



A
JNE
A

مجلة أكاديمية شمال أوروبا المحكمة - الدنمارك (الإصدار الخامس) بتاريخ 13/10/ 2019

توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية
في التلفزيون الأردني

Employment Of The Digital Media In Producing The
News Programmers In The Jordanian Television

إعداد

Prepared by



تمارا محمد الرمحي - باحثة

Researcher - Tamara Mohammed Al-Ramahi

أ.مشارك . د. كامل خورشيد مراد

A.Prof.Dr.Kamel Khurshid Murad

كلية الاعلام

College of Media

جامعة الشرق الاوسط - عمان

Middle East University - Amman

Kmurad@meu.edu.jo

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى "كيفية" توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني . ولتحقيق هذا الهدف تم اختيار المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الميداني الحصري لمجتمع الدراسة المتمثل بالعاملين في إنتاج الاخبار في التلفزيون الاردني وكان عدد المستجيبين 41 مبحوثا من مجموع 48 .

وبعد تحليل الأداة توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها بأن مستوى التطبيقات الرقمية المستخدمة حالياً لدى التلفزيون الأردني في مجال إنتاج الأخبار كان مرتفعاً، وان الحاجة قائمة إلى ضرورة تدريب العاملين وإشراكهم بدورات متخصصة مرتبطة بالتطبيقات كذلك هناك ضرورة لتخصيص ميزانيات مالية لأجل استقدام كل ما هو جديد فيما يخص التطبيقات الرقمية.

الكلمات المفتاحية : الإعلام الرقمي - التطبيقات الرقمية - الإنتاج - البرامج الاخبارية- التلفزيون الأردني

ABSTRACT

The study aimed to identify "how to use Digital Media in the production of news programs in Jordan Television.

To achieve this goal, the descriptive method was selected by using the field survey methodology exclusively for the study community represented by the news production workers in the Jordanian Television

The number of respondents was 41 out of 48.

After analyzing the tool, the study reached a set of results, most notably that the level of Digital applications currently used by Jordan TV in the field of news production was High.

There is a need to train employees and involve them in specialized courses related to the applications.

Keywords: Digital Media, Digital Applications, Production, News Programs, Jordan Televisio

مشكلة الدراسة وأهميتها :

مع بداية الألفية الثالثة وظهور الجيل الرابع من تكنولوجيا الاتصال والاعلام الرقمي Digital New Media ازداد عدد المستخدمين للتقنيات الرقمية بشكل تصاعدي، مما احدث ثورة في وسائل الإعلام سميت بالثورة الاتصالية تارة، وبثورة المعلومات تارة اخرى ، تلك الثورة التي بشر بها العالم الكندي - الامريكي مارشال ماكلوهان في منتصف القرن الفائت واطلق عليها الباحثون بمرحلة الحتمية التكنولوجية اذ بات العالم بفضل ثورة الاتصال قرية صغيرة " وهذه القرية تطورت اليوم وشهدت ما سمي الان بالاتصال الحديث القائم على الفضاءات الجديدة في الاعلام الرقمي . (عبود والعاني ، 2015 : 122) ، لذلك اصبح لا بد من الوقوف لدراسة اثار الثورة الرقمية على صعيد الجمهور و المؤسسات الاعلامية ومدى استفادة هذه المؤسسات من الخدمات التي تتيحها الخدمة الرقمية. ومن هنا فإن هذه الدراسة تسعى للوقوف على طبيعة تطبيقات الإعلام الجديد في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الاردني كما سيتم وضع مجموعة من النتائج والتوصيات في نهايتها.أدت التطبيقات الرقمية الحديثة إلى إحداث تغييرات هائلة في العملية الإعلامية في وسائل الاعلام. ولم يعد بمقدور المؤسسات الاعلامية الا ان تتعايش مع هذه الحقيقة وان تواكب معطيات العصر.

ان عبارة " المجتمع الرقمي " تستخدم " لوصف مجتمع حديث ومتطور نجم عن تبني ودخول تقنية المعلومات والاتصال الى الحياة المنزلية " (البياتي ، 2018 : 9) . ويقصد بعبارة تكنولوجيا الاتصال الرقمية تلك التطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات والمعلومات المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات الكترونيا (الدليمي ، 2018 : 325) . ومن هنا فانه من الأهمية بمكان ان يكون للأردن مكانة ما في هذا التطور ويتمثل ذلك في تبني التطبيقات الحديثة في الاعلام اذ ان البحث في التجارب والتطبيقات المستخدمة في التلفزيون الأردني هو ما تبحث فيه هذه الدراسة التي تسعى إلى معرفة اين يقف هذا التلفزيون في فضاء الاعلام الجديد؟

ومن هنا فان مشكلة الدراسة تمثلت بمعرفة مستوى توظيف مؤسسة التلفزيون الأردني لخدمات الاعلام الرقمي Digital Media في تطوير منتجاتها الإخبارية و معرفة كيف ينعكس تطبيق

تكنولوجيا الاتصال الجديدة على جودة البرامج الاخبارية ومخرجاتها ونوعيتها من وجهة نظر القائمين على البرامج الإخبارية؟ ومدى اقتراب المؤسسة من هذا الميدان الحديث .

أهداف الدراسة وأسئلتها :

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في الوقوف على مستوى التطبيقات الفنية للإعلام الرقمي DigitalMedia في انتاج البرامج الإخبارية لدى التلفزيون الأردني، وينبثق عن هذا الهدف الأسئلة الآتية :

1- ما التطبيقات الرقمية المستخدمة حالياً لدى التلفزيون الأردني في مجال انتاج الأخبار؟

2- ما الآثار والانعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار في التلفزيون الأردني؟

3- ما المعوقات والصعوبات التي تعترض هذه التطبيقات؟

مصطلحات البحث:

- **التوظيف** : هو استثمار واستخدام الوسائل المتاحة والطاقات والخبرات تحت تصرف الفرد او المؤسسة التي يمكن الاستفادة منها في تطوير حسن الاداء . (معجم المعاني - موقع الكتروني) . ولأغراض هذا البحث فان هذا التعريف يعد تعريفاً إجرائياً للدراسة .

- **الرقمي** : جاء من نفس مصدر كلمة رقم Digit وهي من كلمة Digitus اللاتينية بمعنى الاصبع اذ كانت عملية العد تتم اعتماداً على الاصابع ثم اصبحت تشير الى الرقم . (صادق ، 2008 : 119) .

- **الإعلام الرقمي** :

- هو اتصال يعتمد على التكنولوجيا الرقمية الحديثة عبر الانترنت واستخدام الوسائط المتعددة مثل الفيديو الرقمي والصوت والصورة والنصوص وغيرها . (شفيق، 2010 : 53). و يعرف إجرائياً: التطبيقات الاتصالية الرقمية الحديثة المستخدمة في انتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني .

- **البرامج الإخبارية** : وهي البرامج الإخبارية التي تقوم بعرض الأخبار عن مختلف الأقطار والعواصم العربية والعالمية (أبوأصبع، 2006). وتعرف إجرائياً: البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني التي تركز على الشأن المحلي والعربي والإقليمي والدولي وتقتصر هذه الدراسة على البرامج الإخبارية التالية: (يحدث اليوم، وأخبار وحوار، وهذا المساء، وستون دقيقة، وحصاد الأسبوع، والسوق هذا الصباح).

حدود الدراسة:

الحدود المكانية : التلفزيون الأردني، عمان-الأردن.

الحدود الزمانية: اجريت الدراسة المسحية خلال المدة ما بين 2018/2/1- لغاية 2018/4/15 .

