل الخريجين في المؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين

					20- قلة دورات التأهيل والتطوير .
					21- قلة الاهتمام بالتدريب العملي.
					22- عدم تفاعل الجيل الجديد مع الجيل القديم.
					23- قلة التشجيع على دراسة تخصصات الإعلام تحول دون انتساب المتميزين بهذه التخصصات.
					24- عدم فسخ المجال من قبل المؤسسات الإعلامية للخريجين الجدد بممارسة المهنة كما يجب.
					25- محدودية ثقافة وإطلاع الخريجين الجدد.
					26- أرى بأن تعاظم أعداد العاطلين عن العمل بتخصصات الإعلام المختلفة جنب الكثيرين من الانتساب لهذه التخصصات.
					27- إحصاء الطلبة المتميزين بالانتساب لتخصصات الإعلام والانتساب لتخصصات أخرى بسبب ضعف الإعلام المحلي.
					28- عدم حماس الخريجين للعمل المهني الإعلامي.

الملحق رقم (3)
مخرجات التحليل الإحصائي

Frequencies

Statistics

		Ginder	age	education	expeir
N	Valid	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Ginder

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	male	93	62.0	62.0	62.0
	f emale	57	38.0	38.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	20-24 year	20	13.3	13.3	13.3
	25-35 year	70	46.7	46.7	60.0
	36-45 year	46	30.7	30.7	90.7
	46 year and more	14	9.3	9.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

education

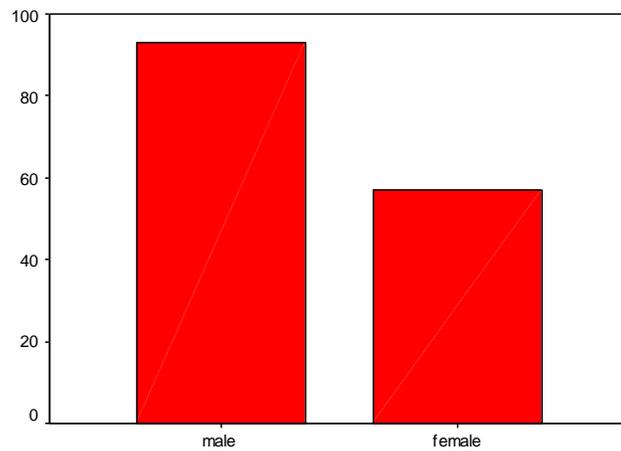
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	sacandary sentif ch	4	2.7	2.7	2.7
	Diploma	10	6.7	6.7	9.3
	BSc	124	82.7	82.7	92.0
	postgraduate	12	8.0	8.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

expeir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5 year and less	25	16.7	16.7	16.7
	5-10 year	53	35.3	35.3	52.0
	11-15 year	38	25.3	25.3	77.3
	16-20 year	18	12.0	12.0	89.3
	21 year and more	16	10.7	10.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

