التحديات التي تواجه الصحافة الأردنية المطبوعة

إعداد / رنيم فاروق سليمان الدويري*

إشراف/ أ.د. محمود علم الدين**

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التحديات التي تواجه الصحافة الأردنية المطبوعة، وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها (22) مفردة من الخبراء الأكاديميين في كليات الإعلام بالجامعات الأردنية وممارسين في الصحف المطبوعة والالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي واقتصاديين في الأردن، وتنتمي الدراسة للدراسات المستقبلية متبنية النمط الاستهدافي، معتمدة على مجموعة من أدوات جمع البيانات وهي استمارة دلفي ومصفوفة التأثير المتبادل وأسلوب كتابة السيناريوهات، كما استندت الدراسة على منهجي المسح الإعلامي والمقارن.

الكلمات الدالة : الصحافة المطبوعة

المقدمة

ازدادت أهمية الصحف المطبوعة لأنها تشتمل على المعلومات لحظة وقوعها وتبقي القراء على إطلاع إزاء الأحداث الداخلية والخارجية فهي مصدر غني بالمعلومات، فعلى الرغم من المنافسات الحادة من وسائل الإعلام الأخرى إلا أنها مارست الصحف تأثيرا كبيرا بسبب المزايا المتأصلة في كونها منخفضة الثمن نسبيا وقابلة للحمل ومتاحة على نطاق واسع وهذا يؤكد أنها مصادر رئيسية للمعلومات كونها تتضمن البيانات الرسمية والخطب والقوانين والمراسيم الجديدة والمناقشة والسياسة[1]، وتتبلور صفات الصحافة الجيدة من خلال توفير المعلومات الحقيقية والإبلاغ عنها وقت وقوع الحدث وتحليل وتفسير ونشر الأخبار للصالح العام وتقديم نقد حاسم وجادّ للموضوعات والاستغلالية والترفية عن كاهل القراء من خلال الأشكال الأدبية والبصرية لسرد القصص التي تسخر بشكل فعّال الإمكانات الجمالية للسرد غير الخيالي[2].

واكبت الصحافة الأردنية وتناغمت مع مستجدات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأسلوب دائم وملتزم، مبدية روحًا إيجابية تتفق مع رسالتها الإعلامية التنموية الهادفة الساعية لخدمة الصالح العام و المجتمع ولتحقيق ذلك استعانت بتوظيف كافة الفنون الصحفية من الخبر إلى التحليلات التي تسخر فيها جميع

* باحثة دكتوراة بقسم الصحافة كلية الاعلام – جامعة القاهرة

**أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

إمكانياتها التحريرية والمهنية في مجابهة المشكلات الاجتماعية الحساسة والمُلحة، كما إن هناك دورا مهما تَطَلع به الصحف من خلال مقالاتها الافتتاحية التي تكرسها للتفاعل اليومي مع الأحداث المهمة على الصعيدين الداخلي والخارجي والمتصلة بالمصالح العليا للدولة الأردنية.

فإن الاستخدام المتزايد للانترنت أدى إلى تكثيف المنافسة التي يواجهها ناشري الصحف مما جعلها تطمح إلى جذب أعداد كافية من القراء الشباب في ضوء تراجع مبيعات الأخبار ومبيعات الوصول إلى الجمهور، ومكنت تقنية الانترنت ناشري الصحف من ابتكار منتجاتهم واستهداف جماهير جديدة وتوطيد العلاقة مع القراء الحاليين عن طريق جمع معلومات القارئ وإنشاء اتصال ثنائي الاتجاه معهم وغير الانترنت عمل الصحف ومظاهرها بالكامل وأن المنطق الإعلامي الحالي يتطلب التفاعل والفورية والوسائط المتعددة وهذا أدى إلى ظهور قرع ناقوس انتهاء الدور التقليدي للصحف كحارس بوابة ودورهم الجديد سيكون هو تسهيل الاتصالات بين القراء والصحفيين كما أن المحررين عبر الانترنت يعملون في نفس البيئة السياسية والاقتصادية ويواجهون على الأقل نفس المشكلات وقيود الوقت التي يواجهها نظرائهم غير المتصلين بالانترنت[3].

وفي ضوء ما سبق، تأتي هذه الدراسة للتعرف على أبرز التحديات التي تواجه الصحف المطبوعة الأردنية كمصادر التمويل ووضعها المالي وتراجع مقروئتها ومنافستها من قبل المنصات الرقمية التي باتت تستحوذ على جزء من الإعلانات والمعلنيين مما أسفر ذلك بالتأثير على أداء وتواجد الصحف.

مشكلة الدراسة

تعتبر الصحف المطبوعة من الوسائل الإعلامية التي تمكنت من استقطاب الكثير من القراء نتيجة التزامها بتقديم الأخبار الموضوعية والأكثر دقة إلا أن مع ظهور ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والمنصات الرقمية كالصحف الالكترونية ومحركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي مما أحدث تنوعا في مصادر المعلومات وهذا كان له انعكاسات إيجابية على الصحف المطبوعة كتسويق منتجها الإخباري وإختصار خطوات إنجاز عملها بالمقابل أفرز علها تلك التقنيات تحديات وتراجع أهمية تلك الصحف وتراجع مقروئيتها وفقدان المعلنين والقراء وتراجع إيراداتها مما جعلها تتحمل أعباء تلك التحديات ولحاق الخسائر بها مما جعل البعض يتنبأ بإختفائها مستقبلا.

وفي إطار ذلك، فإن دراسة تحديات الصحافة الأردنية المطبوعة جاءت لتسليط الضوء على أبرز تلك المعيقات التي تقف عائقًا أمام حركة استمراريتها وتطورها، واستنادا على ما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال البحثي التالي: **ما أثر التحديات التي تواجه الصحافة الأردنية المطبوعة على مستقبلها وأدائها؟**

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة بما يلي:

1.تهتم هذه الدراسة في معرفة آراء المختصين حول واقع الصحافة الأردنية المطبوعة من خلال تحديد الرؤى المحتملة أو الممكنة لمستقبل الصحافة الأردنية

2.يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تطوير الدراسات المرتبطة بموضوعات الصحافة الأردنية المطبوعة.

3.الحاجة إلى الدراسات التي تعنى برصد واقع الصحافة الأردنية المطبوعة في ظل ما نشهده في الآونة الأخيرة من انتشار واضح للانترنت والمنصات الرقمية التي استقطبت الملايين من المستخدمين وباتت تنشر الأخبار عليها ويتبادلونها مع بعضهم البعض دون وجود دقة في نقل هذه المعلومات، فضلا عن الدور الذي تقوم به الصحافة المطبوعة وحرصها على مصداقية نقل المعلومات من مصادرها وتعبئة الرأي العام إزاء القضايا المطروحة.

أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة فى رصد التحديات التي تواجه الصحافة الأردنية المطبوعة ، وبنبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية المتمثلة بما يلي:

1.التعرف على أهم التحديات التي تقف بوجه تطور الصحف المطبوعة الأردنية.

2.التعرف على تحديات الصحف من ناحية التمويل.

3.رصد تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على عمل الصحف المطبوعة.

4. رصد تأثير التطورات التكنولوجية على عمل الصحف المطبوعة.

5.التعرف على مستقبل الصحف المطبوعة في الأردن.

