أبحاث اليرموك

سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

المجلد (31)، العدد (4)، كانون الاول 2022/ جمادى الاولى 1444

رئيس التحرير: أ.د. أنيس الخصاونة

قسم الادارة العامة، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك.

هيئة التحرير:

أ.د. لافي محمد درادكه

كلية القانون، جامعة اليرموك

أ.د. يحيى ضاحي شطناوي

كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك

أ.د. عثمان محمد غنيم

كلية الأعمال، جامعة البلقاء التطبيقية

أ.د. حسين حسن أبو الرز

كلية التربية الرياضية، جامعة اليرموك

أ.د. أحمد محمد الجوارنة

كلية الآداب، جامعة اليرموك

أ.د. علي عقله نجادات

كلية الإعلام، جامعة اليرموك

المدقق اللغوي: حيدر عبدالمجيد المومني

سكرتير التحرير: منار الشياب

تنضيد وإخراج: منار الشياب

أبحاث اليرموك

سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

المجلد (31)، العدد (4)، كانون الاول 2022/ جمادى الاولى 1444

الهيئة الاكاديمية الاستشارية:

أ.د. محمد خير علي مامسر
وزير الشباب سابقاً

أ.د. عبد الناصر ابو البصل
جامعة اليرموك – وزير الاوقاف سابقاً

أ.د. نعمان احمد الخطيب
جامعة عمان العربية – عضو المحكمة الدستورية سابقاً

أ.د. سيار الجميل
جامعة ويسترن – كندا

أ.د. شريف درويش اللبان
جامعة القاهرة

أ.د. عبداللطيف بن حمود النافع
جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

Prof. Pill Harris
University of South Africa, (UNISA)

أبحاث اليرموك

سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

عدد خاص في تخصصات الاقتصاد والعلوم الادارية والاعلام

المجلد (31)، العدد (4)، كانون الاول 2022/ جمادى الاولى 1444

أبحاث اليرموك

سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

المجلد (31)، العدد (4)، كانون الاول 2022/ جمادى الاولى 1444

أبحاث اليرموك "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية": مجلة علمية فصلية محكّمة، تصدر عن عمادة البحث العلمي والدراسات العليا في جامعة اليرموك، إربد، الأرؤدن

ترسل البحوث الى العنوان التالي: -

رئيس تحرير مجلة أبحاث اليرموك "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، جامعة اليرموك

اربد - الأردن

هاتف 7211111 2 962 00 فرعي 2074

Email: *ayhss@yu.edu.jo*

Yarmouk University

Deanship of Research and Graduate Studies

Website: *http://journals.yu.edu.jo/ayhss*

قواعد النشر

1- نشر البحوث التي تتوافر فيها الأصالة والمنهجية العلمية.

2- أن لا يكون البحث منشوراً في مكان آخر، وأن يتعهد صاحبه خطيًا بعدم إرساله إلى أية جهة أخرى.

3- تُقدّم البحوث بإحدى اللغتين العربية أو الإنجليزية فقط.

4- إذا كان البحث مستلاً من رسالة ماجستير أو أطروحة دكتوراه، فينبغي ذكر ذلك في هامش صفحة العنوان.

5- يُرسل البحث إلكترونياً متضمناً ملخصين، أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنجليزية، وبما لا يزيد عن 200 كلمة لكلٍّ منهما.

6- يُقدم البحث للمجلة مرفقًا بخطاب إلكتروني موجهاً إلى رئيس التحرير يُذكر فيه: عنوان البحث، ورغبة الباحث في نشره بالمجلة، وعنوانه البريدي كاملاً والبريد الإلكتروني أو أية وسيلة اتصال أخرى يراها مناسبة.

7- أن لا تزيد عدد صفحات البحث بما فيها الأشكال والرسوم والملاحق عن (6500) كلمة.

8- تُعد قائمة بالمصادر والمراجع المنشورة في نهاية البحث حسب التسلسل الهجائي لاسم المؤلف العائلي، وبحيث تذكر المراجع العربية أولاً، وتليها المراجع الأجنبية ومن ثم المراجع باللغة العربية مترجمة الى الانجليزية.

التوثيق: حسب نظام APA كما هو موضح تاليًا:

أولاً: ترجمة المراجع إلى اللغة الإنجليزية في متن البحث وبنهايته.

ثانيًا:

أ - **توثيق المراجع والمصادر المنشورة:** يتم ذلك داخل المتن بذكر اسم العائلة للمؤلف وسنة النشر ورقم الصفحة (إذا لزم). (Dayton, 1970, p.21)، ويشار إلى ذلك بالتفصيل في قائمة المراجع والمصادر في نهاية البحث.

- تعدُ قائمة بالمصادر والمراجع المنشورة في نهاية البحث حسب التسلسل الهجائي

لاسم عائلة المؤلف، بحيث تفصل المراجع باللغة العربية (**مترجمة**) عن المراجع باللغة الإنجليزية كما يلي:

Arabic References in English

English References

• إذا كان المرجع كتاباً يكتب هكذا:

كتاب مكتوب باللغة الإنجليزيه:

Ibrahim, Abdel Majeed. (2000). *Administration and Oorganization*, Dar Al Fikr for Printing, Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

كتاب مكتوب باللغة العربية:

Al-Fayroozabaadi, M. (2004). Qamus Almuhit, the International House of ideas, Amman, Jordan.

• وإذا كان المرجع بحثاً في دورية يكتب هكذا:

Hamida, Basr. (2015). The Competencies of Applying among Physical Education Teachers in the light of Experience and Academic Qualification Variables in the State of Ouargla. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 19 (3), 83-95.

ب - **توثيق الهوامش والمصادر غير المنشورة:** يتم ذلك في المتن بوضع الرقم المتسلسل للهامش داخل قوسين، هكذا: [1]. وتُذكر المعلومات التفصيلية لكل هامش في نهاية البحث تحت عنوان **الهوامش** وقبل قائمة المراجع.

(1) هو أبو جعفر الغرير، ولد سنة 161 ه، أخذ القراءات عن أهل المدينة والشام والكوفة والبصرة. توفي سنة 231 هـ.

(2) عبد المالك، محمود، الأمثال العربية في العصر الجاهلي، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة اليرموك، 1983، ص 55-57.

(3) Arora, N., & Khurana, P. (2012). The Public Relations Practice & Impact on Effectiveness of Al-Basheer Hospital in Jordan. Amity Global Business Review, 7.

10- يُراعى أن تكون الأشكال والرسوم التوضيحية والصور الفوتوغرافية والخرائط واضحة المعالم والأسماء.

11- تُرقّم صفحات البحث بما فيها صفحات الرسوم والملاحق والجداول والهوامش بشكل متسلسل من بداية البحث إلى آخره.

12- يحق لرئيس التحرير إعادة الصياغة حيث يلزم ذلك في البحث، وبما يتناسب مع أسلوبها ونهجها.

13 - إذا سحب الباحث بحثه بعد التقييم، فهو ملزم بدفع تكاليف التقييم.

14- يُعطى صاحب البحث نسخة واحدة من المجلة، و(6) مستلات من البحث.

15- تنقل حقوق طبع البحث ونشره لمجلة أبحاث اليرموك "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية" عند إبلاغ الباحث بقبول بحثه للنشر. **جميع حقوق الطبع محفوظة لجامعة اليرموك** ©

16- لا يجوز نشر أي جزء من هذه المجلة أو اقتباسه دون الحصول على موافقة مسبقة من رئيس التحرير، وما يرد فيها يعبر عن آراء أصحابه ولا يعكس بالضرورة آراء هيئة التحرير أو سياسة جامعة اليرموك.

أبحـــاث اليرمـــوك

"سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"

المجلد (31)، العدد (4)، كانون الاول 2022/ جمادى الاولى 1444

المحتويات

البحوث بالعربية

- **دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية "الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب أنموذجاً"** 685
  خلف لافي الحمّاد، وفرحان راشد العليمات، وسارة أحمد عكور، وتيماء أسامه القاضي
- **استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعزلة الاجتماعية: دراسة مسحية** 707
  علي نجادات وحاتم علاونة وأمجد القاضي
- **دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية: دراسة ميدانية** 727
  خلف لافي الحمّاد، وشذى عبد الله ارشيدات
- **توظيف تقنيات الهواتف الذكية في الإنتاج التلفزيوني في الأردن: دراسة مسحيّة** 751
  حاتم علاونة ومازن النادي
- **التحدياتُ التي تُواجهُ المرأةَ العاملةَ مع القيادةِ النسائيةِ في ضوءِ متلازمةِ ((Queen Bee دراسةُ حالةِ جامعةِ الملكِ سعود** 779
  عبد الملك طاهر الحاج وعفاف ناصر الشريف
- **دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير في سلوك الطالبات الجامعيات خلال فترة الحجر المنزلي بسبب انتشار جائحة كورونا: (دراسة مسحية على عينة من طالبات جامعة قطر)** 807
  محمد الفاتح حمدي وفتيحة زماموش
- **توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية: دراسة ميدانية** 827
  حاتم علاونة وتسنيم جدوع
- **واقع الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وفق نموذج هوفستيد السداسي: دراسة حالة المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول** 849
  محمد أكلي علي عدمان و مينة سليمان الوناس شهري ومريزق محمد أرزقي عدمان

البحوث بالانجليزية

- **دور تقييم المعرفة في تعزيز استراتيجية إدارة المعرفة** 873
  عبدالفتاح كراسنة
- **بناء المحفظة المثلى باستخدام نموذج شارب للمؤشر الواحد: دراسة حالة لبورصة عمان للأوراق المالية** 889
  ديما وليد الربضي، سعيد سامي الحلاق وعرين غالب بني حمد
- **دمج النساء من أصول مهاجرة في سوق العمل: النتائج الأساسية من مشروع نموذجي في ألمانيا** 905
  سيغريد جيمس، يوليان تروستمان، وفرانتسيسكا سايدل
- **هل يؤثر قرار التمويل في نمو الشركات؟** 919
  عمر بني خلف
- **أثر التحول الديمقراطي على استجابة المنظمات الحكومية للمطالب العامة في الأردن من وجهة نظر مراجعي الدوائر الحكومية 2022** 927
  أنيس صقر الخصاونة ورغد زياد الحوري

دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية "الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب أنموذجاً"

خلف لافي الحمّاد *، وفرحان راشد العليمات*، وسارة أحمد عكور*، وتيماء أسامه القاضي **

تاريخ الاستلام 2021/08/02 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.1 تاريخ القبول 2021/09/29

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرّف إلى دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب؛ لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية. واعتمدت الدراسة التي تصنّف في إطار الدراسات الوصفية على المنهج المسحي من خلال توزيع استبانة إلكترونية قوامها (314) مفردة وفقاً للعينة المتاحة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها ما يلي:

- جاءت ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب بدرجة متوسطة.
- جاءت درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب متوسطة.
- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة من حيث الاعتماد عليها من الأردنيين لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
- كانت قناة المملكة الأردنية أكثر وسائل الإعلام متابعة من الأردنيين، بينما جاءت البروشورات الصادرة عن الهيئة وصفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة والمحاضرات والندوات في المرتبة الأخيرة.
- جاءت أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية بدرجة متوسطة.
- تبيّن تواضع دور الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية.
- تبيّن أنّ التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة كبيرة.

الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية، العلاقات العامة، الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، الوعي، المشاركة السياسية.

المقدمة

تُعدّ زيادة الوعي بالعملية الانتخابية عاملاً أساسياً في رفع نسبة المشاركة السياسية بشكل عام والعمليات الانتخابية بشكل خاص، حيث تلتزم الإدارات الانتخابية عالمياً بنهج التوعية بالعملية الانتخابية بهدف زيادة وعي المواطنين بأهميّة المشاركة السياسية وتأثيرها الإيجابي على مجتمعاتهم، وذلك من خلال المشاركة الفاعلة في العملية الانتخابية، وممارسة الحقوق المدنية والسياسية بفاعلية على نحوٍ يشمل شرائح المجتمع كافة. وتعد المشاركة الفاعلة للمواطن في الحياة السياسية جزءاً أساسياً من عملية التحول الديمقراطي في المجتمع؛ إذ يساهم اندماجه في الجمعيات والمنظمات غير الحكومية والأحزاب السياسية والهيئات التمثيلية في زيادة مستوى التطور الحاصل في الوعي الاجتماعي والسياسي، لا سيّما وأن مسألة المشاركة السياسية للمواطن أصبحت مطلباً وطنياً. كما يساهم ذلك الاندماج في تنشيط السلوك السياسي للمواطنين من خلال إشراكهم في العمل الانتخابي، الذي يُعد من أهم أساليب المشاركة السياسية وأكثرها قدرة على التأثير في صنع السياسة العامة. لهذا يصبح لدى المواطن إيمان بأنّ مشاركته في العمل الانتخابي كناخب أو مرشح أو ممثل للشعب في البرلمان عامل مهم من عوامل المساهمة في صناعة القرار السياسي (Unicef, 2007, p.33).

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* كلية الاعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
** كلية الاعلام، جامعة البتراء، عمان، الاردن.

إنّ الواقع السياسي الأردني يشتمل على تحولات وعمليات تنعكس على طبيعة المرحلة التاريخية التي تمر بها الدولة، والتي تحدد أهم معالمها؛ فهي تشكل الإطار الذي يتحكم بالاتجاهات والسياسات التي يفترض اتباعها باعتبار الديمقراطية أساساً في بناء ركائز النهضة والتقدم للبلدان في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، حيث تتعدد مفاهيم الديمقراطية وتطبيقاتها ومفاهيم المشاركة في صنع القرار السياسي والتنموي في دول العالم كافة. فالديمقراطية سِمة من سمات النظام السياسي في الدولة، وعنصر مهم من عناصر قوتها التي تتحول فيها الإرادة الشعبية إلى إيجاد مجلس منتخب عبر وسيلة منظمة للعملية الانتخابية. وتعد عملية المشاركة السياسية للمواطنين في اختيار ممثليهم في البرلمان عبر الانتخابات النيابية واحداً من أشكال الممارسة السياسية التي تلعب دوراً مهماً في التطور الديمقراطي لأي نظام سياسي. وفي هذه الحالة، لا بدّ من أن يكون هناك إطار لمشروعية الإجراءات في العملية الانتخابية النيابية متمثلة في مبدأ المشروعية التي تتجسد فيها سيادة الدستور والقانون، مع الأخذ بفرض نظام رقابة وتنظيم شاملين لحماية مشروعية إجراءات الانتخابات النيابية، كونها الوسيلة الأساسية في تكوين الديمقراطية النيابية (Al Attiyat, 2019, pp.52-53). فقد دأب الأردن على إدماج المواطن في الحياة السياسية من خلال برامج متكاملة وجهت نحو مراجعة التشريعات، وتحديد العقبات والعوائق التي تحول دون مشاركته، والسعي لبناء قدراته وتمكينه من النهوض بأدواره؛ فوجود اتصال دائم مع المواطنين يُسهم في توضيح حقوقهم وبيان التعليمات التنفيذية والإجراءات المتعلقة بمختلف مراحل العملية الانتخابية في فترات الانتخابات (Othman, 2004, p.1).