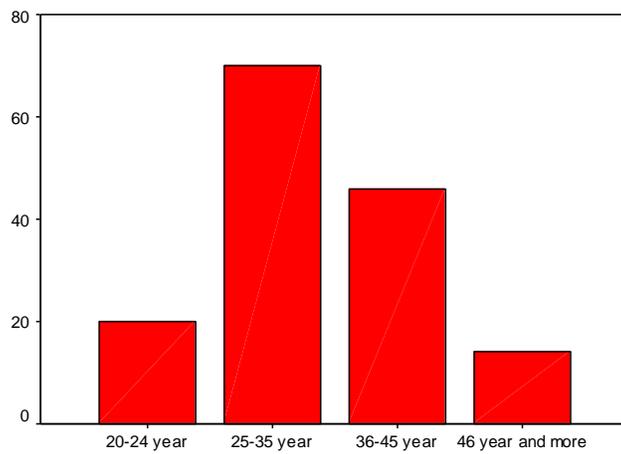
Bar Chart

Ginder



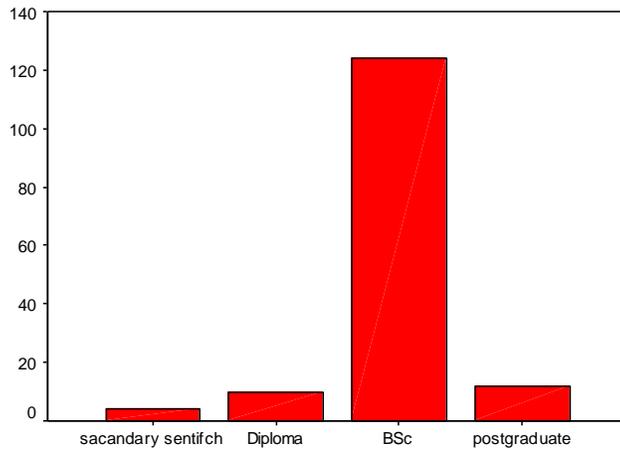
Ginder

age



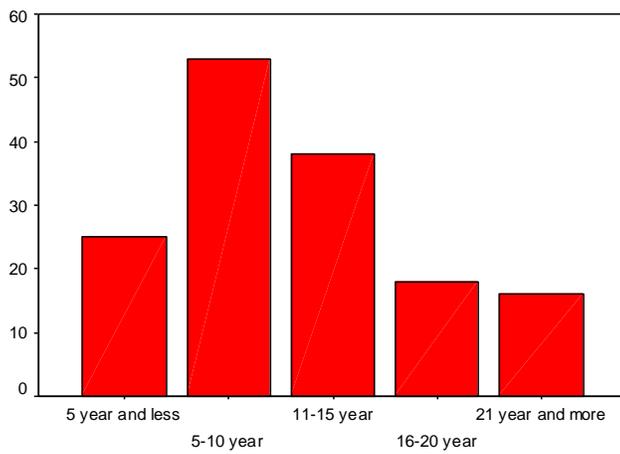
age

education



education

expeir



expeir

Frequencies

Statistics

		Ginder	age	education	expeir	place of work
N	Valid	150	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Ginder

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid male	93	62.0	62.0	62.0
female	57	38.0	38.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

age

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-24 year	20	13.3	13.3	13.3
25-35 year	70	46.7	46.7	60.0
36-45 year	46	30.7	30.7	90.7
46 year and more	14	9.3	9.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

education

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sacandary sentif ch	4	2.7	2.7	2.7
Diploma	10	6.7	6.7	9.3
BSc	124	82.7	82.7	92.0
postgraduate	12	8.0	8.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

expeir

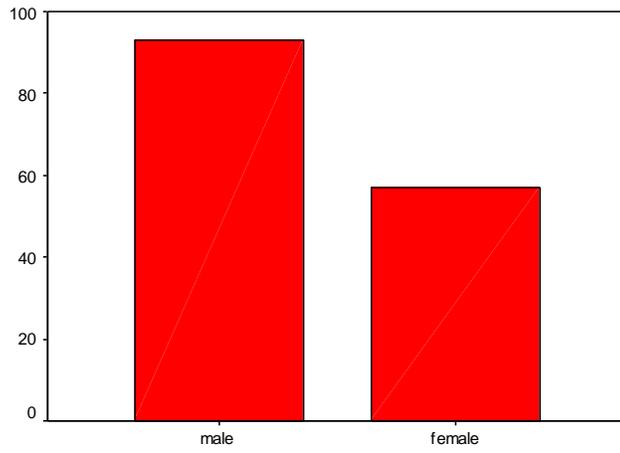
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 5 year and less	25	16.7	16.7	16.7
5-10 year	53	35.3	35.3	52.0
11-15 year	38	25.3	25.3	77.3
16-20 year	18	12.0	12.0	89.3
21 year and more	16	10.7	10.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

place of work

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BETRA	43	28.7	28.7	28.7
Jordan TV	56	37.3	37.3	66.0
Radio of Jordan	27	18.0	18.0	84.0
RAE Journal	24	16.0	16.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