الحدود البشرية: تتمثل في العاملين في البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني وهم من يحمل العناوين المهنية والوظيفية التالية: (مخرج ، مساعد مخرج ، مقدم برنامج ، معد برنامج ، رئيس تحرير، محرر، مترجم ، منتج اخبار وبرامج) .

الإطار النظري للدراسة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في ميدان الاتصال والاعلام منذ العقود الاخيرة من القرن الماضي ثورة حقيقية في المجتمعات المعاصرة ، كما وبرز عهد جديد للإعلام ، إذ انتشر الانترنت وربط أرجاء العالم المترامية بفضائها الواسع، كما ومهد الطريق للمجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات، حيث أن الثورة الثقافية-المعرفية ترتبط بثورة الاتصالات والمعلومات، إذ أن أدوات الاتصال الحديثة مثل الحاسوب، والانترنت، والموبايل والفضائيات الإعلامية تربط بين الدول والشعوب والأفراد، وتنتشر نفس الحقائق والصور، والمعلومات في مختلف أرجاء العالم من دون قيود سياسية " مما يؤدي إلى توحيد المعلومة، وكذلك توحيد الموقف من الحدث بين شعوب العالم " (خمس ، 2010) .

ويمثل الإعلام جزءاً مهماً من النشاط الإنساني ومكوناته، وهو أداة مؤثرة في جميع نواحي الحياة اليومية، هذا وبدأت الشبكة الإلكترونية (الانترنت)، بالانتشار مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين ثم توسعت حتى أصبحت أهم وسائل الاتصال شيوعاً وانتشاراً وشهرة وأفضل وسيلة للتواصل (Boyd and Ellison, 2007).

ويرى (ويليامز : 2017: 19) أن البيئة الإعلامية بأنها تكنولوجيا الاتصالات المعينة والمستخدمه في كل من أجهزة الكمبيوتر الشخصية والصحف والتلفاز، هذا ويتم توظيفها على وفق التوجهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما أن اللوائح الحكومية تؤثر عليها بشكل أساسي وفعلي. ومع ذلك فإن الاتصال الانساني شهد بذات الوقت مواكبة دؤوبة من قبل وسائل الاعلام التقليدية للاعلام الرقمي واستفادته من الامكانيات الجديدة التي ساعدته على التغلب على مشكلاته المستجدة " فتجد الفضائيات والصحف والمجلات والاذاعات تلجأ لصفحات الفيس والواتس اب والتويتر وغيرها من شبكات التواصل لاخذ مكان لها في هذا الحيز الالكتروني (عدوي ، 2018 : 123) .

الإعلام الرقمي :

قبل ظهور مصطلح الاعلام الرقمي كان مصطلح (الإعلام الإلكتروني) هو المعروف اذ يعرفه أبو عيشة (2010) بأنه " الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي بشكل ألي أو شبه ألي بالعملية الإعلامية من خلال استخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناجمة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات وكذلك المعلومات على أساس أنها نواقل إعلامية ذات مقدرة بالشكل والمضمون". كما وإن الإعلام الإلكتروني يعبر عن مجموعة من التطورات التكنولوجية فيما يخص وسائل الاتصال التي تستند بشكل أساسي على الوسائط الالكترونية لأجل تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات. (حمادة، 2000: 14)

أما فيما يخص الإعلام الرقمي فيعد أداة من الأدوات الإلكترونية الحديثة والتي تستند بشكل أساسي على عالم الأرقام (Digital World)، والتي تعبر عن خلاصة الثروات الثلاث المتمثلة في (صورة المعلومات، والاتصالات، والحاسبات الإلكترونية). وقد اسهمت ثورة الإعلام الرقمي بتحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي الرسمي، وأصبحت عملية الاتصال مزدوجة ما بين المرسل والمستقبل معاً، إلا أن هذه الثورة الرقمية أصبحت مهددا حقيقيا على الوسائل التقليدية مثل الصحف والمجلات الورقية و الصور المتلفزة (النجار، 2003: 12).

ويمثل الإعلام الرقمي نوعاً من الاستجابة القوية لتحديات عالم القرن الواحد والعشرين الذي تختصر العولمة والفضاء الرقمي واقتصاديات المعلومات والمعرفة وثورة الانترنت وشبكة المعلومات العالمية كل متغيراته وحركة اتجاهه(ياسين، 2018 : 35) .

لقد افرز العصر الحالي كما يقول احد الباحثين " نمطا اعلاميا جديدا يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الانماط الاعلامية السابقة " (الربيعي ، 2018 : 134) حيث ان وسائل

الاعلام الحديثة بلغت غايات بعيدة جدا في قوة التأثير ونوعية التوجيه للرأي العام فنحن اليوم امام ظاهرة (الاعلام الرقمي) .وينطوي مفهوم الاعلام الرقمي على خصائص بارزة منها: (العزام 2007: 17)

- 1- درجة عمق واتساع قواعد البيانات بحيث تغطي كافة العمليات وتخدم المستويات كافة.
 - 2- درجة عمق ونطاق وظائف الأنظمة التشغيلية وأنظمة المعلومات بحيث تزود المستخدمين كافة بالاحتياجات المطلوبة بالسرعة الممكنة.
 - 3- درجة حجم وتغطية الشبكات المحلية والواسعة والعالمية للمستخدمين كافة.
 - 4- نوع المعلومات والبيانات المتاحة للمستخدمين من حيث دقتها وملاءمتها للاحتياجات.
 - 5- درجة سهولة الاستعمال والاستخدام لأدوات تكنولوجيا المعلومات، بحيث يمكن للمستخدم استعمالها بأقل جهد ممكن (Friendly).
 - 6- درجة ملاءمة وسائط النقل والاتصالات بين أدوات تكنولوجيا المعلومات بحيث تخلق نوع من التفاعل والمشاركة والاعتناء في قنوات الاتصال المستخدمة.
 - 7- مدى ملاءمة تكلفتها لطبقات المجتمع كافة.
 - 8- تكلفة الاتصال المنخفضة الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات خاصة في ظل الشبكات الواسعة والعالمية.
- ان أشكال وصور الإعلام الرقمي " الالكتروني " والخدمات التي يقوم بها يمكن ان تكون ما يلي :
1. الصحف الإلكترونية، إذ أن للصحف الورقية أصبح مواقع صفيحة على شبكة الانترنت.
 2. خدمة الأرشفة الإلكترونية، مثل التخزين للمقالات الكتاب في الصحف، كما ان الشخص يمكن الرجوع للمكتبة الإرشيفية بكل سهولة وبأي وقت أراد.
 3. النشر الإعلان، إذ أن النشر الورقي تحول إلى نشر إعلاني من خلال الشبكات العنكبوتية.
 4. الخدمات المعرفية، إذ يمكن للقارئ الوصول إلى ضالته فيما يخص الوصول إلى خبر إعلامي أو تموي ببذل القليل من الجهد والعناء وذلك من خلال الوصول إلى الشبكة العنكبوتية.
 5. الخدمات الترفيهية، وتتمثل في التسلية والترفيه.

