

## Leadership and Management Strategies in Jordanian Media Organizations and Their Relationship to Good Performance: Towards A Comprehensive Media Strategy by the Concepts of Modern Media: Focus Study

Amjad M. Al Qadi \*

Department of Public Relations and Advertising, The Faculty of Mass Communication, Yarmouk University, Jordan.

Received: 30/8/2021

Revised: 30/1/2022

Accepted: 13/6/2022

Published: 30/7/2023

\* Corresponding author:  
amjadalkadi1959@yahoo.com

Citation: Al Qadi, A. M. (2023). Leadership and Management Strategies in Jordanian Media Organizations and Their Relationship to Good Performance: Towards a Comprehensive Media Strategy by the Concepts of Modern Media: Focus Study. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(4), 438–450. <https://doi.org/10.35516/hum.v50i4.5752>



© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

### Abstract

**Objectives:** To shed the light on Jordanian media and the problems facing it and to identify mechanisms and strategies for its development by analyzing: the status of the state-owned and private sector Jordanian media, as well as the new media statutes, and the media content and ways to improve it, in addition to media freedoms and legislation and the issues of improving staff training.

**Methods:** The study adopted the analytical approach and used the descriptive methodology, through in-depth focus groups with a sample of opinion leaders, politicians, and academic media practitioners to arrive at a better analysis of Jordanian media.

**Results:** There is a lack of confidence in the Jordanian media, especially the official media, high licensing fees, poor advertising returns, multiple media references, and poor training care.

**Conclusions:** A new media strategy is needed, that build on the previous strategy, which was adopted between the years (2011-2015). The new media strategy should be developed by experts, academics, and media practitioners. In addition, the study call for amending the law guaranteeing the right of access to information.

**Keywords:** Leadership, management, Jordanian media organizations, modern media, Jordan.

استراتيجيات القيادة والإدارة في المؤسسات الإعلامية الأردنية وعلاقتها بالأداء الرشيد:  
نحو استراتيجية إعلامية شاملة وفق مفاهيم الإعلام الحديث: دراسة بؤرية

أمجد بدر منصور القاضي \*

قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن

### ملخص

الأهداف: هدفت هذه الدراسة إلى تعريف أوضاع الإعلام الأردني وأهم المشكلات التي تواجهه وتحديد آليات واستراتيجيات تطويره، وذلك من خلال معرفة: أوضاع الإعلام الأردني على نحو عام وكذلك الإعلام الرسمي والإعلام الخاص وأيضاً وسائل الإعلام الحديثة وطبيعة المضمون الإعلامي وسبل تطويره إضافة إلى مشكلات التدريب والتأهيل الإعلامي وآليات تفعيله وتطويره وواقع الحريات والتشريعات الإعلامية.

المنهجية: تعد هذه الدراسة الكيفية من نوعية الدراسات الوصفية، واستخدم لتحقيق أهدافها أسلوب المجموعات البؤرية المعمقة للوصول إلى معلومات ذات قيمة عالية من أصحاب الخبرة والمعرفة المميزة في هذا المجال تفيد في تحديد أوضاع الإعلام الأردني على نحو عام وسبل مواجهة المشكلات التي يعاني منها. وقد جرى عقد مقابلات جماعية مع أصحاب الخبرة في هذا المجال من أكاديميين وإعلاميين وأعيان ونواب وزراء إعلام سابقون وبناء على ذلك جرى صياغة عدد من الإستنتاجات والتوصيات القابلة للتطبيق.

النتائج: هنالك انعدام للثقة بالإعلام الأردني وخاصة الإعلام الرسمي، وارتفاع رسوم التراخيص وضعف المردود الإعلامي، وكذلك تعدد المرجعيات الإعلامية وضعف العناية بالتدريب.

التوصيات: أن تتبنى الحكومة استراتيجية جديدة لإصلاح الإعلام تكمل ما بدأته الاستراتيجيات السابقة التي كانت بين عامي (2011-2015). يجب أن يضع الاستراتيجية الإعلامية الجديدة الخبراء والعرفون ولا يجوز إعدادها دون مشاركة الجسم الإعلامي بكافة مكوناته. كما يجب الإسراع بتعديل قانون ضمان حق الحصول على المعلومات.

الكلمات الدالة: القيادة، الإدارة، المؤسسات الإعلامية الأردنية، الإعلام الحديث، الأردن.

## تمهيد:

تميّز الأردن منذ نشأة الإمارة عام (1921). بضمنان حق الممارسة الإعلامية والثقافية الحرة والتمكنة من المعلومة لحماية الوطن وإنجازاته ومنظومته الفكرية والقيمية. وقد انعكس ذلك على نحو واضح على التشريعات الناظمة للصحافة والنشر والإعلام بوجه عام؛ حيث شهد الأردن حق الآن (12) قانوناً للمطبوعات والنشر شملتها العديد من التعديلات والتبديلات حسب الظروف والتطورات التي فرضها موقع الأردن في إقليم مضطرب ولأسباب خارجة عن إرادته. لكن على الرغم من ذلك فقد كانت حرية الصحافة وصون الحريات العامة واحترام حقوق الإنسان قاسماً مشتركاً في هذه القوانين كافة، وسيما بعد صدور الدستور الأردني عام (1952)، الذي يعد من أرق الدساتير وأفضلها في هذا المجال. ولم يلجأ الأردن حتى في الظروف الاستثنائية الصعبة إلى تفعيل مواد قد توصف بأنها متشددة في قوانين المطبوعات والنشر السابقة، حيث كان يجري اللجوء غالباً إلى تشجيع الصحفيين والإعلاميين على ضبط أدائهم المهني وتطبيق المعايير المهنية من خلال الاتصالات المباشرة والحوار.

أما قانون المطبوعات والنشر الحالي رقم (8) لسنة (1998) وتعديلاته؛ فقد أكد بما لا يحتمل اللبس على أن حرية الصحافة والطباعة والرأي مكفولة لكل أردني، وله أن يعبر عن رأيه بحرية بالقول والكتابة والتصوير والرسم وغيرها من وسائل التعبير والإعلام، كما أكد القانون حق الصحافة بالحصول على المعلومات وأبقاء مصادرها سرية لتعزيز الحريات الصحفية. وضمن القانون إفساح المجال للمواطنين والأحزاب والنقابات والهيئات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وإنجازاتهم. ولعل التعديلات الأهم التي طرأت على القانون في الأعوام الأخيرة هي: إعفاء الجهة المختصة من إقامة الدعوى على رئيس التحرير المسؤول للمطبوعة الصحفية المخالفة لبعض أحكامه وترك ذلك للمتضرر، وفي عام (2010) جرى تعديل القانون بالنص على عدم جواز التوقيف نتيجة إبداء الرأي، بما يعني في التطبيق العملي منع حبس الصحفيين.

ونتيجة للمراجعة الدورية لأداء الإعلام الرسمي ومؤسساته ويهدف الإرتقاء بمستوى هذا الأداء بما يناسب روح العصر ومستجداته، فقد جرى في عام (2014) دمج دائرة المطبوعات والنشر وهيئة الإعلام المرئي والمسموع في هيئة الإعلام، حيث خضع قانونا الهيئة للمراجعة والتعديل من قبل مجلس الأمة لتطويرهما بما يضمن المزيد من الحريات للإعلام الأردني بكافة أشكاله وإحداث نقلة نوعية في أدائه.

وكان قانون هيئة الإعلام المرئي والمسموع قد صدر عام (2002)، بهدف تنظيم العملية الإعلامية في مجالات الإعلام المرئي والمسموع. وهو أول قانون في هذا المجال يصدر بعد التوجه لإلغاء وزارة الإعلام عام (2003). ويعتبر القانون في حينه تشريعاً متقدماً على مستوى المنطقة، يأخذ بعين الاعتبار التحولات الكبرى التي يشهدها العالم في مجال ثورة تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

وبموجب القانون بدأت هيئة الإعلام المرئي والمسموع بمنح رخص البث الإذاعي والتلفزيوني للجهات الرسمية والخاصة بهدف فض احتكار القطاع العام للبث وتطوير قطاع الإعلام المرئي والمسموعة وتنمية بيئة الاستثمار الإعلامي في الأردن فاتحاً بذلك المجال أمام المستثمرين في القطاع الخاص إنشاء محطات إذاعية وفضائية وتلفزيونية خاصة. ففي عام (2003) منحت الهيئة (2) رخصتي إعادة بث إذاعي، وفي عام (2004) منحت الهيئة (9) رخص بث إذاعي ورخصة بث تلفزيوني أرضي ورخصة بث فضائي ورخصة كيبل تلفزيوني واحدة.