الإطار النظري:

اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري على:

1.نظرية تحول وسائل الإعلام (Media Morphosis)

هي نظرية قام بها "روجر فيدلر" عام (1997) في كتابه media morphosis التي لاحظ من خلالها أن وسائل الإعلام الجديدة لا تنشأ تلقائيا وإنما تنبثق من شيء موجود فعليا وبرأيه أن جميع أشكال الاتصال محكمة بإحكام في نسيج الاتصال البشري ولا يمكن أن يوجد بشكل مستقل4، بينما تميل الأشكال القديمة من الوسائط إلى التكيف والتطور بصورة مستمرة بدلاً من الموت، كما تعرف هذه النظرية بـ "التحول الرقمي" الذي يفسر التغيرات في العالم الرقمي لذلك يتم إنشاء وسائط جديدة

لتحديث الوسائط القديمة نظراً لتغير التقنيات التكنولوجية بشكل مستمر ومتسارع[5]، وهذه النظرية هي مفهوم يتضمن وسائل الإعلام التي تخضع للتحول وإنه تقارب وسيط يتكون من عملية تكيف وتكامل وتغيير لاحق حيث أن روجر فيدلر رائد الإعلام الجديد المعترف به دوليا وصاحب الرؤية توقع هذا التحول في وسائل الإعلام في عام 1997 في كتابه الذي يحمل نفس الاسم وفقا لفيدلر "لا تظهر الأشكال الجديدة تلقائيا إنها في الواقع تتطور من الأشكال القديمة" تتغير أشكال الوسائط مع تغير الوقت تتضمن هذه التغييرات عادة دمج نماذج الوسائط الموجودة[6].

تشير هذه النظرية أنه يتم تحديد تطور وسائل الإعلام من خلال الظروف الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية وخلالها يتم نسج جميع أشكال الاتصال معا ولا يمكن أن تكون بشكل مستقل فإن عندما يظهر شكل جديد فإن الشكل الأقدم يتعايش لبعض الوقت ثم يختفي وينبه التاريخ إلى أن القديم والجديد سوف يتعايشان بشرط أن تتطور الأشكال القديمة من الوسائط مع الزمن وتتنافس مع التقنيات المعاصرة[7].

وتهتم نظرية Media Morphosis بإعادة تشكيل وسائل الإعلام الناجم عن تفاعل معقد لاحتياجات الأفراد المتوقعة والضغوط السياسية والاجتماعية والتطورات التكنولوجية ويشير روجر فيدلرRoger Fidler إلى أن تاريخ الإعلام يظهر أن إيجاد أي وسيلة أو وسيط جديد لا يعني نهاية الوسيلة القديمة الموجودة، إذ أن النمو الشامل والمتواصل لصناعات وسائل الإعلام وتوسعها خلال القرن الماضي يدعم ما تشير إليه النظرية[8].

وتشرح عملية التشكل الوسيط ما حدث في كل حالة من وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة خلال القرن العشرين. اهتز المشهد الإعلامي بسبب "الضجيج" حول إمكانات الوسيلة الناشئة والتي كانت تُعتبر عادةً ثورية لدرجة أنها تقضي على تنسيقات وسائل الإعلام الحالية[9].

كما وينص مبدأ التحول على أن الوسائط الجديدة لا تتطور في فراغ ؛ بدلاً من ذلك ، غالبًا ما تكون نتاجًا لتطور تنسيقات الوسائط القديمة. يحدث التكاثر عندما تديم تنسيقات الاتصال الجديدة السمات السائدة والقيمة للأشكال الحالية ، مع نقل هذه السمات بشكل متكرر عبر "رموز تواصلية تسمى اللغات"، ويشير البقاء على قيد الحياة إلى حقيقة أن تنسيقات الوسائط الحالية يجب أن تتكيف ، عادةً عن طريق تحديد المجالات المناسبة المناسبة ، من أجل استمرار وجودها في وجود تنسيقات أحدث وربما أفضل. أخيرًا ، يوضح مبدأ الفرصة والحاجة أن الابتكار في حد ذاته لن يضمن التبني الناجح. يجب أن يدرك الناس أن الشكل الجديد وثيق الصلة بحياتهم ضمن الأوضاع الاجتماعية والسياسية والاقتصادية القائمة في ذلك الوقت، ويأخذ Mediamorphosis نظرة واسعة للتغيرات التكنولوجية التي تحدث في المشهد الإعلامي من خلال النظر في العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تؤثر

على متى وكيف يتم إدخال تقنيات الاتصال الجديدة في المجتمع وتتطور داخله بمرور الوقت. يتمثل أحد المبادئ الأساسية لعملية تشوه الوسائط في النمط الثابت للتبني المتأخر الذي يحدث مع تنسيقات الوسائط الناشئة[10].

2.نظرية تطور وسائل الإعلام :

تركز هذه النظرية على رصد وتفسير وتحليل تحول وسائل الإعلام التقليدية إلى أنماط أخرى في شكل وسائل إعلامية جديدة تحمل إمكانيات وخصائص جديدة والتعرف على التحول التدريجي من وسائل إعلامية تقليدية مثل الصحف المطبوعة أو الورقية إلى وسائل إعلام إلكترونية، فهي تهتم بظهور وسائل إعلام جديدة ناتجة عن إعادة تشكيل أشكال وسائل الإعلام التقليدية السابقة حيث تقوم وسائل الإعلام بشكل مستمر بإعادة إنتاج وإحلال بعضها البعض، فنظرية تطور وسائل الإعلام تتمثل في المزج بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة واكتساب الوسائل الجديدة لصفات الوسائل القديمة، ومعالجة قصورها عبر تحولها إلى وسائل جديدة، كما تشير النظرية إلى أن التقنيات الرقمية في تغير مستمر ولذلك فإن وسائل الإعلام الجديدة ستواصل إعادة تشكيل أشكال أخرى من وسائل الإعلام وتقديم نفسها كوسائل جديدة بهدف تحسين وظائفها ومعالجة القصور فيها فهي تعمل على اكتساب صفات الوسيلة القديمة واستعارة محتواها إلى جانب تنقيح نسختها الجديدة[11].

وقدم كل من Jay David Bolter & Richard Grusin كتابا تحت عنوان "فهم الوسيلة الإعلامية الجديدة في إطار تطور الوسائل الإعلامية"، "Remediation: Understanding New Media"وقد سعوا فيه إلى إرساء فكرة تجدد الوسائل الإعلامية من دون اختفاء الوسائل التقليدية، ويقول الكاتبان: "إن المجيء بتكنولوجيا إعلامية جديدة لا يعني على الإطلاق اختراع (هارد وير وسوفت وير) جديدين، بل يكفي إعادة النظر في الوسيلة السابقة لاستنباط محتوى الوسيلة اللاحقة أي أن الوسيلة الإعلامية الجديدة تعيد تشكيل اسلافها، بل وتعيد تشكيل غيرها من الوسائل المعاصرة"[12].

ويقول مارشال مكلوهان Marshall Mcluhan في مقدمة كتابه Understanding Media الصادر عام 1964 أن محتوى أي وسيط هو دائما وسيط آخر، فمحتوى الكتابة هي الخطابة، ومحتوى الطباعة هي الكلمة المكتوبة ومحتوى التلغراف هو الكلمة المطبوعة[13].

كما دلل الكاتبان Jay David Bolter & Richard Grusin على مقولة مارشال ماكلوهان، قائلين: "شهد عقد التسعينات قفزة هائلة في صناعة الأفلام المقتبسة من روايات أدبية، وصارت القصة الأدبية تتحول إلى فيلم سينمائي، فالمحتوى ثابت لكل الوسيلة الناقلة للجمهور المختلفة، كما أن قيام الفنانين برسم صور تعبيرية من وحى عمل من الأعمال الأدبية يعد نوع من أنواع الاستعارة بين الوسائل الإعلامية، إذ يتم استعارة المحتوى وتطويعه داخل وسيلة أخرى بشروط الوسيلة الجديدة، دون أن

يحدث تأثير متبادل على الوسيلتين جراء هذه العملية، وإن كان التأثير قد يحدث إذا كان المشاهد على علم بالمحتوى الأصلي فضلا عن المحتوى الجديد ذلك النوع من الاقتباس وإن بدأ قديما إلا أنه يزال قائما في الأيام المعاصرة[14].