6. الإعلانات الالكترونية : وذلك من خلال النشر عبر شبكة الانترنت.
 7. شبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك والتويتر وغيرها.
 8. خدمات الأخبار العاجلة وبثها.
 9. المواقع الإعلامية والمرتبطة بشبكة الانترنت.
 10. خدمات تواصلية، إذ يمكن ان تقرب الناس مع بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وغيرها من الشبكات الاجتماعية.
 11. المدونات (e-Blogs): وهي تمثل الإعلام البديل، إذ يمكن الكتابة بحرية لمن أراد، إلا أن هناك الكثيرين لا يجيدون الكتابة كما أنهم لا يملكون فكراً واضحاً مما يؤثر على أفكار وانطباعات المتلقين.
 12. خدمات الهاتف المحمول، وتمثل خدمة الهواتف المحمولة من خلال إرسال صول ونصوص عبر الهواتف الخلوية .
 13. خدمات MMS و كذلك SMS: والتي تتمثل في بث رسائل إعلامية قصيرة المحتوى.
 14. خدمة البريد الإلكتروني: تعد أداة من الأدوات الأكثر أهمية في التواصل والتراسل ما بين الآخرين، ويمكن التراسل بالكتب والملفات الصوتية، كما يستفاد من هذه الخدمة الإعلاميون، إذ يمكنهم التواصل بفاعلية مع الصحفيين أنفسهم.
- الدراسات السابقة:**

- دراسة نامسو (Namsu..et..al, 2009) بعنوان "بيئات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) والارتباطات الاجتماعية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مقدرة مستخدمي الفيسبوك بتكوين الصداقات، كما أن هؤلاء المستخدمين هل يستخدمونه لأسباب ترفيهية أم لأسباب مدنية وسياسية؟، كما هدفت إلى معرفة عوامل الجنس والعرق والعمر، ومدى ارتباطها باستخدامات الفيسبوك، ولأجل ذلك أجري مسح على شبكة الانترنت لمجموعة من الطلبة تكونت من (2603) مستخدماً للفيسبوك من جامعة تكساس بطريقة الاختيار العشوائي ، وخلصت ايضا إلى أن هناك ارتباطاً وعلاقة قوياً للاستخدامات السياسية والإعلامية والسياسية أكثر من الاستخدامات الترفيهية، كما خلصت بأن هناك فروق في استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) تبعاً لمتغيرات الجنس والعمر والعرق.

دراسة (الرفاعي، 2011)، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية"

هدفت الدراسة الى معرفة المنظومةالقيمية للأسرة وتأثيرها بالاعلام الرقمي ، استخدمت الدراسة منهج المسح التحليلي وجمعت بياناتها بواسطة الملاحظةالعامة.ومن ابرز نتائج الدراسة الاهتمام الجيد في اختيار وسائل الاتصال والمعلومات المناسبة لكل فئة من فئات الجمهور، واعداد المضامين الاعلامية بأسلوب موضوعي ودقيق.

دراسة (Kanne, 2011)، بعنوان " ثورة وسائل الإعلام الرقمية" .

هدفت الدراسة الى التعرف على مبادئ وأسس الإعلام الرقمي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي بعيداً عن التحليلي، اذ استخدمت الدراسة بمجموعة من المراجع المرتبطة بموضوع الدراسة، وخلصت الدراسة إلى أن العصر الحالي يشهد نمواً متسارعاً وبشكل كبير فيما يخص تكنولوجيا المعلومات، كما أن انتشار الأجهزة المحمولة باليد قادرة على الوصول إلى البيانات الكترونياً في أي وقت وفي أي مكان أيضاً، كما أن النمو في وسائل الإعلام الرقمية أدى بطبيعة الحال إلى انخفاضات في توزيع الصحف ووسائل الإعلام الورقية بشكل كبير جداً

دراسة (تلاحمة، 2012)، بعنوان "حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت".

هدفت الدراسة إلى معرفة ووصف الإمكانيات التفاعلية فيما يخص حارس البوابة بالنسبة للمواقع الإخبارية لدى شبكة الانترنت، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، هذا واستندت الدراسة إلى استنباهه لأجل تحقيق أهداف الدراسة وأغراضها، كما تمت توزيعها بشكل عشوائي، وذلك من خلال التعرف على القدرة التفاعلية في المواقع الإخبارية لدى السلطة الفلسطينية، وخلصت الدراسة إلى تعاضم نسبة الاهتمام فيما يخص المواقع الإخبارية، وذلك نتيجة لتعاضم نشر المواد السياسية وكذلك الاجتماعية، كما أنه تبين بأن هناك خفض بشكل كبير فيما يخص التفاعلية ما بين الزوار في مواقع الأخبار ومرد ذلك إلى الابتعاد عن توفير غرف الدردشة ملحقة بالموقع، كما وبينت الدراسة بأن هناك استخدام تطبيقات متطورة وحديثة فيما يخص المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت، وهذا بدوره أدى إلى تعظيم مرتادي هذا الموقع.

دراسة (كاتب ، 2013) ، بعنوان " الإعلام الجديد وقضايا المجتمع /التحديات والفرص".

هدفت الدراسة لأجل التعرف على واقع الإعلام الجديد ودورها في إيجاد حلول للقضايا الاقتصادية والاجتماعية والتنمية للمجتمع، هذا واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، بعيداً عن التحليلي، وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج كان من أبرزها بأن هناك دور بارز ومؤثر للإعلام الجديد (الرقمي) فيما يخص بإيجاد حلول للكثير من القضايا الاقتصادية والاجتماعية المجتمعية.

دراسة (العودة، 2013) ، بعنوان " الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد " .

هدفت الدراسة لأجل تسليط الضوء حول مفهوم الإعلام ومدى تطوره لوصوله إلى الإعلام الرقمي، هذا واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، بعيداً عن التحليلي، وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج كان من أبرزها بأن وسائل الإعلام الرقمية الجديدة أكسبت المواطنين الكثير من الميزات من أبرزها أصبح المواطن قادراً على التواصل مع الآخرين من خلال وسائل خاصة وجديدة للتعبير.

دراسة غنيمي(2014) بعنوان " الآثار الاجتماعية والثقافية لثورة المعلومات في مصر".

هدفت إلى تحليل وتفسير الآثار الاجتماعية والثقافية لثورة المعلومات في مصر وذلك في ضوء تحليل هذه الآثار من خلال ارتباطها بمجموعة من المحددات والقضايا ذات الأبعاد الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وفقاً لمجموعة من المستويات التحليلية، وتحاول الدراسة الإجابة عن التساؤلات والتي أهمها ما هي الآثار الاجتماعية والثقافية لثورة المعلومات في مصر، هذا وقد تم اختيار (350) فرداً من الشباب الجامعي من خمس كليات مختلفة بجامعة بنها تمثل عينة الدراسة ولقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي في تحليل البيانات، ولد استخدمت الدراسة أداة الاستبيان في جمع بيانات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الأساسية كان من أبرزها بأن هناك علاقة ما بين ثورة المعلومات وتأثيرها على الكثير من القضايا المجتمعية مثل أنماط الاستهلاك والترابط الأسري والحياة السياسية للشباب، كما وبينت الدراسة بأن هناك الكثير من المعوقات والصعوبات تحول دون قيام الشباب الجامعي باستخدام كل ما هو جديد فيما يخص التكنولوجيا، فالعوائق المادية والمعرفية تعدّ الأبرز.

دراسة (عاني ، 2015) بعنوان " التغطية الإخبارية للأزمة السياسية في العراق 2014 لموقعي الجزيرة نت والعربية نت " دراسة تحليلية " .

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التغطية الإخبارية لموقعي الجزيرة نت والعربية نت، وانتهجت الدراسة المنهج الوصفي من خلال استخدام تحليل المضمون (المحتوى)، وتجسدت عينة الدراسة في جميع الفنون الصحفية خلال المدة 2014/5/1م، إلى 2014/8/1م، وهي تمثل المدة التي تصاعدت فيها الأزمة السياسية في العراق، وخلصت الدراسة أن الموقعين يقوموا باستخدام تطبيقات جيدة ومتطورة وحديثة، مما انعكس على كفاءة الأداء ونوعيته في إنتاج الأخبار، مما استقطب الكثير من الزائرين لهذه المواقع.