ومنذ صدور قانون الإعلام المرئي والمسموع أصبح هناك إقبال كبير على الاستثمار في مجال الإعلام المرئي والمسموع خاصة في مجال الفضائيات، فقد وصل عدد المحطات المرخصة، التي ما زالت عاملة منذ عام (2003) حتى عام (2015) إلى (36) محطة بث إذاعي و(3) محطات إعادة بث إذاعي، و(44) محطة بث فضائي.

في البداية كانت محطات البث الإذاعي تقدم برامج عامة، لكن مع مرور الوقت ظهرت الإذاعات شبه المجتمعية، التي وصل عددها إلى (11) إذاعة، كما ظهرت الإذاعات المتخصصة السياحية والدينية والسياسية والخدماتية والشبابية والترفيهية، وكذلك الأمر بالنسبة لمحطات البث الفضائي فقد كانت محطات عامة وشاملة وبدأت تظهر المحطات المتخصصة كالدينية والإخبارية والاجتماعية والترفيهية والثقافية والسياحية والاقتصادية كما ظهرت أخيراً الفضائيات الإعلانية على نحو ملحوظ حيث وصل عددها إلى (7) قنوات فضائية إعلانية.

ومما يجدر ذكره التفات رأس المال العربي والأجنبي للاستثمار في الأردن خاصة في مجال الفضائيات، حيث بلغ عدد المحطات الفضائية العربية المرخصة في عام (2015) (28) محطة فضائية عربية: عراقية وسعودية وكويتية وجزائرية وعمانية وغيرها، علماً بأنه يوجد في الأردن أكثر من (300) قناة إعادة بث فضائي عن طريق المدن الإعلامية الأردنية.

وقد راعى مشروع قانون هيئة الإعلام في تعديلاته جملة من التطورات التي ضمنت المزيد من الحريات الإعلامية ورفع سوية الأداء الإعلامي المرئي والمسموع.

وهدف هذه التعديلات على القانون إلى إزالة التشوهات السالبة للحريات، حيث ألغيت عقوبة حبس الصحفيين ومنع التوقيف بقضايا البث والرأي. وتم الاكتفاء بالعقوبات المالية بما يتوافق مع التوجهات الحديثة في مجالات الإعلام، كما جرى التأكيد على تشكيل لجنة خاصة للنظر في الشكاوى المقدمة من الجمهور على المرخص له، أو من مرخص له على مرخص له آخر.

ونشير أيضاً في هذا المجال إلى أن الاستراتيجية الإعلامية أكدت إنشاء مجلس لشكاوى يتكون من ممثلي الناشرين والإعلاميين والجمهور المستهدف

من دون أي تدخل من الحكومة. كما أحييت العديد من الصلاحيات الممنوحة للحكومة بشأن توفير البث على القضاء وأصبحت من صلاحياته. ولما يتمتع به الأردن من حريات صحفية وإعلامية، فقد أصبح نقطة جذب في المنطقة لوسائل الإعلام الخارجية ومندوبيها لمتابعة تطورات المنطقة وبما تمر به من أحداث وتحولات، فقد بلغ عدد المؤسسات الإعلامية الخارجية المعتمدة في المملكة عام (1995) (41) مؤسسة من مختلف الجنسيات، ووصل عدد المؤسسات الإعلامية الخارجية المعتمدة في المملكة عام (2015) (167) مؤسسة، كما بلغ عدد الصحفيين المعتمدين في المملكة عام (2015) (440) صحفياً من مختلف الجنسيات، يعملون في مختلف المهن الصحفية لدى المؤسسات الإعلامية الخارجية. وتشكل المؤسسات الإعلامية الخارجية الرسمية (10%) من عدد المؤسسات الخارجية الكلي وبواقع (17) مؤسسة، وتشمل المؤسسات الإعلامية الخارجية المعتمدة: الفضائيات والإذاعات ووكالات الأنباء والصحف والمجلات الإلكترونية.

ويصل عدد التصاريح الصحفية المؤقتة الصادرة خلال ثلاث سنوات من 2012/2/1 ولغاية 2015/2/1 (2750) تصريحاً، منها (2200) تصريح لزيارة مخيمات اللاجئين السوريين في المملكة، شملت أكثر من (3000) صحفي. وجدير بالذكر أن عدد المطبوعات الصحفية التي تصدر في المملكة بلغ في نهاية عام (2014) (53) مطبوعة صحفية و (850) مطبوعة متخصصة و (18) مطبوعة صحفية حزبية.

وقد شهد الأردن حركة واسعة ونموًا مضطربًا في مجال الإنتاج الفني حيث كان عدد شركات الإنتاج والتوزيع الفني عام 2001 (73) شركة قفز العدد عام 2014 إلى ما يزيد على (288) شركة كما ارتفع عدد محلات تداول المصنفات وبيعها من (85) عام 2001 إلى ما يزيد على (298) عام 2014، أما صالات السينما فقد كان عددها عام 2001 (16) صالة ارتفعت عام 2014 (56)، وبالنسبة لخدمات التكاليف المضافة فقد بلغ عدد المؤسسات العاملة بها عام 2001 (صفرًا) ارتفع في عام 2014 إلى (59) مؤسسة.

ولم يكن هذا التطور الذي شهده قطاع الإعلام في المملكة أن يجري لولا البيئة التشريعية الناعمة لقطاع الإعلام وما تتميز به من حريات ضمنها التشريعات الإعلامية الأردنية المتطورة من قوانين وأنظمة وتعليمات إضافة إلى البيئة السياسية الآمنة وما يتميز به الأردن من أمن.

#### النظرية المستخدمة في الدراسة:

##### نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية وقد ظهرت هذه النظرية بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية، نتيجة استخدام وسائل الإعلام في الإثارة والخص في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة مفهوم الحرية في هذه الوسائل. وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة الاهتمام بالصالح العام، أي الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته، وعليه تتصف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل، ومراعاة النواحي الأخلاقية (حجاب: 2004، 488).

وتكتسب هذه النظرية أهميتها من كونها تعني بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها في الاعتبار في أثناء ممارسة العمل، بالإضافة لاعتنائها بعملية التنمية للمجتمع عمومًا، حيث تؤمن أن استمرار أعمال المؤسسة وتحقيق الأرباح لها لا بد له من تنمية المجتمعات المحيطة التي تعمل بها، وحتى للبيئة الطبيعية التي تعيش بها أو يعملون فيها وغيرهم من أفراد المجتمع. (الغالي والعامري: 2010).

ويحدد دينيس ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية، ب: (Macquail, D: 2005)

1. يجب على الصحافة الإسهام في التزامات معينة نحو المجتمع.
2. يمكن لوسائل الإعلام تنفيذ التزاماتها من خلال احترام معايير المهنة: كالحقائق والدقة والموضوعية والتوازن.
3. يجب على وسائل الإعلام المبادرة لتنظيم نفسها ذاتيًا.
4. على وسائل الإعلام عدم نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، والامتناع عن توجيه أية إهانة إلى الأقليات.
5. احترام التعددية وأن تعكس الصحافة تنوع الآراء وتحترم حق الرد.
6. الالتزام بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها كحق للمجتمع.

ونظرية المسؤولية الاجتماعية هي استجابة لمآزق الليبرالية الكلاسيكية في القرن العشرين، وفي تقرير لجنة Hutchins فإن هذه النظرية تأخذ على محمل الجد العديد من الاجتماعات من اليسار واليمين على حد سواء لنظام وسائل الإعلام، وأن التسويق التجاري ينتج ثقافة قائمة على أساس وسياسة أنانية خطيرة واستجابة لذلك تقترح نظرية المسؤولية الاجتماعية أن تأخذ وسائل الإعلام على عاتقها رفع معاييرها، وتزويد المواطنين بنوع المواد الخام وتوجيههم بما يحتاجونه ليحكموا أنفسهم.

ويلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية لنظريته المسؤولية الاجتماعية في الجوانب التالية (الدليمي، 112):

- يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية، لنقل المعلومات، مثل الحقيقة والدقة، والموضوعية والتوازن.

- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها على نحو ذاتي.
  - إن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة، والعنف والفوضى الاجتماعية، أو توجيه أية إهانات للأقليات.
  - إن الصحافة يجب أن تكون متعددة، وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحث الرد.
  - إن للمجتمع حقاً على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة، في أدائها.
  - إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.
- تمثل نظرية المسؤولية الاجتماعي أكثر النظريات الإعلامية واقعية، وأكثرها ملائمة للتطبيق في الدول التي تشهد تحولاً ديمقراطياً على نحو عام، سيما أن الحكومات في هذه الدول يحكم قوتها، تعد الجهة القادرة على حماية المجتمع من طغيان بعض الأفراد، وكذلك حماية الأفراد من طغيان المجتمع. فوسائل الإعلام لها مسؤولية كبيرة في تحقيق أهداف التنمية والديمقراطية والاستقرار، وحماية حقوق الناس بصفة عامة.
- فالإعلامي هو الرقيب على نفسه وذاته، وإذا أساء استخدام الحرية التي يحددها ميثاق أخلاقيات المهنة، فإن الجهة الوحيدة المخولة لمحاسبته هي القضاء وفق القوانين السارية (عبدالمجيد، 376).
- وبناء على أهداف ومبادئ هذه النظرية فإنها الأنسب لاغراض هذه الدراسة كإطار نظري جرى على أساسه صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة وتحديد توجهاتها العامة.

#### مشكلة الدراسة:

- تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة تعرّف أوضاع الإعلام الأردني وأهم المشكلات التي تواجهه وتحديد آليات واستراتيجيات تطويره.
- ويتفرّع عن هذه المشكلة مجموعة من المشكلات الفرعية تحدّدت بمحاولة تعرّف:
- حالة الإعلام الأردني على نحو عام.
  - حالة الإعلام الرسمي والإعلام الخاص.
  - أوضاع وسائل الإعلام الحديثة.
  - طبيعة المضمون الإعلامي وتطويره.
  - مشكلات التدريب والتأهيل الإعلامي وآليات تفعيله وتطويره.
  - فهم الحريات والتشريعات الإعلامية ومتطلبات تحديثها.

#### أهداف الدراسة

- أولاً: الهدف العام: يتمثل الهدف العام لهذه الدراسة بمحاولة تعرّف أوضاع الإعلام الأردني والبيئة الحاكمة له.
- ثانياً: الأهداف الخاصة: وقد جرى تحقيق الهدف العام من خلال مجموعة الأهداف الخاصة التالية التي سعت إلى:
- تعرّف أوضاع الإعلام الأردني على نحو عام.
  - تعرّف أوضاع الإعلام الرسمي والإعلام الخاص.
  - تعرّف أوضاع وسائل الإعلام الحديثة.
  - تعرّف طبيعة المضمون الإعلامي وسبل تطويره.
  - تعرّف مشكلات التدريب والتأهيل الإعلامي وآليات تفعيله وتطويره.
  - تعرّف واقع الحريات والتشريعات الإعلامية ومتطلبات تحديثها.

#### فروض الدراسة وتساؤلاتها:

#### أولاً: الفروض:

سعت الدراسة لإثبات صحة الفروض التالية:

- توجد علاقة بين وجود إستراتيجية إعلامية عالية وتطوير مضامين الإعلام الأردني (الرسمي والخاص).
- توجد علاقة ارتباطية بين إنشاء مراكز تدريب وتأهيل إعلامي وسوية الإعلاميين والمنتج الإعلامي.

#### ثانياً: تساؤلات الدراسة:

سعت الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما حالة الإعلام الأردني وآليات تطويره؟
- ما طبيعة المشكلات التي تواجه الإعلام الرسمي ومن المسؤول عنها؟

- ما طبيعة المشكلات التي تواجه الإعلام الخاص وما متطلبات النهوض به؟
- ما مستوى المضمون الإعلامي الذي تقترحه وسائل الإعلام الأردنية؟
- ما المطلوب للارتقاء بالمضمون الإعلامي؟

#### نوعية الدراسة

حيث أن هذه الدراسة تحاول تعرّف أوضاع الإعلام الأردني وأهم المشكلات التي تواجهه وكذلك تحديد آليات واستراتيجيات تطويره لذلك فإنها تعد من نوعية الدراسات الوصفية.

وتتميز نوعية البحوث الوصفية عن غيرها نتيجة لعدة اعتبارات يتعلق بعضها بالاهداف التي تسعى إلى تحقيقها ويتعلق بعضها بالخصائص التي تمتاز بها إضافة لما تحتاجه هذه النوعية من البحوث من مستلزمات متباينة إضافة إلى الأهمية النظرية أو التطبيقية التي تعلق على هذا النوع من البحوث، لذلك فرضت هذه الاعتبارات المتعلقة بالبحث الوصفي ضرورة اعتماده على إجراءات منهجية متميزة وذلك في تصور التصميم المنهجي المناسب له لتسهم في تحقيق مبدأ الاقتصاد في الجهد والوقت والامكانيات وفي تجنب التحيز (جلبي، 141).

#### أسلوب الدراسة:

تم استخدام أسلوب المجموعات البؤرية المعمقة (Focus group)، وهي من أكثر أدوات البحث استخداماً في مجال البحوث الكيفية، وبناءً على أهداف هذه النوعية من البحوث، وحيث أن هذا البحث يهدف إلى تعرّف ظاهرة ارتبطت بمحاولة تعرّف أوضاع الاعلام الأردني والمشكلات التي تواجهه، لذلك فإنها تعدّ من نوعية الدراسات الوصفية، وقد دخل هذا الأسلوب حيز الانتشار بعد الحرب العالمية الثانية، وأصبح أحد الأدوات الأساسية للباحثين، وظهر استخدامه في بحوث العلوم السلوكية عضواً بارزاً وفرداً في عائلة البحوث الكمية، التي تجري في إطار البحوث الإثنوغرافية والمناهج الإسقاطية (ستيوارت وآخرون، 17).

والمجموعات البؤرية هي أداة لجمع المعلومات، تعتمد نوعاً خاصاً من المقابلات من حيث الغاية والتصميم والإجراءات، وهي مناقشة مخططة بين (7-12) شخصاً ذوي اهتمامات مشتركة، وتهدف إلى الحصول على معلومات متعلقة بموضوع محدد في جو مريح وآمن (Krueger, p6) ولأغراض هذه الدراسة تكوّنت مجموعة التركيز من مجموعة من (الإعلاميين)، ومن (الأكاديميين)، ومن (المسؤولين والبرلمانيين) الذين لهم معرفة عالية وخبرة واسعة بهذا المجال.

#### الميسر

يعد الميسر أحد العناصر المهمة في المجموعات البؤرية المعمقة، حيث يجري اختيار الميسر بعناية كأن يكون خبير في المجال، أو مستشار في التخصص، كشخص محايد في الاختبار.

#### المتطلبات

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة جرى اختيار مجموعة من أصحاب الخبرة الكبيرة في هذا المجال، والذين يقومون بحكم عملهم وتخصصهم بإدارة الكثير من هذه الجلسات أو ما يشابهها على نحو دائم، وهناك العديد من المتطلبات لا بد أن تتوافر قبل البدء، وكذلك وأثناء وبعد الجلسة، والمجموعة الجيدة أيضاً لا بد أن يكون فيها مدوّناً للملاحظات ويأخذ بعين الاعتبار ما يلي:

#### ● متطلبات قبل الجلسة

لا بد للميسر أن يقوم بعدة تجهيزات قبل الجلسة كتحديد الزمن والمكان: تحديد مكان الجلوس.

- المتطلبات الورقية: توفير مجموعة من الأدوات الورقية، مثل نموذج تسجيل المشاركين بالجلسة، ونموذج الموافقة الخطية، ودفتر لتدوين الملاحظات.

- المعدّات: توفير جهاز تسجيل صوتي وأيضاً معدات تصوير.

- التحضير لموضوع الجلسة: لا بدّ للميسر أن يكون له فهم كافٍ عن موضوع الجلسة، كأن يفهم دليل تنفيذ مجموعة النقاش وما يحتويه من محاور، ويجب عليه أن يكون محايداً، وأن يضبط نفسه عند النقاش.

#### ● متطلبات في أثناء الجلسة

هناك العديد من المكونات عند تنفيذ الجلسة: كالتقديم من خلال شكر المشاركين في هذه الجلسة وتعريف الميسر عن نفسه وتوضيح الأهداف المرجوة من هذا النقاش ومخرجات ما بعد الجلسة وقائمة المشاركين والتسجيل الإلكتروني للجلسة والتوثيق اليدوي للنقاش.

**الدليل:**

من خلال الدليل الذي جرى إعداده؛ تمت مناقشة عدد من القضايا التي طرحت وتمثلت بمايلي:

1. حالة الاعلام الأردني.
2. حالة الاعلام الخاص.
3. حالة الاعلام الرسمي.
4. وسائل الاعلام الحديثة.
5. المضمون الاعلامي.
6. التدريب والتأهيل الاعلامي.
7. الحريات الاعلامية.
8. التشريعات الاعلامية.

**التخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة**

التخطيط الاستراتيجي لحملات العلاقات العامة هو عملية وضع الاهداف الاستراتيجية (او المفاهيمية) والاجرائية على نحو قابل للقياس بما يخدم هدفين: اولهما: الاختيار الرشيد او الاستراتيجي للاهداف الاستراتيجية (المفاهيمية) والاجرائية الكفيلة بضمان بقاء ونمو المنظمة التي تفيد في تبرير برامج العلاقات العامة قابلة للتقويم والتدليل الموضوعي على نجاحها او اخفاقها (الجمال والعياد, 175)

وفي الولايات المتحدة الامريكية تستخدم بعض الشركات والقوات المسلحة العديد من المؤسسات الحكومية بالاضافة الى عدد من الممارسين لمهنة العلاقات العامة مصطلح "الشؤون العامة" هذا المصطلح تستخدمه ايضا العديد من الادارات الحكومية في الأردن ومصر والعراق والواقع ان استخدام هذا المصطلح ادى الى حدوث ارباك يضاف الى الارباك الذي يحدثه استخدام المصطلحات الاخرى للتعبير عن هذه الوظيفة وبالاخص ان الوظائف التي تؤديها اقسام ووحدات "الشؤون العامة" تقع ضمن مفهوم العلاقات العامة. فالشؤون العامة هي جزء متخصص من العلاقات العامة وتشمل العلاقات بالمجتمع والعلاقات بالحكومة والتعامل مع الموظفين الحكوميين في المجتمع المحلي كما يشمل العمل مع السلطة التشريعية وجماعات الضغط المختلفة كالمستهلكين وغيرهم (الجوهر, 100)

وترتكز الاستراتيجيات الاتصالية في تخطيطها على رؤية المؤسسة ورسالتها واهدافها ولكل مؤسسة سواء كانت عامة ام خاصة انتاجية ام خدمية فلسفة خاصة بها وغايات واهداف تسعى إلى تحقيقها وعليه فان الاستراتيجيات الاتصالية يجب ان تنطلق في رؤيتها ورسالتها واهدافها من رؤية المؤسسة والاستراتيجية الاتصالية التي قد تأخذ شكل الاستراتيجية الام التي تمثل المؤسسة والاستراتيجية الاتصالية التي قد تأخذ شكل الاستراتيجية الجزئية او الوظيفية التي تعمل على خدمة الاهداف الكلية للمؤسسة. ويشير ( ) ورفاقه الى ان اعداد الاستراتيجيات الاتصالية في مجال العلاقات العامة وتنفيذها وتقييمها يعتمد على اربعة مرتكزات اساسية هي: البحث العلمي والتخطيط والاتصال والتقييم (الصرايرة 281 – 282). وقد يكون للبرنامج اثار رئيسية ثلاث تتمثل في (القاضي 141 – 142):

**التنشيط activation**

حيث يستطيع البرنامج ان يثير اهتمام الجمهور الذي لا يوجد لديه اي اهتمام بالانتخابات او المرشحين بحيث يستطيع ان يغير في قراره نحو الانتخابات كذلك يستطيع ان يزيد اهتمام الجمهور الذي لديه معلومات متوسطة نحو العملية الانتخابية بالاضافة الى قدرة البرامج على زيادة اهتمام الجمهور بالمسائل والقضايا السياسية العامة

● **التدعيم reinforcement**

حيث ان البرامج تعمل على نحو اساسي على تدعيم اتجاهات المؤيدين والتأكيد على الصور الايجابية للمرشح

● **التحويل conversion**

في البرامج تستطيع ان تذكر الناخبين باهتماماتهم وانتمائهم العقائدية وبناء على ذلك فان بعض التغيرات الطفيفة التي قد تحدث في اتجاهات التصويت لدى الناخبين نتيجة لتعرضهما لبرامج معينة يمكن لها أن تؤثر تأثيرًا قويًا وحاسمًا في تغير النتائج النهائية للانتخابات. وبشكل عام فان اي برنامج ناجد لا بد له من ان يحتوي على الخطوات الاساسية التالية:

- 1 تحديد المشكلة
- 2 البحث عن الحقائق
- 3 تحديد الاهداف
- 4 تحديد الجمهور المقصود بالاتصال

## 5 تخطيط البرنامج

## 6 تنفيذ البرنامج

## 7 تقييم النتائج.

وحيث أن جميع مؤسسات الاعلام الرسمية الأردنية يوجد ضمن هياكلها التنظيمية أجهزة علاقات عامة، الا انها لا ولم تقوم بمساندة الاعلام الاردني بخطط عمل واستراتيجيات فعالة قابلة للتنفيذ لتسهم بتطوير الاعلام الأردني وتطويره ضمن رؤى عصرية تتسق والممارسات الفضلى للاعلام , لذلك تحاول هذه الدراسة أن تمهد السبيل لاستراتيجية اعلامية علمية وشاملة.

## عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

توصلت الدراسة للعديد من النتائج الخاصة بأوضاع الإعلام الأردني وآليات تطويره ضمن ثمانية محاور أساسية، تناولت المجالات الحاكمة للعمل الإعلام الأردني كافة، كالتالي:

## أولاً: حالة الإعلام الأردني:

أكد المشاركون أن إعادة الثقة بالاعلام تتطلب جهوداً مشتركة من الجميع، كي تستعيد وسائل الإعلام الأردني حضورها وتعمل كـ "سلطة رابعة"، وما يتطلبه ذلك من أهمية التأهيل المستمر للناطقين الإعلاميين للمؤسسات الحكومية والأهلية، لرفع قدراتهم في مجال الاتصال مع الجماهير المستهدفة بما يحقق الرسالة المرجوة.

وتم التأكيد على الحالة الاعلامية الأردنية وأسس معالجتها وكيفية تطويرها، إضافة لحرية الإعلام في البيئة السياسية والاجتماعية والثقافية، والتشريعات التي تحكم العمل الإعلامي.

ونظراً إلى دور الإعلام في تاريخ الدولة الأردنية فإنه من الضروري أن يكون هناك تركيز وبحث في سلبات هذا الاعلام وإيجابياته، وبخاصة المفاصل الرئيسة في حياة الدولة، سيما مع وجودنا في منطقة ملتهبة كان للدولة مواقفها التي أنقذتها من كثير من المخاطر، منذ حروبها مع اسرائيل في كل مراحلها وحتى هذه اللحظة.

وهذا يبين وجوب وضع الدولة في مقامها الصحيح بين الدول، وما يمكن أن يقوم به الاعلام لإبراز تاريخ الدولة وقوتها ونهجها المعتدل. وبين المشاركون أن الإعلام الرسمي كان هو المتسيد للمشهد، ومن ثم أصبح هناك إعلام خاص له جماهيره ودوره مابين أهمية وجوده في إعلام الدولة شأن باقي دول العالم.

الدولة الأردنية كانت دائماً وابدأ في مقدمة متبنين الانفتاح والحيات ولم تكن مغلقة لأي صوت، أو لأي سقوف محددة من الحرية، لذلك فإنه مع الانفتاح والفضاء الاعلامي الكبير على مستوى العالم وبخاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وبروز دخلاء على مهنة الاعلام فقد أصبح كل مستخدم لهذه الأداة يسعى نفسه ناشطاً إعلامياً أو سياسياً أو حراكياً أو مؤثراً، الأمر الذي أدخلنا في متاهات عديدة.

وكل هذا يدعو إلى وجوب أن يكون هناك نقطة مراجعة ذاتية، تبين إلى أين نحن ذاهبون، وما هي أهداف هؤلاء الناشطين، وعما اذا كان من الواجب أن يكون هناك ضوابط وأحكام تمهين عملهم. إضافة إلى التشريعات الإعلامية المتمثلة بالقوانين والأنظمة وما يتبعها. وتم التأكيد على أنه يجب أن يكون هناك حد للممارسات السلبية ودعم للممارسات الإيجابية، وهذا يتطلب تعديل لبعض القوانين والأنظمة بما يتفق مع التوجهات الدولية ومصلحة الأردن سيما قانون حق الحصول على المعلومات وغيره من التشريعات ذات العلاقة، بما يكفل قيام الإعلام الأردني بوظائفه بمهنية عالية وبعيداً عن التغول والابتزاز واغتيال الشخصية.

والمشكلة الكبرى في العديد من مؤسسات الإعلام الأردني الخاص والعام غياب العقل السياسي لهذه المؤسسات وضعف البناء المهني فيها إضافة إلى معاناتها المالية لعدم وجود مصادر للتمويل، لكن التقصير في الإعلام الرسمي على نحو خاص فإنه يعود إلى الإدارة السياسية للمؤسسة وليس إلى قدراتها الفنية، فعندما يغيب العقل السياسي عن أي مؤسسة اعلامية فإنها تفقد القدرة على تقديم الرسالة أو خدمة اهدافها الوطنية.

## ثانياً: حالة الإعلام الخاص:

أما عن الإعلام الخاص فقد أولاه المشاركون اهتماماً خاصاً نظراً إلى الدور المتنامي الذي يمكن أن يقوم به حاضراً ومستقبلاً. وقد أبرز المناقشون الجوانب التالية:

- إن الإعلام في الأردن وبالرغم من كل التطورات في مجال الاتصالات ما زال مؤثراً، وأن تفاعل الناس مع مواقع التواصل الاجتماعي ليس عملاً اعلامياً بالمفهوم المهني للإعلام كمهنة وصناعة وعلم لكنها أداة للتعبير عن الرأي أو التواصل في القضايا الاجتماعية مع الإشارة إلى أن

- وسائل الاعلام التقليدية تستخدم وسائل الاعلام للنشر وتقديم منتجاتها للجمهور والرأي العام.
- إن الجانب المهني في الاعلام يحتاج إلى عمل منظم ومنهجي، وقد اكتفى المضيون بالحديث عن ضعف المهنية دون أن نمتلك مساراً متكاملًا لمعالجة هذا الضعف.
- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مرجعاً للجمهور في البحث عن الأخبار، وبالمقابل فإن الإعلام التقليدي من صحف وفضائيات وإذاعات يمكنه أن يحول مواقع التواصل الاجتماعي إلى جزء من أدواته للإنتشار، وهذا يحتاج إلى أداء مهني يواكب سمات مواقع التواصل وأهمها: سرعة الخبر ودقته.
- الكثير مما قيل عن محاولات لإصلاح الإعلام الخاص كانت إما قرارات إدارية لم تحقق الهدف المنشود أو محاولات غير مكتملة تأثرت بالتغيرات في مواقع صنع القرار أو بالتغيرات التي طرأت على أدوات الإعلام، سيما كثرت التغيرات غير المبررة لوزراء ومدراء الإعلام وعدم فهمهم للمشهد الإعلامي محلياً ودولياً.
- لجوء الحكومة خلال الفترة الأخيرة من خلال هيئة الإعلام إلى فرض غرامات على التأخير في دفع الرسوم، وما لهذا الأمر من تأثير كبير في الإعلام الخاص سيما الفضائيات والإذاعات. وقد ترتب على ذلك إغلاق بعض هذه المحطات العربية والمحلية التي كانت تحمل رسالة الأردن وتتيح فرص عمل للكثير من المتخصصين بالإعلام والهندسة وغيرها من التخصصات النوعية.
- لا تزال رسوم ترخيص الإذاعات مرتفعة مع ضعف المردود الإعلاني خاصة في أطراف المملكة التي غالباً لا يسمع بها إلا إذاعات الدول المجاورة وهذا ينطبق أيضاً على الفضائيات ووسائل الإعلام المطبوعة وما فرضته الحكومة من رسوم على الصحف الإلكترونية مخالفة بذلك لتعهداتها في أثناء تعديل قانون المطبوعات والنشر.
- بالرغم من تركيز الاستراتيجية الاعلامية على التدريب ووجوب إيلائه أهمية خاصة لتطوير العمل الإعلامي وخلق مراكز تدريب لرفع مهنية العاملين بوسائل الإعلام الخاصة تكون مدعومة من الحكومة، إلا أن هذا الجانب لا يزال مهملاً ولم ينفذ إلا من خلال بعض الورش والدورات التدريبية التي تقوم بها بعض المنظمات الممولة من جهات أجنبية مجهولة الأهداف، وفيها أحياناً خرق لسيادة الدولة.
- لا تزال وسائل الإعلام والإعلاميين في الأردن بحاجة إلى المزيد من التسهيلات وعدم التمييز أسوة بوسائل الإعلام العامة خاصة التلفزيون الأردني لتزويدهم بالمعلومات وحضور الجلسات والاجتماعات العامة وباستضافتهم في قضايا الشأن العام من خلال وسائل الإعلام الخاصة.

### ثالثاً: حالة الإعلام الرسمي:

- وحول الإعلام الرسمي بين المشاركون أن تراجع الإعلام التقليدي المتوازن على حد وصفهم أمام تقدم الإعلام الإلكتروني أحدث فراغاً كبيراً في جسم الدولة الأردنية نفسها.
- فما زال الإعلام الأردني يعيش مرحلة الفزعة بعيداً عن التخطيط ووضوح الأهداف.
- وأن فشل أي سياسة للحكومة لتحملها الإعلام الرسمي خاصة أن غياب المعلومة الدقيقة تعطي المجال للإشاعة، وبعد ذلك يطلب من الإعلام الرسمي ملاحقة الإشاعة ودحضها، ويتهم بالقصور. والمطلوب أن يأخذ الإعلام الرسمي حق المبادرة في التعامل مع الخبر العاجل، بدون خوف خاصة من وزراء الإعلام.
- والإعلام الرسمي الذي لعب دوراً كبيراً في حياة الدولة الأردنية وحمل رسالتها، تعرض لتراجع أمام مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الاخبارية. حيث يمنع كثيراً من نقل اجتماع معين لأحداث مهمة التي تبث مباشرة على الفيسبوك، مما يعطي فرصة للإعلام غير المحترف والهاوي أن يتصدر المشهد الوطني.
- لذلك على الحكومة أن تؤمن للإعلام الرسمي مصادر معلومات دقيقة، كونه يعد المرجعية لأي حدث مهم على مستوى الوطن، وإلا فالنتيجة تقوية الإعلام الآخر على حساب الإعلام المحترف ونهوض وسائل إعلامية لا تمتلك أي نوع من المهنية والحصافة الإعلامية.
- وبين المشاركون أنه من المستغرب أن يكون عمر الدولة الأردنية قارب على المئة عام وما زلنا نتساءل عن السبب وراء عدم وجود سياسة إعلامية أو استراتيجية إعلامية للدولة قابلة للتنفيذ والتجديد ولا يزال شكل الخاطب الإعلامي غير واضح.
- أما عن الحالة الإعلامية في الأردن فإن ما يصلح لأمبركا وسويسرا لا يصح تطبيقه بناءً على ضغوطات منظمات دولية، مبينين أن الإعلام الأردني تصرف بسلوك دولة أو صحفي يعمل بشبكة CNN أو بالمعايير القيمية والأخلاقية التي يعملون بها في الغرب.
- وأكد المشاركون على أن التلفزيون والإذاعة الأردنية كانت تضع أجندة الجماهير ومثلت هذه الوسيلة في إحدى الفترات الهوية الوطنية، كما شكلت معالم الخطاب الإعلامي الأردني، دون الحاجة لوزارات أو هيئات، حيث عكست الشخصية الوطنية بالمحتوى الإعلامي، ثم جاءت اليوميات والمطبوعات ضمن مستوى عال بفترة مهمة أنعشت الديمقراطية، قبل أن يتراجع حضور التلفزيون والمطبوعات اليومية والأسبوعية ومنها ما انتهى



على نحو كبير، تاركة المجال للمواقع الإخبارية كهم يورق الدولة الأردنية.

#### رابعاً: وسائل الإعلام الحديثة:

- وبالنسبة لوسائل الإعلام الحديثة، فقد جرى إيلائها اهتماماً خاصاً، خاصة مع تزايد الحديث عنها إيجاباً أو سلباً ونقد أدائها في كافة المحافل الإعلامية تقريباً وكذلك الأكاديمية، وضمن هذا المحور تم التركيز على التالي:
- الإعلام عملية متكاملة، وهناك ضعف في مخرجات كليات الإعلام، نتيجة لضعف مستوى خريجي الثانوية العامة لأسباب كثيرة تتعلق بالمنهج وسوء أوضاع المدرسين وبخاصة المادية منها.
- المشكلة ليست مشكلة إعلام، بل هي مشكلة مواطنين عاديين يخرجون على وسائل التواصل الاجتماعي، ولا ينبغي وضع الإعلام في سلة وسائل التواصل، ويجب التمييز بينهما.
- يوجد كثير من الأشخاص على مواقع التواصل أغلبهم من خارج الأردن، ويتكلمون عبر سقف عال جداً، ويقدمون ما يعتقد أنها حقائق، ولكنها بالواقع كثير من الخيال والقليل من الحقيقة، بهدف تقديم قصص تطرب السامعين، وهنا كإقبال شديد على الاستماع إليهم ومتابعهم، حيث وصلت المتابعات عند بعضهم لأكثر من نصف مليون، وهو رقم لم يحصل عليه أي إعلامي في أي موقع رسمي.
- الحكومات الأردنية دأبت على تقديم ما ترغب بتقديمه وليس ما يرغب الشعب بسماعه أو معرفته، مغيبة المعلومات المهمة بينما المعلومات التافهة هي التي تتوفر.
- على الدولة الأردنية تحديد هويتها، وأن تحدد شكل الأردن الذي نحن عليه اليوم الذي نريد أن نذهب باتجاهه، وكذلك أن تحدد قيم الدولة الأردنية، ووجوب صياغة هذه القيم في كل أشكال الإعلام.
- نعيش اليوم حالة لا مثيل لها إلا ببعض الدول الخليجية، حيث ينافس الإعلام الممول حكومياً الإعلام المستقل وهذه مسألة خطيرة، سيما أن لدينا وسائل إعلامية عديدة ممولة من مؤسسات الدولة وأجهزتها المختلفة.
- وسائل الإعلام كافة المصنفة بدرجات بين رسمي ومستقل وإذاعة مجتمعية، بالواقع جميعها وسائل إعلامية مملوكة لأدوات وأذرع الدولة، ويقف أمامها القطاع الخاص الذي أصبح ضئيلاً صغيراً غير قادر على المنافسة ولا يستطيع أن يحصل على الإعلانات التي تذهب باتجاه وسائل الإعلام الرسمي، وهذا يؤثر في إمكانية بقاء وسائل الإعلام الأخرى (الحديثة) نتيجة تحويل التمويل عنها.
- على الحكومة ترك القلق وأن تبدأ بالأفعال، وعدم الخوف مما يكتب ويُقال على مواقع التواصل، فالأفعال أعلى صوتاً من الأقوال، فالشعب ليس ساذجاً وهو واع ومدرك ويسأل، أين أفعالكم ومصداقيتكم.
- الأردن بحاجة لتقديم المعلومات بسرعة، وأن نتعامل بلغة العصر سيما وأننا نعيش بعصر الفضاء المفتوح، فهناك أكثر من 2000 قناة عربية، وعدد هائل من المواقع على اليوتيوب والفيسبوك وتويتر، داعية الحكومة إلى البدء بتأهيل مندوبيها والناطقين الإعلاميين لها بكل الوزارات ليخرجوا ويقدموا المعلومات للناس أولاً بأول.
- لا أحد يستطيع السيطرة على أدوات الاتصال الحديثة، ونحن بعصر ما بعد العولمة؛ فعندما اخترعت وسائل الاتصال الحديثة كان هناك غاية من ورائها، وصبحت لديهم الآن قاعدة بيانات ضخمة عن كل شخص كيف يفكر، وأمامهم معلومات مجانية يستطيعون من خلالها أن يكونوا فيها فكرة عن كل فرد فنيا صغيراً وكبيراً، ولا أحد يستطيع السيطرة على الفضاء، لذلك نحن بحاجة لثقة ومصداقية وقوة وجراً وتمكن من المعلومة التي يقدمها المسؤول.
- تعدد المرجعيات الإعلامية بالدولة نتج عنه جسم تقوم عليه رؤوس عدة، وخيوط متعددة لا أحد يستطيع الإمساك بالخيط الرئيس ويضعه على الطريق الصحيح.
- المغالطات التي نسمع بها بالروايات الإعلامية على أي حدث سببها عدم وجود مطبخ لصنع القرار الإعلامي في الدولة.
- بدأت مواقع التواصل تفرض شكل الخطاب واهتمامات الجمهور، ولو أجري تحليل لمضمون الصحافة لوجدنا أن حديث أغلب الناطقين الإعلاميين على مستوى الوزارات والأمن والدولة هو رد على ما بنشر بمواقع التواصل، وهذا يدل على الحضور والتأثير القوي لهذه المواقع، ولذلك يجب عدم ترك هذا الفضاء الافتراضي وأصحاب الأجندات المغرضة يتسبدون المشهد الإعلامي.

#### خامساً: المضمون الإعلامي:

يُعد المضمون الإعلامي من أكثر الموضوعات أهمية، التي يجري تداولها خلال العقد الأخير بين المهتمين والمختصين بقضايا الإعلام في الأردن بكثير من النقد وأحياناً الاتهام، وقد تناول المشاركون هذا المحور ضمن الآتي:

- وجوب ضبط المصطلح الإعلامي وتحديد ما إذا كان هناك إعلام تقليدي وإعلام غير تقليدي.
- هناك تضليل للمصطلح وانحياز لشكل جديد من أشكال الإعلام، أو التواصل مع الناس، لأن ما ينشر على مواقع التواصل ليس إعلانًا بمعنى الصناعة والمهنة، وبالتالي لا يوجد لدينا إعلام تقليدي، وهذا يعد جزء من التضليل الذي مارسه الدولة الأردنية عندما احتضنت نشطاء التواصل الاجتماعي وحملتهم معها لكل أصقاع العالم، والمطلوب اليوم شيطنتهم.
- وهناك شكلين من الخطاب بالحالة الإعلامية الأردنية، أولهما خطاب تقليدي تقوده المؤسسات الإعلامية التقليدية محطات التلفزة والإذاعة والمطبوعات والمواقع الإخبارية، وهذا خطاب جاد رصين مسؤول ملتزم بثوابت الدولة الأردنية لأنه مؤسسي ويقوم على عمل احترافي مهني، ويعرف الموضوعية والحيادية، ويقوم على التنافسية بالسبق الصحفي والمعلومات وتنوع المصادر والحيادية، ويجب الحفاظ عليه ودعمه فهو خطاب يبرز وقت الأزمات.
- أما الشكل الثاني فهو الخطاب الذي يورق الجميع ونعاني منه على المستوى الأفراد والدولة ممثلًا بمواقع التواصل الاجتماعي أو "خطاب الكراهية"، حيث لأول مرة بتاريخ الدولة بدأ يبرز خطاب الكراهية وفي خضم أزمات الدولة الأردنية كافة لم يبرز أو يتداول خطاب الكراهية أبدًا، وكما هو الآن، وهذا الخطاب بدأ يفرض نفسه وعلى أستحياء كخطاب جهوي يتجدد ويغيب من فترة لأخرى سيما في جانب التشجيع الرياضي.
- نتج عن تعدد المرجعيات الإعلامية بالدولة جسم تقوم عليه رؤوس متعدد، وخيوط كثيرة لا أحد يستطيع الإمساك بالخيط الرئيس منها ويضعه على الطريق الصحيح.
- برزت العيد من المغالطات بالروايات الإعلامية على أي قضية مثل: أحداث الكرك وخليّة إربد والركبان سبها عدم وجود مطبخ لصنع القرار الإعلامي في الدولة.

