

Sultan Qaboos University
Journal of Arts & Social Sciences



جامعة السلطان قابوس
مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية

الضغوط المهنية في المؤسسات الإعلامية الأردنية وتأثيرها على إدارة الجودة المهنية

رائد جميل سليمان

أستاذ مشارك
قسم علم المكتبات - كلية الآداب
جامعة الحسين بن طلال
rjyslm@yahoo.com

باسم محمد الطويسي

أستاذ مشارك
قسم الإعلام والدراسات الإستراتيجية
كلية الآداب - جامعة الحسين بن طلال
B.tweissi@jmi.edu.Jo

تاريخ الاستلام: ٢٠١٣/٨/١٣

تاريخ القبول: ٢٠١٤/١٢/٣٠

الضغوط المهنية في المؤسسات الإعلامية الأردنية وتأثيرها على إدارة الجودة المهنية

باسم محمد الطويسي و رائد جميل سليمان

المخلص:

هدفت الدراسة إلى تعرّف واقع إدارة الجودة في ٢٠ مؤسسة إعلامية أردنية، فسّمت حسب نوع الوسيلة الإعلامية، وحجم المؤسسة ونمط ملكيتها، ضمن ستة أبعاد أساسية توطر العمليات الداخلية في المؤسسات الإعلامية وهي: التنظيم المؤسسي والذاتي، والتدريب والكفاية المهنية، والسياسات التحريرية وإدارة غرف الأخبار، والاستقلالية، والمساءلة الإعلامية، والتحسين المستمر والتطوير والتحديث في البنية التحتية ووسائل الإنتاج.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ إذ اشتملت الأداة على قياس ٦٤ مؤشراً فرعياً تغطي الأبعاد الستة من خلال استبانة مقننة صممت اعتماداً على أدبيات الجودة في قطاع الخدمات وأدبيات الأداء والمهنية الإعلامية، ونفذت من خلال المقابلات، واشتملت إجراء ما معدله ثلاث مقابلات في كل مؤسسة.

توصلت نتائج الدراسة إلى تدني أغلب مؤشرات تطبيق الجودة، في حين جاء أكثر أبعاد الجودة تطبيقاً فعلياً في المؤسسات الإعلامية، يُعد التطوير والتحديث في البنية التحتية ووسائل الإنتاج، ثم التنظيم. في المقابل جاءت مؤشرات الجودة في بعدي الاستقلالية والسياسات التحريرية وإدارة غرف الأخبار، أدنى تطبيقاً.

الكلمات المفتاحية: إدارة الجودة، الإعلام الأردني.

The Reality of Quality Management in Jordanian Media Institutions

Basim.m.Tweissi and Raid Jameel Suleiman

Abstract:

This study aimed at identifying the reality of quality management in twenty Jordanian media institutions with respect to the type of media outlet, and its size along with its ownership. Divided into six essential dimensions, this study identified the features of internal processes in those media institutions as follows: institutional self-organization; training and professional qualification; editorial policies along with newsroom management; media independency, media questioning; and sustainable improvement, development, and updating the infrastructure and means of production.

The study adopted an analytical and descriptive approach. As the instrument of the study, a sampling survey, designed based on the related literature of the quality of service sector, and that of performance and media professionalism, measured sixty-four minor indicators, covering those six dimensions. The sample included interviews --three interviews were carried out in every institution.

By way of concluding, this study revealed a decline in most indicators applying quality. In particular, among the most applicable quality dimensions were developing and updating the infrastructure structure and the means of production, and finally institutional self-organization. On the other hand, the lowest applicable dimensions were independency, editorial policies and newsroom management.

Keywords: Jordanian Media, Quality Management.

أولاً: الإطار العام للدراسة المقدمة

تهدف هذه الدراسة إلى تناول البيئة الداخلية في مؤسسات الإعلام الأردنية من منظور الجودة، فإذا كانت إدارة الجودة تعنى بالمدخلات والعمليات والمخرجات، فإن هذه الدراسة تهتم بالحلقة الوسطى في إدارة الجودة باعتبارها البيئة التي تختبر خلالها مضامين واتجاهات أداء المؤسسة الإعلامية.

أخذ الاهتمام بإدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية ينمو متأخراً، ولم يتجاوز عمر الدراسات في هذا الحقل أكثر من عقد ونصف، وفيما استفادت هذه الدراسات من الإنجازات النظرية في إدارة الجودة في مجال الخدمات، تبقى مهمة فحص وتقييم إدارة الجودة في المؤسسة الإعلامية مهمة محفوفة بالمخاطر العلمية والعملية نظراً لطبيعة المؤسسة الإعلامية ومنتجها وجمهوره.

لقد ذهب المنظر الجديد لتطوير معايير المهنية والجودة في وسائل الإعلام الذي دعت إليه الأمم المتحدة، إلى ضرورة تطوير أنظمة للجودة تراعي التراث والأدبيات الإنسانية المشتركة وتلائم الخصوصيات المحلية، الأمر الذي يلتقي مع المبادئ المشتركة للحاكمية والرشد المؤسسي.

تذهب الدراسة إلى تتبع واقع إدارة الجودة في ٢٠ مؤسسة إعلامية أردنية فُسمت حسب نوع الوسيلة الإعلامية، وحجم المؤسسة ونمط ملكيتها، ضمن ستة أبعاد أساسية تؤطر العمليات الداخلية في المؤسسات الإعلامية.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تسعى هذه الدراسة إلى تعرف واقع إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية الأردنية، بتتبع ملامح البنية الإدارية والتنظيمية والعمليات والممارسات المهنية لكشف مدى مطابقتها معايير الجودة والممارسات المهنية الجيدة في مجال الخدمة الإعلامية، في ثلاث وسائل: هي الصحافة ووكالات الأنباء، والإذاعة والتلفزيون، والصحافة الإلكترونية.

في ضوء مراجعة الدراسات السابقة تم تحديد أهم عناصر ومحددات المشكلة البحثية، التي استمدت من محددات بيئة الإعلام الأردني، وفق الأطر التشريعية والسياسية والتنظيمية وأنماط الملكية، ومن أدبيات الجودة في مجال الخدمات وأدبيات المهنية والممارسات الجيدة في البيئة الداخلية للمؤسسات الإعلامية.

تشمل مشكلة الدراسة ستة أبعاد أساسية لفحص الواقع الفعلي لإدارة الجودة في مؤسسات الإعلام الأردنية وهي:

- البعد التنظيمي: القواعد والأطر التي تنظم العمل الإعلامي المؤسسي وتشمل الهياكل التنظيمية والعلاقات والأنماط التنظيمية بما فيها التنظيم المؤسسي والتنظيم الذاتي.

- التدريب والكفاية المهنية: البرامج والأنشطة التي تهدف إلى نقل المعرفة والمهارات للقائمين على إعداد ونقل الرسائل الإعلامية للجمهور، أما الكفاية المهنية للمؤسسة الإعلامية فيقصد بها في هذه الدراسة قدرة المؤسسة على توفير موارد بشرية ومؤهلة ومتوازنة بين الإدارة والتحرير.

- السياسات التحريرية: قواعد إدارة غرف الأخبار، وتشمل وجود سياسات تحريرية واضحة ومعلنة وموثقة تراعي معايير الجودة والمهنية الإعلامية.

- الاستقلالية: وجود قواعد وإجراءات وقيم مؤسسية تحد من التدخلات والضغوط الخارجية السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

- المساءلة والتقييم: وجود إجراءات داخلية في المؤسسة تضمن حق الجمهور في الرد والتصحيح والشكاوي، أما التقييم فيعني وجود قواعد وإجراءات لمتابعة الأداء الإعلامي.

- التطوير والتحسين المستمر: وجود إجراءات وخطط للتطوير والتحسين في مخلف عمليات الإنتاج الإعلامي بما يشمل الحوافز وإدارة المنافسة.

وبناء على ما تقدم، يمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال إجابة الأسئلة الآتية:

- ما مدى تطبيق مؤسسات الإعلام الأردنية لقواعد الجودة والأصول المهنية في الهياكل التنظيمية والعلاقات والأنماط التنظيمية بما فيها التنظيم المؤسسي والتنظيم الذاتي؟

- ما مستوى تأهيل الإعلاميين ونوعه في المؤسسات الإعلامية؟

- ما حجم الانخراط في التدريب الإعلامي ونوعه؟

- ما واقع الممارسات في السياسات التحريرية وإدارة غرف الأخبار؟

- ما ملامح ممارسة الاستقلالية في المؤسسات الإعلامية؟

- هل توجد نظم وممارسات في المساءلة الإعلامية في مؤسسات الإعلام؟

- هل توجد نظم وممارسات لتقييم الأداء الإعلامي؟

- هل توجد سياسات وممارسات في مجال التحسين المستمر والتطوير الإعلامي والإداري في المؤسسة الإعلامية؟

كما تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$ بين نوع الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة في المؤسسات الإعلامية الستة المعرفة في المشكلة الدراسية.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$ بين نمط الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة في المؤسسات الإعلامية الستة المعرفة في المشكلة الدراسية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد واقع إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية الأردنية في ضوء ستة أبعاد أساسية، هي: البعد التنظيمي، والتدريب والكفاية المهنية، والسياسات التحريرية، والاستقلالية، والمساءلة والتقييم، والتطوير والتحسين المستمر، ثم تحديد مدى تطبيق مؤسسات الإعلام الأردنية لقواعد الجودة والأصول المهنية في الهياكل التنظيمية والعلاقات والأنماط التنظيمية، ومستوى تأهيل الإعلاميين وحجم انخراطهم في التدريب الإعلامي وممارساتهم للسياسات التحريرية والاستقلالية والمساءلة والتقييم والتحسين والتطوير.

أهمية الدراسة

تواكب هذه الدراسة تطورات عالمية وإقليمية ومحلية، جميعها تدعو إلى المزيد من التركيز على الجودة في الأداء المهني لمؤسسات الإعلام. لقد ازداد الإدراك العالمي الذي تم تعبير عنه في أكثر من مناسبة بتراجع المهنية الإعلامية وازدياد الفجوة بين المعايير الدولية والممارسات الإعلامية خلال السنوات الأخيرة (white, 2009) ومن حيث إن المهنية عملية نامية ومستمرة، أصبحت جودة الأداء المهني مطلباً مهماً في تحسين المنتج والخدمة الإعلامية. (Berger and Matras, 2007).

وإقليمياً تزداد أهمية دراسات المهنية والجودة في الأداء الإعلامي مع عمليات التحول السياسي التي يشهدها عدد من بلدان العالم العربي، والتي أدت إلى ارتفاع سقف الحريات الإعلامية مع استمرار ضعف جودة المنتج الإعلامي، وهو الإطار الذي ينطبق على حالة الإعلام في الأردن؛ إذ تكمن هنا أهمية الدراسة؛ في تشخيص واقع إدارة الجودة في مؤسسات الإعلام الأردني، التي يمكن أن يستفاد فيها من المؤسسات الإعلامية الأردنية والعاملين فيها والإعلام العربي، في ضوء القليل من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خاصة بالإعلام الأردني.

إذ يشهد الأردن عملية إصلاح إعلامي طويلة ومتعثرة توصف بـ"خطوتين إلى الامام وخطوتين إلى الخلف"، تقع قضية الجودة في أداء المؤسسات الإعلامية، في مركز النقاش حول الإصلاح الإعلامي (Naomi Sakr, 2002) وتتخذ أحياناً مسوغاً لتعثر وتباطؤ مسار الإصلاح الإعلامي، ويبدو دور الإعلاميين أساسياً في حسم الإصلاح الإعلامي (Hawatmeh and Pies, 2011).

إن مرحلة الانتقال السياسي نحو الديمقراطية التي يشهدها عدد من المجتمعات العربية ومنها الأردن، تحدث في ضوء ثورة إعلامية واسعة تشهدها المنطقة العربية؛ إذ تعتمد هذه المرحلة على وسائل الإعلام بشكل أساسي في توطيق قيم الديمقراطية وتوفير قنوات حرة ونزيهة في تدفق المعلومات ومنابر متعددة للنقاش؛ فتزيد حجم المسؤولية المهنية التي يتحملها القائمون بالاتصال في هذه المجتمعات، وتتطلب مراجعة مستمرة لمستويات الوعي بمعايير المهنية والجودة وأدواتها، تزيد من قوة المنافسة الإعلامية التي تتطلب استقطاب الإعلاميين.

محددات الدراسة

من الجانب الزمني أجريت هذه الدراسة في الفترة الزمنية ما

بين ٢٠١٢/١٠/١ و ٢٠١٣/٦/١، وأما من الجانب الموضوعي والجغرافي فتناولت إدارة الجودة وممارستها في مؤسسات الإعلام الأردني ومعظمها في العاصمة عمان، وطبقت على عينة ممثلة لمؤسسات الإعلام الأردني من حيث الشكل والنوع.

منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع المعلومات من مصادرها الأولية وتحليلها وفق محددات مشكلة الدراسة ومتطلباتها الأساسية؛ إذ تعد المؤسسة هي وحدة الدراسة وجمع المعلومات والتحليل.

مجتمع الدراسة والعينة

تم اختيار عينات المؤسسات وفق ثلاثة معايير: نوع المؤسسات من ناحية النشاط الإعلامي، والملكية، وحجم المؤسسة، وفي ضوء طبيعة توزيع مجتمع الدراسة، ولكي تكون العينة أكثر تمثيلاً سحبت عينة الدراسة على طريقة العينة المركبة، (العينة الطبقيّة - العشوائية المنتظمة) وذلك للاعتبارات العلمية والمجتمعية الآتية:

- تمثيل قطاعات وسائل الإعلام التي تتوزع عليها المؤسسات الإعلامية في ثلاث فئات هي: الصحافة ووكالات الأنباء، والإذاعة والتلفزيون، والصحافة الإلكترونية.
- تمثيل مؤسسات الإعلام الأردنية من حيث الملكية (ملكية قطاع عام، والحكومة، والقطاع الخاص، والقطاع الأهلي).
- تمثيل المؤسسات الإعلامية التي يعمل بها الإعلاميون الأردنيون حسب حجمها في ثلاث فئات: مؤسسات إعلامية كبيرة، ومؤسسات إعلامية متوسطة، ومؤسسات إعلامية صغيرة.
- بحيث يكون عدد المؤسسات الإعلامية التي خضعت للدراسة (٢٠) مؤسسة إعلامية، ممثلاً لجميع أنواع وأنماط المؤسسات الإعلامية والجدول رقم (١) يوضح ذلك.

أداة الدراسة

تم الاعتماد على الاستبانة المقننة أداة لجمع المعلومات، ونفذت من خلال المقابلات المقننة ما بين شهر ١١ و ١٢ من عام ٢٠١٢، واشتملت على إجراء ما معدله ثلاث مقابلات في كل مؤسسة. اشتملت الأداة على ستة أقسام تغطي أبعاد الجودة في إدارة المؤسسات الإعلامية من خلال قياس ٤٢ مؤشراً.

جدول (١) نوع ونمط المؤسسات الإعلامية في عينة الدراسة

نمط الملكية	النسبة %	العدد	نوع المؤسسة
حكومية، ومساهمة عامة، وخاصة	٣٥	٧	الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء: الرأي، والغد، والدستور، والعرب اليوم، وكالة بتر، وشيخان.
حكومية، ومساهمة عامة، وخاصة، ومجتمعية	٤٥	٩	التلفزيون والإذاعة: التلفزيون الأردني، وتلفزيون رؤيا، وتلفزيون جوسات، والإذاعة الأردنية، وإذاعة هلا، وصوت الجنوب، وإذاعة هوا عمان، وإذاعة حياة FM، وإذاعة البلد
خاصة، ومجتمعية	٢٠	٤	الصحافة الإلكترونية: عمون، وموقع البوصلة، وخبربي، والشاهد
	١٠٠	٢٠	المجموع

المعالجة الإحصائية

اعتمدت الدراسة على التحليل الوصفي في عرض النتائج من خلال احتساب العدد وحساب النسب المئوية، فيما اعتمدت على اختبار (kruskal wallis) اللامعلمي لتحديد الفروق بين نوع الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة، والذي يركز على الوسط الحسابي الترتيبي وحساب مربع كاي، ويعتمد هذا الاختبار في حالات العينات الصغيرة.

ويلاحظ أن الدراسة قد عرضت النتائج وفق النسب المئوية لكل نوع من الوسائل الإعلامية على حده باعتباره مجتمعاً مستقلاً، على سبيل المثال الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء ممثلة في العينة بـ(7)؛ فإنها تمثل 100٪، والصحافة الإلكترونية (4) صحف إلكترونية تشكل 100٪، في حين عرض المجموع العام بشكل مستقل 20 وسيلة تشكل 100٪.

صدق الأداه وثباتها

ولقياس صدق الأداة، تم عرضها في صورتها الأولية على أربعة محكميين من ذوي الخبرة والمتخصصين في الإعلام والمهنية الإعلامية والجودة، وتم الأخذ بملاحظاتهم عن مدى صلاحية فقرات الاستبانة وملاءمتها لأسئلة الدراسة وأهدافها. وفيما يتعلق بثبات الأداة تم فحص الثبات بهدف قياس استقلالية المعلومات عن أداة القياس، باختيار عينة تجريبية وبعد فترة من الزمن تم إعادة تجريب العينة ذاتها، ووجد اتساق كبير ومقبول في النتائج، وتم تطبيق معادلة (هولستي) ووجد معدل الاتساق 85٪ وهو معدل مقبول.

ثانياً: الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري:

مدخل إصلاح الإعلام والمهنة:

أخذت قضية إصلاح الإعلام تحتل مكانة بارزة في دعوات الإصلاح السياسي، واحتلت هذه العملية أولوية في موجة الإصلاح السياسي التي شهدتها دول أوروبا الشرقية في عقد التسعينيات الماضي (Jakubowjicz, 2002: 206) وفي أمريكا اللاتينية ودول شرق آسيا، كما هو الحال في موجة الانتقال الديمقراطي التي تشهدها بعض المجتمعات العربية، وترز الإصلاح المؤسسي في صلب عمليات الإصلاح الإعلامي.

يذهب هذا المدخل النظري إلى أن وسائل الإعلام يجب أن تتقدم نحو الحرية والاستقلالية، وأن الإعلام المستقل عن السيطرة أو التدخل الحكومي أو سيطرة مجموعات اجتماعية أو اقتصادية هو القادر على استكمال مرحلة الانتقال والحفاظ على استمراريتها ودعم أدوات المشاركة، وبذلك يكون الإعلام الحر والمستقل أداة من أدوات الانتقال السياسي وحامي الديمقراطية علاوة على كون الحق بالاتصال والمعرفة والإعلام الحر عناصر أصيلة في منظومة حقوق الإنسان (Rozumilowicz, 2002: 16).

بالقدر الذي تلفت فيه مرحلة الانتقال السياسي الأنظار إلى دور الإعلام في عملية الديمقراطية، فإنها تحدد مصير الإعلام وما يحتاجه

هو ذاته من إصلاح وتطوير فعلية التحول الديمقراطي معقدة ومتداخلة وتشهد تحولات متبادلة التأثير بين الديمقراطية والإعلام، فالانتقال السياسي في الخلاصة عملية تعمل على إعادة تنظيم المجتمع والمؤسسات بشكل عام (Fotopoulos, 2004)، في هذه المرحلة ينتظر أن يشهد الإعلام أربعة تطورات أساسية (Rozumilowicz, 2002: 16):

- إصلاحات تشريعية تعمل على تأسيس حرية إعلامية فعالة وضمانها، وتعمل على إعادة تنظيم الإعلام على أسس متينة تضمن الاستقلالية، كما تعمل على منع الاحتكار والتركيز وضبط هيكل الملكية والسيطرة.

- مهنة الإعلام: وهو مسار طويل يحتاج إلى مراجعة الأداء المهني وتطوير أدواته بدءاً من مؤسسات التعليم والتدريب، وتطوير قدرات الصحفيين ومؤسساتهم على الأداء المهني وتعميق الوعي والالتزام بالمبادئ الأخلاقية للصحافة والتنظيم المهني والنقابي للمهنة، والمهنة هي أحد الأسس المتينة لتمكين وسائل الإعلام من القيام بوظائفها الرئيسية في حماية النظام الديمقراطي وتمثل قيمه.

- تطوير المؤسسات الإعلامية: لا يمكن ضمان مسار الإصلاح الإعلامي دون مسار داخلي في إصلاح بنى المؤسسات الإعلامية بما يشمل هياكلها التنظيمية، وتخصصها المهني، ومواردها البشرية وصولاً إلى حد مقبول من مراعاة معايير إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية.

- حماية الحرية والمسؤولية المهنية: من خلال دعم التماسك على مستوى المجتمع المدني في القيام بدور المساند والحامي لضمان الحرية الإعلامية من جهة، وضمان المسؤولية المهنية في أداء وسائل الإعلام من جهة أخرى، عن طريق مراقبة وسائل الإعلام ورصدها ومساءلتها وفق قواعد الأداء المهني ومبادئ السلوك الأخلاقي.

وفق هذا التصور تبرز مكانة جودة العمليات الداخلية التي تنظم الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية في إطار إصلاح الإعلام في مرحلة الانتقال الديمقراطي.

المقياس الدولي لجودة أداء الإعلام (ISAS BCP 9001):

لا توجد قائمة موحدة معترف بها دولياً لمعايير قياس الجودة في أداء مؤسسات الإعلام، في حين توجد محاولات محدودة لتطوير معايير للجودة الإعلامية على غرار مواصفات قياس الجودة في قطاعي الإنتاج والخدمات التي تقوم عليها مؤسسات عالمية معروفة، أهمها المحاولة التي ترجع إلى عام 2002؛ إذ طورت هذه المعايير من قبل (ISAS) وهي شركة متخصصة بخدمات المقياس المعيارية لصالح مؤسسة الإعلام والمجتمع وهي مؤسسة غير ربحية مقرها جنيف. يقوم المقياس الدولي (ISAS BCP 9001) على (12) معياراً، كل معيار يشتمل على المبادئ الأساسية وأفضل الممارسات، وتتلخص هذه المعايير في ما يأتي:

1- جودة المعلومات: الجودة في المعلومات خدمة عامة، وهي أساس الثقة والاعتماد لأداء وسائل الإعلام وتتطلب جودة المعلومات مراعاة: الدقة من خلال التحقق من المعلومات، والتحقق من

٩- الشفافية: يتطلب هذا المعيار أن تقوم مؤسسة الإعلام بنشر مدونات الأخلاق وأدلة وموثائق التحرير ومصادر المعلومات، ونماذج التصحيح وضمان الحق بالرد، والإجراءات القانونية، ونظام الشكاوى وطرق التحقيق فيها.

١٠- إدارة الموارد البشرية: يتطلب المعيار سياسة واضحة للتوظيف وعمل الصحفيين، وسياسة واضحة للتقييم الدوري للأداء، ونظام رواتب عادلا وشفافا، والمساواة حسب الجنس والمؤهلات التدريب.

١١- تنظيم العمل: التحسين المستمر، وحماية الملكية الفكرية، ووجود نظام لإدارة الجودة.

١٢- البنية التحتية: توفر البنية التحتية وكفايتها، استيعاب التكنولوجيا الجديدة وتوظيفها.

وفيما يتعلق بمدخل إدارة الجودة في مجال الخدمات فقد تطور مفهوم الإعلام كخدمة عامة في الدراسات الإعلامية الحديثة، وعلى كل الأحوال فالمنتجات الإعلامية هي خدمات أو سلع غير ملموسة وغير متجانسة وتوصف بسرعة النفاذ والعطب (Mc 185:1992-quail, 202)، وهو ما يوافق مفهوم جودة الخدمات في مؤسسات الأعمال الذي أخذ بالظهور ثمانينيات القرن الماضي. ويعد هذا المفهوم أحد أبرز أسس المنافسة، ووسيلة هامه للحفاظ على الجمهور (Ventis and Ghauri, 2004).

لقد شهدت العقود الأخيرة جدلاً واسعاً بين الباحثين حول أبعاد جودة الخدمات ونماذج قياسها، ولعل من أهم نتائج التي توصلت إليها هذه النقاشات أن عملية تقييم جودة الخدمة أكثر صعوبة من عملية تقييم جودة السلع، وأن إدراك جودة الخدمة يتم من خلال عمليات مقارنة بين التوقعات والأداء الفعلي (Parsasura Man, 1985).

كما أن عملية تقييم جودة الخدمة عادة ما تتم على مستويين حسب الهدف من التقييم: أحدهما داخلي يعبر عن رأي الجمهور الداخلي للمؤسسة ومدى التزام المؤسسة بمعايير داخلية للجودة، والآخر يقيس وجهة النظر الخارجية أو الجمهور الخارجي المتلقي للخدمة. والاتجاه الأول الذي يدرس الجودة الداخلية يركز على ثلاثة أبعاد هي الجودة المؤسسية (Corporate Quality)، والجودة التفاعلية (Interactive quality)، والجودة المادية (Physical Quality).

لقد توصل الباحثون إلى تحديد نموذجين رئيسيين في بحوث تقييم جودة الخدمة، ويعتمد هذان النموذجان على مجموعة من المؤشرات التقييمية والمفاهيم القابلة للتكيف والتعديل حسب نوع الخدمة (Sanjay K and Gupta, 2004).

النموذج الأول يسمى نموذج الفجوات ويطلق عليه أيضاً "servqual" ظهر في الثمانينات من خلال الدراسات التي قام بها (Parasurman and beery) والتي هدفت إلى تحليل مصادر مشاكل جودة الخدمات وسبل تحسينها، ويعني هذا النموذج بتحديد الفجوة بين توقعات الجمهور أو العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي، وحدد النموذج مجموعه من المؤشرات الأساسية لتحليل الجودة وتقييمها أهمها (Sanjay K and Gupta, 2004):

- الاعتمادية (Reliability): ثبات الأداء والثقة به.

مصادر المعلومات، والفصل بين الآراء والمعلومات، والفصل بين الإعلانات والمعلومات، وأن تعكس المعلومات التنوع والتمثيل، والتعدد في مصادر المعلومات.

٢- جودة المحتوى: يتم تقييم جودة المحتوى من منظور الجمهور ومن منظور الصحفيين ومن منظور الخبراء. إن الممارسات الجيدة يمكن تلخيصها بما يلي:

- القدرة على تزويد الجمهور بالمعلومات التي تمكنهم من المشاركة العامة.

- القدرة على تفسير الأحداث والوقائع للمجتمع.

- إشباع الاحتياجات الإعلامية للأقليات.

- تعزيز الابتكار والإبداع في المحتوى.

- ممارسة الوظيفة الرقابية.

- التعبير عن الصامتين والمهمشين في المجتمع.

- المساهمة في تقدم المعرفة.

- المساهمة في حل الصراعات.

- المساهمة في التطوير الثقافي.

٣- السياسة التحريرية والقواعد المهنية: يتطلب المعيار أن تشمل السياسة التحريرية على تعريف واضح لمعايير الجودة المعتمدة لدى الوسيلة، وأن تعلن قواعد التفاعل مع البيئات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وأن توضح المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لمؤسسة الإعلام، وأن تكون لديها سياسة واضحة لتقييم الأداء المهني.

٤- المبادئ الأخلاقية: يحاول المقياس تقديم تعريفات إجرائية تفصيلية للقيم الأخلاقية ويحددها في ثلاثة مجموعات أساسية: السعي وراء الحقيقة، واحترام حقوق الأفراد وخصوصياتهم، والنزاهة وعدم التحيز.

٥- الاستقلال: بالرغم من أن الاستقلال الإعلامي معترف به ومطلب في كل المعاهدات والإعلانات والقرارات الدولية، تعرفه كل جهة وتطبقه بطريقة خاصة.

يحدد هذا المعيار تطبيق سياسة الاستقلال من قبل المؤسسة الإعلامية إزاء كل من: المالكين وأصحاب رأس المال، والسلطات العامة، ومؤسسات المجتمع المدني، والعلمين، والموردين، والجمهور.

٦- العلاقة مع المعلنين: يتطلب هذا المعيار من المؤسسة الإعلامية الفصل بين المادة التحريرية والإعلانات، وسياسة واضحة لحماية استقلال التحرير من المعلنين، وانسجام الإعلان مع قواعد أخلاقية معرفة، ووجود نظام شفاف لتسعير الإعلانات.

٧- المشاركة والعلاقة مع الجمهور: المسؤولية الأولى لمؤسسة الإعلام الجمهور. يتطلب هذا المعيار: التفاعل مع الجمهور، ووجود قنوات للتواصل مع الجمهور مع مختلف أقسام المؤسسة، ووجود نظام واضح وشفاف لاستقبال الشكاوى، وضمان حق التصحيح، وضمان حق الرد.

٨- العلاقة مع السلطات: يرتبط هذا المعيار بالإجابة على متطلبات ضمان حرية التعبير واحترام الحق في الوصول إلى المعلومات من قبل السلطات وحظر الرقابة وعدم وجود إجراءات من شأنها إنتاج رقابة ذاتية لدى الصحفيين.

التأكد من جودة النشر ومعرفة مدى مطابقتها لمعايير الجودة الفنية.

ويصل الباحث إلى أن تطوير نظام مراجعة جودة المحتوى المعلوماتي على موقع الجزيرة، دفع نحو تميز هذا الموقع، مقارنة بالمواقع الإخبارية الأخرى باللغة العربية من خلال قدرات الموقع في مجال البحث التفصيلي والأرشيف الفني والمتنوع. ويحدد الباحث أهم نواقص هذه التجربة وعيوبها بأن عمليات مراجعة الجودة تتم بعد النشر لا قبله.

أما دراسة (Philip, 2003) فقد اعتمدت على (١٥) مؤشراً للجودة المهنية الصحفية من ضمنها عدد من المؤشرات المهنية المرتبطة بالمحتوى ومؤشرات مرتبطة بالأداء المؤسسي، توصلت الدراسة إلى أن الصحافة الجيدة ما تزال تعتمد على مؤشرات الجودة التقليدية، مثل: الدقة في كتابة التقارير والتحقيقات الاستقصائية، والاختصاص، والخدمة العامة، إضافة إلى مؤشرات أخرى أكدها عدد من الدراسات السابقة وهي: سهولة الاستخدام والوصول إلى المحتوى، والمحلية، والجرأة في التحرير.

دراسة (أبو عرجة، ١٩٩٧) بعنوان "المهنية في الصحافة الأردنية: العنصر البشري"، وهي الأولى في موضوعها على الصحافة الأردنية. وقد شملت عينة عشوائية من الصحفيين في الصحف اليومية والأسبوعية، وهدفت إلى التعرف الظروف البيئية التي تحيط بعمل الصحفيين وتحديد العوامل المؤثرة في العنصر البشري، وتوصلت إلى تأكيد إدراك الصحفيين لقيمة التدريب الإعلامي ودوره في الارتقاء المهني وضرورة تحسين الأوضاع المادية للصحفيين، وكشفت أن حرية الوصول إلى المعلومات والعلاقة مع المصادر، من أهم تحديات تطوير المهنة الصحفية، وكذلك اهتمام الصحفيين بقضية الحرية الإعلامية. ولفتت النظر إلى مطالب الصحفيين بتحسين أداء نقابة الصحفيين وتطوير دورها في رعاية المهنة.

أجرى (Breed, 1995) دراسة حول الضغوط المهنية التي واجهها الصحفيون، ومن خلال مقابلة (١٢٠) مندوباً صحفياً في صحف شهدت ضغوطاً مهنية ومحاولات سيطرة.

كشفت الدراسة أن أهم أشكال هذه الضغوط هي: استخدام ضغط السلطة الرسمية، واحتمال تكليف صحفيين أكثر ولاء لتغطية الموضوعات الخلافية، وشطب بعض الأجزاء من الموضوعات الصحفية، وتهديد بأضرار بفرص الترقية، وعدم وجود مجموعات ضغط قوية بديلة يمكنها المساندة في مواجهة الانحراف عن خط المؤسسة، والشائعات والأقاويل التي تنتشر داخل المؤسسة والتي تنال من أشخاص معينين، وتأتي على رغم أن القائم بالاتصال لا يسأل نفسه عادة عن ما يريده رئيسه، بل يتبع نموذجاً أقره المجتمع الصحفي على العموم، ويفترض أنه كلما اقترب من هذا النموذج ضمن النشر والتأثير.

وخلص الباحث إلى أن غرف الأخبار في وسائل الإعلام تشهد ضغوطاً متعددة ومعقدة للغاية، كما تفرض قيوداً على الصحفي وتكون فرصة لإحداث التغيير صعبة، كما توصلت الدراسة إلى أن القيود الإدارية التي يشهدها هذا النمط من المؤسسات تمارس تأثيراً على القائم بالاتصال يفوق القيود المهنية.

- الكفاية والجدارة (Competence) امتلاك المهارات والمعرفة لأداء الخدمة.

- القدرة على الوصول (The Ability to Access)، أي إمكانية الوصول للجمهور.

- المصداقية (Credibility) وتشمل الصدق والدقة والثقة.

- المشاركة والاتصال (Communication and Participation) : أي إبقاء الجمهور على اتصال ومساهمته في تقييم الخدمة.

أما النموذج الثاني، ويعرف بنموذج الاتجاه (Servperf)، وقد ظهر عام ١٩٩٢ نتيجة الدراسات التي قام بها (Taylor and Cronin)، فيركز على إدراك الجمهور للأداء الفعلي للخدمة المقدمة أي تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة التي من خلالها يقاس مستوى الرضا عن الخدمة (معلل، ١٩٩٨: ٣٦١).

الدراسات السابقة

تركز معظم دراسات الجودة على المنتج الإعلامي أو البيئة الخارجية ذات الصلة بالنظام الإعلامي والتي تعنى بالتشريعات وقيم النظام السياسي وموقفه من الإعلام؛ فما زال الاهتمام بالبيئة الداخلية أي جودة الأداء المؤسسي، محدوداً.

أجرى (عزام، ٢٠١٠) دراسة هدفت إلى معرفة اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى عدم رضا العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية رغم وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء بعض الوسائل في بعض الموضوعات، مع ضعف الدور الرقابي على أعمال الحكومة والبرلمان.

وفي أجواء الربيع العربي نشر (Hawatmeh, 2011) دراسة توصلت إلى أن السلطات تستخدم ضعف المهنة والجودة الإعلامية للمزيد من الضغوط على وسائل الإعلام.

تعد دراسة (Berger, 2007) التي رعته منظمة الأمم المتحدة للثقافة والتربية والعلوم (اليونسكو)، واحدة من أهم الدراسات الجديدة في مجالات تطوير الجودة الإعلامية في الدول النامية. وضعت اليونسكو الدراسة بهدف تقييم أوضاع مؤسسات التدريب الإعلامي في إفريقيا، لوضع استراتيجية للوصول للجودة والتميز لهذه المؤسسات. أعدت الدراسة بالتعاون كلية الصحافة والدراسات الإعلامية في جامعة رودس في جنوب إفريقيا وكلية الدراسات العليا في الصحافة في جامعة (ESJ) الفرنسية. ووصلت إلى أن إفريقيا ليست بحاجة إلى المزيد من مدارس الصحافة ومراكز التدريب، بل بحاجة إلى تطوير قدرات التدريب، وتحسين جودة المناهج وأدوات التدريب بل أطر وبنية إدارة الجودة في المؤسسات الإعلامية.

دراسة (السيد، ٢٠٠٥) تقدم تجربة قناة الجزيرة الإخبارية في صيانة جودة المحتوى المعلوماتي؛ إذ يعد "موقع الجزيرة نت" أحد أهم مصادر الأخبار والمعلومات على الإنترنت باللغة العربية. تقصد الدراسة بصيانة المحتوى استدامة سلامة ودقة المعلومات وقابليتها للاسترجاع وفق معايير جودة محتوى المعلومات. تتم هذه العملية على مستويين: الأول مراجعة قواعد البيانات المساندة الموجودة على نظام النشر الداخلي بهدف خدمة المحتوى الإعلامي قبل نشره. والمستوى الثاني يتم بعد عملية النشر مباشرة بغرض

الوسائل الإعلامية على حده، باعتباره مجتمعا مستقلا؛ فعلى سبيل المثال الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء ممثلة في العينة ب(٧)، تمثل ١٠٠٪، والصحافة الإلكترونية (٤) صحف إلكترونية تشكل ١٠٠٪ في حين المجموع العام عرض بشكل مستقل ٢٠ وسيلة وتشكل ١٠٠٪.

جودة التنظيم

تشتمل جودة التنظيم تطبيق مؤسسات الإعلام الأردنية لقواعد الجودة والأصول المهنية في الهياكل التنظيمية والعلاقات والأنماط التنظيمية بما فيها التنظيم المؤسسي والتنظيم الذاتي ما يوفر إجابة السؤال الأول من أسئلة الدراسة.

يشير الجدول رقم (٢) إلى أن معظم المؤسسات الإعلامية المبحوثة تتوفر فيها هيكل تنظيمي؛ إذ يشير إلى أن (٩٤,٧٪) من المؤسسات تتوفر فيها هذه الهيكل، إلا أنه في آخر ثلاث سنوات لم يتم تحديثه في معظم المؤسسات، وهو ما يعني أن عملية التطوير والتحديث الإداري ضعيفة في معظم المؤسسات الإعلامية.

فيما يتعلق بالتنظيم الذاتي يشير الجدول رقم (٢) إلى أن (٥٥٪) من وسائل الإعلام يوجد لديها (مدونة سلوك مهني وأخلاقي للمؤسسة)، وهو ما يعني أن (٤٥٪) من المؤسسات الإعلامية لا توفر لها مدونات السلوك الأخلاقي، ولا سيما في الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء؛ إذ إن نسبة المؤسسات التي يوجد لديها مدونة سلوك مهني (٤٢,٩٪)، و(٤٠٪) يوجد لديها "جمعية أو لجنة اجتماعية للإعلاميين في المؤسسة"، على الرغم من وجود جمعيات قطاعية ظهرت خلال السنوات الخمس الأخيرة، تعد أداة من أدوات التنظيم الذاتي مثل جمعية الصحافة الإلكترونية، واتحاد الإذاعات المجتمعية، ونادي الكتاب.

كما يشير الجدول إلى أن (١٥٪) من المؤسسات الإعلامية بشكل عام تطلب من الإعلاميين الالتزام لاحقا بعضوية النقابة من خلال التسجيل في سجل الصحفيين المتدربين، وتركزت في الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء؛ إذ كانت النسبة (١٤,٣٪)، والإذاعة والتلفزيون؛ إذ بلغت النسبة (٢٢,٢٪)، في حين غابت تماما في الصحافة الإلكترونية.

فيما يتعلق بمعايير تعيين الإعلاميين فيشير الجدول رقم (٣) إلى أن (٥٥٪) من المؤسسات الإعلامية تراعي معيار المنافسة المفتوحة في التعيين، وخاصة في الإذاعة والتلفزيون حيث بلغت النسبة (٦٦,٧٪) والصحافة الإلكترونية (٧٥٪)، بشكل عام فإن معيار المنافسة المفتوحة في التعيين ضعيف إذا ما علمنا أن ٤٥٪ من المؤسسات الإعلامية لا تتقيد بهذا المعيار.

يوجد (٥٠٪) من المؤسسات الإعلامية تطرح إعلانات مفتوحة للتعيين ويبدو ذلك أكثر حضورا في الإذاعة والتلفزيون بنسبة (٥٥,٦٪) والصحافة الإلكترونية حيث بلغت النسبة (٧٥٪) بينما كان هذا المعيار ضعيفا جدا في الصحافة المطبوعة بنسبة (٢٨,٦٪). فيما يتعلق بالاختبارات فإن (٦٥٪) من الوسائل الإعلامية تطبق هذا المعيار؛ إذ كان مطبقا بنسبة (٧٧,٨٪) في مؤسسات الإذاعة والتلفزيون، و(٥٧,١٪) في الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء و(٥٠٪)

(عبد الرحمن وآخرون، ١٩٩٢: ٧٠-٧١) حددت دراستهم مجموعة من المعوقات الأساسية التي تحد من تجويد أداء الصحفيين المهني أهمها تأثير العلاقات الشخصية على الأداء المهني، وعدم الاعتماد على الصحفيين المتخصصين، والاعتماد على مصادر الأنباء الأجنبية. وتوصلت إلى عدم وجود ارتباط بين الأداء المهني والوضع المادي والوظيفي للقائمين بالاتصال في كوريا، وعلى رغم تدني الأداء المهني يتمتع الصحفيون بوضع وظيفي مادي مرتفع. وأرجع الباحث هذه النتيجة إلى عدم تحمس الصحفيين للحصول على معرفة جديدة، وعدم التزامهم الكامل بميثاق المشرف الصحفي. وميزت دراسة (Gaziano, 1987) بين نمطين من تأثير الأساليب الإدارية في غرفة الأخبار على الأداء الصحفي وجودة المحتوى الأول يمنح قدرًا من الحرية للصحفيين أثناء ممارسة عملهم، في حين يتجه الثاني إلى فرض عدة قيود عليهم.

وتوصلت الدراسة إلى أن نحو (٥٠٪) من آراء الصحفيين ذهبت إلى أن صحفهم تمارس الأساليب السلطوية عليهم، في حين (٢٦٪) أكدوا أن صحفهم تطبق أسلوبًا يجمع بين الاتجاه السلطوي والاتجاه الديمقراطي، في حين اتجه نحو (٣٤٪) إلى أن الأسلوب المتبع يتوقف على الموقف المثار، وأكدت نتائج الدراسة حاجة الصحفيين الدائمة إلى المشاركة في اتخاذ القرارات بما سينعكس إيجابياً على أداء وجودة العمل، وبما يراعي الحاجة الثقافية والأيدولوجية للصحفي الذي يسعى دوماً نحو الاستقلالية.

إن استعراض الدراسات السابقة يوضح الفجوة البحثية بين الجهود السابقة والدراسة الحالية؛ فهناك ندرة في الدراسات الحديثة التي تناولت إدارة الجودة في الإعلام الأردني من منظور شمولي؛ ففي دراسة Mann ودراسة Breed وتناولت الضغوط المهنية التي يواجهها الصحفيون دون التطرق إلى الأبعاد الستة كما هو الحال في هذه الدراسة الحالية، في حين تناولت كل من دراستي Gaziano و السيد الأداء الصحفي وجودة المحتوى. أما دراسة أبو عرجة فقد ركزت على المهنية في الصحافة، وهي الدراسة الوحيدة التي أجريت على الصحافة الأردنية، واقتصرت على الصحف اليومية والأسبوعية، وركزت على التدريب.

ومن ثم فإن هذه الدراسة تكمل الجهود السابقة، كما تستفيد من الأطر النظرية والمعايير التي طورتها النظريات الإدارية في إدارة الجودة الشاملة، وتطبيقها في مجال المؤسسات الإعلامية.

ثالثاً: التحليل والمناقشة

١- تحليل أسئلة الدراسة ومناقشتها:

تم استخدام التحليل الاحصائي الوصفي من خلال حزمة (spss)؛ إذ تم الاعتماد على النسب المئوية والتكرارات لتحليل أسئلة الدراسة. وللمناقشة وفحص فرضيات الدراسة تم استخدام اختبار (kruskal wallis) اللامعلمي، وذلك بسبب صغر حجم العينة التي تعتمد المؤسسة وحدة للعد والتحليل، كون هذا الاختبار متحررا من الافتراضات الواجب توفرها من أجل استخدام تحليل التباين الأحادي.

إن الدراسة قد عرضت النتائج وفق النسب المئوية لكل نوع من

جدول (٢) التنظيم والتنظيم الذاتي

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة+وكالات الأنباء		نمط التنظيم	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
٩٤,٧	٨	١٠٠	٤	١٠٠	٩	٨٣,٣	٥	وجود هيكل تنظيمي للمؤسسة
٥٥	١١	٥٠	٢	٦٦,٧	٦	٤٢,٩	٣	توجد مدونة سلوك مهني وأخلاقي للمؤسسة
٤٠	٨	٠	٠	٤٤,٤	٤	٥٧,١	٤	يوجد جمعية أو لجنة اجتماعية للإعلاميين في المؤسسة
١٥	٣	٠	٠	٢٢,٢	٢	١٤,٣	١	تطلب المؤسسة من الإعلاميين الالتزام لاحقاً بعضوية النقابة

جدول (٣) معايير تعيين الإعلاميين

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة + وكالة الأنباء		المعايير / المؤسسة	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
٥٥	١١	٧٥,٠	٣	٦٦,٧	٦	٢٨,٦	٢	المنافسة المفتوحة
٥٠	١٠	٧٥,٠	٣	٥٥,٦	٥	٢٨,٦	٢	الإعلان المفتوح
٦٥	١٣	٥٠,٠	٢	٧٧,٨	٧	٥٧,١	٤	الاختبارات
٨٥	١٧	١٠٠	٤	٨٨,٩	٨	٧١,٤	٥	المقابلات
٦٠	١٢	٥٠	٢	٧٧,٨	٧	٤٢,٩	٣	برنامج تأهيلي للإعلاميين الجدد

جدول (٤) نظم تقييم أداء الإعلاميين

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة+وكالات الأنباء		أنماط التقييم / المؤسسة	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
٧٠	١٤	١٠٠	٤	٧٧,٨	٧	٤٢,٩	٣	هل يتم تقييم أداء الإعلاميين
٤٠	٨	٢٥,٠	١	٤٤,٤	٤	٤٢,٩	٣	هل يوجد نظام موثق لتقييم أداء الإعلاميين
٧٠	١٥	٧٥	٣	٨٨,٩	٨	٥٧,١	٤	تقييم دوري عام
٥٥	١١	٥٠	٢	٦٦,٧	٦	٤٢,٩	٣	تقييم حسب المهمة
٤٥	٩	٥٠	٢	٤٤,٤	٤	٤٢,٩	٣	تقييم دوري لكل إعلامي

وتشير نتائج الدراسة حسب الجدول رقم (٥) إلى وجود ضعف في البنى والأطر المؤسسية للتدريب.

هناك (٤٠%) فقط من وسائل الإعلام يوجد لديها قسم للتدريب داخل المؤسسة و(٢٥%) فقط يوجد لديها سجل توثيق خاص بالتدريب لكل إعلامي، و(٤٠%) فقط من المؤسسات الإعلامية توفر حوافز للصحفيين الذين يتلقون التدريب، و(٣٠%) فقط من المؤسسات الإعلامية يوجد لديها لجنة أو مجلس للتدريب، و(٥٠%) فقط من المؤسسات الإعلامية يوجد لديها تقييم للتدريب.

(٤٥%) فقط من المؤسسات الإعلامية يتوفر لديها خطط تدريبية الأردنية، وخاصة إذا ما عرفنا أن(٤٠%) فقط من المؤسسات الإعلامية يوجد لديها ميزانية للتدريب.

في المقابل يمكن القول إن هناك علاقات بين المؤسسات وكليات أو أقسام الإعلام في الجامعات والمعنية بالتأهيل والتدريب بنسبة (٧٠%)، على الرغم من وجود شكوى متبادلة من وسائل الإعلام وكليات وأقسام الإعلام في الجامعات من عدم وجود تنسيق وتعاون مشترك.

ب- تأهيل الإعلاميين: بهدف التعرف على بعض جوانب الكفاية المهنية تم فحص مستوى تأهيل القيادات الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الأردنية.

في مؤسسات الصحافة الإلكترونية، وهناك (٨٥%) من المؤسسات الإعلامية تطلب مقابلات للتعيين في الوظائف الإعلامية.

أما معيار وجود برنامج تأهيلي للإعلاميين الجدد فقد تركز تطبيقه في الإذاعة والتلفزيون؛ إذ بلغت النسبة (٧٧,٨%) في حين كان ضعيفا في الصحافة المطبوعة (٤٢,٩%) والصحافة الإلكترونية (٥٠%).

يشير الجدول رقم (٤) إلى نظم تقييم الأداء الإعلامي السائدة في المؤسسات الإعلامية الأردنية؛ إذ تبين نتائج الدراسة أن ٧٠% من المؤسسات تمارس تقييما ما للعاملين لديها، وهناك ٤٠% من المؤسسات يوجد لديها نظام موثق لتقييم الأداء، ويتم تقييم أداء الإعلاميين في (٧٠%) من المؤسسات الإعلامية بشكل دوري عام، وبنسبة (٥٥%) يتم التقييم حسب المهمة، وبنسبة (٤٥%) يتم عمل تقييم دوري لكل إعلامي.

في المحصلة تشير نتائج الدراسة أن مؤسسات الإعلام الأردنية لديها الحد الأدنى من اتباع سياسات التقييم للأداء الإعلامي، الأمر الذي لا يرتقي إلى مستوى ضمان الجودة.

٢- التدريب والكفاية المهنية:

أ- الأطر المؤسسية للتدريب: يفحص هذا البعد مستوى الجودة في البنى والأطر المؤسسية الداخلية في مجال التدريب والكفاية المهنية،

العاملون في هذه المؤسسات (٧٦) دورة، منها (٣٦) دورة في مجال الصحافة و(٢٩) في مجال الإذاعة والتلفزيون، و(١١) في الصحافة الإلكترونية، وقد انخرط في هذه الدورات (١٠٢) من القياديين الإعلاميين من الصف الأول والثاني والثالث (المديرون ورؤساء الأقسام والشعب والوظائف الإشرافية).

وبشكل عام ومن خلال هذه المعطيات يمكن القول إن مستوى الانخراط في التدريب الإعلامي جيد مقابل ضعف الأطر المؤسسية للتدريب داخل هذه المؤسسات.

يوضح الجدول رقم (٨) سمات الانخراط في التدريب الإعلامي:

- السمة الأولى تبدو في حجم الاعتماد على التدريب الممول من جهات أجنبية. عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً بالاعتماد على المساعدات الخارجية (٨٤) صحفياً بنسبة ٤٠٪ من حجم الانخراط في التدريب في حين كان عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً بتمويل من مؤسساتهم أو على حسابهم الخاص (١٢٩) أي ٦٠٪، وعدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً من المحافظات والأقاليم بتمويل من المؤسسة (٤٥). ومن خلال هذه القراءات يلاحظ أن هناك اعتماداً كبيراً على المساعدات الخارجية، وهو ما يعد عائقاً لاستدامة التدريب.

- السمة الثانية تتمثل في نمو أعداد الذين تلقوا تدريباً إقليمياً أو

يشير الجدول رقم (٦) إلى إن (٢٥٪) من مديري المؤسسات الإعلامية يحملون مؤهلاً علمياً في الدراسات العليا في حين يحمل البقية البالغة (٧٥٪) دبلوماً متوسطاً أو توجيهاً، وهو يدل بشكل واضح على تدني مستوى المؤهل العلمي لمديري المؤسسات الإعلامية.

أما رؤساء التحرير فيشير الجدول إلى أن (٦٦,٧٪) منهم حاصلون على مؤهل علمي في الدراسات العليا و(٣٣,٣٪) منهم حاصلون على بكالوريوس أو دبلوم عالٍ، وهذا مؤشر جيد بالنسبة لرؤساء التحرير. أما مديرو التحرير فإن (٣٣,٣٪) منهم حاصلون على مؤهل في الدراسات العليا، و(٦٦,٧٪) منهم حاصلون على درجة البكالوريوس، وهو ما يعد مؤشراً جيداً فيما يتعلق بالمستوى الثاني في إدارة التحرير.

ج- حجم الانخراط في التدريب: يشير الجدول رقم (٧) إلى المؤشرات الكمية التقريبية للانخراط في التدريب خلال عام ٢٠١١؛ إذ بلغ عدد الصحفيين في المؤسسات الإعلامية المبحوثة الذين تلقوا تدريباً (٢١٦)، الإناث منهم (٣٧) أي بنسبة ١٧٪ فقط، وشكلت أعلى نسبة انخراط في التدريب العاملين في مؤسسات الإذاعة والتلفزيون، تلاهم العاملون في الصحافة ووكالات الأنباء.

ويشير الجدول رقم (٧) إلى أن عدد الدورات التي التحق بها

جدول (٥) وجود الأطر التنظيمية للتدريب

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة ووكالة الأنباء		الأطر التنظيمية / المؤسسة	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
٤٥	٩	٧٥,٠	٣	٥٥,٦	٥	١٤,٣	١	خطة للتدريب في المؤسسة
٤٠	٨	٥٠,٠	٢	٥٥,٦	٥	١٤,٣	١	ميزانية للتدريب
٣٠	٦	٥٠,٠	٢	٣٣,٣	٣	١٤,٣	١	ترصد موازنة التدريب في بند الإنفاق الرأسمالي
٣٥	٧	٢٥	٠	٥٥,٦	٥	٢٨,٦	٢	يوجد قسم للتدريب في المؤسسة
٢٥	٥	٢٥,٠	١	٢٢,٢	٢	٢٨,٦	٢	يوجد سجل توثيق بالتدريب لكل إعلامي
٤٠	٨	٥٠,٠	٢	٤٤,٤	٤	٢٨,٦	٢	توجد حوافز للصحفيين الذين يتلقون التدريب
٧٠	١٤	٥٠,٠	٢	٨٨,٩	٨	٥٧,١	٤	توجد علاقات بين المؤسسة وكيالات الإعلام في الجامعات
٣٠	٦	٠	٠	٤٤,٤	٤	٢٨,٦	٢	توجد لجنة أو مجلس للتدريب
٥٠	١٠	٥٠,٠	٢	٦٦,٧	٦	٢٨,٦	٢	يوجد تقييم للتدريب

جدول (٦) المؤهل العلمي للقيادات الإدارية

الصحافة الإلكترونية	الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء		المؤهل العلمي للقيادات الإدارية / المؤسسة	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		النسبة %
١- مدير المؤسسة						
٢٥	١	٥٧,١	٤	٤٢,٩	٣	دراسات عليا
٠	٠	١٢,٥	١	٠	٠	بكالوريوس + دبلوم عال
٧٥	٣	٣٧,٥	٣	٥٧,١	٤	دبلوم متوسط + توجيهي
١٠٠	٤	١٠٠	٨	١٠٠	٧	الجموع
٢- رئيس التحرير						
٦٦,٧	٢	٢٨,٦	٢	١٤,٣	١	دراسات عليا
٣٣,٣	١	٧١,٤	٥	٥٧,١	٤	بكالوريوس + دبلوم عال
٠,٠	٠	٠,٠	٠	٢٨,٦	٢	دبلوم متوسط + توجيهي
١٠٠	٣	١٠٠	٧	١٠٠	٧	الجموع
٣- مدير التحرير						
٣٣,٣	١	٣٣,٣	٢	٠,٠	٠	دراسات عليا
٦٦,٧	٢	٦٦,٧	٤	١٠٠,٠	٧	بكالوريوس + دبلوم عال
١٠٠	٣	١٠٠	٦	١٠٠	٧	دبلوم متوسط + توجيهي
١٠٠	٣	١٠٠	٦	١٠٠	٧	الجموع

تمثل (٧٥٪)، والتي لديها قواعد واضحة وموثقة مكتوبة للفصل بين الإعلانات والأخبار (٦٥٪). أما فيما يتعلق ببقية السياسات والقواعد التحريرية فما تزال غير موثقة وغير واضحة، وهو ما يضعف من قدرة المؤسسة الإعلامية على تمثيلها. ينسحب ذلك على سياسية حماية الحياد وسياسة حماية الخصوصية وسياسة المسؤولية المجتمعية؛ فهناك ضعف في توثيقها أو تطبيقها؛ إذ كانت النسب في المؤسسات الإعلامية بشكل عام أقل من (٤٠٪).

فيما يتعلق بمدى ممارسة وسائل الإعلام في إلزام الإعلاميين باتباع السياسات التحريرية، يشير الجدول رقم (٩) إلى أن (٨٠٪) من المؤسسات الإعلامية تلزم الإعلاميين باتباع السياسات التحريرية والقواعد المهنية. أقلها في مؤسسات الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء (٧١،٤٪) التي تلزم الإعلاميين باتباع السياسات التحريرية والقواعد المهنية، وأكثر المؤسسات إلزاماً كانت مؤسسات الإذاعة والتلفزيون ونسبة مقدارها (٨٨،٩٪). أما الصحافة الإلكترونية فبنسبة مقدارها (٧٥٪).

٤- الاستقلالية الإعلامية:

أ- سياسات الحد من التدخل والضغط الخارجية: يتناول هذا المحور مستوى جودة تطبيق المؤسسات لضوابط ضمان الاستقلالية

دولياً وهم (٨٥)، أي بنسبة ٣٨٪، معظمهم من العاملين في الإذاعة والتلفزيون تليها الصحافة الإلكترونية، في حين هناك ضعف في توفر هذا النوع من الدورات التدريبية في الصحافة ووكالة الأنباء. - السمة الثالثة تتمثل في انتشار التدريب في مجال الصحافة الاستقصائية؛ إذ بلغ عدد الذين تلقوا هذه الدورات (١١١) إعلامياً، وبخاصة العاملون في الصحافة ووكالة الأنباء.

- السمة الرابعة توضح أن الاهتمام بالصحافة المتخصصة ما زال متوسطاً؛ إذ (٧٦) إعلامياً فقط هم الذين تلقوا تدريباً في الإعلام المتخصص.

٣- جودة السياسات التحريرية وإدارة غرف الأخبار :

يتناول هذا المحور الإجابة على السؤال الخامس من أسئلة الدراسة فيما يتعلق بجودة السياسات التحريرية وقواعد إدارة غرف الأخبار، يشير الجدول رقم (٩) إلى ضعف مؤشر جودة السياسات التحريرية في المؤسسات الإعلامية بالمبحوثة بشكل عام؛ إذ إن (٢٥٪) فقط من المؤسسات الإعلامية لديها دليل للسياسات التحريرية (Editorial Guide) ولاسيما في الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء، بنسبة مقدارها (٢٨،٦٪) ويلاحظ أن المؤسسات الإعلامية التي يوجد لديها قواعد واضحة وموثقة مكتوبة للفصل بين الآراء والأخبار

جدول (٧) المؤشرات الكمية للانخراط في التدريب خلال عام ٢٠١١

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة ووكالة الأنباء		المؤشرات الكمية للانخراط في التدريب	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
١٠٠	٢١٦	٧،٤	١٦	٤٧،٦	١٠٣	٤٥	٩٧	عدد الصحفيين في المؤسسة الذين تلقوا تدريباً
١٠٠	٣٧	١٢،٣	٦	٢٩،٧	١١	٥٤	٢٠	عدد الصحفيات الإناث اللواتي تلقين تدريباً
١٠٠	٧٦	١٤،٦	١١	٣٨،١	٢٩	٤٧،٣	٣٦	عدد الدورات التي نظمتها المؤسسة لتدريب الإعلاميين
١٠٠	١٠٣	٣،٩	٤	٨٣،٥	٨٦	١٢،٦	١٣	عدد القياديين الإعلاميين الذين تلقوا تدريب

جدول (٨) سمات الانخراط في التدريب خلال عام ٢٠١١

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة ووكالة الأنباء		سمات الانخراط في التدريب	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
١٠٠	٨٤	١٢	١٠	٤٨،٨	٤١	٢٩،٢	٣٣	عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً بالمساعدات الخارجية
١٠٠	١٢٩	١٧،٨	٢٣	٦٥،٨	٨٥	١٦،٤	٢١	عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً بتمويل من المؤسسة
١٠٠	٨٥	٨،٤	٧	٨١،١	٦٩	١٠،٥	٩	عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً إقليمياً أو دولياً
١٠٠	٤٥	٦،٨	٣	٢٦،٦	١٢	٦٦،٦	٣٠	عدد الصحفيين من المحافظات تلقوا تدريباً بتمويل من المؤسسة
١٠٠	١١١	٢،٨	٣	١٠،٨	١٢	٨٦،٤	٩٦	عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً في مجال الصحافة الاستقصائية
١٠٠	٧٦	٢١	١٦	٣٣	٢٥	٤٦	٣٥	عدد الصحفيين الذين تلقوا تدريباً في الإعلام المتخصص

جدول (٩) يبين مدى توفر توثيق السياسات التحريرية في المؤسسات الإعلامية

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء		توثيق السياسات التحريرية / المؤسسة	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
٢٥	٥	٠	٠	٣٣،٣	٢	٢٨،٦	٢	دليل للسياسة التحريرية (Editorial Guide)
٣٠	٦	٢٥	١	٣٣،٣	٣	٢٨،٦	٢	دليل لنمط التحرير في الشكل واللغة (Style book)
٤٥	٩	٢٥	١	٤٤،٤	٤	٥٧،١	٤	منظومة مكتوبة للسلوك المهني يلزم الإعلاميون بها
٧٥	١٥	٧٥،٠	٣	٦٦،٧	٦	٨٥،٧	٦	قواعد موثقة للفصل بين الآراء والأخبار
٦٥	١٣	٧٥،٠	٣	٦٦،٧	٦	٥٧،١	٤	قواعد موثقة للفصل بين الإعلانات والأخبار
٤٠	٨	٥٠	٢	٣٣،٣	٣	٤٢،٩	٣	قواعد موثقة لحماية الحياد وضمان عدم التحيز التحريري
٢٥	٥	٠	٠	٢٢،٢	٢	٤٢،٩	٣	سياسة موثقة لقواعد حماية الخصوصية
١٠	٢	٢٥	١	٠	٠	١٤،٣	١	سياسة موثقة للمسؤولية المجتمعية

جدول (١٠) توفر تعليمات موثقة ضمن قواعد غرف الأخبار والتحرير تحد من الضغوط والتدخلات الخارجية

المجموع		الصحافة الإلكترونية				الإذاعة والتلفزيون				الصحافة المطبوعة ووكالة الأنباء				تعليمات تحد من الضغوط والتدخل الخارجي			
تعليمات شفوية		تعليمات مكتوبة		تعليمات شفوية		تعليمات مكتوبة		تعليمات شفوية		تعليمات مكتوبة		تعليمات شفوية			تعليمات مكتوبة		
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار		نسبة%	تكرار	
٤٠	٨	٠	٠	٥٠	٢	٠	٠	٤٤,٤	٤	٠	٠	٢٨,٦	٢	٠	٠	الحكومة والسلطات	
٤٥	٩	٠	٠	٥٠	٢	٠	٠	٥٥,٦	٥	٠	٠	٢٨,٦	٢	٠	٠	الأجهزة الأمنية	
٤٥	٩	٠	٠	٥٠	٢	٠	٠	٥٥,٦	٥	٠	٠	٢٨,٦	٢	٠	٠	النخب والقوى السياسية	
٤٥	٩	١٥	٣	٥٠	٢	٠	٠	٤٤,٤	٤	٣٣,٣	٣	٤٢,٩	٣	٠	٠	القطاع الخاص والمعلنين	
٢٥	٧	١٠	٢	٥٠	٢	٠	٠	٤٤,٤	٤	٢٢,٢	٢	١٤,٣	١	٠	٠	الاجتمع المدني	
٢٥	٧	١٥	٣	٢٥	١	٠	٠	٤٤,٤	٤	٢٢,٢	٢	٢٨,٦	٢	١٤,٣	١	١٤,٣	المجموعات الدينية
٢٥	٧	-	-	٢٥	١	٠	٠	٥٥,٦	٥	١١,١	١	١٤,٣	١	١٤,٣	١	١٤,٣	القبائل والعشائر
٣٠	٦	١٥	٣	٢٥	١	٠	٠	٤٤,٤	٤	٢٢,٢	٢	١٤,٣	١	١٤,٣	١	١٤,٣	المؤسسات الدولية

جدول (١١) قواعد موثقة حول سياسة الإعلان التجاري

المجموع		الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة+وكالات الأنباء		قواعد موثقة حول سياسة الإعلان التجاري / المؤسسة
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٩٥	١٩	١٠٠,٠	٤	٨٨,٩	٨	١٠٠,٠	٧	التسعير الموحد للإعلانات
٧٥	١٥	٧٥	٣	٨٨,٩	٨	٥٧,١	٤	الفصل بين الإعلانات والأخبار
٨٠	١٦	١٠٠,٠	٤	٨٨,٩	٨	٥٧,١	٤	الإعلانات غير الملائمة

جدول (١٢) يوضح مدى تعرض قواعد غرف الأخبار والتحرير لمحاولات التدخل الخارجي من قبل المتنفذين

المجموع		الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة + وكالات الأنباء		تعرض غرف الأخبار للضغط وللتدخل الخارجي / المؤسسة
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٢٥	٧	٢٥	١	٢٢,٢	٢	٥٧,١	٤	الحكومة والسلطات
٢٠	٤	٠,٠	٠	١١,١	١	٤٢,٩	٣	الأجهزة الأمنية
٤٥	٩	٧٥	٣	٣٣,٣	٣	٤٢,٩	٣	النخب والقوى السياسية
٢٠	٤	٢٥	١	٠,٠	٠	٤٢,٩	٣	القطاع الخاص والمعلنون
٢٥	٧	٥٠	٢	٣٣,٣	٣	٢٨,٦	٢	الاجتمع المدني
٣٠	٦	٢٥	١	٣٣,٣	٣	٢٨,٦	٢	المجموعات الدينية
٤٠	٨	٥٠	٢	٣٣,٣	٣	٤٢,٩	٣	القبائل والعشائر
٥	١	٠,٠	٠	٠	٠	١٤,٣	١	المؤسسات الدولية

جدول (١٣) نظم وأدوات المساءلة الإعلامية

المجموع		الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة + وكالات الأنباء		نظم وأدوات المساءلة الإعلامية / المؤسسة
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٥	١	٠	٠	١١,١	١	٠	٠	محرر الجمهور (محرر متخصص في شكاوى الجمهور على محتوى وأداء الوسيلة (Ombudsman))
٥٥	١١	٢٥	١	٤٤,٤	٤	٨٥,٧	٦	وجود تعليمات موثقة لضمان حق الرد والتصحيح
٧٠	١٤	١٠٠	٤	٦٦,٧	٦	٥٧,١	٤	وجود قسم مختص في الوسيلة لاستقبال شكاوى الجمهور
٦٥	١٣	١٠٠	٤	٦٦,٧	٦	٤٢,٩	٣	وجود نظام رصد ومراقبة للمحتوى الإعلامي للوسيلة
٥٠	١٠	١٠٠	٤	٣٣,٣	٣	٤٢,٩	٣	وجود نظام لاستقبال شكاوى الجمهور على الإنترنت
٢٥	٧	٢٥	١	٤٤,٤	٤	٢٨,٦	٢	يؤكد ميثاق الشرف الإعلامي للمؤسسة مبادئ المساءلة

جدول (١٤) نظم وأدوات التقييم الذاتي

المجموع		الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة + وكالات الأنباء		نظم وأدوات التقييم الذاتي
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٦٥	١٣	٥٠,٠	٢	٦٦,٧	٦	٧١,٤	٥	اجتماع تقييم للأداء المهني اليومي
٨٥	١٧	١٠٠,٠	٤	٨٨,٩	٨	٧١,٤	٥	تقارير داخلية دورية لتقييم الأداء المهني والمحتوى الإعلامي
٦٥	١٣	٥٠,٠	٢	٥٥,٦	٥	٨٥,٧	٦	مقارنة يومية مع أداء المؤسسات الإعلامية المشابهة المحلية
٧٠	١٤	٧٥,٠	٣	٧٧,٨	٧	٥٧,١	٤	مقارنة دورية مع أداء نماذج ناجحة من المؤسسات العالمية
٥٥	١١	٢٥	١	٧٧,٨	٧	٤٢,٩	٣	تقييم دوري لأداء كل قسم في المؤسسة
٧٠	١٤	١٠٠,٠	٤	٧٧,٨	٧	٤٢,٩	٣	تقييم دوري لأداء كل إعلامي

الجهات الحكومية. أما تدخل الأجهزة الأمنية فإن (٢٠٪) من المؤسسات تعرضت لتدخل من هذه الجهات خلال آخر ثلاثة أشهر من إجراء الدراسة، وكان أكثرها الصحافة المطبوعة (٤٢,٩٪). في المقابل تبدو المفارقة بأن مصادر التدخل والضغوط الأخرى مثل النخب والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمجموعات الدينية والقبائل والمؤسسات الدولية معضما مارست ضغوطا على غرف الأخبار والتحرير في الصحافة الإلكترونية ثم الإذاعة والتلفزيون أكثر من الصحافة المطبوعة.

٥- المسألة الإعلامية:

يتناول هذا المحور مدى ما توفره المؤسسات الإعلامية من أدوات وما تتبعه من نظم للمساءلة الإعلامية ومدى الالتزام بها، ما يجيب على السؤال السابق من أسئلة الدراسة.

يشير الجدول رقم (١٣) إلى أن ممارسات المسألة الإعلامية في مؤسسات الإعلام الأردنية موجودة بحددها الأدنى لكنها لا ترتقي إلى مستوى الجودة التي ما تزال متدنية في المؤشرات الفرعية التي تقرها الدراسة وعددها خمسة مؤشرات.

لا وجود لمحرر الجمهور أو قاضي الجمهور (محرر متخصص لشكاوى الجمهور لمحتوى الوسيلة وأدائها ombudsman)، إلا في مؤسسة واحدة من مؤسسات الإذاعة والتلفزيون، أي إن ٩٥٪ من المؤسسات لا يوجد بها. في حين (٥٥٪) من المؤسسات الإعلامية يوجد لديها تعليمات واضحة وموثقة لضمان حق الرد والتصحيح ولاسيما في الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء.

كما يشير الجدول إلى أن (٧٠٪) من المؤسسات الإعلامية توفر قسما مختصا لاستقبال شكاوي الجمهور ولاسيما في الصحافة الإلكترونية. أما الإذاعة والتلفزيون فبنسبة (٦٦,٧٪) وفي الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء بنسبة (٥٧,١٪)، كما أن (٦٥٪) من المؤسسات الإعلامية يوجد لديها قسم لرصد ومراقبة المحتوى الإعلامي للوسيلة ولاسيما الصحافة الإلكترونية. وهناك (٥٠٪) من المؤسسات الإعلامية توفر من خلال الإنترنت نظاما لاستقبال شكاوي الجمهور للمحتوى ولاسيما في الصحافة الإلكترونية، وينسب متدنية في المؤسسات الإعلامية الأخرى، وإن (٣٥٪) فقط من الوسائل الإعلامية تتبنى مبادئ المساءلة في ميثاق الشرف الإعلامي للمؤسسة أو في مدونة السلوك الإعلامي.

٦- التحسين المستمر والتطوير والتحديث:

يعد بُعد التحسين المستمر والتحديث أحد أهم أبعاد ضمان الجودة في قطاع الخدمات، ولغايات هذه الدراسة تم الاستدلال على التحسين المستمر بقدرة المؤسسة على إرساء تقاليد مؤسسية ومهنية في التقييم الذاتي للأداء المهني، وقدرة المؤسسة على مواكبة التحديث في البنى التحتية ووسائل الإنتاج الإعلامي ومواكبة التكنولوجيا الإعلامية.

ولإجابة السؤال الثامن من أسئلة الدراسة، المتضمن: هل توجد نظم وممارسات لتقييم الأداء الإعلامي؟ يشير الجدول رقم (١٤)، إلى أن (٦٥٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بعقد اجتماع تقييم

في البيئة الداخلية، التي تعني ما توفره المؤسسة الإعلامية من ضمانات أثناء قيامها بمهامها الإعلامية، تحد من التدخل وممارسة الضغوط على المؤسسة وعلى الصحفيين، وهو ما يجيب السؤال السادس من أسئلة الدراسة.

يشير الجدول رقم (١٠) إلى وجود ضعف في توفير تعليمات موثقة ضمن قواعد غرف الأخبار والتحرير تحد من ضغوط أو تدخلات الخارجية من قبل المتنفذين؛ إذ تقترح الدراسة ثمانية مصادر معروفة للتدخل وممارسة الضغوط على غرف الأخبار، تبين النتائج أن أربعة مصادر منها ليس لدى أية مؤسسة إعلامية أية قواعد موثقة لمعاملتها تحريرياً، هي: التدخل الحكومي، وتدخل العشائر والقبائل. في المقابل يوجد الحد الأدنى من القواعد التحريرية لدى ١٥٪ من المؤسسات المبحوثة فقط حول القطاع الخاص، والجهات الدولية، والمجتمع المدني، والمجموعات الدينية.

في الجهة المقابلة تبدو الحصيلة حتى الضمانات الشفوية المتمثلة بوجود تعليمات شفوية لطرق معاملة مصادر التدخل والضغوط السابقة متدنية؛ فبالنسبة لتدخل الحكومة والسلطات التنفيذية يشير الجدول إلى أن (٤٠٪) فقط من المؤسسات الإعلامية توفر تعليمات شفوية تحد من تدخل هذه السلطات. أما تدخل الأجهزة الأمنية فإن (٤٥٪) من المؤسسات توفر تعليمات شفوية تحد من تدخل هذه الجهات، كذلك الأمر بالنسبة لبقية المتنفذين من النخب والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمجموعات الدينية والقبائل والمؤسسات الدولية؛ إذ توفر تعليمات شفوية في حدود (٤٥٪) من المؤسسات المبحوثة. وتدل هذه النتائج على ضعف بنية الضمانات الداخلية في المؤسسات الإعلامية في حماية الإستقلالية من منظور جودة الضمانات واستدامتها.

ب- وجود سياسات واضحة للإعلان التجاري: فيما يتعلق بمدى توفير المؤسسات الإعلامية لقواعد موثقة حول سياسة الإعلان التجاري، يشير الجدول رقم (١١)، إلى أن معظم المؤسسات الإعلامية توفر مثل هذه القواعد.

ففيما يتعلق بالتسعير الموحد للإعلانات فإن (٩٥٪) من المؤسسات الإعلامية توفر تسعيرة موحدة للإعلانات، و(٧٥٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بالفصل بين الإعلانات والأخبار، و(٨٠٪) من المؤسسات الإعلامية توفر قواعد موثقة حول الإعلانات غير الملائمة.

ج- التدخل والضغوط المباشرة: يتناول هذا المؤشر تعرف مدى تعرض غرف الأخبار والتحرير لمحاولات التدخل الخارجي خلال آخر ثلاثة أشهر.

يشير الجدول رقم (١٢) إلى أن أكثر مصادر التدخل والضغوط الخارجية تأتي من قبل النخب والقوى السياسية ثم من قبل العشائر والقبائل ثم الحكومة؛ إذ إن (٣٥٪) من المؤسسات الإعلامية تعرضت لضغوط وتدخل حكومي، ولاسيما الصحافة المطبوعة؛ إذ إن تعرض (٥٧٪) من هذه المؤسسات للضغط والتدخل من قبل

جدول (١٥) ملامح التطوير والتحديث في البنية التحتية ووسائل الإنتاج ومواكبة التكنولوجيا

المجموع	الصحافة الإلكترونية		الإذاعة والتلفزيون		الصحافة المطبوعة + وكالات الأنباء		التطوير والتحديث في البنية التحتية ووسائل الإنتاج ومواكبة التكنولوجيا
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
١٠٠	٢٠	١٠٠	٤	١٠٠	٩	٧	يوجد موقع إلكتروني للمؤسسة
٨٠	١٦	١٠٠	٤	٦٦,٧	٦	٨٥,٧	يوفر الموقع الإلكتروني التفاعل مع الجمهور
١٠٠	٢٠	١٠٠	٤	١٠٠	٩	٧	يتوفر جهاز حاسوب لكل إعلامي
١٠٠	٢٠	١٠٠	٤	١٠٠	٩	٧	يوجد أرشيف إلكتروني لمحتوى الوسيلة
٥٥	١١	٢٥,٠	١	٤٤,٤	٤	٨٥,٧	يوجد ثلاث اشتراكات أو أكثر مع وكالات الأنباء الرئيسية
٢٥	٥	٠	٠	٣٣,٧	٣	٢٨,٦	توجد اشتراكات مع وكالات وقواعد معلومات متخصصة (التقارير الخاصة، والصور، والوثائق....)

جدول (١٦) يبين نتائج اختبار (kruskal wallis) اللامعلمي لتحديد الفروق بين نوع الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة

مستوى الدلالة	قيمة كاي تربيع	الوسط الترتيبي			العدد			أبعاد الجودة
		صحافة إلكترونية	إذاعة وتلفزيون	صحافة مطبوعة	صحافة إلكترونية	إذاعة وتلفزيون	صحافة مطبوعة	
٣٥٦.	٢,٠٦٦	١٤,١٢	٩,٣٣	٩,٩٢	٤	٩	٧	البعد التنظيمي (الأنماط التنظيمية)
٣٨٩.	١,٨٨٧	١٤,٠٠	٩,٥٧	٩,٥٧	٤	٩	٧	البعد التنظيمي (التنظيم الذاتي)
٢٤١.	٢,٨٤٤	٩,٧٥	٨,٥٦	١٢,٤٢	٤	٩	٧	التدريب والكفاية المهنية (الأطر التنظيمية للتدريب)
٨٢٠.	٣٧٢.	١١,٦٢	١٠,٧٨	٩,٥٠	٤	٩	٧	السياسات التحريرية (توثيق السياسات التحريرية)
٧٧١.	٥٢١.	٩,٦٢	١١,٥٠	٩,٧١	٤	٩	٧	الاستقلالية (الضغوط على رئاسة التحرير وغرف الأخبار)
٦٢١.	٩٥٢.	٨,٠٠	١١,٠٠	١١,٢٩	٤	٩	٧	أدوات نظم المسائلة الإعلامية
٢٤١.	٢,٨٤٢	١١,٢٥	٨,٢٢	١٣,٠٠	٤	٩	٧	التقييم الذاتي
١٣٤.	٤,٠١٤	١٣,٢٨	١١,٧٢	٧,٢٩	٤	٩	٧	التطوير والتحسين المستمر

اختبار الفرضيات:

لاختبار الفرضيات استخدم اختبار (kruskal wallis) اللامعلمي، بسبب صغر حجم العينة، كون هذا الاختبار متحرراً من الافتراضات الواجب توفرها من أجل استخدام تحليل التباين الأحادي والجدول رقم (١٦) و (١٧) يوضحان نتائج الاختبار. حيث يبين الجدول رقم (١٦) أنه لا فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة. وفيما يتعلق بالفرضية الثانية المتضمنة (توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0,05$ بين نمط ملكية المؤسسة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة الستة المعرفة في المشكلة الدراسية في المؤسسات الإعلامية)، يبين الجدول رقم (١٧) أنه لا فروق ذات دلالة إحصائية بين نمط الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة.

رابعاً: نتائج الدراسة والتوصيات
نتائج الدراسة:

النتيجة العامة التي توصلت إليها الدراسة هي تدني مستوى الممارسة الفعلية لأبعاد الجودة في المؤسسات الإعلامية الأردنية ممثلة في عشرين مؤسسة إعلامية خضعت لدراسة واقع تطبيق وممارسة ستة أبعاد أساسية من أبعاد الجودة في البيئة الداخلية لمؤسسات الإعلام. وشملت هذه المؤسسات ثلاث فئات من وسائل الإعلام، هي: الصحافة المطبوعة ووكالة الأنباء، والإذاعة والتلفزيون، والصحافة الإلكترونية، وفي نفس الوقت تؤكد هذه النتيجة وجود الحد الأدنى من تطبيقات الجودة في بعض أبعادها المقترحة. في ضوء تحليل الأبعاد السابقة تتضح طبيعة توزيع قدرات المؤسسات الإعلامية الأردنية في تطبيق أبعاد الجودة المقترحة في

الأداء المهني اليومي و (٨٥٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بإعداد تقارير داخلية دورية لتقييم الأداء المهني والمحتوى الإعلامي، و (٦٥٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بعمل مقارنة يومية مع أداء المؤسسات الإعلامية المشابهة المحلية و (٧٠٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بعمل مقارنة دورية مع أداء نماذج ناجحة من المؤسسات العالمية المشابهة في مجالها، و (٥٥٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بعمل تقييم دوري لأداء كل قسم في المؤسسة، و (٧٠٪) من المؤسسات الإعلامية تقوم بعمل تقييم دوري لأداء كل إعلامي، إلا أن هناك ضعفاً في هذا الجوانب الثلاثة الأخيرة في الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء.

ولإجابة السؤال التاسع من أسئلة الدراسة، المتضمن: هل توجد سياسات وممارسات في مجال التحسين المستمر والتطوير الإعلامي والإداري في المؤسسة الإعلامية؟ يشير الجدول رقم (١٥) إلى أن المؤسسات الإعلامية المبحوثة كافة، لديها موقع إلكتروني.

(٨٠٪) من مواقع المؤسسات الإعلامية توفر خدمة التفاعل مع الجمهور، و (٨٠٪) من المؤسسات الإعلامية توفر جهاز حاسوب لكل إعلامي، والمؤسسات الإعلامية كافة تتوفر لديها أرشيف إلكتروني لمحتوى الوسيلة وهذا مؤشر جيد على التطوير والتحديث في الجوانب التكنولوجية، في حين (٥٥٪) من المؤسسات الإعلامية تشارك مع وكالات الأنباء الرئيسية وبخاصة مؤسسات الصحافة المطبوعة ووكالات الأنباء، في حين هناك ضعف في هذا الجانب في المؤسسات الإعلامية الأخرى، وهناك ضعف في الاشتراك في قواعد البيانات المتخصصة في مجال الإعلام؛ إذ إن المشتركين من المؤسسات الإعلامية بلغت نسبتهم (٢٥٪) فقط، وانحصرت في الإذاعة والتلفزيون بنسبة (٣٣,٧٪)، والصحافة ووكالات الأنباء بنسبة (٢٨,٦٪).

جدول (١٧) يبين نتائج اختبار (kruskal wallis) اللامعلمي لتحديد الفروق بين نمط الوسيلة الإعلامية ومدى الالتزام بأبعاد الجودة

مستوى الدلة	قيمة كاي تربيع	الوسط الترتيبي				نمط الملكية العدد				أبعاد الجودة
		مجتمعي	حكومية	خاصة	مساهمة عامة	مجتمعي	حكومية	خاصة	مساهمة عامة	
١٩٧.	٤,٦٧٧	٨,١٧	٦,٨٨	١٣,٢٠	٨,٦٧	٣	٤	١٠	٣	البعد التنظيمي (الأنماط التنظيمية)
١٦٢.	٥,١٣٩	٧,٣٣	١١,٢٨	١٣,٧٠	٥,١٧	٣	٤	١٠	٣	البعد التنظيمي (التنظيم الذاتي)
٧٤٠.	١,٢٥٣	٨,٨٣	٩,٥٠	١٠,٤٥	١٣,٦٧	٣	٤	١٠	٣	التدريب والكفاية المهنية (الأطر التنظيمية للتدريب)
٣٤٩.	٤,١١٤	١٥,٢٣	٦,٨٨	٩,٨٥	١٣,٦٧	٣	٤	١٠	٣	السياسات التحريرية (توثيق السياسات التحريرية)
٤٤١.	٢,٦٩٧	٩,٨٣	١٣,٢٥	١٠,٨٥	٦,٣٣	٣	٤	١٠	٣	الاستقلالية (الضغط على رئاسة التحرير وغرف الاخبار)
٩٥٣.	٣٣٥.	١٠,٨٥	٩,١٣	١٠,٦٥	١١,٥٠	٣	٤	١٠	٣	المساءلة والتقييم (أدوات نظم المساءلة الإعلامية)
٣٦٧.	٢,١٦٤	١٣,٢٣	٦,٠٠	١١,٥٠	١١,٣٣	٣	٤	١٠	٣	التقييم الذاتي
٣٠١.	٣,٦٦٠	١٥,٥٠	٧,٧٥	١٠,٤٠	٩,٥٠	٣	٤	١٠	٣	التطوير والتحسين المستمر

الداخلية للمؤسسات الإعلامية غير صديقة للاستقلالية. وإلى حد ما يمكن القول إنها قابلة للانقياد من البيئة الخارجية، يبدو ذلك من استعراض بعض المؤشرات الدالة على تمكين وبناء قدرات المؤسسة في حماية الاستقلالية، مثل وجود تعليمات موثقة في حماية الاستقلالية، وتعليمات موثقة تحد من التدخل الخارجي من السلطة، والقوى السياسية، والجماعات الدينية، والعشائر، والمنظمات الدولية، والمجتمع المدني.

٥- في الوقت الذي كشفت فيه النتائج العامة ضعف مؤشرات جودة الأطر التنظيمية للتدريب والكفاية المهنية، لا بد من الإشارة إلى أن معدل الجودة حسب الجدول (١٦) على أساس المؤشرات ذات الصلة بالأطر التنظيمية للمؤسسات. أما المؤشرات الأخرى فقد قاست معدلات الانخراط في التدريب للأفراد وسمات هذا الانخراط. وتشير نتائج معدلات الانخراط في التدريب وسمات هذا الانخراط أنها جيدة في المعدل العام، وهو الأمر الذي لا يوافق واقع الأطر التنظيمية الخاصة بالتدريب والكفاية المهنية، مثال ذلك ندرة وجود أقسام أو وحدات للتدريب في المؤسسات، وضعف وجود أقسام للتدريب أو خطط للتدريب أو مجالس أو لجان دائمة للتدريب.

٦- كشفت نتائج الدراسة وجود حد أدنى من ممارسات وتطبيقات المساءلة، من توفر نظم وأدوات المساءلة، ولكنها لا تصل إلى مستوى الجودة، ومنها توفر الحد الأدنى من وجود ممارسات ضمان الحق في الرد والتصحيح، وهناك نسبة جيدة من المؤسسات الإعلامية تتوفر لديها قسم مختص لشكاوى الجمهور، ونصف المؤسسات تتوفر نظم إلكترونية لاستقبال شكاوى الجمهور، فيما لا يوجد في العموم لدى المؤسسات الإعلامية محرر للجمهور أو قاضي المظالم الذي يمثل مصالح الجمهور.

٧- تعاني وسائل الإعلام الأردنية حسب نتائج الدراسة من ضعف السياسات التحريرية من منظور الجودة القائم في هذا الشأن على وجود معايير سابقة وسياسات موثقة في إدارة التحرير وغرف الأخبار؛ إذ تعاني معظم وسائل الإعلام من عدم وجود أدلة لتعليمات التحرير، وهو ما يجعل السياسة التحريرية غامضة وغير مفهومة للإعلاميين كافة، وقابلة للتغير والتبدل حسب المواقف، كما أن معظم الوسائل لا يتوفر لديها كتاب نمط وأسلوب استخدام اللغة (Style book)، الذي يوحد نمط وأسلوب التحرير في استخدام اللغة والمفاهيم ويقلل من التحيز. ينسحب ذلك بشكل أعمق وأكثر بعداً عن معايير الجودة في توثيق السياسات وتعريفها

مؤسسات الإعلام، شملت الأبعاد الستة السابقة ٧٦ مؤشراً فرعياً، منها ٦٤ مؤشراً مؤسسياً أي ذا صلة ببيئة المؤسسة الداخلية و ١٢ مؤشراً فردياً ترتبط بالأفراد العاملين في المؤسسة من إعلاميين وإداريين وترتبط بالبعد الخاص بالتدريب والتأهيل والكفاية المهنية وهي سمات فردية أكثر من كونها سمات مؤسسية.

١- توصلت الدراسة إلى أن مستوى تطبيق معايير الجودة المقترحة وفق ستة أبعاد، متدن بشكل عام؛ إذ من بين ستة أبعاد تطبيق المؤسسات الإعلامية ثلاثة أبعاد فقط بالمعدل بمستوى يتجاوز (٥٠٪)، وهي أبعاد الجودة في التحسين المستمر والتطوير في البنى التحتية ووسائل الإنتاج ثم المساءلة الإعلامية وأخيراً التنظيم. وباستعراض معدل المؤشرات الفرعية لكل بعد، يتبين أن الوحيد الذي يحقق مستوى جيداً في الجودة هو بُعد التحسين المستمر الذي حققت مؤشراته الفرعية ما معدله ٧٥٪، في حين حقق بُعداً المساءلة ٦٠٪ والتنظيم ٥٥٪، أي الحد الأدنى من الجودة.

٢- كشفت الدراسة ضعف جودة الممارسات الإعلامية في ثلاثة أبعاد أخرى في تطبيقات الجودة حسب معايير الممارسات الجديدة في العالم؛ إذ تبين ضعف تطبيق معايير الجودة في معدل (٩) مؤشرات في بُعد السياسات التحريرية وإدارة غرف الأخبار، بواقع ٤٥٪، وبمعدل قريب في بُعد التدريب والكفاية المهنية ٤٤٪، في حين تبين أن أكثر أبعاد الجودة المهنية في البيئة الداخلية لوسائل الإعلام تطبيقاً في المؤسسات الإعلامية الأردنية، هو بعد الاستقلالية التي تم قياسها عملياً من خلال ٢٤ مؤشراً فرعياً، تبين أن معدل تطبيقها في حدود ٣٥٪.

٣- أوضحت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الأردنية تحقق مستوى جيداً من معايير الجودة في بُعد التحسين المستمر والتطوير في البنى التحتية ووسائل الإنتاج واستيعاب التكنولوجيا، ويعد هذا البعد أحد الأسس المتينة لنمو صناعة إعلامية مزدهرة؛ إذ أثبتت نتائج الدراسة أن مؤسسات الإعلام الأردنية تتمتع بمستوى جيد في البنى التحتية، وفي توفر واستخدام التكنولوجيا المعاصرة ولاسيما تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

٤- ذهبت نتائج الدراسة إلى أن جودة مؤشرات الاستقلالية الإعلامية هي أدنى أبعاد الجودة تطبيقاً في المؤسسات الإعلامية الأردنية، وفي الوقت الذي أتاح هذا البعد أوسع قاعدة من المؤشرات الفرعية شملت ٢٤ مؤشراً فرعياً، كان معدل تطبيق هذه المؤشرات ضعيفاً بالمجمل في معظم هذه المؤسسات، وهو ما يعني أن البيئة

في مجالات الخصوصية والفصل بين الآراء والأخبار.

٨- تم تناول التقييم المهني داخل المؤسسات على مستويين: الأول فيما يتعلق بتقييم الأداء المهني للموارد البشرية في المؤسسة من صحفيين وفنيين وإداريين، وتم تناوله ضمن بُعد التنظيم. الثاني يتناول تقويم الأداء المهني للمؤسسة من خلال تقييم المنتج الإعلامي، وجاء ذلك ضمن بُعد المساءلة؛ إذ كشفت الدراسة وجود الحد الأدنى من تطبيقات التقييم الذاتي للمحتوى والمنتج الإعلامي.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج السابقة توصي الدراسة مؤسسات الإعلام الأردني بالانتقال إلى تطبيق إدارة الجودة وفق أفضل الممارسات التي تراعي منظوري الجودة في مؤسسات الخدمات والمهنية في الأداء الإعلامي ومحدداته واحتياجاته. وتلخص أهم التوصيات فيما يلي: أولاً: حاجة مؤسسات الإعلام الأردني في القطاعات كافة (العامة، والخاصة، والمجتمعية)، إلى نشر ثقافة الجودة على المستوى المؤسسي انطلاقاً من تعزيز التزام القيادات والإدارات الإعلامية بالجودة مدخلاً أساسياً إلى إدارة المؤسسة الإعلامية. ثانياً: إعادة هيكلة داخلية لمؤسسات الإعلام الأردني بما يوافق مبادئ الجودة الإدارية والمهنية ومعاييرهما، ويشمل الهياكل التنظيمية ومبادئ الفصل بين التحرير والإدارة ووصف الوظائف والأهداف.

ثالثاً: تطوير نظم مؤسسية لبناء الكفاية المهنية في المؤسسات الإعلامية، تقوم على سد فجوة الكفاية المهنية؛ إذ كشفت الدراسة عن حاجة المؤسسات الإعلامية لتطوير نظم اختيار وتعيين الإعلاميين، والحاجة إلى تبني برامج متقدمة لتأهيل الإعلاميين الجدد، وإيجاد نظم موفقة لتقييم أداء الإعلاميين.

رابعاً: الحاجة إلى تطوير التدريب واكتساب المعرفة الإعلامية والتركيز على التنوع واستهداف الإعلاميين في المحافظات والإقليم، والإعلاميات الإناث والقيادات الإعلامية.

خامساً: تتطلب البيئة الداخلية للأداء المهني تطوير منظومة موفقة لسياسات التحرير وإدارة غرف الأخبار؛ إذ تكاد المؤسسات الإعلامية الأردنية تفتقر لسياسات تحريرية متخصصة وواضحة وموثقة، وهو ما يتطلب من كل مؤسسة إعلامية أن ترتقي في توثيق السياسات الإعلامية في مجالات:

- أدلة السياسات التحريرية.

- أدلة الأسلوب واللغة.

- سياسة حماية الخصوصية.

- سياسة حماية الاستقلالية.

سادساً: على الرغم من عدم وجود نظام وطني للمساءلة الإعلامية على شكل "مجلس وطني للشكاوى الإعلامية"، توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية بتبني نظم داخلية للمساءلة الداخلية والمساءلة أمام جمهور الوسيلة؛ وذلك بتطوير أقسام الشكاوى والحق في الرد والتصحيح، وحاجة كل وسيلة إعلامية إلى تعيين محرر للجمهور من أكثر الصحفيين خبرة ونزاهة وسمعة جيدة،

ليمثل مصالح جمهور الوسيلة.

سابعاً: ترى بعض الاتجاهات العلمية والمهنية أن المزيد من التنظيم الرسمي في الإعلام قد يعوق الحرية، وهو ما يؤكد ضرورة التركيز على التنظيم الذاتي للمجتمع الإعلامي، وهذا التنظيم يبدأ من البيئة الداخلية للمؤسسات الإعلامية الأردنية، وهو ما يتطلب وفق نتائج الدراسة أن تتبني المؤسسات مدونات واضحة وشاملة للسلوك الإعلامي وأخلاقيات المهنة وتطور أطر تنظيمية غير رسمية للمسؤولية العامة.

المراجع

السيد، محمد (٢٠٠٥) صيانة المحتوى المعلوماتي: تجربة موقع الجزيرة نت (بحث مقدم لمؤتمر صحافة الإنترنت، كلية الاتصال، جامعة الشارقة ٢٢-٢٣ نوفمبر ٢٠٠٥).

عبد الرحمن، عواطف و عبد المجيد، ليلي و كامل نجوى (١٩٩٢)، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة الدراسات الصحفية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

أبو عرجة، تيسير (١٩٩٧). المهنية في الصحافة الأردنية"العنصر البشري": دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام في كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ابريل-يونيو، ١٩٩٧.

عزام، عبد المجيد وكاتب، هادية (٢٠١٠)، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية (مجلة جامعة دمشق، مج ٢٦، عدد ٣ و ٤).

معلا، ناجي (١٩٩٨) قياس جودة الخدمات المصرفية، (مجلة العلوم الإدارية، المجلد ٢٥، عدد ٢ ١٩٩٨).

المراجع الاجنبية

Berger, Guy and Matras, Covinne (2007).Criteria and Indicators for Quality Journalism Training Institutions and Identifying Potential centers of Excellence in Journalism Training in Africa (UNESCO's series on Journalism Education).

Breed. W (1995) social Control in the News Room, A Functional Analysis.

Cecilie Gaziano and David C. Couloso (1987). Effect of Newsroom Management Styles on Journalists [microform]: A Case Study of Two Newspapers (Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (70th, San Antonio, TX, August 11987 ,4-) Microfiche. Washington D.C.

Philip Meyer and Koang-Hyub Kim Kim (2003) , quantifying newspaper quality: I Know it when I see it , university of Carolina.

Rozumilowicz, Beata (2002), Democratic change: A theoretical Perspective, In: Rozumilowicz, Beata and stevaan G. Verhulst(eds). Media Reform; Democratizing the Media Democratizing the State. Routledge Research in cultural and media studies, Taylor and Francis Group, London and New York.

White, Aidan (2008). To Tell you the Truth: The Ethical Journalism Initiative International Federation of Journalists.

White, Aidan, (2009).Media Accountability: Setting Standers for Journalism and Democracy (presentation to Bali Democracy Forum workshop, December 9th 2009)

Fotopoulos, Takis:(2004), Mass Media, Culture and Democracy (Democracy and Nature: The International Journal of Inclusive Democracy, October 2004, Pp227-).

Hawatmeh, George and Pies, Judith (2011) Jordan: Media Accountability under Patronage of the Regime from: (Tobias Eberwein, Susanne Fengler, Epp Lauk and Tanja Leppik-Bork (Eds.) Mapping Media Accountability In Europe and Beyond. Herbert Von Halem Verlag.

ISAS: International standardization and accreditation services).

ISAS, (2010) Guidelines to ISAS BCP 9001 media quality management standards, Version 2 QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS Requirements for the media in broadcasting companies, Internet content producer and the Press. Geneva.

Jain, Sanjay K and Gupta, Garima (2004) Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales, (VIKALPA • VOLUME 29 • NO 2 • APRIL - JUNE 2004).

Jakabowicz, Karol (2002): Media Transition: The Case of Poland, In: (Rozumilowicz, Beata and stevaan G. Verhulst (eds). Media Reform; Democratizing the Media Democratizing the State. Routledge Research in cultural and media studies, Taylor and Francis Group, London and New York, 2002).

Mc qail, D, Mass Communication Theory. An Introduction, (3rd Ed) Sage Publications, London, (1994) Pp 185211-.

Mcqail, D, (1992) Mejia Per For Mance: Mass Communication and Public Interest (Sage. Publications , London).

Naomi Sakr (2008) Media Reform in Jordan:the stop-go transition , from (Monroe.E.Prece, Beata Rozumilowicz, and Stefaan G. Verhulst, Media Reform Democratizing the state ,Routledge ,Taylor and Francis Group ,London and New York.

Parasua man,A., Zeithaml and Berry,L.L(1985) A conceptual Model of service Quality and its Implications for future Research (Journal of Marketing ,vol.49 p49).