دراسة (علي، 2016)، بعنوان "منتدى الإعلام والاقتصاد... تكامل الأدوار في خدمة التنمية".

هدفت الدراسة التعرف إلى مفهوم الإعلام الرقمي ووجه بينه وبين مفاهيم الإعلام الأخرى وتأثير الإعلام الرقمي على دور وسائل الإعلام الأخرى. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. ومن أهم نتائج الدراسة انه بالرغم من المزايا التكنولوجية والتنافسية التي يقدمها الإعلام الرقمي إلا انه لا يعد إعلاما بديلا أو موازيا للإعلام التقليدي، بل هو صبغته الجديدة ومستقبله القريب، وتستطيع المؤسسات الإعلامية دعم القدرة التنافسية للمنتجات الاعلامية من خلال الاستعانة بالانترنت ورقمنة منتجاتها أي نشرها عبر صفحات الانترنت.

دراسة (كلية لندن للعلوم السياسية والانسانية، 2018)، دراسة التنشئة من اجل مستقبل رقمي.

هدفت الدراسة التعرف للمفهوم السائد بأن الإعلام الرقمي يقوض الحياة الاسرية بالتفريق بين أفراد الاسرة الواحدة وصرفهم عن الانشطة التقليدية. واستخدمت الدراسة منهج البحث الاستقصائي وشملت ألفين من الاباء والامهات بمناسبة يوم الانترنت في هذا العام. ومن أبرز نتائج الدراسة أن الإعلام الرقمي يعزز تنشئة الاباء لاطفالهم، وأن الانشطة التقليدية والمشاركة لا تزال قائمة في الاسرة الى جانب الانشطة الرقمية.

التعليق على الدراسات السابقة :

لقد وظف البحث الدراسات السابقة في عدة مجالات، منها ما تم الاستفادة منه في اعداد تصور علمي للموضوع دراسة غنيمي (2014)، أما في مجال تصميم اداة الدراسة فقد استفاد البحث من الدراسة تعميق المعرفة بموضوع الدراسة "توظيف الإعلام الرقمي بإنتاج البرامج الإخبارية بالتلفزيون الأردني" من حيث اختيار المنهج العلمي المناسب لموضوع الدراسة و صياغة مشكلة الدراسة بشكل واضح ودقيق .

ان ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة هو ان مكان تطبيق الدراسة كان في الاردن - مؤسسة التلفزيون الأردني- وان متغيرات الدراسة جمعت ما بين (التطبيقات الرقمية المستخدمة في التلفزيون

الأردني، والآثار والإنعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية ، والمعوقات والصعوبات والحلول والمعالجات التي تقترحها عينة الدراسة).

منهج البحث المستخدم:

تمّ استخدام منهج المسح بهذه الدراسة الوصفية لأجل تحقيق أهداف الدراسة وأغراضها "ولا يعتمد هذا المنهج على وصف الظاهرة فقط، وإنما يتعداه إلى التفسير والتحليل للوصول إلى حقائق عن الظروف القائمة من أجل تطويرها وتحسينها (القحطان، 2012: 12).
مجتمع الدراسة:

تقوم الدراسة على أسلوب مجتمع الدراسة الحصري حيث تمثل المجتمع بالقائمين على إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني والبالغ عددهم وقت إجراء الدراسة (48) مفردة يعملون بالعناوين الوظيفية، وهي على النحو الآتي:

الجدول رقم (1): العنوان الوظيفي

العنوان الوظيفي	الرقم
مخرج	1
مساعد مخرج	2
مقدم برنامج	3
معدّ برنامج	4
رئيس تحرير	5
محرر	6
مترجمون	7
منتج أخبار وبرامج	8
وظائف ذات صلة بإنتاج البرامج الإخبارية	9

وتكون مجتمع الدراسة من (48) مفردة يعملون بالمهام المذكورة أعلاه في البرامج، وهي على النحو الآتي:

الجدول رقم (2): اسم البرنامج

الرقم	اسم البرنامج
1	يحدث اليوم
2	أخبار وحوار
3	هذا المساء
4	ستون دقيقة
5	حصاد الأسبوع
6	السوق هذا الصباح

هذا وتم توزيع الاستبانة على مجتمع الدراسة المستهدف، وتم الحصول على (41) استبانة اعتبرت مناسبة لإجراءات التحليل الإحصائي.

أداة الدراسة: استخدمت الدراسة نوعين من البيانات:

1- **البيانات الأولية:** تم جمع البيانات الضرورية المتعلقة بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة من خلال استبانة مسحية ؛ تألفت من جزأين. اشتمل الجزء الأول على بيانات تتعلق بالمعلومات الديموغرافية المتمثلة بـ(النوع الاجتماعي، التحصيل العلمي، عدد سنوات الخبرة، العمر، المهنة). أما الجزء الثاني فقد اشتمل على (أربعة محاور) وهي (التطبيقات الرقمية المستخدمة، الآثار والانعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية ، والمعوقات والصعوبات، والحلول والمعالجات)، صممت بناءً على مقياس ليكرت (Likert Scale) حيث حددت خيارات الإجابة بخمسة مستويات وهي: أوافق بشدة (5 درجات)، أوافق (4 درجات)، محايد (3 درجات) لا أوافق (درجتين) ولا أوافق بشدة(درجة واحدة). وقد بلغ المجموع الكلي لفقرات هذه المحاور (54) فقرة، وقد روعي عند تصميم الاستبانة وضوح الأسئلة وتسلسلها وعدم وجود صعوبات أثناء التعبئة، لذلك تم اعتماد الاستبانة كأداة صالحة للدراسة.

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

الجدول (3): عدد وأرقام الفقرات التي تقيس محالات الدراسة

مجالات الدراسة	عدد الفقرات	أرقام الفقرات
المحور الأول : التطبيقات الرقمية المستخدمة حالياً في المؤسسة	26	1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، 14، 15، 16، 17، 18، 19، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26
المحور الثاني :الأثار والانعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار	10	27، 28، 29، 30، 31، 32، 33، 34، 35، 36
المحور الثالث: المعوقات والصعوبات	7	37، 38، 39، 40، 41، 42، 43
المحور الرابع: حلول ومعالجات	11	44، 45، 46، 47، 48، 49، 50، 51، 52، 53، 54
المجموع الكلي للأداة ككل	54	

متغيرات الدراسة:

أولاً: الجنس "النوع الإجتماعي": الجدول (4): التكرارات والنسب المئوية لمتغير النوع الإجتماعي

النوع الإجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	27	65.9 %
إناث	14	34.1 %
المجموع	41	100.0 %

تظهر بيانات الجدول (4) أن نسبة الذكور هي النسبة الأعلى في عينة هذه الدراسة إذ بلغ مجموع الذكور (27) شكلوا ما نسبته (65.9%) من عينة الدراسة، وبالنسبة للإناث فقد بلغت نسبتهن (34.1%) من عينة الدراسة، ويعود السبب في تفوق نسبة الذكور على الإناث، أن للذكور فرصاً وحظوظاً أوفر للدراسة ولدخول سوق العمل وخصوصاً الإعلامي.

ثانياً: التحصيل العلمي: الجدول (5): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (التحصيل العلمي)

النسبة المئوية	التكرار	التحصيل العلمي
9.8 %	4	شهادة ثانوية عامة
7.3 %	3	دبلوم متوسط
70.7 %	29	بكالوريوس
12.2 %	5	دراسات عليا
100.0 %	41	المجموع

تظهر بيانات الجدول (5) أن النسبة الأعلى هي للأشخاص الحاصلين على الدرجة الجامعية الأولى (البكالوريوس)، إذ بلغت نسبتهم (70.7%)، يليهم ذوي الدراسات العليا، بنسبة بلغت (12.2%)، يليهم الحاصلين على شهادة الثانوية العامة، بنسبة بلغت (9.8%)، ونسبة (7.3%)، للحاصلين على درجة الدبلوم المتوسط، ومن خلال هذا الجدول تلاحظ الباحثة بأن أغلبية عينة الدراسة هم من حملة شهادة (البكالوريوس)، لذا يجب تشجيعهم ومنحهم تسهيلات لأجل إتمام الدراسات العليا لكي تتم الاستفادة منهم لتحقيق أغراض وأهداف المؤسسة الإعلامية.

ثالثاً: عدد سنوات الخبرة: الجدول (6): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (عدد سنوات الخبرة)

النسبة المئوية	التكرار	عدد سنوات الخبرة
14.6 %	6	أقل من 5 سنوات
34.1 %	14	6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
51.2 %	21	11 سنة فأكثر
100.0 %	41	المجموع

تظهر بيانات الجدول (6) أن نسبة ذوي الخبرات (11 سنة فأكثر) هي الأعلى إذ بلغت النسبة (51.2%)، ومن ثم (6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات)، وبلغت النسبة (34.1%)، ومن ثم ذوي الخبرات (أقل من 5 سنوات) بنسبة بلغت (14.6%)

رابعاً: العُمر:

الجدول (7): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (العُمر)

العُمر	التكرار	النسبة المئوية
20-30 سنة	13	31.7 %
31-40 سنة	16	39.0 %
41 سنة فما فوق	12	29.3 %
المجموع	41	100.0 %

تظهر بيانات الجدول (7) أن ذوي الأعمار من (31-40 سنة) بلغت (39.0%)، أما بالنسبة لذوي الأعمار (20-30 سنة) فبلغت النسبة 31.7%، وبالنسبة لذوي الأعمار (41 سنة فما فوق) فبلغت النسبة (29.3%)، وتلاحظ الباحثة من هذا بأن الأغلبية هم فئة الشباب (31-40 سنة) وبذلك فهم قادرين على القيام بأداء المهام الموكلة إليهم بدقة وفاعلية فيما يخص التطبيقات الرقمية في المؤسسة.

خامساً: المهنة: الجدول (8): التكرارات والنسب المئوية لمتغير (المهنة)

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
مخرج	4	9.8 %
مقدم برنامج	2	4.8 %
معدّ برنامج	1	2.4 %
محرر	13	31.8 %
رئيس تحرير	3	7.4 %
منتج أخبار وبرامج	1	2.4 %
فني صوت	1	2.4 %
فني إضاءة	1	2.4 %
منتج إلكتروني	1	2.4 %
منتج فيديو	2	4.9 %

طابع إلكتروني	1	% 2.4
أخرى	11	% 26.9
المجموع	41	%100.0

تظهر بيانات الجدول (7) أن نسبة المحررين هي الأعلى، إذ بلغت النسبة 31.7%.

إجراءات الدراسة:

قام الباحثان بالإجراءات الآتية:

- 1- اجراء دراسة مسحية - استطلاعية اولية لدائرة الاخبار ومؤسسة التلفزيون.
- 2- تحديد مجتمع الدراسة المتمثل بالعاملين في البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني والبلغ عددهم 48 عاملا ، وقت اجراء الدراسة - ربيع 2018
- 3- تصميم اداة لجمع البيانات من مجتمع البحث من خلال استبانة تم تحكيمها من قبل خبراء مختصين بالاعلام ، وتم بعد التأكد من صدق الاداة وثباتها توزيع هذه الاستبانة .
- 4- استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار العشرون (SPSS.ver20).
- 5- استخلاص نتائج التحليل ومقارنتها مع الادب النظري والدراسات السابقة .
- 6- وضع بعض التوصيات المتعلقة بالموضوع .

التصميم الإحصائي المستخدم:

صدق أداة الدراسة : تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين وفي ضوء الاقتراحات والملاحظات تم إجراء التعديلات والصياغات المطلوبة.

ثبات أداة الدراسة: تم استخدام معادلة (كرونباخ- ألفا) لحساب ثبات التجانس، هذا ويبين الجدول (9) ذلك:

الرقم	المحور	ثبات التجانس	عدد الفقرات
1	المحور الأول : التطبيقات الرقمية المستخدمة حالياً في المؤسسة	0.872	26
2	المحور الثاني: الآثار والانعكاسات المتحققة جراء	0.854	10

		التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار	
7	0.878	المحور الثالث: المعوقات والصعوبات	3
11	0.956	المحور الرابع: حلول ومعالجات	4
54	0.89	الكلية	

يلاحظ من الجدول (9) 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؛ هذا وقد بين (Miller, 2013) بأنه إذا كان معامل الثبات أكثر من 60% فإنه يعد معامل ثبات عالي وبناءً على ذلك تعد معاملات الثبات هذه الدراسة عالية.

المعالجة الإحصائية: تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences – SPSS) في إجراء هذه التحليلات والاختبارات الإحصائية ولغايات تحقيق أغراض الدراسة فقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية، 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.

- الانحراف المعياري: تم استخدامه كأحد مقاييس التشتت لقياس الانحراف في إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

نتائج الدراسة (التحليل الإحصائي)

وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت" الثلاثي، إذ تضمنت الاستبانة درجة الموافقة على كل فقرة مقسمة إلى (3) فئات، حيث تم إدخال هذه الاستجابات على الحاسوب حسب ما هو مبين في الجدول رقم (8).

جدول رقم (8)
درجة الاستجابة ورمزها

الرمز	درجة الاستجابة
3	نعم
2	لا
1	لا أعلم

وبناءً 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.

$$0.66 = 3 / (1-3)$$

وهو موضح بالجدول (9).

جدول رقم (9)
الوسط الحسابي ودرجة الموافقة

درجة الموافقة	المتوسط الحسابي
منخفض	1.6-1
متوسط	2.3-1.7
مرتفع	3-2.4

كما 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 (10).

جدول (10): درجة الاستجابة ورمزها

الرمز	درجة الاستجابة
5	أوافق بشدة
4	أوافق
3	محايد

2	لا أوافق
1	لا أوافق 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:

$$\text{طول الفئة} = \left(\frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}} \right)$$

$$1.33 = \frac{3}{(1-5)}$$

وهو موضح بالجدول (11).

جدول (11): الأوساط الحسابية ودرجة الموافقة

درجة الموافقة	المتوسط الحسابي
منخفض	2.33-1
متوسط	3.67-2.34
مرتفع	5-3.68

نتائج الدراسة ومناقشتها:

المحور الأول: التطبيقات الرقمية المستخدمة في المؤسسة: الجدول (12) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لكل فقرة من فقرات هذا البعد (التطبيقات الرقمية المستخدمة حالياً في المؤسسة).