#### سادسًا: التدريب والتأهيل الإعلامي:

- تزايد الاهتمام بالتدريب وتأهيل الإعلاميين خلال العقدین الأخيرین على نحو بارز وذلك للتطورات السريعة والمتلاحقة في مجال التكنولوجيا الاتصال والأفق الذي شهده العالم في المجالات كافة؛ ولذلك ركزت الاستراتيجية الأردنية للإعلام على هذا المجال. لكن على الرغم من ذلك لا تزال هذه المسألة عامل أرق للإعلاميين والمسؤولين عن الإعلام الأردني. وبناء عليه فقد توصل المشاركون إلى مجموعة من الأمور ذات الاهتمام المشترك وهي:
- إن عملية تدريب الإعلاميين وتأهيلهم تتطلب تأسيس مراكز إعلامية متخصصة لتقديم محتوى إعلامي يتميز بالمهنية والاحترافية.
- الدعوة إلى وجوب وجود مراكز للدراسات والتدريب خاصة بكل وسيلة إعلامية، متساقلين كيف نخاطب الرأي العام ونحن نعتمد معلومات على معلومات مضللة.
- إعادة الثقة بالإعلام الرسمي، خاصة المواد الإخبارية والإسراع بنقلها.
- حاجة الناطقين الإعلاميين لتدريب مكثف وتأهيل صحيح للقيام بدورهم بمهارة، وبخاصة في الأحداث المهمة، حيث أصبح الخطاب الإعلامي غير مقنع عند خروجه في مثل هذه الأحداث.
- التدريب على أهمية التمييز بين الغث والسمين بين ما تقدمه الجهات الإعلامية بمختلف أنواعها من معلومات للمواطن الأردني.

#### سابعًا: الحريات الإعلامية:

- أما عن الحريات الإعلامية فقد جرى التأكيد على:
- أن مؤشرات حرية الصحافة بالأردن وحق الحصول على المعلومات بحسب المؤشرات العالمية لا تليق بالأردن بعد 100 عام على إنشاء الدولة الأردنية.
- في ظل هذا الوضع والوقت الذي نعيشه الآن، فإن أفضل حل لمعالجة هذه المشكلات هو بالرجوع إلى قوانين الخمسينات من القرن الماضي، داعيًا إلى الاستفادة من تجارب الدولة الديمقراطية.
- إن ما يحدث الآن هو نتاج زواج بين المعلومات والتكنولوجيا، ورد الفعل على التكنولوجيا ليس الفعل إلا فعل استباقي للإفادة منها ونحن بحاجة لمن يؤمنون بأهمية التكنولوجيا ويديرونها جيدًا.
- التأكيد على الجهد الإعلامي الأردني الممثل بالاستراتيجية الإعلامية والأجندة التنفيذية التي وضعت لها، وتم التساؤل عن السبب وراء عدم تطويرها الآن.

### ثامناً: التشريعات الإعلامية:

وحيث أن الدولة الأردنية لديها اتجاهات واضحة لتغيير أو تعديل بعض القوانين النازمة للعمل الإعلامي ومواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها قانون المطبوعات والنشر وكذلك قانون حق الحصول على المعلومات وقانون الجرائم الإلكترونية وغيرها، فقد ختم المشاركون نقاشاتهم بهذا المحور مركّزين على:

- إن الإعلام علماً له أسس وثوابت وسياسات، وفي الوقت نفسه إلى أن حال الإعلام بالأردن أصبح لا يملك الرؤيا ولا يحمل رسالة، وعلى ضوء ذلك فإننا بمجال الإعلام وبفترات معينة قطعنا خطوات جيدة لكنها أخفقت في السنوات الأخيرة وتراجعت على نحو لافت للانتباه، إضافة إلى عدم اتفاق بعض التعديلات على التشريعات الإعلامية مع المعايير الدولية.
- هناك توجهاً لتعديل قانون الجرائم الإلكترونية وبعض الأنظمة والتعليمات الحاكمة للإعلام والمتعلقة بالحريات الإعلامية دون مبرر، سيما وأن التوقيت غير مناسب، وهناك إجراءات أفضل يمكن اتباعها كالتنظيم الذاتي وزيادة المهنية.
- لا بدّ من تحديد البوصلة، عما إذا كنا نريد بالإعلام دولة مدنية دون سطوة الدولة وعلاقتها، سيما أننا ما زلنا نعاني بالإعلام من سطوة المعلن، والبيئة الاجتماعية والعشائرية، وسطوة الأجهزة.
- بدون فض الاشتباك بين هذه المدخلات الثلاثة وإعادة ضبط المصطلح في التعريف والتوضيح سنبقى نتلاحق دون أن يكون هناك قانون معد للجرائم الإلكترونية متلائم ومتساوي ومتناغم مع حق الحصول على المعلومة، لذلك لن يكون لهذه الجهود جدوى.
- الأولى تعديل قانون حق الحصول على المعلومات ومن ثم الحديث عن قانون الجرائم الإلكترونية، فالأولى معرفة حقوق ثم الواجبات التي علي، فإذا صنفنا أنفسنا بالإعلام أننا أميين على الناس، فإنه يجب أن نتبنى هذه القضايا وأن نكون نحن من نريد حقوق الناس ثم واجباتهم.
- الدولة في كل أزمات الإعلام كانت تبعية عند أو مفترق، فالدولة باعت الإعلام أمام مواقع التواصل، والإعلام ليس معني بإخراج الحكومات أو مؤسسات الدولة من مأزقها، بل بتثبيت واقع إعلامي محترم يقوم على تقديم الحقيقة للناس ولا شيء غير الحقيقة.
- إن عدد الصحفيين الناقدين الذين يجرون التحقيقات الصحفية أصبح قليل جداً بسبب ما يتعرضون له من ضغوطات هائلة وتهديدات وعراقيل تمنعهم من حقهم في الحصول على المعلومة، في حين أن باقي الإعلام يتمحور حول الأخبار الاعتيادية علماً بأن المواطن دائماً يبحث عن الجديد من الأخبار التي تهمة.

### تاسعاً: الاستنتاجات والتوصيات:

أكد المشاركون من خلال نقاشاتهم المعمقة على مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات وهي:

1. الاقتراح بأن تتبنى الحكومة استراتيجية جديدة لإصلاح الإعلام تكمل ما بدأته الاستراتيجيات السابقة التي كانت بين عامي (2015-2011)، حيث تضمنت العديد من البنود الإيجابية التي تحتاج إلى استكمال بما فيها التشريعات التي يجب أن يجري تقييمها لغايات التطوير بعيداً عن ضغط الظروف أو المراحل.
2. وبخصوص الاستراتيجية الإعلامية فإن الاستراتيجيات يضعها الخبراء والعارفون، ولا يجوز إعدادها دون مشاركة الجسم الإعلامي بكافة مكوناته، إذ يجب أن توضع لها الخطط التنفيذية المناسبة وأتتخذ من قبل مسؤولين واثقين من أنفسهم وغير موجّهين ومطلعين على مبادئ الإعلام الأساسية وتشريعاته والتوجهات المحلية والدولية بهذا الخصوص، ولا بد من وضع سياسة إعلامية مكتوبة ومفهومة.
3. قانون حق الحصول على المعلومات يعدّ نقطة مضيئة، كوننا بدأنا به قبل الآخرين، وفي الوقت نفسه القانون يعاني من إشكاليات معينة يجب إعادة النظر بها ليصبح مقبولاً من الجميع، وأن حق الحصول على المعلومات لا يجب أن يعطى لجهة واحدة، بل يجب أن يدعم من الجميع.
4. الإعلام دائماً وأبداً يعكس البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية التي يعمل فيها، فهو انعكاس مباشر لهذه البيئة، والبيئة التي نراها بالأردن هي بيئة متخبطة وتائهة وبالتالي انعكس هذا الوضع على الإعلام.
5. الأردن أول دولة عربية عملت بقانون حق الحصول على المعلومات في عام (2007)، وتبعتها ست دول عربية استفادت من القانون الأردني الخاص لضمان حق الحصول على المعلومة وحسنت مكانتها. ومنذ عام (2011) كان الأردن أول دولة دخلت بشراكة الحكومة المنفتحة، وضمن مبادئ الدخول لهذه الشراكة التي تض 75 دولة كان تسهيل حق الحصول على المعلومات في الأجنحة الأردنية الأولى والثانية والثالثة التي قدمت كانت تنص على أن: تلتزم بتسهيل حق الحصول على المعلومات للمواطنين والصحفيين ضمن المعايير الدولية والممارسات الفضلى.
- لذلك جرى التعديل على قانون (2007) وأرسل إلى مجلس النواب في العام (2012)، ولكن جرى لوم الحكومة الأردنية بتقارير UBI، والمستغرب أنه جرى إضافة مشروع القانون المعدل لضمان حق الحصول على المعلومات لعام (2012) بآخر 24 ساعة من الدورة الاستثنائية.
- إن التعديلات الموجودة على القانون الذي ذهب لمجلس الأمة ممتازة، لكنها خطوة لا يمكن لقانون حق الحصول على المعلومات بالأردن أن يتفعل

ويخدم الشعب الأردني من دون تعديل "قانون حماية أسرار الدولة رقم 50/1971".

6. وفي ما يتعلق بمشروع القانون المعدل لقانون الجرائم الإلكترونية فإن حكومة الرزاز قدمت مشروع القانون ولم تضيف عليه أي كلمة واحدة على ما أضافته حكومة الملقي، وأحالوه بعدها للجنة القانونية.

حيث أضافت حكومة الملقي نقطة تتعلق بالإرهاب، علمًا بأنه لدينا قانون خاص بمكافحة الإرهاب، وبالتالي فإن مكان هذه النقطة ليس هنا، أما النقطة الثانية التي أضيفت كانت تعريف لخطاب الكراهية: الذي عُرف بأنه: "كل قول أو فعل من شأنه إثارة الفتنة والنعرات الدينية والطائفية والعرقية والإقليمية تميز بين الأفراد والجماعات"، مشيرًا وهذه الكلمات موجودة في المادة (150) من قانون العقوبات ومدة عقوبة الحبس لها تتراوح بين 6 شهور إلى 3 سنوات أو غرامة تصل قيمتها إلى 500 دينار، وموجودة في المادة 38 من قانون المطبوعات، ومن يخالف هذه العبارات عليه دفع غرامة 20 ألف دينار، وعند إضافتها إلى قانون الرائم تصبح أمام القاضي 3 خيارات.

وعليه أيهما أخطر بإيصال المعلوما من يملك فضائية أم من له حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، وأنه في قانون المرئي والمسموع بالأردن لا يوجد عقوبة سالبة للحرية، وأن التعديلات التي قدمتها الحكومة غير أضافت نص تعريف خطاب الكراهية كانت مضاعفة العقوبات والحبس من 3 سنوات إلى 5 سنوات، والجنحة أصبحت جنائية. وبعد 3 سنوات على البدء بتطبيق القانون نجد أنه في كل سنة هنالك ارتفاع بعدد الشكاوى في وحدة الجرائم الإلكترونية التابعة إلى الأمن العام عن سابقتها، مما يهمني ليس عدد الشكاوى، وإنما مدى تأثير أحكام القضاء في حفظ حقوق الناس بالمجتمع الأردني، لذلك لا بد من التعديلات الموجودة على مشروع قانون الجرائم الإلكترونية.

وبهذا التوقيت لا داعي لأي قوانين سالبة أو مقيدة للحرية، فالشارع الأردني محتقن في ظل ظروف اقتصادية سعبة جدًا، وبالرغم من أن هناك مبررات وجيهة لإعادة النظر باقنون الجرائم الإلكترونية إلا أن إتاحة المجال للناس أن تتنفس وتعبّر عن نفسها أقل خطرًا من تكميم الأفواه وكبت الغضب بالصدور الذي قد ينفجر بأي لحظة

وبالنسبة لقانون الجرائم الإلكترونية فيجب إلغاء كل المواد التي تتعلق بحرية التعبير من هذا القانون وإعادته لمسامه السابق "قانون جرائم تقنية المعلومات" وليس قانون الجرائم الإلكترونية، لأنه حتى الاتفاقية العربية وكل الاتفاقيات ذات الصلة في هذا الإطار لا تتكلم عن هذه النوعية من الجرائم، حتى أن معظم القوانين العربية التي تشبه هذا القانون تتحدث عن جرائم القرصنة وما إلى ذلك فلا تحشر جرائم التعبير بهذا القانون. وحول جريمة الكراهية فإننا ملزمون بموجب الاتفاقيات الدولية أن نضع تعريفًا لجريمة الكراهية، وأن مكانها الصحيح بقانون العقوبات.

## المصادر والمراجع

- الجمال، ر.، و عياد، خ. (2008). إدارة العلاقات العامة: المدخل الاستراتيجي. (ط2). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الجوهر، م. (2004). المبادئ والتطبيقات - رؤية معاصرة. (ط1). دبي: دار القلم.
- الدليبي، ع. (2016). نظرية الاتصال في القرن الحادي والعشرين. (ط1). عمان: البازوري.
- الصرايرة، م. (2017). العلاقات العامة الأسس والمبادئ. (ط2). أريد: دار مكتبة الرائد العلمية.
- الغالي، ط.، و العامري، ص. (2005). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- القاضي، أ. (2019). أساليب الدعاية الانتخابية وتأثيرها في السلوك الانتخابي: الأردن أنموذجاً. (ط1). عمان: شركة البيروني للطباعة والتوزيع.
- توماس، م. (2005). الاعلام الدولي: النظريات - الاتجاهات - الملكية. (ط1). العين: دار الكتاب الجامعي.
- جلي، ع. (1986). تصميم البحث الاجتماعي: الأسس و الاستراتيجيات. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- حجاب، م. (2004). نظريات الاتصال. القاهرة: دار القلم للنشر.
- عبد المجيد، ر. (2013). دفاتر السياسة والقانون. الجزائر: جامعة قاهري مرباح وزملة.
- كروغر، ر. (1998). الاعتدال مجموعات التركيز. كاليفورنيا: سيج.
- نورون، ج. (1995). نظرية المسؤولية الاجتماعية في آخر يمين: إعادة النظر في أربع نظريات. أوريانا: مطبعة جامعة إلينوي.

## References

- Abdelmajid, R. (2013). Qahri Marbah University and Zamla. Algeria: Political and Law Books.
- Al Johar, M. (2004). Public Relations: Principles and Applications - Contemporary Vision. (1<sup>st</sup> ed.). Dubia: Dar al-Qalam.
- Al- Mostly, T., & Al Ameri, S. (2005). Social Responsibility and Business Ethics, Amman: Wael Publishing and Distribution House.
- Al-Dulaimi, Abd. (2016). 21st Century Communication Theory. (1<sup>st</sup> ed.). Amman: Alyazori.
- Al-Jamal, R., & Ayad, Kh. (2008). Public Relations Department: Strategic Entrance. (2<sup>nd</sup> ed.). Cairo: Egyptian-Lebanese House.
- Al-Qadi, A. (2019). Electoral Advertising Methods and Their Impact on Electoral Conduct: Jordan as a Model. (1<sup>st</sup> ed.). Amman: Al-Biruni Printing and Distribution Company.
- Krueger, R. (1997). Moderating focus groups. Sage publications.
- Nerone, J. (1995). Last rights: Revisiting four theories of the press.