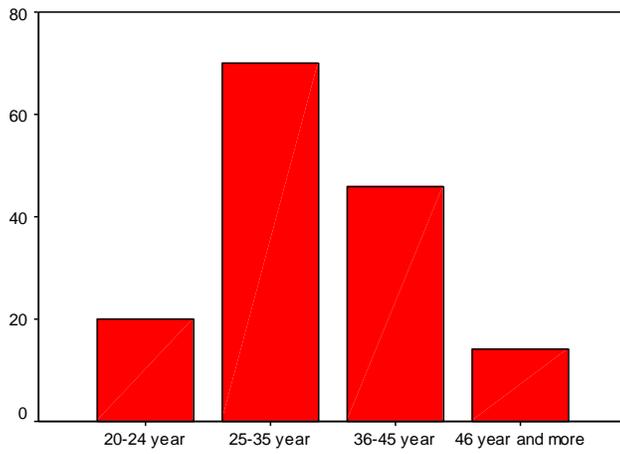
Bar Chart

Ginder



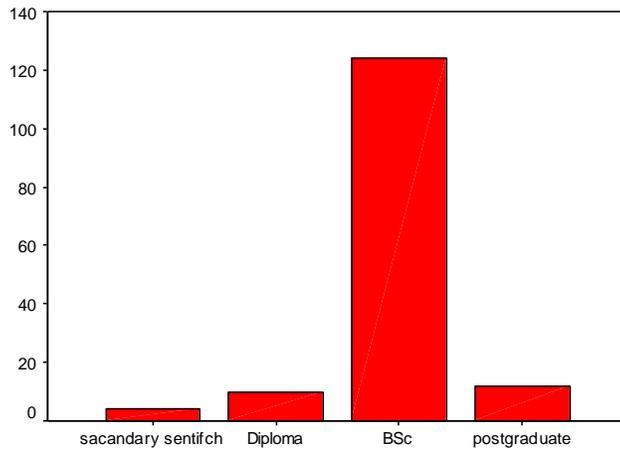
Ginder

age



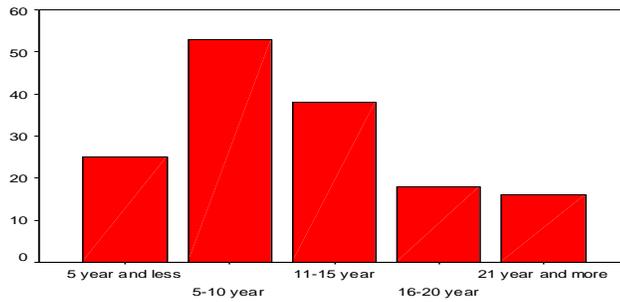
age

education



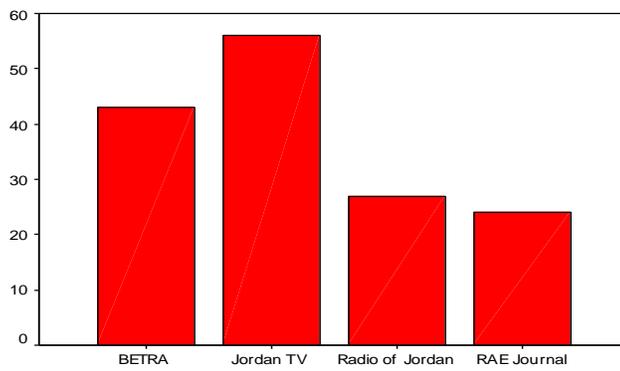
education

expeir



expeir

place of work



place of work

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
q7	150	1.00	5.00	2.4400	1.3683
q8	150	1.00	5.00	4.1333	1.0406
q9	150	1.00	5.00	4.2000	.9899
q10	150	1.00	5.00	4.4067	.8521
q11	150	1.00	5.00	4.4533	.7992
q12	150	1.00	5.00	4.1467	1.0192
q13	150	1.00	5.00	3.9533	.8696
q14	150	1.00	5.00	4.3333	.8328
q15	150	1.00	5.00	4.3867	.8731
Valid N (listwise)	150				