الفقرة	العبارة	الأوساط الحسابية	الانحراف المعياري	(الترتيب)	درجة الموافقة
-1	تستخدم المؤسسة وسائل إعلام رقمية حديثة مواكبة للعصر	3.0000	.0000	1	مرتفع
-2	القائمون على وسائل إعلام الرقمية الحديثة متخصصون وذو كفاءة.	2.9512	.2181	2	مرتفع
2	تقوم المؤسسة بتطوير موقعها الإلكتروني الرسمي بشكل مستمر.	2.6829	.6870	5	مرتفع

مرتفع	3	.5823	2.7561	يتم متابعة الأخبار على الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة من خلال صفحة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي.	3
مرتفع	6	.6663	2.6098	تستخدم المؤسسة صيغة التفاعل الإلكتروني المباشر مع المتابعين والجمهور .	4
مرتفع	19	.8396	2.4634	يتم التركيز على التقنيات الحديثة المرتبطة بالأجهزة الخلوية لكثرة تداولها من قبل المستمعين.	5
متوسط	26	.9690	2.2439	تستخدم المؤسسة تقنيات الألياف الضوئية في الراديو والميكروويف المتطورة.	6
مرتفع	20	.8876	2.3659	يتم المزج ما بين الإذاعة والحاسوب الشخصي والوسائط المتعددة .	7
مرتفع	9	.7375	2.6098	يتم إنشاء موقع لمحطات الراديو عبر تطبيقات شبكة الانترنت.	8
مرتفع	21	.8100	2.5122	توجد في المؤسسة خدمات تقنية الإذاعة الرقمية.	9
متوسط	22	.9285	2.2927	توظف أجهزة المذياع صغيرة جداً لأجل استقبال لابت الإذاعي بشكل مباشر من الأقمار الصناعية.	10
مرتفع	7	.6984	2.6341	يتم الاعتماد بشكل أساسي على التلفزيون التفاعلي.	11
مرتفع	10	.7062	2.5854	توجد وحدة إدارية خاصة للتدريب والتأهيل للتعامل مع Digital Media	12
مرتفع	11	.7433	2.5610	توجد وحدة فنية تدريبية للتعامل مع Digital Media	13
مرتفع	12	.7785	2.5122	يجري تقييم العاملين في البرامج الإخبارية دورياً .	14
مرتفع	13	.7785	2.4878	تجري المؤسسة عمليات التقييم للعاملين من خلال التغذية الراجعة.	15
مرتفع	23	.7225	2.3171	تكافئ المؤسسة عاملها المتميزين بالحوافز المجزية.	16
مرتفع	4	.6420	2.7073	تقوم المؤسسة بمسائلة عاملها المقصرين.	17
مرتفع	15	.7088	2.5610	توفر المؤسسة مدرسين أكفاء	18
مرتفع	18	.8077	2.4390	يمتلك المدربون مهارات في استخدام التقنيات التدريبية الحديثة .	19

مرتفع	8	.8100	2.5122	تصمم المؤسسة الدورات التدريبية بناءً على أهداف واضحة تتعلق بالتقنيات الموجودة .	20
مرتفع	17	.8396	2.4634	تنظم المؤسسة دورات حاسوب متخصصة للعاملين في البرامج الإخبارية.	21
مرتفع	16	.8359	2.4146	تنظم المؤسسة دورات تدريبية بمجال صياغة أجهزة الإعلام الرقمي.	22
مرتفع	14	.8396	2.4634	تنظيم المؤسسة دورات بخصوص تطوير المواقع الإخبارية عبر الإنترنت.	23
مرتفع	24	.9066	2.3171	تنظم المؤسسة دورات بخصوص تشغيل واستخدام الأجهزة المستخدمة بالإعلام الرقمي.	24
متوسط	25	.8730	2.2927	يتم عقد دورات تدريبية بصورة دورية عن تكنولوجيا المعلومات من قبل مختصين.	25
مرتفع		0.7314	2.5290	المحور الكلي	

تراوحت الأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمحور الأول "التطبيقات الرقمية المستخدمة حالياً في المؤسسة" ما بين (2.2439-3.000) ويظهر الجدول (12) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول المحور الأول ، بلغ (2.5290)، "بدرجة مرتفع" وأن متوسط الانحرافات المعيارية بلغ (0.7314)، وأن الفقرة (1) حصلت على أعلى متوسط حسابي (3.000) وبانحراف معياري مقداره (0.000) (بدرجة مرتفعة) والتي نصها " تستخدم المؤسسة وسائل إعلام رقمية حديثة مواكبة للعصر "، وهذا جيد لها، إذ أن ذلك يؤدي إلى زيادة الرضا للمتابعين وبالتالي تعاضم متابعتها، لذا يجب الاهتمام والمواظبة على ذلك . وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عاني 2015) التي اكدت ان استخدام التطبيقات الرقمية الجيدة يعزز سمعة المؤسسة او الوسيلة الاعلامية ويزيد من رضا الجمهور والمتابعين .

تلا ذلك المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة (2) والتي نصها "القائمون على وسائل الإعلام الرقمية الحديثة متخصصون وذو كفاءة " والذي بلغ (2.9512) بانحراف معياري مقداره (0.2181)، وهذه النتيجة تدل على ان المؤسسة توظف ذوي الخبرة وتستقطب الكفاءات المرجوة واهل المهارة وتعطيهم اسبقية في التعيين

دون غيرهم ، إذ أن وصف المهام وطبيعتها للعاملين وتحديدتها يجنب الكثير من تشابك الأعمال وتضاربها ، وهذا متأ من مبدأ ترسيخ بيئة ادارية وفنية وعلمية مناسبة تضع الشخص المناسب بالمكان المناسب . لذا ينبغي المواظبة على الحفاظ على هذه النتيجة واستقطاب اهل الخبرة والدراية للعمل . ان هذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (العودة 2013) بضرورة قيام المؤسسات الاعلامية بتهيئة جيل رقمي جديد للتعامل مع معطيات الثورة الاتصالية الحديثة .

وفيما يتعلق بالفقرة (6) والتي نصها " تستخدم المؤسسة تقنيات الألياف الضوئية في الراديو والميكروويف المتطورة" كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.2439) بانحراف معياري مقداره (0.9690) (بدرجة متوسطة)، وبهذا تقوم المؤسسة باستخدام تقنيات الألياف الضوئية في الراديو والميكروويف المتطور، إلا أنه دون المستوى المطلوب بسبب حداثة الاستخدام لذا يجب تعظيم هذا الاستخدام لما له من كبير الأثر في الكفاءة والفاعلية لأداء المؤسسة.

المحور الثاني : الآثار والانعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار

الجدول (13): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة أفراد العينة نحو(الآثار والانعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار)

الفقرة	العبرة	الأوساط الحسابية	الانحراف المعياري	(الترتيب)	درجة الموافقة
26	زيادة عدد المتابعين.	2.7805	.6129	4	مرتفع
27	تفاعل المتابعين بشكل مباشر.	2.7561	.6237	5	مرتفع
28	تطوير المؤسسة مواقعها الإخبارية.	2.8293	.5433	3	مرتفع
29	تحديثات دورية على المواقع	2.6585	.7283	6	مرتفع
30	كفاءة نوعية في إنتاج الأخبار	2.8537	.4775	1	مرتفع
31	زيادة الإنتاجية	2.6585	.7283	7	مرتفع
32	عوائد ربحية ومالية جيدة	2.3902	.8330	10	متوسط
33	استقطاب إعلانات تجارية	2.4634	.8396	9	مرتفع

مرتفع	2	.4775	2.8531	مواكبة الثورة الرقمية الحديثة	34
مرتفع	8	.6870	2.6829	ترسيخ سياسات تحريرية جديدة	35
مرتفع		0.6551	2.6926	المحور الكلي	

تباينت الأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمحور الثاني "الآثار والانعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار" ما بين (2.3902-2.8537) ويظهر الجدول (13) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول المحور الثاني، بلغ (2.6926)، "بدرجة مرتفع" وأن متوسط الانحرافات المعيارية بلغ (0.6551)، وأن الفقرة (30) حصلت على أعلى متوسط حسابي (2.8537) وبانحراف معياري مقداره (0.4775) (بدرجة مرتفعة) والتي نصها " كفاءة نوعية في إنتاج الأخبار"، وهذا يمثل من الارتدادات الإيجابية للتطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار.

تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة (43) والتي نصها "مواكبة الثورة الرقمية الحديثة"، كما أن هذه الميزة تمثل الإنعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية لإنتاج الأخبار، وهذا بطبيعة الحال يعظم الاعتماد على كل ما هو جديد في مجال الإبداع والإبتكار في التطبيقات الرقمية، وهذا بطبيعة الحال يؤدي لتحسين الأداء، والذي بلغ (2.8531) بانحراف معياري مقداره (0.4775).

وفيما يتعلق بالفقرة (32) والتي نصها " عوائد ربحية ومالية جيدة" كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.3902) بانحراف معياري مقداره (0.8330) (بدرجة متوسطة)، وبهذا فإن هناك عوائد ربحية ومالية جراء التطبيقات الرقمية، إلا أنها دون المستوى المؤمل، لذا يجب التعرف على أوجه القصور ومحاولة إيجاد نظام للرقابة أفضل مما هو مُطبق.

المحور الثالث : المعوقات والصعوبات: يمثل الجدول (14) الأوساط الحسابية والانحراف المعياري ودرجة الموافقة لكل فقرة من فقرات هذا البعد.

الدرجة الموافقة	(الترتيب)	الانحراف المعياري	الأوساط الحسابية	العبارات	الفقرة
متوسط	5	1.2223	3.3902	ضعف الامكانيات التقنية	36
متوسط	1	1.1131	3.7561	ضعف الإمكانيات المالية	37

متوسط	6	1.2440	2.9512	عدم توفر كفاءات مهنية	38
متوسط	3	1.1202	3.5366	التدخلات غير المهنية في العمل	39
متوسط	4	1.2769	3.3415	عدم وجود فرص تدريب وتأهيل	40
متوسط	2	1.1191	3.5610	عدم وجود تنسيق بين الأقسام	41
متوسط	7	1.3020	2.8293	عدم مواكبة التطورات	42
متوسط		1.1996	3.3379	المحور الكلي	

تباينت الأوساط الحسابية لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بالمحور الثالث "المعوقات والصعوبات" ما بين (2.8293-3.7561) ويظهر الجدول (14) بأن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة حول المحور الثالث، بلغ (3.3379)، "بدرجة متوسطة" وأن متوسط الانحرافات المعيارية بلغ (1.1996).

وأن الفقرة (37) حصلت على أعلى متوسط حسابي (3.7561) وبانحراف معياري مقداره (1.1131) (بدرجة متوسطة) والتي نصها "ضعف الإمكانيات المالية"، لذا يجب تسخير الموازنات والإمكانات لأجل تذليل الصعوبات المادية، تلاه المتوسط الحسابي المتعلق بالفقرة (41) والتي نصها "عدم وجود تنسيق بين الأقسام"، لذا يجب تحسين التعاون والتنسيق ما بين الأقسام المختلفة، والعمل بروح الفريق، والعمل الجماعي من ألع الميزات لأجل تحسين الأداء الوظيفي، والذي بلغ (3.5610) بانحراف معياري مقداره (1.1191).

وفيما يتعلق بالفقرة (42) والتي نصها "عدم مواكبة التطورات" كان متوسطها الحسابي أقل المتوسطات حيث بلغ (2.8293) بانحراف معياري مقداره (1.3020) (بدرجة متوسطة)، وبهذا فإن المؤسسة لا تقوم بمواكبة التطورات الحديثة فيما يخص التطبيقات الرقمية، لذا يجب اتخاذ استراتيجيات يكون هدفها الأسمى هو مواكبة كل ما هو حديث ومتطور فيما يخص التطبيقات الرقمية، وتخصيص ميزانيات مالية لأجل ذلك.

توصيات الدراسة :

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

1. التعرف على مبادئ جديدة مرتبطة بالتطبيقات الرقمية من خلال الاستفادة والاستفادة من التجارب الإعلامية الرائدة ، ومحاولة الاسترشاد بخطاها فيما يخص التطبيقات الرقمية.
2. تدريب العاملين وإشراكهم بدورات متخصصة مرتبطة بالتطبيقات الرقمية، لأجل الاستفادة منهم في تحسين وتطوير البرامج الإخبارية .
3. تخصيص ميزانيات مالية لأجل استقدام كل ما هو جديد فيما يخص التطبيقات الرقمية.
4. تذليل الصعوبات المادية المرتبطة بالتطبيقات الرقمية.
5. وضع حلول للكثير من المشاكل التي تواجه المؤسسات الإعلامية من خلال استقطاب ذوي الكفاءة والخبرة فيما يخص التطبيقات الرقمية.
6. توصي الدراسة بأن يقوم باحثين آخريين باستخدام متغيرات أخرى بهدف تعميم الاستفادة من موضوع الدراسة على مختلف المؤسسات الإعلامية.
7. ضرورة تعميم نتائج هذه الدراسة على المؤسسات الإعلامية؛ وكذلك على القطاعات ذات الصلة.
8. توصي الدراسة الباحثين في الدراسات المستقبلية اعداد دراسات عن تأثير التقنيات الرقمية على اساليب العمل وانماط القيادة والادارة وسلوك العاملين من منطلق النظرية التكنولوجية الحتمية التي ربطت بين التكنولوجيا وعادات وانماط الافراد المستخدمين .
9. ان تولي المؤسسة اهمية بالغة بدراسات رجع الصدى وقياس اتجاهات الجمهور نحو ادائها ونوعية برامجها وحضورها داخل المجتمع وتأثير التكنولوجيا على توجه جمهور المستمعين والمشاهدين بخصوص تقييمهم للبرامج والاداء .
10. تأسيس مركز بحوث متخصص الاستطلاع آراء جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي ليس فقط فيما يتعلق بالتطور والانعكاسات التكنولوجية بل فيما يتعلق بمجمل اداء المؤسسة ومنتوجها الاعلامي .

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: باللغة العربية:

1. أبو أصبع، صالح خليل (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، دار مجدلاوي، عمان.
2. أبو أصبع، صالح (2012). الدعاية والرأي العام ، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا لجامعة فيلادلفيا، عمان ، الاردن .
3. البياتي ، ياس خضير (2018) . " المدخل الى الاعلام الرقمي " (الفجيرة الامارات : مؤسسة النبأ ودار البداية ناشرون) .
4. تلاحمة ، ثائر (2012). حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية عبر شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.
5. خمش، مجد الدين (2010). العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان .
6. الدليمي ، عبد الرزاق محمد (2018) . " استخدام تكنولوجيا الاتصال الرقمية في تدريس الاعلام من وجهة نظر اساتذة الاعلام في الجامعات الاردنية " ، بحث منشور في الكتاب المحكم (دراسات اعلامية - جامعة البترا - عمان) .
7. الربيعي ، أكرم فرج (2018) . " الاعلام الجديد ومستويات التحكم بالعملية الاتصالية وتوجيه الراي العام " بحث منشور في الكتاب المحكم (دراسات اعلامية - جامعة البترا - عمان) .
8. شفيق، حسنين (2010) . " الاعلام الجديد الاعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية " ، دار فكر وفن ، بغداد .

9. صادق ، عباس مصطفى (2008) . " الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، عمان : دار الشروق) .
10. عاني ، احمد شياع، (2015)، التغطية الإخبارية للأزمة السياسية في العراق 2014 لموقعي الجزيرة نت والعربية نت " دراسة تحليلية "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.
11. عبود ، حارث ، والعاني ، مزهر (2014) " الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي " (عمان : دار الحامد) .
12. عدوي ، عبد الله محمود (2018) " ملكية وسائل الاعلام والتحولات الثقافية في الاعلام الجديد " (بحث منشور في الكتاب المحكم (دراسات اعلامية – جامعة البترا – عمان) . ص 113-125) .
13. النجار، سعيد (2003)، تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

ثانياً: باللغة الإنجليزية:

14. Kanne, J, (2011), The Digital Media Revolution, [American Journal of Roentgenology](#), 197 (1): 6-27.
15. Miller, P. Parsons K . and Lifer, D. (2010), Students and Social networking sites: the posting paradox, **Behavior & Information Technology**, 29 (4), 377-382.
16. Namsu, Kerk F. Kee, And Sebastián Valenzuela. (2009), "Being Immersed In Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses And Gratifications, And Social Outcomes." **Cyberpsychology & Behavior Journal**, 12, No. 6: 729-733

ملحق-1- قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

الرقم	الاسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. عزت حجاب	أستاذ	سياسات اعلامية	جامعة الشرق الاوسط
2	أ.د. عبد الحافظ سلامة	استاذ	تكنولوجيا التعليم	جامعة الشرق الاوسط
3	أ.د. تيسير ابو عرجة	استاذ	صحافة	جامعة البترا
4	أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي	استاذ	دعاية اعلامية	جامعة البترا
5	د. رائد احمد البياتي	استاذ مشارك	اذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الاوسط
6	د. احمد عريقات	استاذ مساعد	اذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الاوسط
7	د. حنان كامل الشيخ	استاذ مساعد	اتصال واعلام	جامعة الشرق الاوسط

الملحق -2- الاستبانة

الأستاذ / الأستاذة ----- المحترم

تحية طيبة وبعد،،،

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان:

(توظيف الإعلام الرقمي في إنتاج البرامج الإخبارية في التلفزيون الأردني) وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير بتخصص الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط تحت إشراف د. كامل خورشيد .
ولهذا السبب تم تصميم الاستبانة المرفقة طياً لجمع بيانات الدراسة، فأرجو التكرم باقتطاع جزء بسيط من وقتكم الثمين للإجابة على فقرات الاستبانة بما يعبر عن وجهة نظركم بكل شفافية وموضوعية، وان هذه البيانات سوف تعامل بسرية تامة ولن توظف الا لأهداف هذا البحث وللأغراض العلمية حصراً.
شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

الخصائص الشخصية (الديموغرافية):

فضلاً ضع علامة (✓) أمام الخيار الذي يناسبك من المعلومات التالية:

1-الجنس (النوع الاجتماعي): ذكر أنثى

2-المستوى التعليمي:

شهادة ثانوية عامة دبلوم متوسط بكالوريوس دراسات عليا

3-عدد سنوات الخبرة :

أقل من 5 سنوات 6 سنوات إلى أقل من 10 سنوات 11 سنة فأكثر .

4-العمر:

20-30 سنة 31-40 سنة 41 سنة فما فوق

5-المهنة:

مخرج مساعد مخرج مقدم برنامج معدّ برنامج

محرر رئيس تحرير مترجم منتج أخبار وبرنامج

مصور فني صوت فني اضاءة منتج إلكتروني

ممنتج فيديو طابع إلكتروني مدير استديو

□ أخرى (تذكر لطفا) -----

اسئلة الاستبانة- يرجى الإجابة عن كل سؤال بوضع إشارة (✓) أمام الإجابة المناسبة.

الفقرة	المحورالأول : التطبيقات الرقمية المستخدمة حاليا في المؤسسة	نعم	لا	لا اعلم
1-	تستخدم المؤسسة وسائل إعلام رقمية حديثة مواكبة للعصر			
2-	القائمون على وسائل إعلام الرقمية الحديثة متخصصون وذو كفاءة.			
2	تقوم المؤسسة بتطوير موقعها الإلكتروني الرسمي بشكل مستمر .			
3	يتم متابعة الأخبار على الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة من خلال صفحة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي.			
4	تستخدم المؤسسة صيغة التفاعل الإلكتروني المباشر مع المتابعين والجمهور .			
5	يتم التركيز على التقنيات الحديثة المرتبطة بالأجهزة الخلوية لكثرة تداولها من قبل المستمعين.			
6	تستخدم المؤسسة تقنيات الألياف الضوئية في الراديو والميكروويف المتطورة.			
7	يتم المزج ما بين الإذاعة والحاسوب الشخصي والوسائط المتعددة .			
8	يتم إنشاء موقع لمحطات الراديو عبر تطبيقات شبكة الانترنت.			
9	توجد في المؤسسة خدمات تقنية الإذاعة الرقمية.			
10	توظف أجهزة المذياع صغيرة جداً لأجل استقبال لايث الإذاعي بشكل مباشر من الأقمار الصناعية.			
11	يتم الاعتماد بشكل أساسي على التلفزيون التفاعلي.			
12	توجد وحدة إدارية خاصة للتدريب والتأهيل للتعامل مع Digital Media			
13	توجد وحدة فنية تدريبية للتعامل مع Digital Media			
14	يجري تقييم العاملين في البرامج الإخبارية دوريا .			
15	تجري المؤسسة عمليات التقييم للعاملين من خلال التغذية الراجعة.			
16	تكافئ المؤسسة عاملها المتميزين بالحوافز المجزية.			

17	تقوم المؤسسة بمسائلة عاملها المقصرين.		
18	توفر المؤسسة مدربين أكفاء		
19	يمتلك المدربون مهارات في استخدام التقنيات التدريبية الحديثة .		
20	تصمم المؤسسة الدورات التدريبية بناءً على أهداف واضحة تتعلق بالتقنيات الموجودة		
21	تنظم المؤسسة دورات حاسوب متخصصة للعاملين في البرامج الإخبارية.		
22	تنظم المؤسسة دورات تدريبية بمجال صياغة أجهزة الإعلام الرقمي.		
23	تنظيم المؤسسة دورات بخصوص تطوير المواقع الإخبارية عبر الإنترنت.		
24	تنظم المؤسسة دورات بخصوص تشغيل واستخدام الأجهزة المستخدمة بالإعلام الرقمي.		
25	يتم عقد دورات تدريبية بصورة دورية عن تكنولوجيا المعلومات من قبل مختصين.		

#	المحور الثاني : الآثار والإنعكاسات المتحققة جراء التطبيقات الرقمية :	نعم	لا	لا اعلم
26	زيادة عدد المتابعين.			
27	تفاعل المتابعين بشكل مباشر.			
28	تطوير المؤسسة مواقعها الإخبارية .			
29	تحديثات دورية على المواقع			
30	كفاءة نوعية في انتاج الاخبار			
31	زيادة الانتاجية			
32	عوائد ربحية ومالية جيدة			
33	استقطاب اعلانات تجارية			
34	مواكبة الثورة الرقمية الحديثة			
35	ترسيخ سياسات تحريرية جديدة			

#	المحور الثالث: المعوقات والصعوبات :	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
36	ضعف الامكانيات التقنية					
37	ضعف الامكانيات المالية					
38	عدم توفر كفاءات مهنية					
39	التدخلات غير المهنية في العمل					
40	عدم وجود فرص تدريب وتاهيل					
41	عدم وجود تنسيق بين الاقسام					
42	عدم مواكبة التطورات					