الدراسات السابقة:

دراسة (غسان يوسف الشهابي، 2018) بعنوان "مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة بمملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الالكتروني"[15]. هدفت الدراسة التعرف على مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة في مملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الالكتروني، من خلال الاعتماد على منهج المسح، مستندة أداة الاستبيان والمقابلات غير مقننة مع متخذي القرار في المؤسسات الصحافية البحرينية، وخلصت الدراسة إلى أن تراجع الإعلانات وظهور الوسائل السريعة والأكثر سهولة واتساع فئة الشباب في المجتمع وارتباطها بالتكنولوجيا من أكثر العوامل التي ستعيق استمرا الصحافة البحرينية المطبوعة مستقبلاً، إلى جانب أن الإعلام الاجتماعي يعد الأكثر منافسة للصحف المطبوعة في البحرين ثم المواقع الرقمية للصحف نفسها، ويليها المواقع الإخبارية على الانترنت، وتوصلت النتائج إلى أن عينة الدراسة يتوقعون استمرار صدور الصحف البحرينية في السنوات المقبلة في ظل عدم يقين مسؤولي الصحف اليومية المطبوعة في البحرين الذين يرون أن عمرها قد يمتد من خمس سنوات إلى عشرين سنة أخرى وليس أكثر من ذلك.

دراسة (Silas Udenze, 2018) بعنوان "وسائل الإعلام المطبوعة وتحديات وسائل التواصل الاجتماعي". سعت الدراسة إلى إجراء تقييم نقدي للتحدي الذي تفرضه وسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام المطبوعة وكيفية تأثير تلك الوسائل على الصحافة التقليدية، مستندة على المجلات العلمية ووقائع المؤتمرات في جمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تسببت في إحداث نقلة نوعية في عملية جمع الأخبار ونشرها، وعلى الرغم من هذا التحول لا تزال وسيلة الطباعة التقليدية مساهماً هاماً في سلسلة توزيع المعلومات، ويمكن القول أن الوسائط المطبوعة تتعايش جنبا إلى جنب مع الوسائط الجديدة وأن الإعلام التقليدي يتقارب مع الإعلام الجديد، وبقدر ما ستستمر التكنولوجيا في التحسن سيكون من الصعب التنبؤ بالإطار الذي يفترض به بالمشهد الإعلامي في المستقبل.وأشارت النتائج إلى أن تلك الوسائل عطلت نظرية الحراسة التقليدية لوسائل الإعلام المطبوعة مما أدى إلى تواجد جمع أنواع المعلومات على المنصات الاجتماعية، وبينت الدراسة أن الوسائط المطبوعة تتعايش جنباً إلى جنب مع الوسائط الجديدة والعمل على مواكبتها، كما اعتمدت الدراسة على نظرية الحتمية في تقنية الحواسب[16].

دراسة فاطمة الزهراء الدويك (2017) بعنوان: واقع الصحافة المطبوعة في فلسطين في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال "دراسة ميدانية"[17].سعت هذه الدراسة

إلى التعرف على واقع الصحافة المطبوعة في فلسطين في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال من خلال رصد واقع ممارستها ووضع مقترحات من شأنها النهوض بها وتطويرها، من خلال الاعتماد على المنهج المسحي مستندة على أداة صحيفة الاستقصاء في جمع البيانات على عينة عشوائية قوامها (188) مفردة من الصحفيين العاملين في الصحافة المطبوعة في الضفة الغربية وقطاع غزة، كما اعتمدت الدراسة على مداخل نظرية تمثلت بنظريتي انتشار الابتكارات والقائم بالاتصال، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن (77.4%) من الصحفيين يعتقدون أن تكنولوجيا الاتصال ستجعل العلاقة بين الصحافة الرقمية ووسائل الإعلام المطبوعة في فلسطين علاقة تنافس، بينما يرى (82.4%) من الصحفيين أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أثرت بصورة كبيرة على الصحف المطبوعة في فلسطين في المفهوم والأداء والتطور.

دراسة Michael & Vicky(2013)[18]. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستقبل الصحافة المطبوعة وخاصة خلال الطفرة التكنولوجية، وهذه الدراسة عبارة عن رصد لتاريخ الصحف الرقمية والالكترونية أيضا لتحديد ما إذا كانت نجحت في كبير السوق على الرغم من أن الأشكال الرقمية والالكترونية أصبحت حرة إلى حد كبير على الإنترنت والهدف من ذلك تتبع فشل ونجاح الصحافة الالكترونية ومن ثم من منظور مستقبلي يمنح فرصا للصحافة المطبوعة، واعتمدت الدراسة على شركات الصحف المختارة عمداً للمقارنة مع الاتجاهات الشائعة في نمو السوق من خلال تحليل الوثائق وإجراء مقابلات لقياس آراء مستخدمي وسائل الإعلام وتقييم موقف الوسائط المختلفة في هذه الأوقات المتغيرة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مع ظهور الإنترنت أصبحت الصحافة المطبوعة تفقد مكانتها، حيث أثار مستقبل الصحف في البلدان القادرة على الوصول إلى الانترنت جدلاً لا يطاق لأن الصناعة واجهت انخفاضاً في مبيعات ورق الصحف والإعلانات وفقدان العديد من الإعلانات المبوبة وكان هناك ارتفاع في عدد الصحف التي تواجه الإغلاق والإفلاس والتخفيضات خاصة في الولايات المتحدة، فإن مستقبل الصحافة المطبوعة يمثل مشكلة بالنسبة للتنبؤ ومع ذلك لا يوجد أي وهم بأن الصحافة المطبوعة من المحتمل أن تنهار، ما هو غير معروف هو كم من الوقت سيستغرقه من الانهيار، ومن المحتمل أن يكون للصحافة المطبوعة فرصة للبقاء من خلال ضمان توفير محتوى إخباري يملأ الفجوات التي خلقتها وسائل الإعلام الجديدة.

دراسة (Bilal Aziz,2014) بعنوان "تأثير وسائل الإعلام الجديدة على ممارسة الصحافة في تنزانيا". سعت الدراسة إلى كشف تأثير وسائل الإعلام الجديدة على ممارسة الصحافة في تنزانيا وكيفية استخدام الصحفيين المحليين لتلك الوسائل للحصول على الأخبار المحلية ومعالجتها ومشاركتها والحصول عليها، من خلال استخدام المنهج الوصفي حيث تكون مجتمع الدراسة من (66) صحفياً من وسائل الإعلام الوطنية الكبرى في تنزانيا وتحليل محتوى حساباتهم على Face book إلى

جانب إجراء (13) مخبرين رئيسين، مستندة على الاستبيان وتحليل المحتوى والمقابلات الشخصية، وأثبتت الدراسة إلى أن(68%) من الصحفيين لديهم خبرة في استخدام وسائط الإعلام الجديدة، و(75%) منهم في الكثير من الأحيان يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي تويتر والفيسبوك، وأشارت النتائج إلى أن (38) صحفياً ساهموا بنشر أخبارهم بالكتابة في دفتر يوميات مطبوع في غرفة الأخبار ولم يستخدمون أدوات إعلامية جديدة، و(74%) من الصحفيين يستخدمون الوسائط الجديدة بغرض التسلية وليس من أجل المشاركة المهنية، كما استخدمت الدراسة نظريات الاستخدامات والاشباعات ونظرية التبعية الإعلامية والابتكارات التكنولوجية الجديدة [19].

دراسة Sharif Rakib Hassan(2014)[20]

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحافة التقليدية ومستقبلها من خلال مراجعة الأدبيات، وأشارت الدراسة أن لقد أثرت وسائل التواصل الاجتماعي بالفعل على الصحافة التقليدية على نحو كبير ولا يمكن إنكار هذا التأثير أو تغييره، ويمكن القول بأمان مع توافر أدوات الوسائط الرقمية ذات التكلفة المعقولة والسهلة الاستخدام والمحتويات المخصصة ستجذب المزيد من المستخدمين إلى الوسائط الاجتماعية، لكن لا ينبغي اعتبار ذلك تهديدا للصحافة، وبحسب الدراسة أكد العديد من الباحثين أن منتجي المحتوى المستقلين لا يمكنهم أبدا استبدال الصحفيين العاديين لأنهم لديهم التدريب والتوجيه اللازمين لأخلاقيات وأسس الصحافة، كما أوضحت الدراسة أن هناك العديد من خبراء الصحافة الذين يعتقدون أن وسائل التواصل الاجتماعي أعطت بعداً جديداً للصحافة وأصبح الحصول على الأخبار أسرع وأسهل، ولكن يعتقد علماء الصحافة أن الاعتماد على المفرط على وسائل التواصل الاجتماعي قد يقلل من جودة الصحافة نظراً لعدم وجود رقابة على المحتوى الذي ينشر على تلك الوسائل.

دراسة Lavanya & preethi (2014)[21]. هدفت هذه الدراسة إلى فهم تأثير وسائل الإعلام الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية ومعرفة مستقبل تلك الوسائل وما تواجه من عقبات، اعتمد الباحث على طريقة المسح ومقابلة الخبراء لتحديد وسائل الإعلام المفضلة للقراء ومتابعة الأخبار وقياس التغيرات الاجتماعية، وتم استخدام أداة الاستبيان والمقابلة الشخصية أدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن الخبراء يشيرون أن الوسائط الجديدة هي وسيلة إضافية تدعم الطباعة ولكن لا يعني أنها ستحل محل المطبوعة كما أنها مستمرة ولن تموت، وبينت النتائج أن فئة الشباب والمتوسطون في العمر يفضلون الحصول على أخبارهم ومعلوماتهم من مصادر عبر الإنترنت، بينما يحظى الصحف وغيرها من وسائل الإعلام المطبوعة القديمة بشعبية كبيرة بين كبار السن، كما تعد سهولة الحصول على المعلومات والطبيعة التفاعلية

لوسائل التواصل الاجتماعي وتوافر المعلومات عند الطلب هي السبب الرئيس التي جعلتها تحظى بجماهيرية، وهنالك (80%) من المبحوثين يرون

دراسة **(Michael M.Ndonye &Vicky Khasandi Telewa, 2013) بعنوان : مستقبل الصحافة المطبوعة: تكنولوجيا الإنترنت وصحيفة القرن الحادي والعشرين في كينيا**. هدفت الدراسة إلى رصد مستقبل الصحافة المطبوعة وخاصة خلال الطفرة التكنولوجية، وقام الباحثان بمراجعة الأدبيات وتحليل الوثائق لمعرفة الاتجاهات الناشئة للاستخدام في وسائل الإعلام في بريطانيا وكينيا والولايات المتحدة وإجراء المقابلات لقياس آراء مستخدمي وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى أن مستقبل الصحافة المطبوعة يمثل مشكلة بالنسبة للتنبؤ لا يوجد أي وهم بأن الصحافة المطبوعة من المحتمل أن تنهار ما هو غير معروف هو كم من الوقت يستغرقه في الانهيار، الاحتمال يعني أن الصحافة المطبوعة لديها فرصة للبقاء والسبيل الوحيد هو إيجاد طرق إستراتيجية لجعل الصحافة المطبوعة الخاصة بالأعمال التجارية تنجو من عاصفة المستجدات.

وخلصت النتائج إلى أن أفضل الطرق للبقاء هو التأكد من أن محتوى الصحيفة يملأ الفجوات التي خلفتها الوسائط الجديد ووسائل الإعلام الإذاعية وبطريقة يتفق مع تيار اهتمام القارئ ويجب أن تكون الصحافة قادرة على إنشاء علامة تجارية تنافسية عندما يثق القراء بالصحف سيتمسكون بمحتوياتهم ويرغب المعلنون في الإعلان في الصحف[22].

التعليق على الدراسات السابقة:

- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة في الوصول للمنهج الملائم لهذه الدراسة، ووظفت الدراسة الحالية توصيات ومقترحات الدراسات السابقة في دعم مشكلة الدراسة وأهميتها.

- وإثراء الإطار النظري، واستفادة أيضًا في صياغة التصور المقترح، وساهمت الدراسات السابقة في تعميق إحساس الباحثة بأهمية موضوع الدراسة وتحديد المشكلة البحثية ووضع أسئلتها بأسلوب دقيق وصحيح، وساعدت في فهم الباحثة لكيفية تطبيق الأدوات المنهجية واختيار المناهج المناسبة وأدوات جمع البيانات.

أسئلة الدراسة:

تحاول الدراسة أن تجيب عن الأسئلة التالية:

1. ما أهم التحديات التي تقف بوجه تطور الصحف المطبوعة الأردنية؟
2. ما هي تحديات الصحف من ناحية التمويل؟
3. ما هو تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على عمل الصحف المطبوعة؟

4. ما هو تأثير التطورات التكنولوجية على عمل الصحف المطبوعة؟

5. ما هو المستقبل المتوقع للصحف المطبوعة في الأردن؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة : تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات المستقبلية التي تحاول الكشف عن مسار ظاهرة الصحافة الالكترونية وتحديد معالمها وقد تبنت هذه الدراسة النمط الاستهدافي، وتهدف الباحثة من خلال استخدام هذا النوع من الدراسات إلى استشراف ورصد مستقبل الظاهرة المدروسة بما يمكننا من وضع السيناريوهات المستقبلية المتوقعة للصحافة الالكترونية في الأردن.

تعرف الدراسات المستقبلية أنها مجموعة الدراسات والبحوث التي تهدف إلى تحديد اتجاهات الأحداث وتحليل مختلف المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في إيجاد هذه الاتجاهات أو حركة مسارها أو مجموعة الدراسات والبحوث التي تكشف عن المشكلات التي بات من المحتمل أن تظهر في المستقبل وتتنبأ بالأولويات التي يمكن أن تحددها كحلول لمواجهة هذه المشكلات[23].

منهج الدراسة :

1.منهج البحث الإعلامي: بإعتباره المنهج الملائم للدراسات الوصفية الاستطلاعية وذلك من خلال المسح الميداني للفئات المدروسة "عينة الدراسة" بحيث يستخدم في رصد وتحديد مختلف جوانب التحديات التي تواجه الصحافة الأردنية المطبوعة، إلى جانب رصد آراء وتصورات الخبراء من أكاديميين ومتخصصين في الصحف المطبوعة والالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والاقتصاد حول الصحافة الأردنية المطبوعة.

2.**المنهج المقارن**: تم استخدام هذا المنهج في الدراسة الحالية لغايات رصد أوجه التشابه والتباين بين عناصر الصحافة الأردنية المطبوعة من ناحية، ومن ناحية أخرى بين تصورات المستجوبين عينة الدراسة، وفي السياق أيضا لتحديد مواطن التشابه والاختلاف بين ماضي وحاضر الظاهرة المدروسة تمهيدا لاستشراف مستقبلها والكشف أيضا عن جوانب الاختلاف والاتفاق لمستقبل تلك الصحف.

مجتمع الدراسة وعينتها: : تم اختيار عينة عمدية قوامها (22) مفردة من الخبراء الصحفيين المتخصصين والأكاديميين والاقتصاديين ومتخصصين بمواقع التواصل الاجتماعي.

أدوات جمع البيانات: بهدف تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على أسئلتها تم استخدام :

1.**استمارة أسلوب دلفي** : وتعد "تقنية دلفي" سلسلة من الاستبيانات المتسلسلة أو ما يسمى بـ "الجولات" تتخللها التغذية المرتدة للرقابة التي تسعى للحصول على توافق الآراء الأكثر موثوقية لمجموعة من الخبراء والمتخصصين بمجال دراسة

الظاهرة[24]، وهذه الطريقة مفيدة بشكل خاص عندما يحتاج الباحثون إلى جمع الأفكار من الخبراء المعزولين حول موضوع معين وإبرام اتفاق[25]، حيث احتوت استمارة دلفي على عدة محاور من ضمنها تأثير العوامل والمتغيرات المجتمعية على الصحافة المطبوعة والتحديات التي تواجهها.

2. **مصفوفة التأثير المتبادل:** اشتملت على (14) مؤشرا وتمثلت هذه المتغيرات بـ (نسبة الأمية في الأردن، التأثير التكنولوجي، انتشار الهواتف الذكية، الأوضاع الاقتصادية، مقروئية الصحف المطبوعة والالكترونية، تراجع الإعلانات في الصحف المطبوعة والالكترونية، تراجع الحريات الصحفية، تنوع قوانين الإعلام، سرعة النشر على مواقع التواصل الاجتماعي، ضعف الاستثمار في الصحف، تغير أنماط القراءة لدى الجمهور، تأثير النظام السياسي، إغلاق الصحف المطبوعة والالكترونية، زيادة معدل دخل الفرد).

وساهمت مصفوفة التأثير المتبادل في تحديد المتغيرات الأكثر تأثيرا وتأثرا إيجابيا وسلبيا على الصحافة المطبوعة في الأردن، وتم توظيفها في هذه الدراسة من خلال تحديد التأثير السلبي والإيجابي لتفاعل كل متغير رئيسي مع كل اتجاه من الاتجاهات العظمى من خلال قياس الترابط بين المتغيرات باستخدام المنهج الإحصائي(الانحدار والارتباط Regression – Correlation) وذلك لتحديد قوة العلاقة بين المتغيرات (قوية – ضعيفة) وتحديد اتجاه العلاقة (عكسية - طردية) ليتم توزيعها داخل المصفوفة بعد أن تم قياس التأثير طبقا لقيم التأثير المقسمة إلى درجات (1-5) في حالتي الارتباط الإيجابي والسلبي[26] .

3.**أسلوب كتابة السيناريوهات:** هو وصف ورسم لوضع مستقبلي ممكن أو محتمل أو مرغوب فيه مع توضيح ملامح المسار أو المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى هذا الوضع الراهن أو من وضع ابتدائي مفترض، لا بد أن يحتوي السيناريو على ثلاثة عناصر رئيسية تتمثل بـ "وصف وضع مستقبلي و وصف مسارات مستقبلية والوضع البدائي"[27].

اختبارات الصدق

-**صدق المحتوى**: وذلك من خلال عرض أدوات الدراسة على مجموعة من المحكمين المختصين من أساتذة الصحافة والإعلام ممن يمتلكون الخبرات المتواصلة في كل من مصر والأردن من أجل الحصول على ملاحظاتهم والتأكد من أداة الدراسة تقيس فعلا وتطبيقها بالشكل النهائي.

-**الاختبار القبلي**: تم إجراء الاختبار القبلي من خلال توزيع استمارة دلفي على عينة جزئية من من الصحفيين قوامها بهدف التعرف على ردودهم وملاحظاتهم حول واقع الصحافة الالكترونية في الأردن، قبل تطبيقها على عينة الدراسة بشكل نهائي.

نتائج الدراسة:

1.ما أهم التحديات التي تقف بوجه تطور الصحف المطبوعة الأردنية؟

هناك مجموعة من التحديات التي تواجه الصحف المطبوعة الأردنية في الوضع الراهن ومن ضمنها تحديات اقتصادية متمثلة بتراجع السوق الإعلاني وإنخفاض الإيرادات الإعلانية وتراجع حجم التوزيع وتغير نمط المتلقي من المطبوع إلى الالكتروني ومنافسة الصحافة الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي للصحف إثر تعدد وسائل الإعلام الحديثة التي باتت ملجأ الكثير من المعلنين كونها أقل كلفة من الصحف المطبوعة إلى جانب وجود رقابة على محتوى الصحف تشريعيا وحكوميا كما هناك تحديات متصلة بالتطورات التقنية التي فرضتها الثورة التكنولوجية وتطورها المستمر وتقييد الحريات الصحفية أي إنخفاض هوامش الحرية والرأي والتعبير وقلة الدعم الحكومي للصحف الرسمية وإفتقار إدارات بعض الصحف المطبوعة للتخصص وقلة الخبرة وارتفاع أسعار الورق والأحبار ومستلزمات الطباعة في المطابع وتراجع المطبوعات التجارية وتحديات في التمويل

وأشارت النتائج أن اقتصاديات الصحف تصنف بأنها ضعيفة غير قادرة على الاستمرار إثر تراجع الإعلانات والمشتريات وتأثير جائحة كورونا وزيادة كلف إنتاج المحتوى المتعدد الوسائط، وتراجع عائدات الإعلانات حيث يرى ما نسبته (68.1%) من عينة الدراسة أن عائدات الإعلانات لن تزيد مستقبلا عازين ذلك نتيجة تراجع اهتمام الجمهور بالصحف وسيطرة المواقع الإخبارية"الصحف الالكترونية" ومواقع التواصل الاجتماعي على اهتماماتهم وافتقار جدية العمل المستقبلي المنظم والمدروس فالصحف المطبوعة ستتراجع إعلاناتها بسبب الإقبال على الصحف الالكترونية والمنصات الرقمية الأكثر سرعة، منوهين أن الوسائل الحديثة أكثر سرعة وأرخص سعرًا وأوسع انتشارا وغياب المنفعة من الإعلان في المطبوعة إلى جانب أن الإعلانات تقل كل عام تلو العام الآخر، في حين يرى (31.9%) أن عائدات الإعلانات في الصحف ستزيد مستقبلا عازين ذلك لعدة اعتبارات ومن ضمنها استقطاب الإعلان عبر الانترنت والمنصات الرقمية وتسويق المنتج الصحفي ليحقق أكثر جماهيرية محليا وعربيا وعالميا، إلى جانب إذا تم اعتماد نظام "الحزمة الإعلانية" التي تشمل الإعلان المطبوع إلى جانب الإعلان على النسخة الالكترونية وترويجه عبر منصات الصحفية الاجتماعية ولتطبيق ذلك لا بد من تطوير الصحف لمحتواها ومضمونها والاعتماد على وسائل جديدة ابتكارية وأكثر تنوعًا مما يجعلها أكثر زيادة، وتقديم محتوى جاذب للجمهور وهادف يلبي قضاياهم الأكثر قربًا لا سيما شريطة تحسن الوضع الاقتصادي للصحف والبحث عن مصادر دخل جديدة وتقوية تواجدها جماهيريا والكترونيًا، ووجود إدارات متخصصة لتحقيق إعلانات وأرباح وتطوير العلاقات مع الشركات، واستحداث نمط حديث ومرن في الخدمة التي تقدمها

إعلاميا كمحتوى وشكل وانتشار لذلك يجب أن يكون هناك تغيير على الطريقة التقليدية التي اعتدنا عليها بحيث تستطيع أن تبيع مساحات إعلانية وتكون جاذبة للمؤسسات التي تعلن بها.

2.ما هي تحديات الصحف من ناحية التمويل؟

أن السبب بالتعثرات المالية في الصحف المطبوعة يتمثل بالدرجة الأولى إلى سوء الإدارات التي تشرف على عمل الصحف وكلاسيكية استخدام الفنون الصحفية هي من فاقمت الأزمة المالية وتضخمها وأبعدت الجمهور وليست معضلة تكنولوجية بل كانت التكنولوجيا ميسرا لعمل الصحف المطبوعة واختصرت الكثير من آليات إنتاج الأخبار ونشرها لذلك بإمكانهما التواجد بأكثر تفاعلية عبر المنصات ورواجهما فالعثرات المالية متواجدة سابقا قبيل رواج تلك المنصات الرقمية فهي تراكمات للعقبات التي باتت متجذرة بتلك الصحف.

وخلصت النتائج إلى مجموعة من المقترحات لتطوير التمويل في الصحف وأهمها توفير دعم حكومي من خلال الإعلانات الحكومية وزيادة الاشتراكات أو دعم مباشر من قبل الحكومة يتمثل بإيجاد صندوق لتحسين وضع الصحف المطبوعة مع عدد من التسهيلات مثل إلغاء الرسوم والضرائب المفروضة على مدخلات الإنتاج مما ينعكس على تحسن أوضاعها، تنويع الخدمات التي تقدمها الصحف المطبوعة ومن ضمنها وضع مواد إخبار أكثر جاذبية والاهتمام بالمحافظات والتحقيقات والتركيز على الصورة الإخبارية في الإعلانات والتواجد في مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى أكبر شريحة تستهدفها الشركات المعلنة والتحول الرقمي في الإعلان من خلال إنتاج الفيديو الإعلاني بدلا من الإعلان المكتوب واستقطاب كفاءات جديدة في الترويج الرقمي ومتخصصين في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

3. ما هو تأثير العوامل السياسية والاقتصادية على عمل الصحف المطبوعة؟

أشار (50%) من عينة الدراسة أن الوضع السياسي في الأردن لا يسمح للصحف المطبوعة بنشر الموضوعات التي تمس سياسة الدولة بالرغم من أهميتها، وأن الأوضاع السياسية في الأردن ألحقت أضرارًا سلبية على الصحف المطبوعة تمثلت تدني مستوى استقلالية المؤسسات الإعلامية الرسمية والضعف المهني النسبي والرقابة الصارمة مما انعكس ذلك على جودة مضامين الصحافة ونزاهة المحتوى وضعف المهنية واللجوء إلى الصحافة الموجهة ، واستمرارية محاولة الحكومات الأردنية السيطرة على مضمون ما تنشره الصحافة المطبوعة بعدة أشكال من ضمنها تعيين رؤساء التحرير ومجالس الإدارة الذين سينوبون عن الحكومات في الرقابة على هذه الصحف ونشر ما يدعم وضع الحكومات وتمجيدها وتقليل الانتقادات الموجه لها إضافة إلى تعديل القوانين لتقييد حرية الصحفيين وصدور قرارات عدم النشر ببعض

الموضوعات خصوصا القضايا المنظورة أمام القضاء مما انعكس ذلك سلبًا على حرية الرأي والتعبير.

ومن ناحية تأثير العوامل الاقتصادية أوضحت النتائج أن (81.8%) من عينة الدراسة يرون أن الاقتصاد الأردني يعاني من ركود وانكماش مُزمن مما يتسبب في ضعف تراجع إعلانات الصحف المطبوعة، في حين يرى ما نسبته (72.7%) بعزوف المستثمرين عن الاستثمار في مجال الصحافة، وأن الصحف المطبوعة في الأردن تعيش حالة مالية سيئة وترهل اقتصادي مما انعكس على أداء الصحفيين وضعف مواكبتهم للتكنولوجيا ونتيجة تعثراتها المالية وضعف سوق الإعلان أدى إلى وجود خسائر فادحة أثرت على ميزانيتها.

4. ما هو تأثير التطورات التكنولوجية على عمل الصحف المطبوعة؟

أشار(31.8%) من عينة الدراسة أن استفادة الصحف المطبوعة من التكنولوجيا جاءت بدرجة ضعيفة عازين ذلك إلى أنها لم تتكيف بشكل مبكر ولم تتنبأ بخطورة مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الانترنت ومحركات البحث، إلى جانب افتقارها للخبرات الكافية التي تساعدها على الاستفادة من التقنيات الجديدة بصورة مثلى فهي تعيش عثرات مالية لا تسمح لها بتوظيف أصحاب الخبرة في هذا المجال أو حتى بتدريب العاملين لديها لأن امتلاك الخبرات والأدوات في هذا الإطار.

5. ما هو المستقبل المتوقع للصحف المطبوعة في الأردن؟

أن تهديد تواجد الصحف المطبوعة يتمثل بالإمكانات المالية ونوعية العنصر البشري "ما زال تقليدي" وتراجع أعداد القراء الذين وجدوا وسائل جديدة للحصول على المعلومات منها وتراجع حصتها من الإعلانات حيث يذهب المعلن إلى الوسيلة التي توصله للمستهلك المحتمل وتراجع سقف الحريات فيه

وأشار (63.7%) من العينة أن الأوضاع السائدة لا تبشر بطرح فرصًا أفضل للصحف المطبوعة الأردنية مستقبلا على مستوى الاستثمار وأرجع الخبراء ذلك لأنها تعاني من تحديات كبيرة وتكاليف تشغيلية وإنتاجية وعالميا وقف إصدار المطبوعات نتيجة الكلفة والسرعة والوصول والهدف والفئة المستهدفة والعالم أيضا في تغير ويتجه نحو المنصات الرقمية والإعلام المطبوع تقل فرصته بشكل واضح أيضا لأن الصحافة المطبوعة أزمتها منذ سنوات طوال ولم يتغير شيء في المحتوى ولم تحقق أي تقدم يذكر وستبقى تهتم بالنشر الإخباري السريع لأن تطوير المحتوى يحتاج إلى صحفيين محترفين ودائمين وهذا يتطلب أموال طائلة وقد لا يحدث نتيجة تراجع اقتصاديات المؤسسات الصحفية، وإتجاهات القراء وكل الدراسات تتحدث بأن الأجيال الحالية والمستقبلية منفصلة تماما عن الورق، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فعن الصحف المطبوعة تأخرت كثيرا في التطور ومواكبة التكنولوجيا وهو ما افقدها

كثيرا من متابعيها ومع كل يوم يمر تخسر الصحف الورقية مزيدا من قراءها نتيجة عدم قدرتها على استيعاب القفزات التكنولوجية الحديثة بالإضافة للعامل الاقتصادي المهم حيث تراكمت مديونيات الصحف إلى درجة وصلت فيه مرحلة اللاعودة وعدم وجود فرص يرتبط بالسياسات والتشريعات الناظمة إضافة أن الصحف المطبوعة تأخرت خلال الفترة السابقة عن مواكبة التطورات التكنولوجية.

6. ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على عمل الصحف المطبوعة في الأردن؟

أشار(81.8%) من العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت الإطلاع على محتوى الصحف المطبوعة،وبنسبة (59.1%) تساهم في الترويج للمؤسسات الصحفية والصحفيين العاملين لديها ويرى ما نسبته (50%) أنها ساعدت الصحفيين هذه المواقع على ابتكار أفكار جديدة لقصصهم الصحفية، وأشار ما نسبته (54.5%) أنها قنوات اتصالية لانتشار الشائعات والأخبار الكاذبة.

وتوصلت النتائج أيضا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تمتلك أدوات جديدة في طريقة عرض الإعلان من خلال الفيديوهات والصور المتحركة والتصميمات المبتكرة إلى جانب أنها تحظى بمتابعة وتصفح من قبل الجمهور كما تعمل على ترويجه للفئات المستفيدة من هذا الإعلان وفقا لطبيعته وكان هذا التأثير الأكثر ضررا على الصحف المطبوعة كونها تقوم بنشر الجزء الأكبر من إعلاناتها على نسختها المطبوعة وجزء على النسخة الالكترونية حصلت مواقع التواصل الاجتماعي على الإعلانات ما عدا الإعلانات القضائية والإبلاغات الخاصة بالمحاكم.

وأشارت النتائج أن المستقبل سيكون للانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (68.1%)، في حين يرى ما نسبته (31.9%) المستقبل سيكون للصحف الالكترونية وتفسر هذه النتائج نظرا إلى لأن الصحف المطبوعة تعيش حالة من التراجع الاقتصادي المتراكم عبر سنوات طوال وإن لم تطور نفسها سيتم التوجه نحو الإعلام الالكتروني وتطوير استراتيجياته، ولأنها أكثر سهولة ووصولا والأسرع في نقل الأخبار والمعلومة وتحظى بإقبال الجمهور عليها لأنها مصدر المعلومة من صور وفيديوهات من واقع الحدث إلى جانب أن القارئ بات يريد المعلومات في نفس لحظة وقوعها وأصبح الجمهور مشارك فعّال في صناعة الأخبار وتداولها عبر المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وأتاحت أيضا البث المباشر من قلب الحدث ورجع الصدى، مشيرين إلى أن اغلب رواد مواقع التواصل الاجتماعي من فئة الشباب وغالبية الأخبار التي يتابعونها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي من خلال هواتفهم المحمولة سواء من مواقع الصحف نفسها أم من الاصدقاء الذين ينشرون الاخبار أيضا لأنه لا قيود فيها وهي أكثر حرية ويتم خلالها طرح نبض الشارع الأردني إلى جانب أنها تتسيد المشهد نتيجة غياب الرؤى المستنيرة في الصحف المطبوعة كما أن مواقع التواصل أصبحت الأكثر انتشارا واستخداما بفضل ارتفاع

عدد مستخدمي الانترنت في الأردن التي سهلت الوصول إلى المعلومات مما جعلها محطة جذب للجمهور الأردني وبات يحبذها أكثر من الصحف سواء مطبوعة لأنها توفر ميزات وخدمات تفاعلية غير موجودة في الصحف الأخرى وأوفر اقتصاديا.

وعلى صعيد متصل أشارت نتائج مصفوفة التأثير المتبادل إلى أهم المتغيرات الأكثر تأثيرا إيجابيا على مستقبل الصحافة الالكترونية وهي بالترتيب: انتشار الهواتف الذكية ودرجة تأثيره بلغت (+216)، وسرعة النشر على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة تأثيره بلغت (+142)، ومعدل دخل الفرد ودرجة تأثيره بلغت (+133)، وتغير أنماط القراءة ودرجة تأثيره بلغت (+86)، في حين كانت أشارت المصفوفة أيضا إلى أهم المتغيرات الأكثر تأثيرا سلبيا على مستقبل الصحافة الالكترونية وهي بالترتيب: ضعف الاستثمار في الصحف ودرجة تأثيره بلغت(-229)، والأوضاع الاقتصادية ودرجة تأثيره بلغت(-182)، وتأثير التكنولوجيا بلغت درجة تأثيره(-127)، وتراجع الإعلانات في الصحف ودرجة تأثيره بلغت(-124).

وتوصلت نتائج هذه المصفوفة إلى المتغيرات الأكثر تأثرا إيجابيا وهي بالترتيب: انتشار الهواتف الذكية ودرجة تأثره بلغت(+238)، وسرعة النشر على مواقع التواصل الاجتماعي وبلغت درجة تأثره(+228)، في حين تمثلت المتغيرات الأكثر تأثرا سلبيا وهي بالترتيب: تراجع مقروئية الصحف وبلغت درجة تأثره(-318)، وتراجع الإعلانات في الصحف وبلغت درجة تأثره(-280)، وضعف الاستثمار في الصحف وبلغت درجة تأثره(-268).

التوصيات:

1. تدريب القائمين بالاتصال في الصحف المطبوعة على خوارزميات الإعلام الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي للإنتهاء من العقلية الكلاسيكية في صياغة الأخبار ومتابعتها، مما سيسهم بتوفير ما يسمى بالصحفي الشامل الرقمي.

2. التقليل من التدخلات الحكومية "سياسيا" في عمل الصحف ومنحها سقف أعلى من الحريات الصحفية لممارسة عملها بالشكل المطلوب والحد من التضييقات على عمل الصحف المطبوعة .

3. تطوير الصحف المطبوعة في الأردن لمضامينها وتكثيف استخدامها للفيديوهات القصيرة والصور الملونة والمتحركة وإيلاء الاهتمام للتحليلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمقالات التي من شأنها لفت انتباه القراء حيث أن هذه الفنون الصحفية قد لا تتواجد في المنصات الرقمية التي تركز على الأخبار السريعة.

4.تعيين إدارات وقيادات صحفية متخصصة للإشراف على عمل الصحف المطبوعة في الأردن مستندة على الخبرات الطويلة في المجال وليس على الوساطة والتدخلات

الحكومية وهذا من شأنه الارتقاء بجودة المضمون الصحفي إلى جانب الحصول على منافذ جديدة للتمويل وتحسن أوضاع الصحف.

5.تكثيف تواجد الصحف عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي واستقطاب الجماهير بشكل أكبر وتسويق محتواها الصحفي والقائمين بالاتصال واستغلال تلك المنصات في جعلها مصدرا لدخل الصحيفة إلى جانب التحديث المستمر لأخبارها على نسختها الالكترونية.

هوامش الدراسة:

1) Ola. C. O and Oja R J. (2006) Creating electronic access to newspaper information in Nigeria: The information aid network (IfAnet) experience, **Educational Research and Reviews**, Vol.1, No.7, pp.196-200, p.197.
2) Ali Nobil Ahmad.(2010). Is Twitter a useful tool for Journalists?. **Journal of Media Practice**. Vol.11, No.2, pp145-155, p.147.
3) Van der Wurff, R. (2005). Impacts of the Internet on Newspapers in Europe: Conclusions. ***International Communication Gazette***, 67(1), 107–120, p.108&109.
4) * Nwammno.A, Mediamorphosis: Analyzing the Convergence of digital media forms alongside African traditional media, **An International Multi-Disciplinary Journal**, Ethiopia, Vol. 5 (2), Serial No. 19, April, 2011 ,pp.115-125 ,pp116.
5) * MASS COMMUNICATION THEORIES / **http://fernandezpaulene.blogspot.com/2016/12/mediamorphosis-mediamorphosis-is-theory.html?m=1.**
6) * Niket,M. (2018) Mediamorphosis: Identity and Participation, Excel India Publishers, New Delhi, India, pp.79 – 88, p.80
7) * Niket, M. (2018) In book: Mediamorphosis: Identity and participation, ***Excel India Publishers***, New Delhi, India, pp.79-88, p.84.
8) * Steve Outing. A Sneak Peak at Roger Fidlers Mediamorphosis. Available At: (http://www.editorandpublisher.com/printArticle/A-Sneak-Peak-at-Roger-Fidler-s-Mediamorphosis-).
9) * Alves, R.C. (2001) 'The Future of Online Journalism: Mediamorphosis or Mediacide?', The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications Information and Media 3(1): 63–72, p.66.
10)* Tomasello, T. K & Lee, Y & Baer, A. P (2010) 'New media' research publication trends and outlets in communication, 1990–2006, ***new media & society,*** 12(4) 531–548, p.(532&533).
11)* Stephen Dobson. Remediation – Understanding new media-Revisiting a classic**. (Available At: http://seminar.net/index.php/reviews-hovedmeny -110/68-remediation-understannding-new-media-revisiting-a-classic).**
12)* Jay David Bolter, Richard Grusin**, Remediation, Understanding New Media**, MIT Press,2000.
13)* Marshall Mcluhan, **Understanding Media: the Extensions of Man**, New York, New American Library, Times Mirror, 1964,p.23-24.

14)* Jay David Bolter, Richard Grusin, Remediation, Understanding New Media, Mit Press, OP.Cit.,2000.

15)* غسان يوسف الشهابي (2018) مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة بمملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الالكتروني، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة البحرين: مملكة البحرين).

16)* Silas Udenze (2018) Print Media And the Challenges of Social Media**, International Journal of Advanced Research and Publication**, M.A Media Arts Student, University of Abuja,wagwalad Nigeria, Vol.2,no.3,p.20-25.

17)* فاطمة الزهراء عمر حسين الدويك، واقع الصحافة المطبوعة في فلسطين في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال "دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، الجامعة الإسلامية – غزة، 2017.

18)* Michael M. Ndonye, Vicky Khasandi-Telewa, The Future Of Print Journalism: Internet technology and the 21th Century Newspaper in Kenya**. International Journal of Research In Social Sciences**, Vol.3, No.3, pp.96-105, Nov.2013.

19)* فاروق عبده فُليّه و أحمد عبد الفتاح الزكي (2003) ***الدراسات المستقبلية: منظور تربوي***، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع)، ص17.

20)* Powell C. (2003) The Delphi technique: myths and realities. ***Journal of Advanced Nursing***, Vol.41, No.4, pp.(376-382), p.376.

21)* Arash Habibi, Azam Sarafrazi, sedigheh Izadyar.(2014). Delphi Technique Theoretical Framework in Qualitative Research, ***The International Journal of Engineering and Science***, Vol.3, No.4, pp.(8-13), p.12.

22)* وليد عبد الحي (2007) **مناهج الدراسات المستقبلية وتطبيقاتها في العالم العربي** ، (ط1) مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ص60-75.

23)* علي عبد الرازق جلبي(2007) **استراتيجيات دراسة المستقبل الأسس المعرفية والمنهجية**، (دار المعرفة الجامعة: الإسكندرية)، ص129-130.

الأساتذة المحكمون:

1. **أ.د تيسير أبو عرجة/ أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة البترا**
2. **أ.د نجوى كامل/ أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.**
3. **أ.د شريف اللبان/ أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال – كلية الإعلام – جامعة القاهرة**
4. **أ.د عبد الجواد سعيد/ أستاذ الصحافة – جامعة المنوفية**
5. **أ.د عزام عنانزة / أستاذ الصحافة – قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة اليرموك**
6. **أ.د محرز غالي/ أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة**
7. **د. ناهدة مخادمة/ أستاذ مساعد – قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعة اليرموك.**

فريق الخبراء:

1.إسلام صوالحة: مسؤول المحتوى الرقمي في قناة المملكة.
2.عبير أبو طوق: مديرة دائرة التسويق والاتصال في مجموعة المركز العربي الإعلانية ورئيس قسم السوشال ميديا سابقا في قناة رؤيا الفضائية الأردنية.
3.هبة جوهر: مختصة بالسوشال ميديا والإعلام الشبابي والمجتمعي.
4.أحكام الدجاني: مندوبة صحافية ومعدة برامج إذاعية وموقع سواليف الإخباري.
5.حسين الجغبير: مدير عام صحيفة الأنباط الأردنية.

6.دكتور زياد شخانبة: عضو هيئة تدريس، صحافة الكترونية جامعة البترا.
7.كوثر صوالحة: نائب مدير تحرير، صحيفة الدستور.
8.محمد أبو شيخة: رئيس تحرير صحيفة الحياة نيوز الالكترونية.
9.عطاف الروضان: مديرة راديو البلد وخبيرة في الإعلام الرقمي.
10.يحيى شقير: رئيس لجنة الحريات في نقابة الصحفيين الأردنيين وكاتب حرّ.
11.دكتور أمجد القاضي: عضو هيئة تدريس – كلية الإعلام – جامعة اليرموك.
12.دكتور خالد الشقران: رئيس تحرير صحيفة الرأي الأردنية.
13.دكتور زهير الطاهات: عضو هيئة تدريس ورئيس قسم الصحافة السابق ومدير إذاعة اليرموك إف إم - كلية الإعلام جامعة اليرموك.
14.مكرم طراونة: رئيس تحرير صحيفة الغد الأردنية.
15.الدكتورة رشا اليعقوب: عضو هيئة تدريس – كلية الإعلام – جامعة البترا.
16.طارق حميدي: مندوب صحفي في جريدة الرأي
17.عمر محارمة: مدير دائرة المحليات / جريدة الدستور
18.د.خالد الوزني: خبير اقتصادي
19.سلامة درعاوي: كاتب إقتصادي ورئيس تحرير صحيفة المقر الالكترونية.
20. رنا حداد: مدير دائرة الفن والمنوعات في جريدة الدستور الأردنية، ومسؤولة قسم التدريب.
21.دكتورة سلافة الزعبي: رئيس قسم الصحافة جامعة العربية المفتوحة.
22.د.محمد بني سلامة ، علوم سياسية – جامعة اليرموك.

المراجع:

[1] Ola. C. O and Oja R J. (2006) Creating electronic access to newspaper information in Nigeria: The information aid network (IfAnet) experience, **Educational Research and Reviews**, Vol.1, No.7, pp.196-200, p.197.

[2] Ali Nobil Ahmad.(2010). Is Twitter a useful tool for Journalists?. **Journal of Media Practice**. Vol.11, No.2, pp145-155, p.147.

[3] Van der Wurff, R. (2005). Impacts of the Internet on Newspapers in Europe: Conclusions. ***International Communication Gazette***, 67(1), 107–120, p.108&109.

[4] Nwammno.A, Mediamorphosis: Analyzing the Convergence of digital media forms alongside African traditional media, **An International Multi-Disciplinary Journal**, Ethiopia, Vol. 5 (2), Serial No. 19, April, 2011 ,pp.115-125 ,pp116.

[5] MASS COMMUNICATION THEORIES / **http://fernandezpaulene.blogspot.com/2016/12/mediamorphosis-mediamorphosis-is-theory.html?m=1.**

[6] Niket,M. (2018) Mediamorphosis: Identity and Participation, Excel India Publishers, New Delhi, India, pp.79 – 88, p.80

[7] Niket, M. (2018) In book: Mediamorphosis: Identity and participation, ***Excel India Publishers***, New Delhi, India, pp.79-88, p.84.

[8] Steve Outing. A Sneak Peak at Roger Fidlers Mediamorphosis. Available At: (http://www.editorandpublisher.com/printArticle/A-Sneak-Peak-at-Roger-Fidler-s-Mediamorphosis-).

[9] Alves, R.C. (2001) 'The Future of Online Journalism: Mediamorphosis or Mediacide?', The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications Information and Media 3(1): 63–72, p.66.

[10] Tomasello, T. K & Lee, Y & Baer, A. P (2010) 'New media' research publication trends and outlets in communication, 1990–2006, ***new media & society,*** 12(4) 531–548, p.(532&533).

[11] Stephen Dobson. Remediation – Understanding new media-Revisiting a classic**. (Available At: http://seminar.net/index.php/reviews-hovedmeny -110/68-remediation-understannding-new-media-revisiting-a-classic).**

[12] Jay David Bolter, Richard Grusin**, Remediation, Understanding New Media**, MIT Press,2000.

[13] Marshall Mcluhan, **Understanding Media: the Extensions of Man**, New York, New American Library, Times Mirror, 1964,p.23-24.

[14] Jay David Bolter, Richard Grusin, Remediation, Understanding New Media, Mit Press, OP.Cit.,2000.

[15] غسان يوسف الشهابي (2018) مستقبل الصحافة اليومية المطبوعة بمملكة البحرين في ظل منافسة الإعلام الالكتروني، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة البحرين: مملكة البحرين).

[16] Silas Udenze (2018) Print Media And the Challenges of Social Media**, International Journal of Advanced Research and Publication**, M.A Media Arts Student, University of Abuja,wagwalad Nigeria, Vol.2,no.3,p.20-25.

[17] فاطمة الزهراء عمر حسين الدويك، واقع الصحافة المطبوعة في فلسطين في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال "دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، الجامعة الإسلامية – غزة، 2017.

[18] Michael M. Ndonye, Vicky Khasandi-Telewa, The Future Of Print Journalism: Internet technology and the 21th Century Newspaper in Kenya**. International Journal of Research In Social Sciences**, Vol.3, No.3, pp.96-105, Nov.2013.

[19] Bilal Aziz (2014) The Impact Of New Media On Journalism Practice In Tanzania, **Degree Of Master Mass Communication** of the University of Dar es Salam.

[20] Sharif Rakib Hassan**, Social media and its impact on traditional Journalism: a literature review**, December 10/2014.

[21] Lavanya Rajendran & Preethi, The Impact of Media on Traditional Media, College Engineering Anna University, Chennai, India. Middle East Journal of Scientific Research (22) (4): pp.609-616, 2014.

[22] Michael M. Ndonye & Vicky khasandi Telewa,The Future Of Print Journalism: Internet Technology And The 21st Century Newspaper in Kenya**, International Journal of Research In Social Sciences**, Vol.3, No 3, 2013, P.96-105.

[23] فاروق عبده فُليّه و أحمد عبد الفتاح الزكي (2003) ***الدراسات المستقبلية: منظور تربوي***، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع)، ص17.

[24] Powell C. (2003) The Delphi technique: myths and realities. ***Journal of Advanced Nursing***, Vol.41, No.4, pp.(376-382), p.376.

[25] Arash Habibi, Azam Sarafrazi, sedigheh Izadyar.(2014). Delphi Technique Theoretical Framework in Qualitative Research, ***The International Journal of Engineering and Science***, Vol.3, No.4, pp.(8-13), p.12.

[26] وليد عبد الحي (2007) ***مناهج الدراسات المستقبلية وتطبيقاتها في العالم العربي*** ، (ط1) مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ص60-75.

[27] علي عبد الرازق جلبي(2007) ***استراتيجيات دراسة المستقبل الأسس المعرفية والمنهجية***، (دار المعرفة الجامعة: الإسكندرية)، ص129-130.