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
q16	150	1.00	5.00	2.7467	1.2963
q17	150	1.00	5.00	2.7200	1.2592
q18	150	1.00	5.00	2.7200	1.2645
q19	150	1.00	5.00	3.6533	1.0297
Valid N (listwise)	150				

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
q20	150	1.00	5.00	4.2867	1.0640
q21	150	1.00	5.00	4.3333	1.0406
q22	150	1.00	5.00	4.2267	1.0110
q23	150	1.00	5.00	3.8000	.8274
q24	150	1.00	5.00	3.8733	.8378
q25	150	1.00	5.00	4.2133	.9092
q26	150	1.00	5.00	3.9933	.7188
q27	150	1.00	5.00	3.8067	.8568
q28	150	1.00	5.00	3.8000	1.2849
Valid N (listwise)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
q1	150	1.00	5.00	3.7600	1.0342
q2	150	1.00	5.00	3.5533	1.0397
q3	150	1.00	5.00	2.6667	1.2832
q4	150	1.00	5.00	3.5600	.9795
q5	150	1.00	5.00	4.0667	.7656
q6	150	1.00	5.00	4.1800	.8675
Valid N (listwise)	150				

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
q16	150	1.00	5.00	2.7467	1.2963
q17	150	1.00	5.00	2.7200	1.2592
q18	150	1.00	5.00	2.7200	1.2645
q19	150	1.00	5.00	3.6533	1.0297
Valid N (listwise)	150				

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
q20	150	1.00	5.00	4.2867	1.0640
q21	150	1.00	5.00	4.3333	1.0406
q22	150	1.00	5.00	4.2267	1.0110
q23	150	1.00	5.00	3.8000	.8274
q24	150	1.00	5.00	3.8733	.8378
q25	150	1.00	5.00	4.2133	.9092
q26	150	1.00	5.00	3.9933	.7188
q27	150	1.00	5.00	3.8067	.8568
q28	150	1.00	5.00	3.8000	1.2849
Valid N (listwise)	150				

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

1. Q1 q1
2. Q2 q2

3.	Q3	q3
4.	Q4	q4
5.	Q5	q5
6.	Q6	q6

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0 N of Items = 6

Alpha = .6094

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	Q7	q7
2.	Q8	q8
3.	Q9	q9
4.	Q10	q10
5.	Q11	q11
6.	Q12	q12
7.	Q13	q13
8.	Q14	q14
9.	Q15	q15

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0 N of Items = 9

Alpha = .7534

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	Q16	q16
2.	Q17	q17
3.	Q18	q18
4.	Q19	q19

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0

N of Items = 4

Alpha = .7884

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

1.	Q20	q20
2.	Q21	q21
3.	Q22	q22
4.	Q23	q23
5.	Q24	q24
6.	Q25	q25
7.	Q26	q26
8.	Q27	q27
9.	Q28	q28

Reliability Coefficients

N of Cases = 150.0

N of Items = 9

Alpha = .8499

الملحق رقم (4)
فحص نسبة الاستئلال في الرسالة



عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي
Deanship of Graduate Studies & Scientific Research

2018/05/10

تقييم الإعلاميين الأردنيين لأداء خريجي أقسام وكليات الإعلام في
الجامعات الأردنية "دراسة ميدانية"

Evaluation Of Jordanian Media Professionals For The Performance Of
Graduates Of Departments & Colleges Of Information In
"An Empirical Study" Jordanian Universities

إشراف

الدكتور كامل خورشيد

إعداد

الطالبة لبنى أمين عطية الفقهاء

الرقم الجامعي (401520118)

نسبة الاستئلال: 29 %

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي