

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي Usage of digital media tools in Jordanian TV channels

■ د. أمجد عمر صفوري

قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن

■ د. اشرف فالج الزعبي

قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن

تاريخ النشر: 2020/11/26

تاريخ القبول: 2020/11/11

تاريخ الاستلام: 2020/10/10

الملخص:

سعت الدراسة إلى التعرف على استخدامات القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي (صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، التغطيات الإخبارية، البرامج الخاصة)، من خلال منهج المسح الإعلامي لقنوات التلفزيون الأردني والمملكة ورؤيا. واستخدم الباحث أدواتي الملاحظة وتحليل المضمون لجمع البيانات من عينة الدراسة. وخلصت النتائج إلى أن عينة الدراسة تستخدم تقنيات الإعلام الرقمي بأشكال متعددة، أبرزها؛ البث المباشر على تطبيقات الإعلام الرقمي وتخصيص برامج تتعلق بالإعلام الرقمي، تخصيص صفحات تابعة للقنوات التلفزيونية على شتى مواقع التواصل الاجتماعي لنشر إنتاجها المرئي عليها، وتغذية النشرات الإخبارية بإنتاج الإعلام الرقمي. وبناء على هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بتطبيقات الإعلام الرقمي ومهنيها، والاستفادة من الخدمات التي تقدمها لتطوير المحتوى الإخباري والبرامجي، مع ضرورة ضرورة تخصيص كليات الإعلام لمساقات وأقسام مختصة بالإعلام الرقمي، أو المزج بين التخصصات التقليدية وتقنيات الإعلام الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، مواقع التواصل الاجتماعي، القنوات التلفزيونية، النشرات الإخبارية، الأردن

Abstract

The study sought to identify the uses of Jordanian TV channels for digital media tools (social media pages, news coverage, special programs), through the media survey methodology of JORDANIAN TV, ALMAMLAKA TV, and ROYA. The researcher used the two tools of observation and content analysis to collect data from the study

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

sample. The results concluded that the study sample uses digital media technologies in various forms, most notably: Direct broadcast on digital media applications, and programs specialized in topics published on social media sites, in addition to allocating pages belonging to television channels on various social media sites to publish their visual production, and feeding newsletters into digital media production. Based on these results, the study recommends the need to pay attention to digital media applications academically and professionally, and to benefit from the services they provide to develop news and program content, with the necessity to allocate media colleges to courses and departments specializing in digital media, or to combine traditional specializations and digital media technologies.

Key Words: Digital Media, Social Media, TV Channels, Newsletters, Jordan

### 1. مقدمة:

منذ انطلاقة ثورة مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الاعلام الرقمي، سارعت القنوات الاخبارية لحجز نطاقها على هذه المنصات وأسست صفحاتها الرسمية لتبقى على تواصل مع الجماهير ومواكبة التطور الذي يشهده العالم في الثورة الرقمية. ولا تزال أدوات الإعلام الرقمي تتصدر الدراسات والأبحاث الإعلامية، نظراً لتأثيرها الملحوظ الذي طال جميع وسائل الإعلام التقليدية، ما دفع الوسائل التقليدية لعمل كل ما بوسعها من أجل استثمار هذه المنصات الاجتماعية، في سبيل زيادة جمهورها وتوسيع تأثير الرسالة الإعلامية لتصل إلى أبعد مدى ممكن.

تعددت وسائل الإعلام الرقمي وأدواته وازدادت تنوعاً ونمواً مع مرور الوقت، وأخذ يشق طريقه بقوة بين المستخدمين ويمارس دوره في نقل المحتوى الاتصالي بنجاح، بمفاهيم وتقنيات جديدة لم يعهدها الإعلام التقليدي، لتكشف عن مرحلة جديدة من الخدمات الإعلامية والاتصالية تختلف عن سابقتها في التلفزيون والصحف والاذاعات. ونظراً لأهمية هذه الأدوات سارع القائمون على وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية لإنشاء صفحات رديفة تقوم بالترويج لهوية الوسيلة الإعلامية الأصلية ونشر المواد الصحفية المنتجة من قبل هذه الوسائل عبر تطبيقات الإعلام الجديد، ولم تكتفي الوسائل بهذا الحد؛ بل حجز الإعلام الرقمي نفسه على صفحات متخصصة في الجرائد، وكذلك مساحات رئيسية من البرامج الإذاعية والتلفزيونية.

وبناءً على ذلك بدأت القنوات التلفزيونية بإنشاء مواقع إلكترونية تابعة لها، إلى جانب صفحات خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الاجتماعية، لنشر إنتاجاتها المرئية من تقارير ونشرات إخبارية وبرامج مختلفة على هذه الوسائل الجديدة؛ بل أصبحت القنوات الفضائية اليوم تضع ضمن خطتها البرمجية نشرات إخبارية تعتمد بشكل كامل على الأخبار المنشورة عبر صفحات نشطاء الإعلام الرقمي، إضافةً للبرامج التلفزيونية المختصة بهذا النوع الجديد من الإعلام.

وتحاول القنوات التلفزيونية الارتباط بأدوات الاعلام الرقمي لتضمن لنفسها الجمهور الذي يقضى معظم وقته بين المنصات الاجتماعية، فكما تُشير الدراسات البحثية فإنّ فئة الشباب الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أنهم يقضون يومياً ساعات ليست بالقليلة على هذه المواقع والأدوات، سواء من خلال الهواتف الذكية التي لا تفارق أيديهم، أو من خلال الحواسيب المحمولة والموجودة في بيوتهم وأماكن عملهم.

## 2. مشكلة الدراسة وصياغتها:

خصصت عدد من القنوات التلفزيونية الأردنية نشرات وبرامج مختصة بمتابعة الأحداث الموجودة على تطبيقات الإعلام الرقمي، ووضعها ضمن خطتها البرمجية وبثها التلفزيوني اليومي، إضافة إلى انتشار الكثير من الفيديوهات على أدوات الإعلام الرقمي التابعة للقنوات الفضائية سواء التقارير والنشرات الإخبارية أو الأفلام والمسلسلات الدرامية أو غيرها من الإصدارات المرئية التي تتبع في أصلها للتلفزيون. يُعد موقعا "الفييس بوك" و"اليوتيوب" أبرز أدوات الاعلام الرقمي التي تستخدمها القنوات التلفزيونية لنشر إنتاجها المرئي، في محاولة منها لزيادة جمهورها وكسب فئة الشباب المتواجدين في معظم أوقاتهم على المنصات الاجتماعية.

تتلخص مشكلة البحث في التعرف على مظاهر الاستخدام لأدوات الإعلام الرقمي في القنوات التلفزيونية الأردنية (التلفزيون الأردني، قناة المملكة، قناة رؤيا)، من خلال متابعتها والأدوات الرقمية التابعة لها، ورصد أوجه الاستفادة من مميزات الشبكات الاجتماعية، التي تحظى بقدر كبير من خاصيتي التفاعلية والآنية.

## 3. أهمية الدراسة:

فرضت تطبيقات الإعلام الرقمي نفسها على وسائل الإعلام التقليدية لا سيما القنوات الفضائية التي تحظى بخصائص كثيرة تجذب الجماهير حول الشاشة، وتنحصر أهمية الدراسة في النقاط التالية:

1. حداثة الدراسات الإعلامية التي تتناول الإعلام الرقمي بشكلٍ عام، والدراسات التي تبحث دور المنصات الاجتماعية وتأثيرها على الوسيلة المرئية "التلفزيون".
2. تزويد المكتبات العلمية العربية بالأبحاث والدراسات الإعلامية التي تتناول هذا الموضوع، نظراً لقلّة الدراسات التي تهتم باستخدام أدوات الإعلام الرقمي في زيادة جمهور القنوات الفضائية.
3. أهمية التحقق من مدى استفادة القنوات التلفزيونية بشكلٍ أمثل من المنصات الاجتماعية من خلال استقطاب مشاهدين جدد.

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

4. قد تكون نتائج هذه الدراسة منطلقاً لباحثين آخرين للتعلم في دراسة الموضوع ومقارنته بالتجارب العالمية المماثلة، والتي يتوقع الباحث أنها ستشكل قاعدة علمية ومعرفية للباحثين مستقبلاً حول استخدام أدوات الإعلام الرقمي في زيادة جماهير الوسائل التقليدية بشكل عام.

### 4. أهداف وتساؤلات الدراسة:

تهدف الدراسة لتحقيق هدف رئيسي وهو معرفة مظاهر استخدام الأدوات المختلفة للإعلام الرقمي في القنوات التلفزيونية الأردنية (التلفزيون الأردني، قناة المملكة، قناة رؤيا)، وفي إطار هذا الهدف العام نذكر الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على طبيعة أدوات الإعلام الرقمي المستخدمة في القنوات التلفزيونية الأردنية.
2. رصد أشكال التوظيف المتبعة من قبل القائمين على القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي.
3. التعرف على مدى استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لجميع أدوات الإعلام الرقمي.

### 5. نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وهي التي تصور بدقة خصائص فرد بذاته أو جماعة أو موقف، ويهدف هذا النوع من البحوث لتحديد مرات حدوث شيء ما أو اقتران ظهور شيء بآخر، وتفسير الظواهر كلما كان ذلك ممكناً (حجاب، 2000، 26). حيث أنّ الدراسة الحالية تسعى لوصف ورصد مظاهر استخدام أدوات الإعلام الرقمي في القنوات التلفزيونية الأردنية، لأجل التعرف على الزيادة المتحققة في مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العربية من خلال هذه الأدوات، مع تحديد مدى استفادة التلفزيون من أدوات الإعلام الرقمي في كسب الجماهير، بواسطة جمع وتفسير البيانات التي تنتج عن إجراءات الدراسة.

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، الذي يعد من أنسب المناهج العلمية ملائمةً لهذه الدراسة، كونه يندرج تحت قائمة البحوث الوصفية، وهو من المناهج العلمية المنظمة التي تهدف لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بهذه الدراسة، ويُعرف هذا المنهج بأنه "مجموعة الظواهر، موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين" (المشاقبة، 2010)

وفي إطار هذا المنهج تعتمد الدراسة على أسلوب: تحليل المضمون، بهدف التعرف على مدى استفادة القنوات التلفزيونية الأردنية من أدوات الإعلام الرقمي، باستخدام أداتي تحليل المضمون والملاحظة،

وفي إطار منهج المسح الإعلامي، تستخدم الدراسة أداة استمارة تحليل المضمون، التي "تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي والموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في المحتوى" (حسين، 2010، 160)، ويهدف الكشف عن المضمون المرئي لعدد من القنوات التلفزيونية الأردنية من خلال متابعة عينة من أدوات الإعلام الرقمي الخاصة بها، لدراسة حجم استفادة القنوات الفضائية الإخبارية من أدوات الإعلام الرقمي. أما الأداة الثانية التي اعتمدها الباحث فهي الملاحظة، وهي إحدى أدوات البحث العلمي، وتعرف بأنها "المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب البحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة، وبمعناها الخاص تطلق على الحقائق المشاهدة التي يقرها الباحث في فرع خاص من فروع المعرفة (عرفة، 2006، 38).

#### 6. مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في القنوات التلفزيونية الأردنية بشكل عام، والأدوات الرقمية التابعة لها، فيما عينة الدراسة جرى اختيارها بطريقة العينة العمدية، وهي تحليل عينة من تطبيقات الإعلام الرقمي التابعة لثلاث فضائيات إخبارية ناطقة باللغة العربية، وهي (التلفزيون الأردني، قناة المملكة، قناة رؤيا). تم اعتماد القنوات الثلاث باعتبارها تمثل قطاعات اعلامية مختلفة، فالتلفزيون الأردني هو التلفزيون الرسمي للدولة، وقناة المملكة تعتبر قناة خدمة عامة مستقلة، وقناة رؤيا تمثل القنوات التلفزيونية الخاصة.

#### 7. الدراسات السابقة:

من خلال الإطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة المرتبطة بدراسات الإعلام الرقمي، يمكن استعراض أبرز الدراسات التي ناقشت استخدامات الإعلام الرقمي والجديد وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

جاءت دراسة مياسر سمباوه (2020) بعنوان "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، للتعرف على مدى اعتماد القائمين بالاتصال على تكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي، وتحديد هذه التكنولوجيات والمضامين المستخدمة في نشرها، والكشف عن إيجابيات وصعوبات توظيفها في الممارسة المهنية من وجهة نظرهم. وتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال من العاملين في الصحف السعودية حيث تم تطبيق المنهج الوصفي المسحي باستخدام أداة الاستبيان على عينة عمدية قوامها 150 مفردة من الصحفيين والمتخصصين في صناعة المحتوى السعوديين بالمملكة العربية السعودية. وتتلخص أهم

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

النتائج في وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في صناعة المحتوى الصحفي ومعدل الاعتماد عليها حيث جاء بشكل مكثف. كما وجدت فروق دالة إحصائية لصالح الإناث في استخدامهم لها بصورة دائمة. وتمثلت إيجابيات استخدام الوسائط الرقمية في صناعة المحتوى الصحفي في "اكتساب المهارات التقنية والفنية ثم "ممارسة جميع جوانب العمل الصحفي" ثم "التحول إلى الصحفي الشامل". من وجهة نظر القائمين بالاتصال، أما أبرز الصعوبات فهي "تطلب إنتاج الاخبار باستخدام الوسائط الرقمية مهارات تكنولوجية وصحفية جديدة" ثم "صعوبة حصول الصحفيين على عمل إذا كانوا غير قادرين على استخدامها". وتقرح الباحثة بالاستفادة من التوظيف الأمثل لتكنولوجيا الإعلام الرقمي في محتوى الصحف عبر الإنترنت وعدم اقتصره على النقل من النسخ المطبوعة، وتدريب القائمين بالاتصال على إنتاجها بشكل محترف في صناعة القصص الإخبارية ودفعهم لاكتساب مهارات الصحفي الشامل. كما تؤكد على ضرورة تأسيس وحدة إعلام رقمي بداخل المؤسسة.

واهتمت دراسة جمال عبد ناموس (2020) بعنوان " انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية - دراسة ميدانية على الصحفيين العاملين في صحف الزمان والمدى والصبح والمشرق والزوراء والصبح الجديد"، بظاهرة انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية، هدفت الكشف عن انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على عمل الصحفيين العراقيين، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، ولتحقيق أهداف الدراسة اختيرت عينة عمدية مكونة من (94) مبحوثاً بواقع (63) صحفياً و(31) صحفية من صحف (الزمان والمدى والصبح والمشرق والزوراء والصبح الجديد)، ولغرض الوصول إلى الحقائق التي يهدف البحث إلى معرفتها، صممت استمارة تضم عدة محاور وقد وظفت أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع البحث. وقد تم التأكد من صدق المقياس عن طريق الصدق الظاهري عن طريق عرض الاستمارة على أساتذة متخصصين في الإعلام. تم قياس ثبات الاستمارة البحثية باستخدام معادلة ألفا كرونباخ. أظهرت النتائج: ارتفاع نسبة استفادة الصحفيين من الانترنت في عملهم الصحفي لأن التطبيقات الرقمية أصبحت العمود الفقري للمؤسسات الإعلامية بعامة والصحفيين بصورة خاصة في انجاز الأعمال الصحفية للمؤسسات الإعلامية، وأن هناك إسهام كبير للإعلام الرقمي في تطوير وسائل الاعلام التقليدية بنسبة مئوية قدرها (90.4%) وتعد هذه النسبة كبيرة جداً وهذا ما دعا الكثير من الصحف التقليدية الى إنشاء مواقع الكترونية خاصة بها لنشر المضامين.

وسعت دراسة Amjad Safori (2018) إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس وهو: كيف غيرت وسائل التواصل الاجتماعي الحياة العملية للصحفيين في الأردن، حيث توصل الباحث إلى أن الصحفيين -

عينة الدراسة - يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لأسباب عدة من أبرزها معرفة ما يهم الجمهور من موضوعات، كما أنها تعد مكانا للحصول على الأفكار والموضوعات، ووسيلة للدعاية وعرض عملهم والتواصل فيما بينهم وتبادل المعلومات والخبرات، إلا أنها ورغم ما تتيحه من إمكانيات فهي تفرض تحديات تتمثل بشكل أساسي في سرعة نقل الحدث وتصويره والذي يأتي في بعض الأحيان على حساب الدقة، والتفكير في الموضوعات التي يمكن أن تحصد أكبر عدد من المشاركات بغض النظر عن أهميتها، ومنحت الجمهور سلطة هائلة ما يهدد مستقبل العديد من المؤسسات الصحفية غير القادرة على مواكبة التطورات التي يفرضها العصر الرقمي.

وسلّطت دراسة حسناوي مهدية وسقوالي مونية (2017) بعنوان "الصحافة الآلية وتقنيات تحرير الأخبار في الإعلام الرقمي"، الضوء على أحدث تقنيات تحرير المحتوى الصحفي ودراسة مدى قابلية المؤسسات الإعلامية للتوجه نحو الامتعة، من خلال تقديم شرح موسع حول موضوع الصحافة الآلية وكيفية عملها ومختلف التقنيات و الأدوات والتعرض لمختلف مراحل تطور هذه التكنولوجيا ودمجها في العمل الصحفي، إضافة إلى الجانب الأخلاقي والقانوني لهذه التقنية والآفاق المتوقعة. وحاولت الدراسة اسقاط هذه التقنية على مؤسستي الأسوشيتيد برس ولوس انجلس تايمز للتعرف على كيفية استخدامها لتقنيات وبرامج الكتابة الآلية، حيث توصلت الدراسة إلى انه ينبغي على المؤسسات تبني هذه التقنية الجديدة.

وناقشت دراسة بوكابو سيف الدين وآخرون (2016) "الإندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي"، ودراسة مدى استخدام الصحفيين للتكنولوجيا الرقمية في العمل الاعلامي. وتناولت الدراسة أربعة برامج لاهم المؤسسات الاعلامية الموجهة للمنطقة العربية، حيث تم تحليل الحصص من حيث الاستخدام التكنولوجي لعرض المحتوى الاعلامي عبر مختلف المنصات، وكذا اعتمادها على مواد الاعلام الاجتماعي خلال تقديم البرامج. وخلصت الدراسة إلى أن الحصص الاخبارية توظف مختلف المنصات ما أدى إلى تأثير على عملها الاعلامي بحيث جلبت معها أسلوب جديد وتغيرت بمقتضاه الممارسات الصحفية القديمة.

#### 7.1 الاستفادة من الدراسات السابقة

سعت بعض الدراسات التي تم استعراضها إلى تبيان تأثير استخدام أدوات الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي على العمل الصحفي والمؤسسات الإعلامية. استفاد الباحث مما تم استعراضه من دراسات في تحديد أبعاد مشكلة البحث وأدوات جمع البيانات. ويلاحظ قلة الدراسات التي تصف استخدام القنوات التلفزيونية لأدوات الإعلام الرقمي وتوظيفها في النشرات الاخبارية والبرامج الخاصة، وكيفية استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يميز هذا البحث واعتباره إضافة لدراسات الإعلام الرقمي.

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

8. نتائج الدراسة:

يشكل الإعلام الرقمي اليوم نظاما عكسيا لما جرى عليه النظام في الإعلام التقليدي الذي يستند إلى جانب وفير من القواعد والضوابط والقوانين التي تحكمه وتراقب توازنه، وذلك لما ينطوي عليه من كسر للتقاليد المعرفية والمهنية المتعارف عليها في البيئة الإعلامية التقليدية؛ فالإعلام التقليدي الكلاسيكي (يقابله في زمننا الحالي الإعلام بصيغة الفرد، والرسائل الإعلامية المبنية والمعدة بصيغة مهنية عالية)، بدأ يغمرها سيل متدفق من الرسائل المتحررة من ضوابط التحرير والكتابة، والحرية النسبية تقابلها اليوم حرية مطلقة تسري وسط فضاء شاسع (البدراني، 2016).

ونتيجة تعدد وسائل الاتصال الحديثة، وتنوع وغزارة المعلومات والإنتاج الإعلامي لم تعد جماهير وسائل الإعلام الجديدة هي الكتل الضخمة الموحدة والمتجانسة ذاتها، بل تحولت في عصرنا الحالي إلى وحدات صغيرة، وأصبح كل فرد يتلقى من منفذه الخاص مختلف المواد التي تناسبه، فزادت وتعددت الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام وأصبح وقتهم موزعة بين المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية، إلى جانب وسائل الإعلام التقليدية من تلفزيون وصحافة وإذاعة، فأضحى من الصعب السيطرة على، أو التحكم في، أو متابعة المعلومات الواردة أو الأخبار التي تصل للجماهير، وهذا ما يشكل قلقا وتحديا في التعامل مع الشعوب، ومحاولة معرفة أفكارهم والسعي لإرضائهم.

ونتيجة لهذا التطور في تقنيات وأدوات الإعلام الرقمي، بات لزاما على القنوات التلفزيونية الاعتماد عليها بسبب انتشارها الواسع بين فئة كبيرة من المجتمع، وتأثير رسالتها القوي من خلال الحملات المنظمة على شبكات التواصل الاجتماعي، أو من خلال الرسالة اليومية لمستخدمي هذه التطبيقات، والتي عكست أهمية كبيرة، دفعت القائمين على القنوات الفضائية وكحال باقي الوسائل التقليدية، إلى البحث عن آليات تمكنهم من استفادة من خصائص ومميزات الإعلام الرقمي.

وتنوعت استخدامات أدوات الإعلام الرقمي في القنوات التلفزيونية الأردنية، فبدأت هذه القنوات بتخصيص مساحات خاصة بها على شبكات التواصل الاجتماعي، وإنشاء صفحات خاصة تحمل اسمها وتنشر المضمون الذي تنشره على الشاشات عبر هذه الوسائل، ومن ثم توسعت استفادة القنوات التلفزيونية من تقنيات الإعلام الرقمي في تغذية النشرات الإخبارية بالفيديوهات المنشورة على الشبكات الاجتماعية. ولم يتوقف استخدام القنوات التلفزيونية لأدوات الإعلام الرقمي عند هذا الحد، بل اتجهت هذه الوسيلة المرئية إلى التخصص في خطتها البرمجية، وأصبحنا نرى برامج مستقلة تعتمد بشكل كامل على الإعلام الجديد وتهتم بتطوراتها المتسارعة.

وبالرغم من قوة التلفزيون وقدرته على جذب الانتباه عبر الصورة، إلا أن وسائل الإعلام الرقمية قد تفوقت عليه بخصائص عدة، لعل أهمها الديناميكية والتفاعلية والجمع بين النص والصورة والصوت في ملف واحد وسهولة الحمل والتنقل (الفيصل، 2014)، كل تلك الخصائص مكنت وسائل الاتصال الجديدة من اقتحام كل مجالات الحياة، حتى العائلية والحميمية منها، ومست كل الشرائح الاجتماعية والمهنية والعمرية، ما أثر على التلفزيون وإشعاعه كوسيلة إعلام جماهيرية طبعت وجودها بوضوح في التاريخ.

ولعل قدرة الشباب على استخدام التكنولوجيا الجديدة في الوصول للأخبار والمعلومات، بل في إنتاجها وتوزيعها عبر وسائل الإعلام الجديدة، كمواقع الإنترنت والمدونات ورسائل الهاتف؛ منع الاحتكار التقليدي للأخبار والمعلومات (عبدالفتاح، 2016)، وهو ما دفع القنوات التلفزيونية للاستعانة بصحافة المواطن في خطتها البرمجية، سواء من خلال الاستفادة من إنتاج الإعلام الجديد في النشرات الإخبارية، أو تخصيص برامج تعتمد على الإعلام الجديد بشكل كامل، إضافة إلى تنفيذ دورات متخصصة للمراسلين والكوادر الإعلامية العاملة في الوسيلة المرئية، لأجل تأهيلهم وتمكينهم في القدرة على صناعة المحتوى المرئي بواسطة الهواتف المحمولة وتطبيقات الإعلام الرقمي.

وبناء على ما سبق، يعرض الباحث نتائج الدراسة التطبيقية والتي رصدت مظاهر الاستخدام لأدوات الإعلام الرقمي في ثلاث قنوات تلفزيونية أردنية؛ هي التلفزيون الأردني وقناة المملكة وقناة رؤيا، وعلى النحو الآتي:

#### 8.1 استخدام أدوات الإعلام الرقمي في قناة "المملكة":

تأسست قناة المملكة بموجب نظام خاص بتاريخ 10 تموز 2015 كنواة لمنظمة إعلام عام مستقل من خلال خدمة عامة، حيث يتجسد مفهوم الخدمة الإعلامية العامة بالإعلام العام المستقل عن تدخل السلطات والمصالح الاقتصادية الخاصة الذي يعكس المصلحة العامة، والمملوكة للقطاع العام، والممولة من موازنة الدولة العامة، والممثلة لأطياف المجتمع كافة، والضامن للتعددية والتشاركية يعكس اهتمامات المواطنين كلهم ومخاطبتهم دون استثناء، أو إقصاء، أو تهميش لفئة أو جهة منهم (المملكة، 2020).

ترتكز سياسية قناة "المملكة" على التغطية العميقة من خلال العمل على جمع وتحليل المعلومات والتفاصيل المهمة إحدى مسؤولياتها التحريرية الأساسية في تقديم خدمة إخبارية وإعلامية سريعة وذات مصداقية عالية. وتسعى القناة الى تقديم نموذج متقدم من صحافة العمق والمرتبطة بجودة المعلومات والإحاطة والتركيز على جودة المعلومات والبحث في تفاصيلها وخلفياتها المهمة، وتقديم

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

إحاطة شاملة بزوايا الحدث المختلفة، إضافة إلى متابعة حثيثة للقصص الإخبارية والأحداث الجارية، ورصد تحولاتها أو سكونها وتقديم تعريف جديد لدورة حياة الأخبار يرتبط بمصالح المشاهد بعيداً عن الإثارة الرخيصة، من خلال البحث عن المصادر الأقرب للأحداث والظواهر، والأكثر كفاءة في تقديم المعلومات والآراء، والأكثر صدقية وموثوقية.

اعتمدت قناة "المملكة" على استخدام عناصر الإنتاج التلفزيوني الرقمي الأكثر قدرة على إيصال المعلومات والرسائل بحرفية عالية لتوفير متعة معرفية، بهدف تغيير المفاهيم التقليدية للأخبار، وبناء مصداقية عالية، وتقديم محتوى مختلف، ونشر ثقافة إعلامية جديدة تتكامل مع الإعلام الرقمي بكل أدواته.

جدول (1): صفحات تابعة لقناة المملكة على مواقع التواصل الاجتماعي

اسم الموقع	عدد المتابعين	كيفية استخدام القناة للصفحة
الفيس بوك	مليونين و300 ألف متابع	تنشر بشكل يومي التقارير المرئية والأخبار النصية والمقابلات والمؤتمرات الحكومية
انستجرام	أكثر من نصف مليون متابع	تنشر صور وفيديوهات وأخبار وتقارير يتم بثها على القناة الفضائية
تويتر	قرابة 300 ألف متابع	نشر الأخبار النصية والتقارير المرئية القصيرة ومقتطفات من بعض البرامج الاخبارية التي تبث على الفضائية
اليوتيوب	قرابة 200 ألف متابع	اعادة نشر حلقات البرامج التي تهتم بالشأن العام بشكل خاص بالإضافة لنشر التقارير الاخبارية المرئية وتتميز الصفحة بخاصية البث المباشر

### 8.1.1 تغذية النشرات الإخبارية والبرامج المتخصصة في قناة "المملكة":

هناك تباين بين آراء خبراء الإعلام في أن إنتاج الإعلام الرقمي هو أكثر المصادر التي تعتمد عليها القنوات الفضائية في استقاء مادتها الإعلامية، لكن من ملاحظة الباحث ومتابعته لقناة "المملكة"، وجد الباحث أن القناة لا تميل إلى نشر الفيديوهات والأخبار المنشورة على منصات

التواصل الاجتماعي إلا بعد التأكد منها من مصادرها الرسمية، باعتبارها قناة خدمة عامة تميل إلى الطابع الرسمي في نقل الأخبار والتغطيات الميدانية. وضعت قناة "المملكة" في خطتها البرمجية برنامجا مختصا بالموضوعات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي ويتداولها المواطنون الناشطون، بعنوان "@JO"، ويسلط الضوء على القضايا الأكثر تداولاً وتفاعلاً عبر شبكات التواصل الاجتماعي محلياً وعربياً وعالمياً، من خلال قصص وفيديوهات مختلفة، إلى جانب ردود وتعليقات النشطاء على هذه القضايا (المملكة، 2020ب).



الشكل رقم (1): لقطة من برنامج "@JO"

## 8.2 استخدام أدوات الإعلام الرقمي في قناة "رؤيا":

انطلقت قناة رؤيا الفضائية، كقناة فضائية أردنية خاصة، في 2011/1/1 بهدف تقديم إعلام عصري ورقمي متطور يركز على مضمون إعلامي عال المهنية والجودة، ويلبي اهتمامات وتطلعات المشاهد العربي والمشاهد الأردني في الداخل والخارج. وتهدف القناة إلى إحداث تغيير جذري في نظرة المشاهد الأردني والعربي إلى الإمكانيات المحلية، والمساهمة في تكوين فكرة ايجابية لتغطية إعلامية عربية، تمتاز بالدقة والحيادية وتقدم أحدث ما توصل إليه القطاع السمعي البصري من تكنولوجيا. وتعمل "رؤيا" على نهج يوازن بين الانفتاح العالمي والإلتزام بالهوية العربية وما يرافقها من مبادئ وقيم، فتتيح منبرا للتواصل والتفاعل مع المشاهد لطرح أهم المواضيع الحياتية، ولتخاطب جمهورا عربيا من شتى أنحاء العالم ومن مختلف الأعمار والإهتمامات (رؤيا، 2020أ).

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

جدول (2): صفحات تابعة لقناة رؤيا على مواقع التواصل الاجتماعي

اسم الموقع	عدد المتابعين	كيفية استخدام القناة للصفحة
الفيس بوك	أكثر من 5 مليون شخص اضافة إلى أكثر من مليون متابع للصفحات الخاصة بالبرامج المتخصصة	نشر الأخبار النصية والتقارير المرئية والبرامج التلفزيونية التي تعرضها القناة والبرامج الخاصة
انستجرام	مليونان ونصف المليون متابع	نشر الاخبار العاجلة والتقارير القصيرة ومقتطفات من حلقات برامجها لحث المشاهدين على المشاهدة
تويتر	مليون و200 ألف متابع	نشر الأخبار والتقارير والبرامج التي تبثها ولكنها تركز أكثر على الناحية الاخبارية، باعتبار منصة تويتر هي منصة رسمية أكثر من فيس بوك وانستجرام
اليوتيوب	قراة مليون متابع	البيث المباشر عبر منصة يوتيوب، ونشر حلقات برامجها وتقاريرها الاخبارية والمقابلات بالاضافة لخدمة البيث للنوات واللقاءات الرسمية.

### 8.2.1 تغذية النشرات الإخبارية والبرامج المتخصصة في قناة "رؤيا":

هناك تباين بين آراء خبراء الإعلام في أن إنتاج الإعلام الرقمي هو أكثر المصادر التي تعتمد عليها القنوات الفضائية في استقاء مادتها الإعلامية، لكن من خلال ملاحظة الباحث ومتابعته لقناة "رؤيا"، وجد أن القناة تغذي نشراتها الإخبارية من المواد الإعلامية المنشورة على الإعلام الرقمي، وتحديدًا الفيديوهات والصور التي يلتقطها النشطاء من أماكن يتعذر وصول المرسلين والوكالات إليها، إضافة إلى تغذية نشرات الأخبار باقتباس آراء نشطاء ومحللين وشخصيات سياسية. تعمل قناة "رؤيا" على متابعة العديد من القضايا المحلية التي تشغل الرأي العام ويتم تداولها بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة "الفيس بوك" و"تويتر" من خلال التواصل مع الجهات المختصة لغايات متابعتها والوقوف على نتائجها.

امتازت رؤيا بدورها البرمجية الكثيفة والأهم هي عمل برامج مختصة بتناول القضايا التي تشغل الرأي العام ويتم تداولها بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي مثل برامج (عالوجع) و(خنشوف) و(كرفان) و(ياهملاي)، كما عملت قناة رؤيا في الإونة الأخيرة على استقطاب عدد من المؤثرين الأردنيين للعمل ضمن طواقم قناة رؤيا وبرامجها، وأبرزها برامج "تشويش واضح" و"بث بياخة" و"صد ورد" و"ليلة خميس" (رؤيا، 2020ب).

بادرت قناة رؤيا باطلاق تطبيق خاص بهدف استمرارية التواصل مع الجمهور من خلال هواتفهم الذكية، والتي باتت ركنا اساسيا في حياة المواطن الأردني، مما سهل على الجمهور الاطلاع على آخر الاخبار ومشاهدة البرامج التي تبثها القناة بشكل مباشر.



الشكل رقم (2): توافر تطبيق قناة "رؤيا" على المنصات العالمية

### 8.3 استخدام أدوات الإعلام الرقمي في "التلفزيون الأردني":

يعتبر التلفزيون الأردني القناة الرسمية للحكومة الأردنية ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني، والذي انطلق عام 1968، ليكون الأردن من الدول الرائدة في البث التلفزيوني. ومنذ ذلك الوقت أصبحت الشاشة الأردنية صورة الأردن وصوته إلى أبناء الأمة ومنبرا للصوت الحر المعبر عن رسالة الأردن القومية وأداة اتصال وتواصل مع الدول المجاورة (التلفزيون الاردني، 2020).

جدول (3): صفحات تابعة للتلفزيون الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي

اسم الموقع	عدد المتابعين	كيفية استخدام القناة للصفحة
الفييس بوك	200 مليون و 200 الف متابع	تميز الصفحة بالطابع الاخباري أكثر من الترويج للبرامج التي تعرضها وربما يرجع ذلك الى الصفة الرسمية التي تتمتع بها القناة كونها مصدر رسمي للأخبار للمتابعين بالداخل والخارج وكأول محطة تلفزيونية انشأت في الأردن لتكون اللسان الاعلامي الناطق باسم المملكة
انستجرام	300 قرابة ألف متابع	تهتم بنقل الأخبار والمؤتمرات والتصريحات الرسمية للحكومة والاعلان عن مواعيد عرض برامجها وعناوين وضيوف الحلقات
تويتر	أكثر من 155 ألف متابع	تركز بشكل كبير على الأخبار وبعض التقارير الاخبارية
اليوتيوب	400 قرابة ألف متابع	تهتم بنشر الأخبار والتقارير وحلقات البرامج والمسلسلات الأردنية التي تبث عبر الشاشة الفضائية للقناة

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

### 8.3.1 تغذية النشرات الإخبارية والبرامج المتخصصة في "التلفزيون الأردني":

يعد التلفزيون الأردني القناة الرسمية للمملكة الأردنية الهاشمية، لذلك يندر التعاطة مع القضايا التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي مباشرة إلا بعد التأكد من دقتها ومحتواها من خلال مصادرها الرسمية، ويكون النشر على شكل بيانات صحفية صادرة عن المؤسسات المختصة بالقضية المثارة. لم يهمل التلفزيون الأردني القضايا التي تثار على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، فكان لا بد من وجود برامج تهتم بهذه المنصات كبرنامج "ترند وفن" وهو برنامج ترفيهي حيث تغطي الاعلامية دانا الشرران جميع المواضيع المتداولة والممتعة مع ضيوف مميزين (التلفزيون الاردني، 2020ب).



الشكل رقم (3): لقطة من برنامج "ترند وفن"

### 9. الخلاصة والنتائج:

خلصت النتائج إلى أن عينة الدراسة تستخدم الإعلام الرقمي بأشكال متعددة، حيث تخصص القنوات التلفزيونية الثلاث صفحات خاصة بها تطبيقات الإعلام الرقمي، ونشر إنتاجها المرئي علمها، إضافة إلى استخدامها خدمة البث المباشر المتاحة على تطبيقات الإعلام الرقمي، وخصوصا الخدمة المتاحة عبر موقعي "الفيس بوك" و"يوتيوب". وتشير النتائج إلى اعتماد قناة رؤيا في نشراتها الإخبارية على الإعلام الرقمي، وتحديد الفيديوها والصور والمنشورات التي يتداولها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، فيما تعتمد قناة المملكة والتلفزيون الأردني على التصريحات الرسمية من الجهات المختصة للتعليق على الموضوعات التي تثار على مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت النتائج إلى أن القنوات التلفزيونية الثلاث خصصت برامج خاصة تتعلق بالإعلام الرقمي، وعددا من الفقرات الإخبارية التي تعتمد بشكل كلي على مواقع التواصل الاجتماعي، فيما أطلقت القنوات التلفزيونية الثلاث تطبيقات على متاجر التطبيقات الخاصة بالهواتف والشاشات الذكية، ويسجل لقناة "رؤيا" السبق في ذلك.

10. التوصيات:

منذ انطلاقة ثورة مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الاعلام الرقمي، سارعت القنوات الاخبارية لحجز نطاقها على هذه المنصات وأسست صفحاتها الرسمية لتبقى على تواصل مع الجماهير ومواكبة التطور الذي يشهده العالم في الثورة الرقمية.

وبناء على النتائج السابقة، تقدم وسائل الإعلام الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الاعلام الرقمي نموذجاً للمؤسسات الإعلامية الناجحة لذلك عمدت على تطوير برامجها الإعلامية من النواحي التقنية والبشرية، فوضعت في الاعتبار تقديم الحقائق والمعلومات بطرق مختلفة حتى تساعد الافراد على معرفة آخر المستجدات على الصعيد المحلي والعربي والدولي، من خلال مخاطبتها الجماهير مستخدمة في ذلك كافة فنون الإعلام من تقارير واخبار وحوارات واجتماعات بالنص والصوت والصورة. وعليه، توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بتطبيقات الإعلام الرقمي اكاديميا ومهنيا، والاستفادة من الخدمات التي تقدمها لتطوير المحتوى الاخباري والبرامجي، مع ضرورة تخصيص كليات الإعلام لمساقات وأقسام مختصة بالإعلام الرقمي، أو المزج بين التخصصات التقليدية وتقنيات الإعلام الرقمي.

## استخدام القنوات التلفزيونية الأردنية لأدوات الإعلام الرقمي

### قائمة المراجع:

البدراني، فاضل محمد. (2016). التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، *المستقبل العربي*، 6(4054)، 134-149.

بوكابو سيف الدين، حفار الساس سارة لويزة & مخالفي نبيلة (2016)، *الإندماج الرقمي وتأثيره على العمل الصحفي*. رسالة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945 كاملة، الجزائر.

التلفزيون الأردني (2020أ)، عن التلفزيون الأردني، متاح من خلال الرابط:  
<https://www.jrtv.jo/about-jordan-tv>

التلفزيون الأردني (2020ب)، برنامج ترند وفن، متاح من خلال الرابط:  
<https://www.jrtv.jo/container/%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AF-%D9%88-%D9%81%D9%86/1823>

حجاب، محمد منير (2000)، *الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية*، ط3، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ص26.

حسناوي مهدي وسقوالي مونية (2017). *الصحافة الآلية وتقنيات تحرير الأخبار في الإعلام الرقمي*. رسالة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945 كاملة، الجزائر.

حسين، سمير (2010)، *بحوث الإعلام*، ط3، القاهرة: عالم الكتب، ص160.

رؤيا (2020أ)، عن قناة رؤيا، متاح من خلال الرابط: <https://roya.tv/about>

رؤيا (2020ب)، برامج قناة رؤيا، متاح من خلال الرابط: <https://roya.tv/programs-list>

سمباوه، مياسر بنت وليد محمد. (2020). *تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال*. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.

عبد الفتاح، علي (2016)، *الإعلام الدولي والعمولة الجديدة*، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

عرفة، ناهد (2006)، *مناهج البحث العلمي*، ط1، القاهرة: إصدارات الجمعية الفلسفية المصرية، ص38.

الفيصل، عبد الأمير (2014)، *دراسات في الإعلام الإلكتروني*، ط1، العين: دار الكتاب الجامعي.

مشاقبة، بسام (2010)، *مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب*، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص60.

المملكة (2020أ)، عن قناة المملكة، متاح من خلال الرابط:  
<https://www.almamlakatv.com/pages/3>

د. أمجد عمر صفوري د. اشرف فالج الزعبي

المملكة (2020ب)، برنامج @JO، متاح من خلال الرابط:  
<https://www.almamlakatv.com/singleprogram/10014>

ناموس، جمال عبد. (2020). انعكاسات البيئة الرقمية وتأثيراتها على الصحفيين العاملين في الصحافة العراقية. *المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، (13)، 225-204.

Safari, A. O. (2018). Social Media's Impact on a Journalist's role. *Journal of Science Education*, 19(1), 148-62.