وتقوم مديرية الاتصال والإعلام والتوعية في الهيئة المستقلة للانتخاب بتعزيز التواصل بين الهيئة والمجتمع الأردني من مواطنين وناخبين وأحزاب ومؤسسات مجتمع مدني، ومرشحين ووسائل إعلام، ومجتمع دولي؛ لتعريفهم بالهيئة وأنشطتها، وترسيخ صورة إيجابية لها، ودعم الانتخابات وإعادة ثقة المواطنين بالعملية الانتخابية، كما تُعنى بتنسيق جهود الجهات المعنية بزيادة وعي المواطنين وتثقيفهم بما في ذلك الشباب والفئات المهمشة من النساء والأشخاص ذوي الإعاقة لتشجيعهم على المشاركة في الانتخابات، وتعريف الناخبين بالإجراءات كافة المتعلقة بمراحل العملية الانتخابية وإجراءات الاقتراع والفرز، بما يهدف إلى ممارسة الناخب لحقه بسهولة ويسر، وتسهيل مهمة الإعلاميين والمراقبين في التغطية والرقابة على العملية الانتخابية (The website of the Independent Electoral Commission: www.iec.jo).

مشكلة الدراسة

إنّ قوة الوعي السياسي للمجتمع تعبر عن القوة السياسية للدولة التي تتمثل بمدى الحرية التي تمنحها الدولة لشعبها في التعبير عن آرائه ومعتقداته، والتي تساهم في تشكيل استقرارها السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي، حيث تساعد في توحيد أفراد المجتمع مع مؤسسات الدولة في سبيل تحقيق الأهداف، وتلافي المشاكل، وعدم هدر الأموال في الإصلاح. ولتحقيق ذلك، ينبغي على العاملين في مجال الاتصال في الهيئة المستقلة للانتخاب إدراك وتفهم طريقة تقديم المعلومات التي يحتاجها المواطنون بأسلوب بسيط ومتسلسل ومترابط وبشكل حقيقي؛ ليكونوا قادرين على تكوين آرائهم أو معتقداتهم السياسية التي تسهم في تشكيل وعيهم ليقوموا بالمشاركة السياسية الفعالة، خاصة أنّ الفقرة (ز) من المادة (12) من قانون الهيئة المستقلة للانتخاب رقم (11) لسنة (2012) وتعديلاته نصت على "توعية الناخبين بأهميّة المشاركة في الحياة السياسية، بما في ذلك العمليات الانتخابية". وعليه، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما **دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟**

أهمية الدراسة

تأتي أهمّية هذه الدراسة من أهميّة زيادة الوعي السياسي في الأردن، ودوره في بناء المجتمع من جميع جوانبه، بوصفه ركيزه أساسية في تحقيق الانتماء والولاء تجاه الوطن؛ إذ تكتسب الانتخابات بمختلف أنواعها أهمية بالغة لدى الأردنيين، وخاصة الانتخابات النيابية. وتساهم الانتخابات النيابية في تفعيل السلوك السياسي وتنشيطه، الذي يعد من أهم أساليب المشاركة السياسية، وأكثرها قدرة على التأثير في صنع السياسة العامة. وتقوم الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب بالإشراف على عملية الانتخابات النيابية وإداراتها بكل مراحلها، بالإضافة إلى أي انتخابات أخرى يقررها مجلس الوزراء بما يضمن أعلى مستويات الشفافية والنزاهة والحياد في إدارة العمليات الانتخابية المختلفة. وتبرز أهمية الدراسة هنا في تناقص نسب مشاركة

المواطنين في مختلف الانتخابات؛ فعلى سبيل المثال، بلغت نسبة تصويت الأردنيين للانتخابات النيابية (29.9%) في عام 2020 مقارنةً بنسبة تصويت بلغت (36%) في عام 2016م. وفي عام 2013 بلغت (56.69%) (Independent Election Commission, 2011).

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى مدى دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية هدفاً رئيساً، ويتفرع منه عدد من الأهداف الفرعية المتمثلة في التعرف إلى:

1- عادات وأنماط تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب.
2- درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
3- الأنشطة الاتصالية المستخدمة في الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
4- أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
5- دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية.
6- التأثيرات (المعرفية - الوجدانية – السلوكية) الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
7- اختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة مثل: الفروق ذات الدلالة الإحصائية في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، وكذلك العلاقة الارتباطية بين درجة الاعتماد والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية).

أسئلة الدراسة

يتمثل سؤال الدراسة الرئيس في الآتي:

ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟ وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية على النحو الآتي:

1- ما عادات وأنماط تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب؟
2- ما درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟
3- ما الأنشطة الاتصالية المستخدمة في الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟
4- ما أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟
5- ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟
6- ما التأثيرات (المعرفية - الوجدانية – السلوكية) الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

فروض الدراسة

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي والعمر ومكان السكن).
2- لا توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية).

المصطلحات والمفاهيم الإجرائية

الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامّة: هي "كل ما تقوم به العلاقات العامّة من وظائف وفعاليات مستخدمة وسائلها الاتصالية بأنواعها المختلفة بهدف التأثير الإيجابي، وخلق صورة ذهنية طيبة لدى الرأي العام" (Atoum, 2010). **وتعرّف الأنشطة الاتصالية إجرائياً في هذه الدراسة بأنّها:** جميع الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامّة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية، سواء التي يتم تنفيذها بمساعدة وسائل الإعلام التقليدية أو الأنشطة الاتصالية الذاتية من وجاهية وإلكترونية.

العلاقات العامّة: "تلك العملية التي يتمّ من خلالها تقديم المعلومات الإقناعية للجمهور؛ بهدف تشكيل أو تعديل الأفعال والاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الإقناعي، والاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي" (Filastin, 1959). **وتعرّف العلاقات العامّة إجرائياً في هذه الدراسة بأنّها:** العلاقات العامّة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب - محل هذه الدراسة - التي تقوم بنشاط اتصالي إعلامي بهدف زيادة وعي الناخبين الأردنيين بالمشاركة السياسية.

الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب: هي مؤسسة أردنية مستقلة مادياً وإدارياً، تأسست عام 2012 كجهة تُعنى بإدارة العملية الانتخابية والإشراف عليها، بالإضافة إلى ضمان إجراء انتخابات نيابية تتوافق مع المعايير الدولية، وتكفل إعادة ثقة المواطن بالعملية الانتخابية ومخرجاتها، ومعالجة المشاكل السلبية والتراكمية وبناء خطوات وإنجازات إصلاحية. وتضم الهيئة مديرية الاتصال والإعلام والتوعية، وتتبع لها أقسام: التوعية والتثقيف، والأحزاب والمجتمع المدني، والإعلام والعلاقات العامة، والإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي، والتعاون الدولي (Independent Election Commission, 2011).

الانتخاب: هو الوسيلة الأساسية لإسناد وتداول السلطة في الديمقراطية النيابية بقيام الناخبين بممارسة حقهم في اختيار من يمثلهم في المؤسسات الحاكمة للدولة (Abdali, 2009, p.29). **ويعرف إجرائياً بأنه:** الإجراء الدستوري الذي يشمل مجموعة من المبادئ القانونية التي تتكون من نظام تشريعي يتم من خلاله اختيار فرد أو مجموعة من الأفراد لشغل المؤسسات التشريعية، مثل: مجلس النواب واللامركزية والبلديات.

الوعي السياسي: هو الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع في قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفاً معرفياً ووجدانياً في آن واحد (AL Azazi, 2008, p.1). **ويعرف إجرائياً بأنه:** مستوى وعي المجتمع الأردني بالأحداث والتطورات السياسية على المستويين المحلي والعربي، ويتمثل بمجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للمواطن الأردني أن يشارك مشاركة فعالة في تطوير مجتمعه، وحل مشكلاته وأن يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ما يدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها.

المشاركة السياسية: هي ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية التي تعني ممارسة الشعب لحقه في حكم نفسه بنفسه من خلال حق الترشيح، أو التصويت في الانتخابات، أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومناقشتها مع الآخرين، أو العضوية في المنظمات كمحاولة للتأثير على متخذي القرار (El Sayed, 1994, p.173). **وتعرف إجرائياً بأنها:** شكل من أشكال الممارسة السياسية التي تُمثل الأنشطة السياسية التي يقوم بها المواطن الأردني بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية صنع القرار السياسي، سواء أكان ذلك على مستوى الفرد أم على مستوى الجماعة.

الأردنيون (إجرائياً): هم جميع الأردنيين الذين أعمارهم 18 عاماً فما فوق، ويحق لهم المشاركة في الانتخابات المختلفة.

النظرية المستخدمة في الدراسة: ترتكز هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تعد في مجملها نظرية بيئية تركز على العلاقات القائمة بين الأنظمة المختلفة في المجتمع الواحد؛ انطلاقاً من قاعدة أن المجتمع هو تركيب عضوي متعدد الأنظمة ما بين أنظمة صغيرة وكبيرة تترابط وتتفاعل سويا في علاقات متبادلة، ومن بينها علاقة وسائل الإعلام بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية (Loges, 1994, p.6). ويشكل منظور اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام داخل المجتمع (Emara, 2005, p.261).

وتُعرف علاقة الاعتماد بأنها " العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدراً للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة. وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي: جمع المعلومات وتنسيقها ثم نشرها، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة فيه. ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد" (Ball-Rokeach, 1985, p.239). وتتمثل فكرة نظرية الاعتماد في أنّ استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد تكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع، وكذلك على تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة (Ismail, 2003, p.3)، كما أنها تقوم على علاقة اعتمادية بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي وأحد أجزائها مثل التلفزيون أو الصحافة أو الإذاعة" (Abuosba, 2006, p.26). ويتم تحديد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام؛ فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية وبالتالي ازداد تأثيرها (Stanley & Dennis, 2006, pp.320-322)، **وهذه الوسائل تشمل عدداً من الافتراضات هي:**

- تختلف المجتمعات وفقاً لدرجة استقرارها؛ فكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما، زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام.
- كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادراً على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم (Defleur,1989, p.240). وأما "محور هذه النظرية، فيقوم على أنّ الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي احتياجاته وتساعده في تحقيق هذه الاحتياجات" (Al Mousa, 2009, p.55). وتشتمل مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية على ثلاثة أنماط هي:

أ – **التأثيرات المعرفية:** وتتمثل بكشف الغموض الناتج عن نقص المعلومات في حدث معين، حيث يترتب على ذلك عدم معرفة التفسير الصحيح له من الجمهور. وتعمل وسائل الإعلام على كشف الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في حادثة معينة (Abuosba, 2010, p.45)، ومن آثارها المعرفية قدرتها على تكوين الاتجاه وترتيب الأولويات، حيث تعمل وسائل الإعلام على إبراز قضايا وإخفاء أُخرى، ما يشكل أهمية لدى الجمهور جراء تسليط الضوء على الإعلام في قضية دون أخرى (Aldulaimi, 2012, pp.241-242).

ب - **التأثيرات الوجدانية:** وتتمثل بمشاعر الحب والكراهية التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم كعواطف القلق والحب والفتور العاطفي.

ج- **التأثيرات السلوكية:** وهي التي تعبر عن الأثر الذي يشغل اهتمام العديد من الناس في التغيرات الخاصة بالاتجاه والمعتقدات والمشاعر؛ فالسلوك يحدث نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية.

ومن أهم التأثيرات السلوكية (Hjab, 2010, p.306):

1- التنشيط: ويعني قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهذا هو المنتج النهائي لربط التأثيرات المعرفية بالوجدانية.

2- الخمول: ويعني العزوف عن العمل، وهو يحدث نتيجة التغطية المبالغ فيها، الأمر الذي يسبب الملل.

وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول: إن اعتماد الأردنيين على القائم بالاتصال في الهيئة الانتخابية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية يقوم على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفها نوعاً من الإعلام الحديث الذي يفترض فيه أن يزود الناس بالمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات. وهذا يعني أنّ الإعلام يسعى إلى الإقناع عن طريق المعلومات، والحقائق، والأرقام، والإحصائيات. وبناءً على ذلك، يمكن القول: إنّ الناس لا يعتمدون أبداً على إعلام لا يعبر عن ثقافاتهم وتفكيرهم ولا يقوم على أساس من الواقع، بل على الافتراضات التي ينفي بها عن نفسه مفهوم الإعلام ليدخل حدود الدعاية التي تعتمد على التضخيم، وربما التظليل في أوقات معينة، خصوصاً في أثناء الانتخابات؛ إذ إنّ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين هما: الأهداف والمصادر، وهذا يحقق للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية. واحياناً يكون عليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح (El Sayed, 1998, p.208).

الدراسات السابقة

أولاً: محور الدراسات العربية المتعلقة بالأنشطة الاتصالية

• **دراسة محمدين (2019) بعنوان "اتجاهات طلبة جامعة البترا نحو الأنشطة الاتصالية التي تنظمها جامعة البترا".** هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اتجاهات الطلبة نحو الأنشطة الاتصالية الثقافية التي تنظمها جامعة البترا، والبحث عن سبب عزوف الكثير منهم عن المشاركة في حضور تلك الأنشطة، والتعرف إلى الأنشطة الثقافية التي تنظمها الجامعة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال عينة عشوائية قوامها (400) مفردة. وخلصت الدراسة إلى أنّ الأنشطة الاتصالية حققت الإشباعات والاحتياجات المعرفية والوجدانية والسلوكية للطلبة الذين حضروا تلك الأنشطة، وأنّ أهم أسباب عدم حضور الطلبة لتلك الأنشطة تتمثل في عدم الاستفادة منها، وأنّ موضوعاتها مكررة، وغير متوافقة مع اتجاهات الطلبة.

• **دراسة السلعوس (2018) بعنوان "الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس عبدالله الجامعي ومدى أهميتها وانعكاسها على الجمهور".** هدفت الدراسة التعرف إلى الأنشطة الاتصالية لجهاز العلاقات العامة في مستشفى الملك المؤسس وأهميتها في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي. واعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي على عينة مكونة من (13) مفردة بأسلوب الحصر الشامل. وخلصت الدراسة إلى: أن وسائل الإعلام الجديد تتفوق على بقية الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في المستشفى، وأنّ جهاز العلاقات العامة يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والجمعي للأنشطة التعريفية والإخبارية.

• **دراسة عكور (2016) بعنوان "الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامّة في البنوك الأردنية: دراسة ميدانية على ممارسة العلاقات العامّة".** توصلت نتائج الدراسة إلى أنّ أكثر من نصف مجتمع الدراسة - بنسبة 55.1%- من البنوك الأردنية تعتمد على ما تمارسه دائرة العلاقات العامّة من أنشطة اتصالية في سبيل تحقيق نجاح البنك مصرفياً، وأن أهم الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها دائرة العلاقات العامّة هي تنظيم المناسبات والمعارض التي يشترك فيها البنك، أو يكون راعياً رسمياً لها، وأنّ الغالبية العظمى من دوائر العلاقات العامّة أكّدت أن استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهم في تطوّر عمل العلاقات العامّة بشكل متوسط وبنسبة 70.4%.

• **دراسة أبو العسل (2014) بعنوان: "الممارسات الاتصالية والإدارية للعلاقات العامّة في المستشفيات المدنية الأردنية".** من أهم نتائج الدراسة أنّ معظم أجهزة العلاقات العامّة ارتبطت مباشرة بالإدارة العليا، وانّ حوالي نصف عيّنة الدراسة يمارس عمل العلاقات العامّة من خلال النموذج الاتصالي المتوازن باتجاهين، بنسبة 57.3%. وكانت الوسيلة الاتصالية الأعلى استخداماً صناديق الشكاوى والمقترحات. وتبيّن أنّ أكثر الأنشطة الاتصالية الجماهيرية استخداماً الأدلة التعريفية التي تصدرها دائرة العلاقات العامّة.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بالهيئة المستقلة للانتخاب، والمشاركة السياسية

• **دراسة العطيات (2019) بعنوان "دور الهيئة المستقلة للانتخاب في الإشراف على العملية الانتخابية للمجالس النيابية بجميع مراحلها في المملكة الأردنية الهاشمية".** هدفت الدراسة التعرف إلى دور الهيئة المستقلة للانتخاب في الإشراف على العملية الانتخابية للمجالس النيابية بجميع مراحلها في المملكة الأردنية الهاشمية. وتوصلت الدراسة إلى أن إنشاء الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب يعد من أهم الخطوات التي تم الإقدام عليها، والتي تعمل على تطبيق الدقة والحياد خلال إجراء العملية الانتخابية، على عكس اللجان المؤقتة، وأنّ إعطاء الهيئة المستقلة للانتخاب الصلاحيات الواسعة يعدّ من أهم الوسائل والأدوات التي أوجدها المشرّع الأردني لتمكينها من إدارة العملية الانتخابية للمجالس النيابية واتخاذ جميع الإجراءات والقرارات ضمن الأُطر القانونية.

• **دراسة السويلمين (2016) بعنوان" تأثير التنشئة المجتمعية على المشاركة السياسية في الأردن خلال الفترة (1989-2015)".** هدفت الدراسة إلى قياس مستوى تأثير التنشئة المجتمعية على المشاركة السياسية في الأردن خلال الفترة (1989-2015) من وجهه نظر القيادات الحزبية الأردنية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (297) من القيادات الحزبية وأعضاء الأحزاب باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى موافقة القيادات الحزبية الأردنية على واقع التنشئة الحزبية والمشاركة السياسية في الأردن. وجاء تأثير التنشئة المجتمعية على عملية المشاركة السياسية في الأردن بنسبة (57.6%). وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات نحو أشكال المشاركة السياسية من وجهة نظر القيادات الحزبية الأردنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية: (النوع الاجتماعي والعمر والمستوى التعليمي)، وأنّ أفراد عينة الدراسة الذين مؤهلهم العلمي دراسات عُليا هم الأكثر موافقة في اتجاهاتهم نحو أشكال الممارسة السياسية في الأردن بمتوسط حسابي بلغ (3.75)، ثم حملة البكالوريوس بمتوسط حسابي مقداره (3.35)، ثم الأقل من البكالوريوس بمتوسط حسابي قدره (3.03).

• **دراسة العنزي (2014) بعنوان " دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي".** هدفت الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي. تكوّن مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعة الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، وكلية التربية الأساسية. واستخدم المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (324) مديراً ومديرة باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى أن دور وسائل الإعلام المحلية (الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعة) في تعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة جاء بدرجة متوسطة. ويتعرض غالبية أفراد عينة الدراسة لقراءة الصحف بمعدل أقل من نصف ساعة يومياً، في حين أن متوسط التعرض لقنوات التلفزيون المحلية والاستماع للإذاعة المحلية جاء بمعدل أقل من ساعتين. وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) في مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام المحلية تُعزى للمتغيرين الديموغرافيين: (النوع الاجتماعي والعمر)، بينما لم تظهر فروق تعزى لمتغير الجامعة.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية

• **Study of Wojcieszak & Smith (2014) "Will Politics Be Tweeted? New Media Use by Iranian Youth in 2011".**

دراسة ووجسيزاك وسميث (2014م) بعنوان "هل السياسة ستُغرد؟ استخدام وسائل الإعلام الجديدة من قبل الشباب الإيراني في عام 2011 م". هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة من الشباب الإيراني لعام 2011 في دعم الثورات، وتأثير وسائل الإعلام على التوجهات السياسية للشباب، وما الوسائل الإعلامية التي يعتمدون عليها في معرفة الأخبار السياسية. واستخدم المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (2800) شابّ إيراني متعلم ومستخدم للإنترنت في العاصمة طهران باستخدام أداة الاستبانة.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن (89%) من الشباب الإيراني يحصلون على الأخبار السياسية من الإنترنت كونه المصدر الأول لهم، وكان المصدر الثاني التلفاز بنسبة (70%)، ثم الأصدقاء والأسرة بنسبة (49%)، وأخيراً العمل أو المدرسة بنسبة (33%). واحتلت الأخبار والأحداث الجارية المرتبة الأولى من اهتمامات الشباب الإيراني بنسبة (44%)، ثم الشؤون الخارجية بنسبة (32%)، ثم المجتمع والاقتصاد بنسبة (25%)، (21%) على التوالي، بينما لم تكن السياسة على رأس سلّم أولوياتهم.

• Study of Malik & Khan (2013) "Raising the Influence of New Media on Instilling Long-term Political Efficacy amongst Pakistani Youth"

دراسة مالك وخان (2013م) بعنوان: "تأثير وسائل الإعلام الجديدة في زيادة ترسيخ الفعالية السياسية لدى الشباب الباكستاني على المدى الطويل". هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب في باكستان. واستخدم المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (308) طلاب في أربع جامعات باستخدام أداة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن وسائل الإعلام الجديدة هي الوسيلة الأكثر استخداماً من الشباب المتعلم بهدف تشكيل وعيهم السياسي، حيث يستخدم (56%) من الطلاب الإنترنت منذ أكثر من 4 سنوات، بينما يستخدم (26%) منهم الإنترنت منذ 1-4 سنوات. وتؤثر وسائل الإعلام الجديدة التي يستخدمها الشباب الباكستاني المتعلم في رفع مستوى فعاليتهم السياسية، وتقدم لهم المعرفة التي تزيد وعيهم تجاه القضايا السياسية.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة، وتقسيمها حسب الأنشطة الاتصالية للمؤسسات والهيئات، والمشاركة السياسية، تبين أنّ هناك دراسة واحدة تناولت دور الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، وهي دراسة بعيدة عن موضوع هذه الدراسة. وجاءت غالبية الدراسات تتعلق بالمشاركة السياسية، مثل (السويلمين، 2016) و(العطيات، 2019) و(العنزي،2014)، أو في شكل دراسات للأنشطة الاتصالية لمؤسسات وهيئات أردنية. واتفق منهج هذه الدراسة مع مناهج أغلب الدراسات السابقة في أنها تندرج ضمن البحوث الوصفية التي اتبعت منهج المسح، وكذلك في أداة الدراسة مثل (العنزي، 2014)؛ و(السويلمين، 2016)، (Malik & Khan, 2013)، و(Wojcieszak & Smith, 2014) التي استخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

1. صياغة المشكلة البحثية وأسئلة الدراسة وفروضها وتحديد متغيراتها ومنهجها وأداتها.
2. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها مع نتائج هذه الدراسة.

الإضافة العلمية الجديدة لهذه الدراسة

تبحث الدراسة الحالية الوقوف على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، ودورها في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية. وفي حدود علم الباحثين، فإنها الدراسة الوحيدة التي تناولت موضوعاً يتعلق بالأنشطة الاتصالية للهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب. يضاف إلى ذلك قلة الدراسات التي اختارت شريحة كبيرة تشمل فئات المجتمع كافة، وهم الأردنيون الذين تجاوزت أعمارهم 18 عاماً ويحق لهم التصويت، وهذا ما قد يسهم في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية من خلال الإقبال على المشاركة في الحياة السياسية ترشّحاً وانتخاباً.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعمل على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة وتفسيرها وتحليلها، وتسمى هذه الدراسات المسوح الاجتماعية. وتعتمد هذه الدراسة المنهج المسحي الذي يعد من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية، ولا يقتصر منهج المسح على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع المعلومات والبيانات، وإنما يستخدم أساليب عديدة كالاستقصاءات والاستبانات، بالإضافة إلى الملاحظة (Hussein, 1995, p.147).

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع الأردنيين الذين أعمارهم (18) عاماً فما فوق، ولديهم حق التصويت في الانتخابات المختلفة. ونظراً لأن مجتمع الدراسة كبير العدد، فقد تم اتباع أسلوب العينة المتاحة، وبلغ قوامها (314) مفردة ممن يحق لهم التصويت. وتم اللجوء للعينة المتاحة إلكترونياً بسبب جائحة كورونا وظروف الحظر، ولمناسبة نوع العينة طبيعة الدراسة، وفيما يأتي الوصف التفصيلي للخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول (1).

الجدول (1): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	92	29.3
	أنثى	222	70.7
العمر	29-18	138	43.9
	39-30	90	28.7
	49-40	76	24.2
	50 وأكثر	10	3.2
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فما دون	36	11.5
	دبلوم	87	27.7
	بكالوريس	141	44.9
	ماجستير	44	14.0
	دكتوراه	6	1.9
المهنة	طالب جامعي	66	21.0
	موظف	98	31.2
	أعمال حرة	99	31.5
	ربة منزل	47	15.0
	أخرى	4	102
مكان السكن	إقليم الجنوب	20	6.4
	إقليم الشمال	166	52.9
	إقليم الوسط	128	40.8
	المجموع	**314**	**100**

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كأداة بحثية لجمع المعلومات والبيانات من أفراد العينة، وتعد من أكثر الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات في البحوث المسحية. وقد تم تصميمها من خلال تطبيق "Google Forms" بالاعتماد على الأدب النظري السابق المتعلق في الأنشطة الاتصالية في المؤسسات الحكومية والأهلية ودورها في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية أو المجالات الأخرى. وتكونت الأداة من ستة محاور. وقد وضعت في شكل فقرات على مقياس ليكرت لجميع المحاور، وتم وضع قيمة لكل درجة وفقاً للجدول (2).

الجدول (2): معيار قياس الفقرات.

البدائل	الدرجة
كبيرة- دائماً - موافق بشدة	5
متوسطة- غالباً - موافق	4
ضعيفة- نادراً – محايد	3
لا أعرف- غير موافق – أحياناً	2
لا تُمارس- غير موافق بشدة – أبداً	1

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدتها هذه الدراسة عند التعليق على المتوسطات الحسابية m للمتغيرات الواردة في نموذجها لتحديد درجة الموافقة، فقد حدد البحث ثلاثة مستويات، هي: (مرتفع ومتوسط ومنخفض) بناءً على المعادلة الآتية:

طول الفترة = $\frac{\text{الحد الأعلى – الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{5-1}{3} = 4/3 = 1.33$، كما هو موضح في الجدول (3).

الجدول (3): معيار القياس والاتجاه للحكم على فقرات أداة الدراسة.

المقياس	الاتجاه
1.00– أقل من 2.33	منخفض
2.33- أقل من 3.66	متوسط
3.66 – 5.00	مرتفع

اجراءات الثبات والصدق

ثبات الأداة: طُبقت الاستبانة على عينة استطلاعية تكونت من (32) فرداً للتأكد من ثباتها، ومدى سلامة صياغة الأسئلة والفقرات. وللتحقق من ثبات الأداة، تم احتساب معامل ألفا كرونباخ بوصفه مؤشراً على التجانس الداخلي للفقرات، وبلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.88)، وهي تدل على أنّ المقياس على درجة عالية من التجانس الداخلي بين الفقرات، وهي قيمة مرتفعة وتشير إلى ثبات الأداة، واعتبرت ملائمة لغايات هذه الدراسة. والجدول (4) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة ومحاورها.

الجدول (4): معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة وللأداة ككل.

المحور	ثبات الفا كرونباخ
المحور الأول: درجة اعتماد الأردنيين	0.92
المحور الثاني: أسباب اعتماد الأردنيين	0.89
المحور الثالث: دور الأنشطة الاتصالية	0.90
المحور الرابع: التأثيرات المعرفية	0.88
المحور الخامس: التأثيرات الوجدانية	0.84
المحور السادس: التأثيرات السلوكية	0.85
الكلي	**0.88**

يتضح من بيانات الجدول (4) أن قيم ثبات الفقرات تراوحت بين (0.84) حداً أدنى و(0.92) حداً أعلى، فتدلّ المؤشرات على تمتع أداة الدراسة بقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة، حيث بلغ مستوى الثبات الكلي (0.88).

صدق الأداة

تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين من أصحاب الخبرات العلمية والعملية من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام في جامعة اليرموك(*)؛ وذلك لتقدير مدى صلاحيتها علمياً ولغوياً لقياس ما أُعدت من أجله، وقد أبدى المحكمون العديد من الملاحظات التي تم الأخذ بها، بما يضمن قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة، وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق على عينة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لجأ الباحثون من أجل معالجة البيانات وتحليلها إحصائياً إلى البرنامج الإحصائي (SPSS) للعلوم الاجتماعية لاستخدام الأساليب والمؤشرات الإحصائية التي تناسب أسئلة الدراسة والمتوافرة في البرنامج المذكور.

* الأساتذة المحكمون الذين قاموا بتحكيم أداة الدراسة:
- د. خلف الطاهات/ كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة اليرموك.
- د. محمد حابس/ قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.
- د. علي الحديد/ قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة اليرموك.

نتائج الدراسة ومناقشتها

السؤال الأول: ما عادات وأنماط تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب؟

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التعرض
1	1	مدى اطلاعك على الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها الهيئة المستقلة للانتخاب	3.33	0.89	متوسطة
2	3	مدى اطلاعك على الموضوعات التي تنشرها الهيئة على وسائل الإعلام	3.27	0.90	متوسطة
3	2	أتابع الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الهيئة بشكل منتظم	3.22	0.85	متوسطة
المجموع الكلي		**درجة تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب**	3,27	0.65	**متوسطة**

يتضح من الجدول (5) أنّ تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية المستخدمة من الهيئة المستقلة للانتخاب جاء بدرجة متوسطة، بمتوسط حسابي (3,27) وانحراف معياري (0.65)، وجاءت الفقرة "مدى اطلاعك على الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها الهيئة المستقلة للانتخاب" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.33) وانحراف معياري (0.89)، في حين جاءت الفقرة "أتابع الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها الهيئة بشكل منتظم" في المرتبة الأخيرة بدرجة اعتماد متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي لها (3.22) والانحراف المعياري (0.85). وقد تدل هذه النتيجة على أنّ أفراد عينة الدراسة يدركون أهميّة الأنشطة الاتصالية في الحصول على المعلومات السياسية، بالإضافة إلى أنّ كل وسيلة لها مميزاتها التي تساعد على جذب الناخبين لمتابعتها؛ أي تفضيل وسيلة على الأخرى، ما يدل على أنّ القائم بالاتصال يعمل على استخدام كل الأنشطة الاتصالية التي تتناسب مع الجمهور المستهدف، حيث تعمل على توصيل المعلومات التي يحتاجونها. كما أن الناخبين ربما لديهم شغف في متابعة الأنشطة الاتصالية التي يمكن أن تستخدمها الهيئة المستقلة لتزويدهم بالمعلومات. **وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (العنزي، 2014) في أنّ الشباب الكويتي يتعرض للوسائل الإعلامية المختلفة بهدف تعزيز وعيه ومشاركته السياسية. وتتقارب هذه النتيجة مع دراسة العطيات (2019) من حيث إنشاء الهيئة المستقلة للانتخاب لتوعية الأردنيين بأهمية مشاركتهم السياسية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة محمدين (2019) التي رأت أن أهم أسباب عدم حضور الطلبة للأنشطة الاتصالية تمثلت في عدم الاستفادة منها، وأن موضوعاتها متكررة.**

الجدول (6): التكرارات والنسب المئوية للفترة الزمنية وأماكن تعرض الأردنيين للأنشطة الاتصالية.

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة%	الترتيب
الفترة الزمنية	أقل من ساعتين يومياً	148	47.1	1
	2-3 ساعات يومياً	136	43.3	2
	أكثر من 3 ساعات يومياً	30	9.6	3
أماكن المتابعة	دون تحديد مكان	131	41.7	1
	البيت	105	33.4	2
	العمل	78	24.8	3

تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أنّ غالبية أفراد عينة الدراسة يتابعون الأنشطة الاتصالية لمدة "أقل من ساعتين" بنسبة (47.1%)، وأنّ ما نسبته (43.3%) يتابعونها لمدة "2-3 ساعات"، وما نسبته (9.6%) يتابعون الأنشطة الاتصالية لمدة "أكثر من 3 ساعات". أمّا على مستوى أماكن المتابعة، فإنّ غالبية أفراد عينة الدراسة يتابعون الأنشطة الاتصالية "دون تحديد مكان" بنسبة (41.7%)، يليها "البيت" بنسبة (33.4%)، بينما جاء في المرتبة الأخيرة "العمل" بنسبة (24.8%). ويعزو الباحثون هذه النتيجة إلى أنّ أفراد عينة الدراسة ربما أدركوا أهميّة متابعة ما تقدمه الهيئة المستقلة عبر جميع الوسائل الإعلامية والاتصالية التي تستخدمها في تقديم المعلومات التي يحتاجها الجمهور الأردني، والإجابة عن جميع استفساراتهم، كما أنّ هناك شريحة كبيرة من عينة الدراسة تتابع ما تقدمه الهيئة المستقلة للانتخاب من الجامعة، وبمدة أقل من ساعتين، إذ

ربما لديهم اهتمامات أخرى تشغلهم عن المتابعة لوقت أطول، أو لقلة المعلومات التي ينشرها القائم بالاتصال عبر الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى أنّ الأردنيين قد يتعرضون للمعلومات المنشورة من القائم بالاتصال وقت حاجتهم إليها فقط دون المواظبة على المتابعة.

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من الهيئة المستقلة للانتخاب.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الثقة
1	1	أثق في مصداقية الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الهيئة	4.02	0.89	كبيرة
2	4	أثق في مدى حرص الهيئة على جعل المجتمع الأردني مجتمعاً مدنياً أكثر منه حكومياً	3.62	0.89	متوسطة
3	2	أثق في مصداقية المعلومات التي تقدمها الهيئة على وسائل الإعلام	3.60	0.83	متوسطة
4	3	تتحفظ الهيئة على بعض المعلومات التي يمكن أن تطرحها على وسائل الإعلام	2.17	0.89	متدنية
المجموع الكلي ن=314		درجة ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من القائم بالاتصال	**3.35**	**0.48**	متوسطة

يظهر من الجدول (7) أنّ ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من القائم بالاتصال كانت بدرجة متوسطة؛ إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.35) والانحراف المعياري (0.48)، في حين تراوحت درجة الاعتماد لفقرات المحور بين الكبيرة والمتوسطة والمتدنية، حيث جاءت الفقرة "أثق في مصداقية الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الهيئة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.02) وبدرجة اعتماد "كبيرة"، بينما جاءت الفقرة "تتحفظ الهيئة على بعض المعلومات التي يمكن أن تطرحها على وسائل الإعلام" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.17) وبدرجة ثقة "متدنية". ويفسر الباحثون هذه النتيجة بأنّ درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الهيئة كانت متوسطة؛ باعتبار أنّ هذه الوسائل تتيح لهم الحصول على المعلومات والاستفادة من تجارب الآخرين من خلال التعليقات أو النقاش أو تبادل الآراء عبر خاصية التشاركية، كما أنّ القائم بالاتصال يعمل على استخدام الوسائل الإعلامية التي تتناسب مع الجمهور المستهدف، لكنه في الوقت نفسه يقوم باستخدام الوسائل المتاحة كافة؛ ليضمن وصول رسائله إلى فئات المجتمع مع أخذ الحيطة والحذر من بعض المعلومات المغلوطة التي تنشر في الوسائل الإعلامية الأخرى التي قد يعتمد عليها الأردنيون، وبالتالي لا يثقون كل الثقة بها، ويحتاجون إلى مرجعية حقيقية توضح لهم صحة المعلومات المتداولة. **وتتفق هذه الثقة مع دراسة العطيات (2019) التي رأت أهمية إنشاء الهيئة المستقلة للانتخاب، وتتقارب مع دراسة السويلمين (2016) التي دلت على موافقة القيادات الحزبية الأردنية على واقع التنشئة الحزبية والمشاركة السياسية في الأردن.**

السؤال الثاني: ما درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
1	1	أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة المستقلة لزيادة وعيي بالمشاركة السياسية	3.34	0.90	متوسطة
2	3	يؤثر الانتماء الحزبي لدي على درجة اعتمادي على وسائل الإعلام التي تستخدمها الهيئة	3.20	0.91	متوسطة
3	2	أعتمد بشكل كلي في عملية الحصول على المعلومات المتعلقة بالانتخابات على الموضوعات التي تطرحها الهيئة	3.15	0.81	متوسطة
4	4	أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة في معرفة قوانين الانتخاب وكيفية المشاركة السياسية	3.10	0.87	متوسطة
المجموع الكلي		**درجة اعتماد الأردنيين الكليه على القائم بالاتصال في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب**	**3.17**	0.60	**متوسطة**

يتبين من الجدول (8) أنّ اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب جاء بدرجة متوسطة. إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.17) والانحراف المعياري (0.60). وعلى مستوى الاعتماد، جاءت الفقرة "أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة الانتخابية لزيادة وعيي بالمشاركة الساسية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.34) وبانحراف معياري (0.90)، في حين جاءت الفقرة "أعتمد بشكل كلي على القائم بالاتصال في الهيئة في معرفة قوانين الانتخاب وكيفية المشاركة السياسية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.10) وبانحراف معياري (0.87). ويعزو الباحثون هذه النتيجة إلى أنّ المواطنين الأردنيّين ربما أدركوا أهمية القائم بالاتصال في الهيئة المستقلة للانتخاب في تقديم المعلومات التي يحتاجونها في تكوين رأيهم السياسي، وبالتالي زيادة وعيهم السياسي، بالإضافة إلى ثقتهم بأنّ القائم بالاتصال يعمل لمصلحتهم من خلال عرض الأحداث التي تهم المواطنين بكل دقة ووضوح، وبطريقة تسهل الحصول عليها. كما أنّ الهيئة المستقلة تعمل على توفير بيئة عملية مريحة يمكن من خلالها تقديم الأفضل، وخاصة التعريف بقوانين الانتخاب، وكيفية المشاركة السياسية الصحيحة ليستطيع كل مواطن ممارسة حقه في التصويت للانتخابات. **وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عكور (2016) التي أظهرت أن حوالي نصف عينة الدراسة يعتمد على ممارسة القائم بالاتصال أو العلاقات العامة في سبيل تحقيق نجاح المؤسسة.**

السؤال الثالث: ما الأنشطة الاتصالية المستخدمة في الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

الجدول (9): التكرارات والنسب المئوية للأنشطة الاتصالية المستخدمة من الهيئة المستقلة للانتخاب ويعتمد عليها الأردنيون لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

المتغيرات	الوسيلة	التكرارات	النسبة %	الترتيب
الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يعتمد عليها الأردنيون في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية	مواقع التواصل الاجتماعي	155	49	1
	المحطات الإذاعية	123	39	2
	الصحف	96	31	3
	المحطات الفضائية التلفزيونية	89	28	4
	المواقع الإلكترونية	68	22	5
المجموع		**531**	**169%**	

(أتيح للعينة اختيار أكثر من بديل).

يتضح من الجدول (9) أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت أولاً في اعتماد الأردنيين على الوسائل الاتصالية والإعلامية، ويتضح أنّ الاعتماد هنا جاء لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للمواطنين أو المؤثرين والناشطين، وليس لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالهيئة. وقد يكون من أسباب ذلك الحراك الذي تطلقه الهيئة، خاصة قبيل الانتخابات، وتفاعل الناخبين مع أنشطة الهيئة الاتصالية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة لهم. **واتفقت نتيجة هذه الدراسة مع الدراسات الآتية: دراسة السلعوس (2018)، ودراسة ووجسيزاك وسميث (2014)، ودراسة مالك وخان (2013)، ودراسة العكور (2016) في أنّ وسائل الاتصال الحديثة هي الوسائل الأكثر استخداماً ومتابعة بهدف تشكيل الوعي السياسي.**

الجدول (10): التكرارات والنسب المئوية للأنشطة الاتصالية والوسائل الإعلامية الأكثر متابعة من الأردنيين.

المتغيرات	الوسيلة	التكرارات	النسبة%	الترتيب
الوسائل الإعلامية والاتصالية الأكثر متابعة	قناة المملكة	109	35	1
	التلفزيون الأردني	100	32	2
	الإذاعة الأردنية	85	27	3
	صحيفة الرأي	76	24	4
	قناة رؤيا	72	23	5
	صحيفة الغد	36	11	6

المتغيرات	الوسيلة	التكرارات	النسبة%	الترتيب
	البروشورات الصادرة عن الهيئة	21	7	7
	صفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة	5	2	8
	الندوات والمحاضرات الوجاهية	0	0	9
	الموقع الإلكتروني الخاص بالهيئة	0	0	10
	المجموع	**504**	**161%**	

(أتيح للعينة اختيار أكثر من بديل).

يتضح من الجدول (10) أن الوسائل الإعلامية المحلية الأكثر متابعة جاءت كما يلي: "قناة المملكة" في المرتبة الأولى وبنسبة (35%)، وفي المرتبة الثانية "التلفزيون الأردني" بنسبة (32%)، وفي المرتبة الثالثة "الإذاعة الأردنية" بنسبة (27%)، وفي المرتبة الرابعة "صحيفة الرأي" بنسبة (24%)، وفي المرتبة الخامسة "قناة رؤيا" بنسبة (23%)، وفي المرتبة السادسة "صحيفة الغد" بنسبة (11%)، وفي المرتبة السابعة "البرشورات الصادرة عن الهيئة" بنسبة (7%)، وفي المرتبة الثامنة "صفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة" بنسبة (2%). ويفسر الباحثون هذه النتيجة بأنّ أفراد عينة الدراسة يتابعون الوسائل الإعلامية الحكومية بنسبة عالية، وخاصةً قناة المملكة؛ إذ تعد من الوسائل الإعلامية المحلية الحديثة، التي لها مكانة كبيرة لدى الأردنيين نظراً لمحتواها الإخباري الذي تقدمه بأسلوب متميز وبسيط، بالإضافة إلى التنوع الكبير في البرامج السياسية التي تقدمها، حيث تسعى إلى تنمية وتطوير المحتوى السياسي الأردني من خلال الحوار المباشر وغير المباشر مع أصحاب الخبرة والاختصاص، وإعطاء المجال للأردنيين للمشاركة في ذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي التي تساعدهم في الحصول على المعلومات السياسية التي يحتاجونها، وذلك بهدف طرح المعلومة السياسية على الطاولة ليتمكن الأردنيون من الحصول عليها، وهذا جعلها تحتل مكانة كبيرة بين الوسائل الإعلامية المحلية الأكثر متابعة لدى الأردنيين. **واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Wojcieszak & Smith, 2014) التي أظهرت أن (89%) من الشباب الإيراني يحصلون على الأخبار السياسية من الإنترنت بهدف زيادة وعيهم السياسي، بالإضافة إلى دراسة (Malik & Khan, 2013) التي أظهرت أن وسائل الإعلام الجديدة هي الأكثر استخداماً من الشباب الجامعي المتعلم بهدف تعزيز وترسيخ الوعي السياسي، كما أنها تؤثر في رفع مستوى فعاليتهم السياسية داخل الدولة. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة العنزي (2014) حول أهمية دور الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعة في تعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبو العسل (2014) التي رأت أن أكثر الأنشطة الاتصالية الجماهيرية استخداما هي الأدلة التعريفية التي تعتمدها دائرة العلاقات العامة، واختلفت مع دراسة العكور (2016) التي بينت أن أهم الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة هي تنظيم المناسبات والمعارض.**

السؤال الرابع: ما أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية؟

الجدول (11): أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية

الرقم	الاسباب	كبيرة	متوسطة	قليلة	المتوسط الحسابي	مستوى الأهمّية	الدرجة
1	لمتابعة كل ما هو جديد في مجال الانتخابات	39.4	57.2	10.7	3.47	متوسطة	1
2	لمعرفة آليات الانتخاب والترشح	30.2	58.7	11.0	3.27	متوسطة	4
3	لأنها شاملة لكل ما يتعلق في العملية الانتخابية	44.7	47.8	17.0	3.34	متوسطة	2
4	للمصداقية والثقة التي تتمتع بها الهيئة	42.0	45.3	13.5	3.32	متوسطة	3
5	للمهنية الإعلامية والاتصالية التي تتمتع بها الهيئة	30.0	43.9	20.7	2.92	متوسطة	8
6	لقدرتها على إيصال المعلومة للناخب	29.9	47.7	13.2	3.12	متوسطة	6
7	لتنوع أنشطتها الاتصالية والإعلامية	34.9	50.8	16.7	3.21	متوسطة	5
8	لأنها تكثف بث المادة الاتصالية والإعلامية قبيل الانتخابات	10.9	49.9	37.0	2.54	متوسطة	7
	المتوسط الحسابي الإجمالي				**3.14**		

يتضح من الجدول (11) أنّ أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة متوسطة في جميع فقرات هذا السؤال. وجاءت الفقرة "لمتابعة كل ما هو جديد في مجال الانتخابات" بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.47)، بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة "لأنها تكثف بث المادة الاتصالية والإعلامية قبيل الانتخابات". وقد تفسر هذه النتيجة بما تلمسه الدراسة من أن غالبية وفاعلية الأنشطة والحملات الإعلامية والاتصالية تقوم بها الهيئة قبيل الانتخابات، والأصل أن يكون هناك نشاط دائم على مدار العام. فالهدف هو زيادة مشاركة المواطنين في صنع القرار، والحياة السياسية، وليس الهدف زيادة نسبة المقترعين. **وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد في دراسة العطيات (2019) حول أهمية إنشاء الهيئة المستقلة للانتخاب، ومع دراسة السلعوس (2018) التي رأت أن القائم بالاتصال أو جهاز العلاقات العامة يستخدم الأساليب الاتصالية التي تتضمن الاتصال الشخصي والجمعي للأنشطة التعريفية والإخبارية.**

السؤال الخامس: ما دور الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية؟

الجدول (12): دور الوسائل والأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيك بالمشاركة السياسية.

الرقم	الفقرة	كبيرة	قليلة	متوسطة	لا تسهم	التكرار	المتوسط الحسابي	الأهمّية	الدرجة
7	إعلامك بما تحتاجه من معلومات عن آلية الانتخاب	5.8	15.0	32.5	46.7	322	2.98	متوسطة	1
8	تحفيزك للمشاركة في الانتخابات	3.3	18.2	30.0	48.5	322	2.87	متوسطة	2
10	توعيتك بأهمية مشاركتك في الحياة السياسية	3.7	19.1	30.5	46.7	322	2.80	متوسطة	3
9	توعيتك بشروط وأسس الترشح والانتخاب	8.2	14.2	39.2	38.4	322	2.77	متوسطة	4
1	المناقشة والحوار معك في القضايا التي تعزز مشاركتك السياسية	6.7	17.2	23.0	53.1	322	2.67	متوسطة	5
13	تثقيفك من خلال طرح مواضيع تعنى بالحياة السياسية	7.8	21.0	25.8	45.4	322	2.59	متوسطة	6
3	تقدم مواد إعلامية واتصالية لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	7.8	11.5	25.4	55.3	322	2.45	متوسطة	7
2	تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	6.8	20.5	26.5	46.2	322	2.43	متوسطة	8
4	تستعين بوسائل الإعلام الجماهيرية لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	6.7	10.0	32.0	51.3	322	2.40	متوسطة	9
11	تقدم مواد اتصالية وإعلامية جاذبة شكلا ومضمونا لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	3.8	21.0	49.0	26.2	322	2.03	قليلة	10
5	تقوم باتصال وجاهي كالمحاضرات والندوات لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	1.3	31.7	22.2	44.8	322	1.89	قليلة	11
12	تسهم في تفعيل خاصية التفاعلية بينك وبينها من خلال الاتصالات الهاتفية أو مواقع التواصل الاجتماعي	13.1	13.3	3.3	70.3	322	1.69	قليلة	12
6	تنظم استضافات برعايتها لمختصين في الحياة السياسية عبر وسائل الإعلام الجماهيري لتوعيتك بأهمية المشاركة السياسية	18.8	21.3	25.8	34.1	322	1.65	قليلة	13
	المتوسط الحسابي الإجمالي						**2.40**	**متوسطة**	

يتضح من الجدول (12) أنّ دور الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية وفي مجمل الأدوار جاء بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي بلغ (2.40) ويعد هذا في أدنى الدرجة المتوسطة. وهذا يحتم على مديرية الاتصال والإعلام والتوعية في الهيئة المستقلة أن تفعل من دورها، وتفعل أقسامها المتعددة والمعنية بتحقيق هدف رئيس هو توعية الناخبين بالمشاركة السياسية. وفي هذا المجال، يلزم وضع خطة استراتيجية طويلة الأمد في التوعية والتثقيف تشمل استخدام وسائل الإعلام كافة ووسائل الاتصال الأكثر متابعة من الناخبين، إضافة إلى ضرورة تفعيل الاتصال الوجاهي بين الهيئة والجمهور مثل المحاضرات والندوات والمؤتمرات، وزيادة كادرها الإعلامي، إضافة إلى توصيات بتضمين المناهج الدراسية والمساقات الجامعية مواضيع عن أهمية المشاركة السياسية للأردنيين لبناء وطنهم وتقدمه. **وتتفق هذه النتيجة مع دراسة العطيات (2019) حول دور الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية. كما اتفقت بعض النتائج أعلاه مع دراسة أبو العسل (2014) التي رأت ضرورة ممارسة عمل القائم بالاتصال باستخدام نموذج الاتصال المتوازن باتجاهين، وهذا النموذج يساعد على التفاعلية، ويعد من أفضل نماذج الباحثين جرونج وهانت؛ إذ يهدف إلى الفهم المتبادل والتفاعل.**

السؤال السادس: ما التأثيرات (المعرفية – الوجدانية - السلوكية) الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

الجدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاعتماد
1	1	ساهمت في زيادة معلوماتي السياسية من خلال الموضوعات التي تقدمها الهيئة في وسائل الإعلام	3.98	0.83	كبيرة
2	3	ساعدتني الهيئة على اختيار البرامج السياسية الهادفة	3.85	0.78	كبيرة
3	5	زادت درجة وعيي واهتمامي بالمشاركة السياسية	3.83	0.78	كبيرة
4	4	زادت من رغبتي في متابعة قوانين الانتخاب وكيفية إدارتها	3.69	0.80	كبيرة
5	2	ساهمت الهيئة في غرس مفهوم المشاركة السياسية لدي	3.54	0.75	متوسطة
		المتوسط الكلي للتأثيرات المعرفية	**3.78**	**0.53**	**كبيرة**
1	1	عززت الهيئة لديّ الإحساس بالمسؤولية عند الاقتراع	3.96	0.82	كبيرة
2	3	تشعرني الهيئة بأنني جزء من الحياة السياسية في الوطن	3.83	0.78	كبيرة
3	2	ساهمت الهيئة في تنمية إحساسي بحقوقي السياسية	3.57	0.83	متوسطة
		المتوسط الكلي للتأثيرات الوجدانية	**3.78**	**0.58**	**كبيرة**
1	1	زادت من التأثير على سلوكي السياسي من خلال الموضوعات التي تعرضها الهيئة	3.97	0.82	كبيرة
2	3	عززت الهيئة الحرص لدي على الاقتراع بعيداً عن المصالح الشخصية	3.84	0.75	كبيرة
3	4	ساعدتني على إبداء وجهات نظري المتعلقة بالانتخابات	3.69	0.84	كبيرة
4	2	ساهمت في زيادة متابعتي لوسائل الإعلام المختلفة لمواكبة آخر التطورات السياسية	3.59	0.76	متوسطة
		المتوسط الكلي للتأثيرات السلوكية	**3.77**	**0.57**	**كبيرة**
		المتوسط الكلي للتأثيرات	**3.78**	**0.50**	**كبيرة**

ن=322.

يبين الجدول (13) أنّ التأثيرات (المعرفية – السلوكية- الوجدانية) لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في زيادة الوعي بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة كبيرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.78) بانحراف معياري (0.50)، حيث كانت التأثيرات الكلية متقاربة جداً بدرجة اعتماد كبيرة لكل منها وبمتوسطات حسابية (3.78)، و(3.78)، و(3.77) على التوالي. أما فيما يتعلق بفقرات التأثيرات المعرفية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، فقد جاءت الفقرة "ساهمت في زيادة معلوماتي السياسية من خلال الموضوعات التي تقدمها الهيئة في

وسائل الإعلام" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.98) وبانحراف معياري (0.83) وبدرجة اعتماد كبيرة، في حين جاءت الفقرة "ساهمت الهيئة في غرس مفهوم المشاركة السياسية لدي" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.54) وبانحراف معياري (0.75) وبدرجة اعتماد متوسطة. أمّا فيما يتعلق بفقرات التأثيرات الوجدانية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، فقد جاءت الفقرة "عززت الهيئة لديّ الإحساس بالمسؤولية عند الاقتراع" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.96) وبانحراف معياري (0.82) وبدرجة اعتماد كبيرة، في حين جاءت الفقرة "ساهمت الهيئة على تنمية إحساسي بحقوقي السياسية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.57) وبانحراف معياري (0.83) وبدرجة اعتماد متوسطة.

وأمّا فيما يتعلق بفقرات التأثيرات السلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية، فقد جاءت الفقرة "زادت من التأثير على سلوكي السياسي من خلال الموضوعات التي تعرضها الهيئة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.97) وبدرجة اعتماد كبيرة، في حين جاءت الفقرة" ساهمت في زيادة متابعتي لوسائل الإعلام المختلفة لمواكبة آخر التطورات السياسية " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.59) وبانحراف معياري (0.76) وبدرجة اعتماد متوسطة. ويمكن تفسير النتائج السابقة بأنّ مجيء التاثيرات المعرفية الناتجة من اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية بدرجة كبيرة يدل على مصداقية ودقة المعلومات التي يقدمها القائم بالاتصال، وأن كمية المعلومات المنشورة ساهمت في توسيع معرفتهم وإدراكهم لدور الهيئة المستقلة للانتخاب بشكلٍ أكبر، بالإضافة إلى أنّ استخدام جميع الوسائل الإعلامية في نشر المعلومات التي يحتاجها الأردنيون وإحاطتهم بها يعمل على جذب الأردنيين للحصول على المعلومات نظراً لتنوعها وشمولها لجميع فئات المجتمع. ويعزو الباحثون حصول التأثيرات الوجدانية للأردنيين لاعتمادهم على الأنشطة الاتصالية لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية على درجة اعتماد كبيرة إلى المعرفة التراكمية حول المعلومات السياسية بشكل عام وعن الانتخابات بأشكالها كافة بشكل خاص، التي تعدّ عنصراً مهماً من عناصر الديمقراطية التي تساهم في تطور الدولة. وقد ساهم التواصل مع الجمهور الأردني وتلبية رغباته السياسية في تشكيل خلفية معرفية كبيرة لدى الأردنيين بما ساهم في رفع وعيهم وثقافتهم السياسية، وكان له تأثير إيجابي من خلال تعزيز القيام بالمشاركة السياسية الفعالة. ويُستدل من هذه النتائج على أنّ الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب تساهم في تشكيل سلوك إيجابي نحو المشاركة السياسية الفعالة نتيجة المعرفة الكبيرة حول الواقع السياسي والبرامج والندوات التي تقدمها الهيئة، والتي بدورها أسهمت في رفع الوعي السياسي. فالمعرفة التي أنتجتها أثرت على إدراك الأردنيين ورفعت من وعيهم تجاه القضايا السياسية المطروحة. وبمقتضى هذه المعرفة والثقافة التي تولدت لدى الأردنيين كانت استجاباتهم السلوكية جيدة من خلال تشجيعهم على المشاركة السياسية الفعّالة في الانتخابات، كما أنّ اندماجهم وتفاعلهم مع الأحداث والقضايا المحيطة بهم انعكس إيجاباً على سلوكهم وساهم في تنشيطهم للتعرف ومواكبة المعلومات السياسية، ما ساعد على تعزيز دورهم في ممارسة حقهم في الاقتراع بعيداً عن مصالحهم الشخصية، وعرض آرائهم ومعتقداتهم بكل حرية. **واتفقت نتائج التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية في هذا المحور مع دراسة محمدين (2019) التي رأت أن الأنشطة الاتصالية حققت الاحتياجات المعرفية والوجدانية والسلوكية لعينة الدراسة.**

اختبار الفروض

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، والعمر، ومكان السكن).

الجدول (14): الفروق تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	عدد الأفراد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة اختبار "ت"	مستوى الدلالة
ذكر	92	87.93	10.19	312	3.21	0.01
أنثى	222	84.01	9.72			

يتضح من بيانات الجدول (14) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مدى اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (3.21) عند مستوى الدلالة (0.01). وبهذا ترفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة التي تؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الذكور.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (السويلمين ،2016) في أن المشاركة السياسية تتأثر تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي، كما اتفقت مع دراسة (Al Anazi, 2014) في أن مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام يختلف تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي فيما يتعلق بتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي.

الجدول (15): الفروق تبعاً لمتغير العمر

العمر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد
18-29 سنة	83.40	12.09	138
30-39 سنة	85.95	7.44	90
40-49 سنة	86.96	7.93	76
50 سنة وأكثر	88.50	9.53	10
المجموع	**85.1592**	**10.01182**	**314**

من بيانات الجدول (15) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مدى اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى لمتغير العمر، وبهذا تقبل الفرضية الصفرية.

الجدول (16): الفروق تبعاً لمتغير مكان السكن

مكان السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد
إقليم الجنوب	85.75	7.77	20
إقليم الشمال	84.15	10.77	166
إقليم الوسط	86.37	9.17	128
المجموع	**85.16**	**10.01**	**314**

يظهر الجدول (16) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مدى اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب في زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى لمتغير مكان السكن، وبهذا تقبل الفرضية الصفرية.

الفرض الثاني: لا توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية، والوجدانية، والسلوكية).

الجدول (17): التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

الرقم	التأثيرات	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
1	التأثيرات المعرفية	0.863	*0.00
2	التأثيرات الوجدانية	0.631	*0.00
3	التأثيرات السلوكية	0.851	*0.00

*العلاقة الارتباطية دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). ويظهر من بيانات الجدول (17):

– وجود علاقة إيجابية قوية وذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية –السلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.863)، (0.631)، (0.851) على التوالي. وبهذا ترفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين.

أهم النتائج

فيما يلي استعراض لأبرز نتائج هذه الدراسة:

1. تبيّن أنّ اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب جاء بدرجة متوسطة.
2. جاءت أسباب اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية بدرجة متوسطة.
3. تبين تواضع دور الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعي الأردنيين بالمشاركة السياسية.
4. تبيّن أنّ التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لاعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية جاءت بدرجة كبيرة.
5. تبيّن أنّ ثقة الأردنيين في الأنشطة الاتصالية المستخدمة من العلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب جاءت بدرجة متوسطة.
6. تبيّن أنّ مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر اعتماداً من الأردنيين لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
7. تبين أنّ قناة المملكة الأردنية أكثر وسائل الإعلام متابعة من الأردنيين، بينما جاءت البروشورات الصادرة عن الهيئة وصفحات مواقع التواصل الخاصة بالهيئة والمحاضرات والندوات أخيراً.
8. تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في درجة اعتماد الأردنيين على الأنشطة الاتصالية في الهيئة المستقلة للانتخاب لزيادة وعيهم بالمشاركة السياسية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، في حين لم يتبيّن وجود أي فروق تعزى لمتغيري العمر ومكان السكن.
9. تبيّن وجود علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين عادات متابعة الأردنيين للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في الهيئة المستقلة للانتخاب والتأثيرات (المعرفية - الوجدانية –السلوكية).

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وبعد تقديم وجهة نظر الباحثين في محاور نتائج هذه الدراسة، فإن الباحثين يوصون بالآتي:

1. التنويع في الوسائل الاتصالية والإعلامية المستخدمة من القائم بالاتصال في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب، بما يتناسب مع الجمهور المستهدف لزيادة متابعتهم، بهدف زيادة وعيهم بالمشاركة السياسية.
2. الاستعانة بمختصين في مجال الاتصال السياسي والإعلامي من أجل تقييم المحتوى الذي سيتم تقديمه للجمهور، والتأكد من مدى مناسبته لهم وتكثيف عرضه خلال الأوقات التي تتناسب والجمهور المستهدف.
3. تفعيل دور القائم بالاتصال في الهيئة الأردنية المستقلة للانتخاب من خلال تحسين مهاراته وتطويرها؛ ليتمكن من تقديم المعلومات التي يحتاجها الجمهور بطريقة مبتكرة وجاذبة.
4. أن تحرص الهيئة على تقديم المعلومات السياسية بشكل حقيقي ودقيق وبأسلوب سلِس؛ ليسهل على الأردنيين فهمها، ويتمكنوا من تكوين خلفية سياسية صحيحة قادرة على زيادة وعيهم السياسي.
5. تنظيم الهيئة المستقلة للانتخاب اجتماعات أو ندوات دورية يكون الهدف منها التأكد من فهم المواطنين للمعلومات التي قامت بنشرها عبر الوسائل الإعلامية، بالإضافة للإجابة عن جميع الأسئلة والاستفسارات التي يطرحونها.
6. وضع خطة استراتيجية اتصالية إعلامية شاملة من مديرية الاتصال والإعلام والتوعية في الهيئة المستقلة للانتخاب، تكون كفيلة بزيادة مشاركة الأردنيين في الحياة السياسية.
7. التركيز على زيادة المخزون المعرفي السياسي لدى الأردنيين من خلال تكثيف عرض المعلومات وتقديمها بالوسائل الإعلامية كافة؛ ليساعد ذلك على تنمية سلوكهم السياسي بشكل إيجابي.
8. إزالة العوائق والعقبات كافة التي تحول دون فاعلية مشاركة الأردنيين في الحياة السياسية.

The Role of Communication Activities for Public Relations in the Jordanian Independent Election Commission to Increase Jordanians' Awareness of Political Participation

Khalaf Lafee Al-Hammad[*], Farhan Rashed Al-Olaimat[*], Sarah Ahmad Okour[**], and Taima'a Osama Alqadi[*]

** Faculty of Media, Yarmouk University, Irbid, Jordan.*
*** Faculty of Media, Petra University, Amman, Jordan.*

Abstract:

This study explores the role of communication activities for public relations in the Jordanian Independent Election Commission to increase Jordanians' awareness of political participation. The study is classified within the framework of descriptive studies, relying on the survey method by distributing an electronic questionnaire consisting of (314) individuals according to the available sample. The results revealed that confidence of Jordanians in the communication activities used by the public relations in the Independent Election Commission came with a moderate degree, while the degree of Jordanians' dependence on communication activities for public relations in the Independent Election Commission was medium and social networking sites have gained the most dependence by Jordanians to increase their awareness of political participation. Almamlaka TV channel was the most followed media channels by Jordanians. At the same time, the brochures issued by the Commission and pages of communication sites of the Commission as well as lectures and seminars were ranked last. The reasons for Jordanians' dependence on communication activities in the Independent Election Commission to increase their awareness of political participation came with a moderate degree, which shows a modest role of the communication activities used by the public relations in the Independent Election Commission to increase Jordanians' awareness of political participation. Also, it was found that the cognitive, emotional and behavioral effects of Jordanians' dependence on the communication activities of public relations in the Independent Election Commission to increase their awareness of political participation came with a large extent.

Keywords: Communication activities, Public relations, The Jordanian Independent Election Commission, Awareness, Political participation.

Arabic References in English

Abdali, Saad. (2009). *Elections, Guarantees of Their Freedom and Integrity: A Comparative Study*. Dar Dijla for Publishing and Distribution. Amman, Jordan

Abo Alasal, Nawzat. (2014). *Communication and Management Practices for Public Relations in Jordanian Civil Hospitals.* Unpublished Master's Dissertation. Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Abuosba, Saleh Khalil. (2006). *Communication and Media in Contemporary Societies,* Dar Majdalawi for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

Abuosba, Saleh Khalil. (2010). *Mass Communication.* Dar Al-Baraka for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

Akour, Sarah. (2016). *Communication Activities for Public Relations in Jordanian Banks: A Field Study on the Practice of Public Relations*. Zamzam Publishers and Distributors, Amman, Jordan.

Al Anazi, Abdullah Hamid. (2014). *The Role of the Local Media of Kuwait in Promoting Political Culture among the Youth of Kuwait* .Unpublished Master's Dissertation. Middle East University, Jordan.

Al Attiyat, Taha. (2019). The Independent Election Commission to Supervise the Electoral Process for Parliamentary Councils at All Its Phases in the Hashemite Kingdom of Jordan. *Al-Mizan Journal of Islamic and Legal Studies*, 6 (1).

AL Azazi, Wadee Mohammad. (2008). The Role of the Media in Forming the Political Awareness of Yemeni Youth: A Field Study on University Students, *The Sana'a Center for Strategic Studie*, Sana'a, Yemen.

Al Hizan, Mohammad. (2004). *Media Research: Its Foundation - Its Methods - Its Fields*. Safir Press, Palestine.

Al Mousa, Issam Suleiman. (2009). *The Introduction to Mass Communication*. Dar Ithra for Publishing and Distribution. Amman, Jordan

Al Salous, Muhammad Hashim. (2018). Communication Activities of the Public Relations Apparatus in the Founding King Abdullah University Hospital and Their Importance and Impact on the Public. *Journal of the Union Arab Universities of Arts*, 15 (2), 87-113.

Al Suwailimayyin, Awad. (2016). *The Impact of Socialization on Political Participation in Jordan during the Period (1989-2015).* Unpublished Master's Dissertation. Middle East University, Jordan.

Aldulaimi, Abdul Razzaq. (2012). *Media and Children*. Dar Almasira for Publishing, Distribution and Printing, Amman, Jordan.

Alhasban, Bashar. (2010). *Political Development and the Media in Jordan (1999-2008) - Jordan Union Members: Field Study. Unpublished* Master's Dissertation. Al al-Bayt University, Jordan.

El Sayed, Aziz Mohammad. (1994). *Political Behavior: Theory and Reality*. Dar Al-Maaref, Cairo, Egypt.

El Sayed, Laila Hussein Mohammad. (1998). The Role of Communication Media in Providing Egyptian University Students with Information about Current Events within the Framework of the Theory of Media Dependence. *Proceedings of the 14th Scientific Conference of the Faculty of Information*, Cairo University. 25-27 May 1998.

Emara, Naila Ibrahim. (2005). The Role of the Media in Shaping the Knowledge and Attitudes of the Egyptian Public towards the Presidential Elections in Egypt. *Proceedings of the Twelfth Annual Scientific Conference*, Cairo University, Part One, May 2-4.

Filastin, Wadie, and Khalifa, Hassan. (1959). *Public Relations Art*. Dar Al Maaref, Cairo, Egypt.

Hjab, Mohamad Munir. (2010). *Theories of Communication*. Dar Alfajr for Distribution, Cairo, Egypt.

Hussein, Samir Hussein. (1995). *Media Research: Foundations and Principles*. Dar Alam Alkutub. Cairo, Egypt.

Ismail, Mahmoud Hassan. (2003). *Principles of Communication Science and Influence Theories*. Dar Alalamia for Publishing and Distribution, Cairo, Egypt.

Muhammedin, Ahmed Hussain. (2019). University of Petra Students' Attitudes towards Communication Activities Organized by the University: A Field Survey. *Al Arabi Journal for Media Studies*, 2, 76-96.

Odeh, Ahmed. (2010). *Assessment and Evaluation in the Teaching Process*. Dar Al-Amal for Publishing and Distribution, Irbid, Jordan.

Othman, Amal. (2004). The Role of Women in Legislation and Political Issues. *Working Paper Presented at the Conference on Women and Political Development*, International Institute for Women's Solidarity, Jordan.

Rashti, Jihan Ahmed. (1985). *The Scientific Foundations of Media Theories*. Dar Al Fikr Alarabi, Cairo, Egypt.

English References

Ball-Rokeach, S. J. (1985). The Origins of Individual Media-system Dependency: A Sociological Framework. *Communication Research*, 12(4), 485-510.

Defleur, M. I. (1989). *Theories of Mass Communication*. Longman, USA.

Khan, M. A. (2013). Raising the Influence of New Media in Instilling Political Efficacy amongst Youth.*The Journal of Development Communication*. 24 (1), 37-50.

Loges, W. E. (1994). Canaries in the Coal Mine: Perceptions of Threat and Media System Dependency Relations. *Communication Research*. 21(1), 5-23.

Stanley, J. B., & Dennis, K. D. (2006). Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future. USA, Thomason.

UNICEF. (2007). *Women and the Electoral Process: United Nations Development Fund for Women*. Amman. Jordan.

Wojcieszak, M., & Smith, B. (2014). Will Politics Be Tweeted? New Media Use by Iranian Youth in 2011. *New Media & Society*, 16(1), 91-109.

استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعزلة الاجتماعية: دراسة مسحية

علي نجادات* وحاتم علاونة* و أمجد القاضي*

تاريخ الاستلام 2021/12/01 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.2 تاريخ القبول 2022/01/26

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى طبيعة العلاقة بين استخدام الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الإجتماعي وعلاقته بالعزلة الاجتماعية.

وتصنّف هذه الدراسة ضمن نوعية البحوث الوصفية، وقد اعتمدت منهج المسح الإعلامي (Survey، وتكون مجتمع الدراسة من (3001) من الطلاب والطالبات من (44) جنسية مختلفة، وقد لجأ الباحثون إلى العينة العشوائية البسيطة، بما مقداره 300 طالب وطالبة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ،تمثل أهمها في أن (66.4%) من الطلبة الوافدين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بشكل دائم، وأن (26.3%) يستخدمونها أحياناً، وأن الفيسبوك تصدر شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الوافدين إلى الأردن وبما نسبته (61%)، تلاه الإنستغرام بنسبة (55%)، وأن (60%) من الطلبة الوافدين إلى الأردن يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للتواصل مع الأهل والأصدقاء، وأن (43%) يستخدمونها لأغراض التسلية والترفيه، وأن (80%) من الطلبة الوافدين أشاروا إلى أنهم يشعرون بأنهم مقصرون في علاقاتهم مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم بسبب تصفحهم المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الطلبة الوافدون، شبكات التواصل الاجتماعي، العزلة الاجتماعية.

المقدمة

يتعرض العديد من الطلبة الوافدين القادمين للدراسة في غير بلدانهم الأصلية، إلى معيقات ومشاكل عديدة، نظراً لعدم معرفتهم بالثقافة الموجودة في البلاد التي جاءوا إليها، إضافة إلى اختلاف القيم والعادات والتقاليد والأعراف وأسس بناء العلاقات الاجتماعية، ولذلك فهم يعانون من صعوبة التأقلم مع البيئة الجديدة، والعيش مع أناس جدد، إضافة إلى مشاكل السكن ومعرفة الأماكن وصعوبة الاختلاط مع المجتمع المحيط بهم، علاوة على الوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية التي يعانون منها، نتيجة عدم معرفتهم بالمجتمع الجديد، وما يتبع ذلك من مشاعر نفسية قد تؤثر في تحصيل الطالب الأكاديمي.

وترتبط الوحدة النفسية بالعديد من المشاعر السلبية كالحزن والاكتئاب والعزلة الاجتماعية والشعور بالقلق وأحياناً إضطرابات الأكل والنوم. وميّز العلماء بين مفهوم الوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية حيث أن الفرد في العزلة الاجتماعية يختار بنفسه الانعزال عن الآخرين لأنه لا يشعر بالرضا والسعادة في علاقته الاجتماعية معهم، في مقابل الفرد الذي يعاني من الوحدة النفسية الذي يجد نفسه وحيداً حتى لو كان محاطاً بهم. (Chodron,2011).

وأكدت دراسة Ran Ju & Mirit (2016) أن الطلبة الوافدين إلى جامعات في أوطان غير أوطانهم الأصلية يعانون من عزلة اجتماعية، الأمر الذي اضطر الباحثين إلى تقديم حلول لمساعدة هؤلاء الطلبة في التخلّص من وحدتهم. وأشارت الدراسات إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في الحد من عزلة الطلبة الوافدين للدراسة في الجامعات والتخفيف

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* كلية الاعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

من حدة عزلتهم النفسية، نظراً لما تقدمه منصات التواصل من خدمات تقرب من خلالها المسافة بين الطالب ومجتمعه الأصلي، وتبقيه على اتصال دائم مع الأشخاص في وطنه الأم، وتساعده على بناء علاقات جديدة في مجتمعه الجديد.

والجدير بالذكر أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بات يزداد بشكل ملحوظ خلال السنوات الماضية، وأن هذه المواقع أصبحت تتنافس فيما بينها لتقديم خدمات ومنتجات جديدة، وأجرت العديد من التحديثات في شكلها لاستقطاب عدد أكبر من المستخدمين للتواصل والتفاعل فيما بينهم، وكذلك للتعبير عن آرائهم ومشاعرهم، إضافة لقضاء أوقات فراغهم. ويشير مفهوم التواصل الاجتماعي إلى تلك "العمليات الإدراكية والمشاعرية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمانياً ومكانياً، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر (Al-Sary، 2009، P.105).

وتشير الإحصاءات إلى أن نسبة انتشار الإنترنت في الاردن تبلغ 103,5 % من مجموع سكان الأردن، بحسب تقرير هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية لعام 2020م، وأن مجموع مشتركي الإنترنت في الأردن بلغ قرابة 11,17 مليون مستخدم حتى نهاية الربع الأخير من العام 2020م في مختلف تقنيات الخدمة المتوفرة في الأردن، (Telecommunications Regulatory Authority Website), كما أن الأردن سجل المرتبة السادسة في عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية في الشرق الأوسط، واحتل المرتبة الأولى في مؤشر نسبة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي البالغين الى عدد مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت النسبة في الأردن حوالي 90 %، عبر مختلف الوسائل والادوات لا سيما الهواتف الذكية، (Website Specialist Statista).

النظرية المستخدمة في الدراسة

"تستند هذه الدراسة إلى مفهوم " رأس المال الاجتماعي" الذي يشير إلى مجموعة العلاقات والروابط الاجتماعية التي تنمو في إطار شبكة اجتماعية معينة تحكمها مجموعة من القيم والمعايير كالثقة والاحترام المتبادل والالتزام والتعاون، وهذه كلها قيم مجردة يصعب قياسها كمياً، كما يصعب تمييزها بشكل دقيق (Sustainable Human Development and Macroeconomic Approach، 1997, P.19).

وينطوي مفهوم رأس المال الاجتماعي على شقين رئيسين؛ الأول جانب رأس المال، والثاني الجانب الاجتماعي، فرأس المال يشير أساسًا إلى أن رأس المال الاجتماعي يتكون من خلال التراكم عبر فترات طويلة من الزمن, ومن هنا فمن الصعب تخيل أن يتكون رأس المال الاجتماعي بصورة وقتية أو سريعة لخدمة موقف مفاجيء أو حالة عارضة, ويشير الجانب الإجتماعي إلى حقيقة بدهية مؤداها أن رأس المال الاجتماعي لا يخص فردا بذاته، كما هو الحال في رأس المال المادي أو البشري، وإنما يتكون في إطار جماعة اجتماعية يرتضي الأفراد الإنضمام لها لاستغلال ما توفره العضوية في هذه الجماعة من مزايا ورصيد اجتماعي، (Abdel Hamid، 2010, P.19). وينطوي رأس المال الاجتماعي على العناصر والمكونات الآتية: (Abdel Hamid، 2010، P.24-25).

1. بناء اجتماعي يمتد من الأسرة ليشمل جماعات الجيرة والأصدقاء والنوادي، وما يطلق عليه المساعدة الذاتية Self-help، كما يضم مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات بصورها وأحجامها كافة.
2. مجموعة من الروابط والعلاقات الاجتماعية التي تتكون في إطار هذا البناء، والتي تقوم على مجموعة من المبادئ العامة، كالثقة والتبادلية والإلتزام بما تفرضه العضوية في هذه الجماعة من واجبات.
3. فائض من الموارد الفيزيقية والبشرية يمتلكها أفراد الجماعة.
4. الأفراد الذين ارتضوا الإنضمام طواعية إلى هذا البناء الاجتماعي، شريطة أن يتوافر في الأفراد الرغبة في التعاون مع بعضهم البعض لتحقيق استفادة متبادلة فيما بينهم، بما يمكنهم من الاستفادة بالشكل الأمثل من الموارد التي توفرها الجماعة.
5. مجموعة من الأهداف التي يسعى أعضاء الجماعة إلى تحقيقها، وقد ترتبط الأهداف بالجماعة ذاتها أو بالمجتمع الأوسع.

كذلك فإن استخدام الإنترنت قد يكون له أثر إيجابي على رأس المال الاجتماعي؛ فالزيادة والتطور في الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر مكّنت الأفراد من إنشاء شبكات افتراضية إجتماعية قائمة على أساس الترابط وجسور التواصل، على عكس التواصل وجهًا لوجه، وسهلت الشبكات الاجتماعية على الإنترنت على المستخدمين التواصل مع الآخرين بناء على عوامل معينة، منها تشابه الاهتمامات والثقافات، وبالتالي تكوين شبكة إجتماعية تقدر كميًا بعدد أفرادها، ومعنويًا بحجم الثقة والتعاون المتبادل (Wikipedia, Social capital).

وتجدر الإشارة إلى عدم وجود طريقة محددة يمكن من خلالها قياس رأس المال الاجتماعي بشكل موضوعي ودقيق، وأن الطريقة الوحيدة لتكوين فكرة كمية عنه هي اعتماد اسلوب استطلاعات الرأي (Hamad، 2015، P.150).

الدراسات السابقة

قام الباحثون بمراجعة التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة، ضمن مسارين هما؛ الدراسات العربية والدراسات الأجنبية، وقد تمكّنوا من رصد الدراسات التالية:

1. دراسة مراكشي، (2014)، وعنوانها: إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (فيسبوك أنموذجاً). وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، والشعور بالوحدة النفسية لدى عينة من طلبة جامعة محمد خيضر (بسكرة)، وكشف الأثر المحتمل لكل من متغيري الجنس والسن، على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" والشعور بالوحدة النفسية. واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم استخدام مقياس استخدام موقع فيسبوك ومقياس الشعور بالوحدة النفسية. وتكونت عينة الدراسة من 240 طالباً وطالبة. وأظهرت أهم النتائج أن معظم الطلبة يقضون معظم أوقاتهم في استخدام موقع التواصل "فيسبوك" خاصة في أوقات فراغهم؛ فأغلبهم يتصفحون الموقع أكثر من ثلاث ساعات يوميا. وأكثر المجالات التي يفضلها الطلبة الجامعيين على موقع "فيسبوك" هي الدردشة والتواصل مع الأصدقاء. وتوجد علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك" والشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات استخدام الفيسبوك ومتغير الجنس، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الشعور بالوحدة النفسية ومتغير الجنس.

2. دراسة شناوي وعباس، (2014)، وعنوانها: إستخدام شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين: وهدفت الدراسة إلى التعرف إلى مستويات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك وعلاقته بالتوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين. وتكون مجتمع الدراسة من طلبة المرحلة الثانوية في ثلاث مدارس في القرى التابعة لسهل البطوف في الجليل. واستخدمت العينة العشوائية التي تكونت من (2533) طالباً وطالبة في الصفوف العاشر والحادي عشر والثاني عشر. واستخدم المنهج الوصفي الأرتباطي. واستخدم الباحثون أداة مقياس التوافق النفسي. وأظهرت نتائج الدراسة أن الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في أستخدام الفيسبوك هي أقل من ساعتين يوميا، وأثبتت وجود علاقة سلبية دالة إحصائيا بين الفترة الزمنية التي يقضيها المراهقون في استخدام الفيسبوك ومستوى التوافق النفسي. وأثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس في فترة أستخدام الفيس بوك.

3. دراسة عبد المنعم و الطاهر وغريب، (2013)، وعنوانها: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل: هدفت الدراسة التعرف إلى أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومهارات التواصل الاجتماعي والوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ومعرفة الفروق بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس في مهارات التواصل والوحدة النفسية، والتعرف إلى دوافع استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وتنتمي الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (200) طالب وطالبة من الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من التخصصات الأدبية في كليتي الآداب والتربية، والتخصصات العلمية في كليات الزراعة والعلوم والصيدلة، من طلبة جامعة الملك فيصل. وقد تم اختيار العينة بالطريقة

القصدية. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الشعور بالوحدة لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة جامعة الملك فيصل كان بدرجة مرتفعة.

4. دراسة بني مصطفى والشريفين، (2013)، وعنوانها: الشعور بالوحدة النفسية والأمن النفسي والعلاقة بينهما لدى عيّنة من الطلبة الوافدين في جامعة اليرموك: هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين الشعور بالوحدة النفسية والأمن النفسي لدى عينة من الطلبة الوافدين في جامعة اليرموك، وتكون مجتمع الدراسة من من جميع طلبة البكالوريوس والدبلوم والماجستير والدكتوراه الوافدين والدارسين في جامعة اليرموك البالغ عددهم (4624) طالباً وطالبة، حسب إحصاءآت دائرة القبول والتسجيل في الجامعة لعام 2011م، وتكونت عينة الدراسة من (158) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة القصدية من طلبة جامعة اليرموك المسجلين في الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي 2012/2011م. وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى الوحدة النفسية لدى الطلبة الوافدين كان متوسطاً، ووجدت فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الوحدة النفسية ككل وفي مجالي العلاقات الأسرية والمشاعر الذاتية تعزى للجنس لصالح الإناث، ووجدت كذلك فروق في مستوى الوحدة النفسية تعزى للمستوى التحصيلي لصالح ذوي التحصيل الممتاز وذوي التحصيل المتدني.

الدراسات الاجنبية

1. دراسة Capan & Saicali، (2016)، وعنوانها: "The Role of Social and Emotional Loneliness in Problematic Facebook Use".

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين إشكالية استخدام الفيسبوك والوحدة الاجتماعية والعاطفية بين طلاب الجامعات التركية. وأجريت الدراسة على 259 طالبا وطالبة، في جامعة الأناضول. واستخدمت هذه الدراسة مقياس إدمان الفيسبوك والوحدة الاجتماعية ومقياس الوحدة العاطفي. وتم تحليل بيانات الدراسة من خلال معامل الارتباط بيرسون وتحليل الانحدار المتدرج. واظهرت نتائج الدراسة أن إشكالية استخدام الفيسبوك تتناسب تناسباً طرديا مع الحالة الاجتماعية والعائلية، والشعور بالوحدة الرومانسية. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين إشكالية استخدام الفيسبوك ومستويات الشعور بالوحدة الاجتماعية والعاطفية لطلاب الجامعات.

2. دراسة Moyi Jia & Ran Ju ,(2016)، وعنوانها: "Online Social Connection: Exploring International Students' Use of New Media in Their Adaptation Process".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الأدلة التجريبية على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الإعلام الإجتماعي والتكيف بين ثقافات الطلاب الأجانب، بالنظر إلى الحضور المتزايد للطلاب في الجامعات الأمريكية، وكان الطلاب الصينيون في الولايات المتحدة هم محور الدراسة و تكونت عينة الدراسة من (102) من المفردات، و(88) مذكرة، وستخدام فيها نموذج تأقلم الثقافات كإطار نظري للدراسة، وكشفت الدراسة أنماط الاتصال (وجها لوجه، والاتصال عبر وسائل الاتصال الاجتماعي، وغيرها من النماذج الموجودة على الإنترنت للتواصل). وأظهرت نتائج الدراسة أن التواصل وجها لوجه والاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي يرتبطان بشكل إيجابي بمستويات التكيف الثقافي لدى الطلاب الدوليين.

3. دراسة Adikari & Kwadwo، (2015)، وعنوانها: "usage of online social networks in cultural adaptation".

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى استخدام الطلبة الدوليين (الوافدين) للانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للتكيف مع الثقافة الجديدة في جامعة سنغافورة الوطنية.

واعتمدت الدراسة على نظرية الشبكة الاجتماعية، وتتبنت منهج البحث النوعي، حيث استخدم الباحثان اسلوب المقابلة الشخصية وتحليل بيانات لعدد من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الانترنت من قبل الطلبة الدوليين (الوافدين) يساعدهم في التنشئة الاجتماعية، وتسهيل تبادل المعرفة والتخفيف من حدة التوتر في التكيف مع الثقافة الجديدة.

4. دراسة Zheng Yan et. al (2012)، وعنوانها: **"An Examinantion Of the Reciprocal Relationship of loneliness and face book use among First year college students".**

وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة التبادلية بين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وحالتهم النفسية. وتم جمع البيانات من عينة مكونة من (340) طالبا وطالبة من طلبة السنة الاولى من جامعتين في جنوب الولايات المتحدة، واستخدمت الاستبانة كأدة لجمع البيانات. واظهرت نتائج الدراسة أن لمدة استخدام الفيسبوك أثر إيجابي على الشعور بالوحدة، وأن الغاية من استخدام الفيسبوك لم يكن له تأثير على الشعور بالوحدة، في حين أن الشعور بالوحدة لم يؤثر على مدة استخدام الفيسبوك ولا الدوافع من استخدامة.

5. دراسة Shaw & Gant (2002)، وعنوانها: **" In Defense Of the Internet: The Relationship Between Internet Commumication And Depression, Loneliness, Self-Esteem".**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الاتصالات والانترنت والشعور بالوحدة والاكتئاب لدى طلبة نورث جامعة كارولينا، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة المرحلة الجامعية في جامعة نورث كارولينا في تشابل هيل، وتكونت عينة الدراسة من (40) طالباً وطالبة، واستخدمت الأستبانة كأداة لجمع البيانات، كما استخدم مقياس الشعور بالوحدة والإكتئاب. وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الإنترنت يخفض متغيري الوحدة والاكتئاب، بينما يزيد من متغيري تقدير الذات والمساندة الاجتماعية.

التعليق على الدراسات السابقة

سلّطت الدراسات السابقة الضوء على بعض الأمور المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، منها ظاهرة إستخدام الإنترنت والإدمان عليها وما لها من آثار إيجابية وسلبية على أفراد المجتمعات، ومعرفة دوافع وعادات استخدام شبكات التواصل الإجتماعي والإنترت بشكل عام. وجاءت معظم الدراسات السابقة تحت نوعية البحوث الوصفية، مستخدمة المنهج المسحي، وذلك من أجل رصد ظاهرة إدمان الإنترنت والإفراط في استخدام الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي. وأوضحت بعض الدراسات السابقة الأسباب التي تؤدي إلى الشعور بالوحدة النفسية ودرجة حدوثها بين فئة الشباب، كدراسة Marrakchi (2014)، ودراسة .Abdel-Moneim at el (2013).

وقد اختلفت الدراسات السابقة في اختيار العينات حسب هدف وغايات كل دراسة، واستخدم معظمها الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات، واستخدمت كذلك مقايس استخدام الإنترنت والتوافق النفسي والشعور بالوحدة. وقد تضمنت الدراسات الأجنبية دراسات عن الطلبة الدوليين الوافدين الذين يستخدمون وسائل التواصل الإجتماعي.

وتوافقت معظم نتائج الدراسات السابقة مع نتائج الدراسة الحالية في وجود فروق في استخدام وسائل التواصل الإجتماعي بين الذكور والأناث، وفي وجود فروق في مستوى الشعور بالعزلة الاجتماعية لديهم. وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في محاولة دراسة العلاقة بين وسائل التواصل الإجتماعي والعزلة الإجتماعية لدى الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية.

مشكلة الدراسة

تستقبل جامعة اليرموك سنوياً العديد من الطلبة الوافدين من الدول العربية والأجنبية، إلا أنه بالرغم من الجهود التي تبذلها الجامعة لهؤلاء الطلبة من أجل راحتهم واستقرارهم، تبقى لديهم مشاعر الغربة والحنين لبلادهم، وما يرافق ذلك من عزلة اجتماعية.

ومع ظهور بيئات الإتصال الجديدة، مثل مواقع التواصل الإجتماعي بخدماتها التي توفرها في مجال التفاعل والتواصل بسرعة فائقة بين مختلف الطبقات والفئات في مجتمعات العالم، فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمثل في محاولة معرفة مدى استخدام الطلبة الوافدين في جامعة اليرموك لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالحد من العزلة الإجتماعية لديهم.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها ن الأمور التالية:

1- تعد هذه الدراسة من الدراسات القلائل " أن لم تكن الأولى" التي تبحث في مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في الحد من العزلة الإجتماعية لدى الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الأردنية.

2- قلة الدراسات الأردنية التي تناولت مجتمع الدراسة وهو الطلبة الوافدون الدارسون في الجامعات الأردنية.

3- يمكن لهذة الدراسة أن تضيف من خلال نتائجها بعض المقترحات والحلول التي تتعلق بإستخدام الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالعزلة الإجتماعية.

4- يمكن لهذة الدراسة ان تساعد المختصين في المجالات الإنسانية والصحية في التعرف إلى مخاطر الإفراط في استخدام وسائل التواصل الإجتماعي وما له من أثار سلبية على المجتمعات.

أهداف الدراسة

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف إلى طبيعة العلاقة بين استخدام الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالعزلة الإجتماعية، ويتفرع عن الهدف الرئيس مجموعة الأهداف الفرعية التالية والتي تهدف إلىالتعرف إلى:

1- عادات وأنماط استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي وأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما.

2- دوافع استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي.

3- عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والأوقات المفضلة لذلك.

4- طريقة استخدام الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي.

5- طبيعة العلاقات الإجتماعية التي تتم عبر استخدام الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي.

6- أنواع التفاعلات التي تتم عبر شبكات التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية.

7- مستوى الشعور بالعزلة الاجتماعية لدى الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية الذين يستخدمون وسائل التواصل الإجتماعي.

تساؤلات الدراسة

سعت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

1- ما عادات وأنماط استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي؟

2- ما أكثر مواقع التواصل الإجتماعي استخداما لدى الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية؟

3- ما أفضل أوقات استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي؟

4- ما طريقة استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي؟

5- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتم عبر استخدام الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الإجتماعي؟

6- ما أنواع التفاعلات التي تتم عبر شبكات التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية؟

7- ما مستوى الشعور بالعزلة الإجتماعية لدى الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة

سعت الدراسة الحالية لإثبات صحة الفروض التالية:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الوافدون الدراسون في الجامعات الأردنية في استخدام وسائل التواصل الإجتماعي ومستوى الشعور بالعزلة الاجتماعية.

2- توجد فروق في استخدام الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي وفي العزلة الاجتماعية لديهم، وفقا لمتغيرات الجنس، السن، والحالة الإجتماعية.

3- توجد فروق في مستوى الشعور بالعزلة الإجتماعية لدى الطلبة الوافدين الدراسين في الجامعات الأردنية الذين يستخدمون وسائل التواصل الإجتماعي تبعا لمتغيرات الجنس، السن، والحالية الاجتماعية.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغيرات الجنس، السن، والحالية الإجتماعية.

مصطلحات الدراسة

شبكات التواصل الاجتماعي (Social Networks): عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن أشهر شبكات التواصل الاجتماعي الموجودة حاليا؛ الفيسبوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت، (Mahmoud، 2011، P.86).

ويعرفها الباحثون إجرائيا بأنها: مجموعة الشبكات التي يتم إستخدمها بأشكالها المتعددة والمتنوعة التي يتم فيها التواصل بين مجموعة من الأفراد والجماعات مثل: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها.

الطلبة الوافدون (Foreign students): هم الطلبة الدراسون في جامعة اليرموك في مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا من غير الأردنيين، البالغ عددهم (3011) طالبا وطالبة من (44) جنسية مختلفة. (بحسب إحصائية صادرة عن دائرة القبول والتسجيل في جامعة اليرموك للعام الدراسي 2022/2021م).

العزلة الاجتماعية (Social Isolation): يرى Gierveld & Tillburg (1990)، أن العزلة الاجتماعية هي مدى ما يشعر به الفرد من وحدة وانعزال عن الآخرين وإبتعاده عنهم وتجنبه لهم، وإنخفاض معدل تواصله معهم، وإضطراب علاقته بهم، وقلة عدد معارفه، وعدم وجود أصدقاء حميمين له.

ويعرفها الباحثون إجرائياً بأنها "الدرجة أو المستوى الذي يحصل عليه الطالب الوافد من العزلة الاجتماعية سواءً كان ذلك في تزايد أو بتناقص.

نوع الدراسة ومنهجها

تصنّف هذه الدراسة ضمن نوعية البحوث الوصفية التي تستخدم لدراسة واقع أو ظاهرة ما، ويهتم بوصفها وصفًا دقيقًا، والتعبير عنها كيفيًا وكميًا، إذ أن التعبير الكيفي يعطينا وصفًا للظاهرة موضحًا خصائصها، في حين يعطي التعبير الكمّي وصفًا رقميًا موضحًا مقدار هذه الظاهرة وحجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، (Obeidat at el، No Date، P. 130).

وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي (Survey)، وهو من المناهج المناسبة لتحقيق أهداف هذه الدراسة، لأنه يُستخدم في دراسة جمهور وسائل الإعلام، من خلال وصف حجم وتركيب هذا الجمهور، وتصنيف الدوافع والحاجات والاتجاهات والمعايير الثقافية والاجتماعية، ومستويات الاهتمام والتفضيل لدى جمهور المتلقين، (Abdel Hamid، 2000، P.159).

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة الوافدين الدارسين في جامعة اليرموك والبالغ عددهم (3001) من الطلاب والطالبات من (44) جنسية مختلفة، وقد لجأ الباحثون إلى العينة العشوائية البسيطة وبنسبة (10%) من المجتمع، وبما مقداره 300 طالب وطالبة.

الجدول (1): البيانات الديموغرافية للعينة

المتغير	التكرارات	النسبه
ذكر	185	%62
أنثى	115	%38
الإجمالي	**300**	**%100**
أعزب	254	%85
متزوج	43	%14
مطلق	2	%0.7
أرمل	1	%0.3
الإجمالي	**300**	**%100**
كليات العلوم الإنسانية	190	%63
الكليات العلمية	110	%37
الإجمالي	**300**	**%100**
بكالوريس	243	%81
دراسات عليا	57	%19
الإجمالي	**300**	**%100**
مقبول	93	%31
جيد	107	%36
جيد جدا	64	%21
ممتاز	36	%12
الإجمالي	**300**	**100**

تشير بيانات الجدول رقم (1) والتي توضح خصائص عينه الدراسة من حيث نوعها الاجتماعي وحالتها الاجتماعية ومستوى التحصيل الدراسي ونوعية الكليات التي تدرس فيها الى أن حوالي ثلثي العينة (62%) هم من الذكور، وتشير البيانات إلى ان الغالبية العظمى (85%) من المستطلعة آراؤهم هم من غير المتزوجين. وان حوالي ثلثي العينة (63%) ملتحقون بكليات العلوم الإنسانية، فيما أكثر من الثلث (37%) مسجلون في الكليات العلمية. وقد بلغت نسبة المسجلين في مرحلة البكالوريس 81%، فيما بلغت نسبة الملتحقين بالدراسات العليا 19%. كما تشير بيانات الجدول الى ان عدد الحاصلين على تقدير "جيد" هم الأعلى وبنسبة 36%، أما الحاصلون على تقدير "ممتاز" فكانوا الأدنى بنسبة 12%.

أداة الدراسة

تمّ تصميم "الاستبانة" انطلاقاً من أهداف الدراسة، حيث تم تقسيمها إلى عدد من المحاور بما يتفق وهذه الأهداف، وقد تضمن المحور الأول المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين، والمحور الثاني مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الوافدين، والمحور الثالث العزلة الاجتماعية التي يعاني منها هؤلاء الطلبة.

الصدق والثبات

لقياس ثبات البيانات الواردة في الاستبانة، استخدم الباحثاون أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار (Test-Retest)، على عينة عشوائية بنسبة (10%) من إجمالي حجم العينة الأصلية، وبواقع (30) مفردة، وذلك بفارق أسبوعين بين الاختبار الأول والاختبار الثاني.

ولقياس الصدق استخدم الباحثون أسلوب الصدق الظاهري (Face Validity)، وذلك من خلال عرض الاستبانة على عدد من المحكّمين الذين أشاروا إلى بعض التعديلات التي قام الباحثون بإجرائها.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

الجدول (2): مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرارات	النسبه
دائما	199	%66.4
أحيانا	79	%26.3
نادرا	22	%7.3
الإجمالي	**300**	**%100**

توضّح بيانات الجدول رقم (2) مدى الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يستخدم 199 مبحوثاً من عينة الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (66.4%) وبشكل "دائمً"، يليهم من يستخدمون هذه الشبكات "أحياناً" بواقع 79 مبحوثاً وبنسبة (26.3%)، وأخيراً من يستخدمونها بشكل نادر وبواقع 22 مبحوثاً وبنسبة (7.3%).

وبالنظر إلى هذه النتائج يتضح أن حوالي ثلثي عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وربما يعود ذلك إلى أن ما تتيحه هذه الشبكات من أخبار ومعلومات وخدمات وغيرها، قد تغري المستخدم بالاستغناء عن وسائل الاعلام المختلفة للحصول على ما يريد من أخبار ومعلومات.

الجدول (3): عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرارات	النسبه
اقل من ساعة	82	%27.3
أكثر من ساعة واقل من 3 ساعات	139	%46.3
أكثر من 3 ساعات	79	%26.3
ألاجمالي	**300**	**%100**

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى عدد ساعات استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي، وبيّنت نتائج الدراسة أن 139 مبحوثا من عينة الدراسة يستخدمونها أكثر من ساعة وأقل من 3 ساعات في اليوم وبنسبة (46.3%)، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة Shinnawi& Abbas (2014)، والتي جاء فيها أن الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيس بوك هي أقل من ساعتين يومياً، وتختلف مع دراسة Marrakchi (2014)، والتي تقول أن أغلب الطلبة يتصفحون الفيس بوك لفترة أكثر من ثلاث ساعات يومياً. وأشارت البيانات أيضاً ألى أن 82 مبحوثاً يستخدمون هذه الشبكات بنسبة (27.3%)، يليهم بنسبة مقاربة جداً، 79 مبحوثاً يستخدمونها أكثر من 3 ساعات في اليوم، وبنسبة بلغت (26.4%).

الجدول (4): شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة

الشبكة	كبيرة	متوسطه	منخفضة
فيسبوك	182(61%)	93(31%)	25(8%)
تويتر	127 (42%)	91 (30%)	82(28%)
سناب شات	98 (33%)	114 (38%)	88(29%)
واتس اب	127 (42%)	105 (35%)	68 (23%)
انستغرام	166 (55%)	104 (35%)	30(10%)
لينكد ان	118 (39%)	65 (22%)	117 (39%)

- يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة.

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى عبنة الدراسة كان الفيسبوك، وبنسبة بلغت (61%)، يليه الانستغرام بنسبة 55%، فتويتر وواتس اب بنسبة 42% لكل منهما، واما الاقل تفضيلا فكان "لينكد

إن" التي جاءت في المرتبة قبل الأخيرة وبنسبة 39%، وفيما جاءت "السناب شات" في المرتبة الأخيرة بنسبة 33%.

وبالنظر الى هذه النتائج يتضح أن الفيس بوك هي الوسيلة الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة المدروسة. وربما يعود السبب في ذلك إلى أن الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً ليس في الأردن فحسب، وانما في دول العالم كافة، نظراً لما يوفره من خدمات ومزايا يتفوق بها على الشبكات الاخرى.

الجدول (5): الأماكن المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكة	كبيرة	متوسطه	منخفضة	لا استخدم
في الجامعة	117 (%39)	97(%32)	84(%28)	2 (%0.7)
في المنزل	157 (%52)	103 (%34)	32(%11)	8 (%3)
عند الأصدقاء	84 (%28)	150 (%50)	64(%21)	2 (%0.7)
في المقهى	104 (%35)	94 (%31)	68 (%26)	10(%3)
أخرى	19 (%6)	2 (%0.7)	21(%7)	-

- يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة.

تتضح من بيانات الجدول رقم (5) الاماكن المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث ان أكثر من نصف العينة (52%) تفضل استخدام هذه الوسائل في المنزل، وأكثر من الثلث (39%) في الجامعة، أما من يستخدم هذه الشبكات في المقهى فبلغت نسبتهم 35%. ويأتي استخدام هذه الوسائل عند الأصدقاء بنسبة اقل بلغت 28%.

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول إن استخدام أكثر من نصف أفراد العينة المدروسة لوسائل التواصل الاجتماعي في المنزل، ربما يعود إلى طول الفترة التي يقضيها المبحوث في المنزل بعد ان يكون قد تحلل من معظم واجباته في العمل، وانه يستخدم هذه الشبكات في البيت دون حرج.

الجدول (6): طريقة الاستخدام المفضلة لشبكات التواصل الاجتماعي

طريقة الاستخدام	كبيرة	متوسطه	منخفضة	لا استخدم
الهاتف المحمول	226(%75)	72 (%24)	2 (%0.7)	0(%)
جهاز الحاسوب الشخصي	80 (%27)	129(%43)	50 (%17)	41(%14)
جهاز اللاب توب	73(%24)	112(%37)	82(%27)	19(%6)
أخرى	13(%4)	2(%0.7)	14(%5)	16 (%5)

- يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة.

توضح بيانات الجدول رقم (6) الطرق المفضلة لدى عينة الدراسة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يفضل ثلاثة أرباع العينة (75%) يفضلون استخدام تلك الشبكات من خلال الهاتف المحمول، ونحو 27% من خلال جهاز الحاسوب الشخصي، و24% من خلال اللاب توب.

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول ان السبب في تفضيل الهاتف المحمول على غيرة من الوسائط الأخرى في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي ربما يعود إلى أن هذا الجهاز يلازم الفرد في حله وترحاله، ولذلك يمكنه تصفح هذه الشبكات في أي زمان ومكان.

الجدول (7): الأوقات المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرارات	النسبه
فترة الصباح	87	%29
فترة الظهيرة	28	%9.3
فترة المساء	117	%39
فترة السهرة	68	%22.7
الإجمالي	300	%100

وتوضح بيانات الجدول (7) الأوقات المفضلة لدى عينة الدراسة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يفضل أكثر من ثلث العينة (39%) فترة المساء، يليهم 29% يفضلون فترة الصباح، فيما يفضل 22.7% من عينة الدراسة فترة السهرة للتصفح، وأخيرا 9.3% من العينة يفضلون فترة الظهيرة للتصفح وهي الفترة الأقل تفضيلاً.

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول إن تفضيل العينة المبحوثة للفترة المسائية بدرجة كبيرة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ربما يعود إلى أن المبحوث في هذا الوقت من اليوم يكون قد انهى معظم واجباته الوظيفية والاسرية والشخصية، وتفرغ للاطلاع على ما يدور حولة من أحداث من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول (8): دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

أسباب استخدام الشبكات	كبيرة	متوسطه	منخفضة	لا
التواصل مع الأهل والأصدقاء في بلدي	181(60%)	91 (30%)	26(8.7%)	2(0.7%)
التواصل مع الأصدقاء في الأردن	130 (43%)	119(40%)	34(11%)	17(6%)
التعرف على أصدقاء جدد وبناء علاقات جديدة في الأردن	104(35%)	108(36%)	67 (22%)	21(7%)
التسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ	128(43%)	98(33%)	68(23%)	6 (2%)
الاطلاع على ما ينشره الأصدقاء والصفحات	115(38%)	137(46%)	41(14%)	7(2%)
الاطلاع على أخر الأخبار	117(39%)	155(52%)	20(7%)	8(3%)
البحث عن معلومات تخص دراستي	104(35%)	116(39%)	61(20%)	19(9%)
زيادة مستوى ثقافتي	130(43%)	121(40%)	28 (9%)	8(3%)
أخرى	33(11%)	69(23%)	6(2%)	6 (2%)

تتضح من بيانات الجدول (8) دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يستخدم 60% من العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبدرجة كبيرة للتواصل مع الأهل والأصدقاء في بلدهم، و43% يستخدمونها لأغراض التسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ، ولزيادة المستوى الثقافي من جهة، ولأغراض التواصل مع الأصدقاء في الأردن من جهة أخرى، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة Marrakchi (2014)، والتي ترى أن أكثر المجالات التي يفضلها الطلبة الجامعيون على موقع الفيس بوك هي الدردشة مع الأصدقاء. أما البحث عن معلومات تخص الدراسة، والتعرف على أصدقاء جدد وبناء علاقات جديدة في الاردن، فقد جاء كل منها في المرتبة قبل الاخيرة وبنسبة بلغت 35%، في حين جاءت فئة "أخرى" في المرتبة الأخيرة وبنسبة بلغت 11%.

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول إن حوالي ثلثي العينة المبحوثة يستخدمون شبكات التواصل لاجتماعي للتواصل مع الأهل والأصدقاء في بلدهم، وربما يعود السبب في ذلك الحاجة للاطمئنان عن الأهل والأصدقاء من جهة، وطمأنة الاهل والاصدقاء عن أحوال الطلبة أنفسهم من جهة أخرى.

الجدول (9): نوع التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي

نوع التفاعل	يتفاعل	لا يتفاعل
منشورات وتعليقات	128(43%)	172 (57%)
تبادل الصور	136(45%)	164(55%)
محادثات الصوت والصورة	145(48%)	155(52%)
محادثات بالكتابة	124(41%)	176(59%)
الاعجابات	212(71%)	75(25%)
أخرى	38(13%)	108(36%)

- يمكن للمبحوث اختيار أكثر من اجابة.

تشير بيانات الجدول (9) الى ان عينة الدراسة لا تميل الى التفاعل على شبكات وسائل التواصل الاجتماعي باستثناء وضع الاعجابات (likes) حيث ان غالبية المبحوثين يتفاعلون مع هذه الخاصية وبنسبة 71%. وتشير بقية النتائج الى ان أكثر من نصف العينة بالإجمال لا تميل الى التفاعل حيث ان 57% لا يتفاعلون مع المنشورات والتعليقات، و55% لا يتبادلون الصور، و59% لا يتفاعلون عبر المحادثات بالكتابة، و52% لا يتفاعلون عبر محادثات الصوت والصورة.

وبالنظر إلى هذه النتائج يمكن القول أن غالبية المبحوثين يفضلون التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال وضع الاعجابات، وربما يعود ذلن لسهولة هذا الاجراء الذي لا يتطلب منهم الكتابة، أو حتى التفكير فيما سيكتبون.

الجدول (10): العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية لدى الطلبة الوافدين

العلاقة بين الاستخدام والعزلة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق اطلاقا
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي من اجل توسيع دائرة معارفي وروابطي الاجتماعية داخل الأردن.	157(52%)	119 (40%)	17 (6%)	7(2%)	(%)
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للقضاء على الشعور بالملل والروتين	77 (26%)	197(66%)	12(4%)	13(4%)	1(0.3%)
اقضي الكثير من الوقت في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في العمل التطوعي	88(29%)	111(37%)	90(30%)	2(0.7%)	9(3%)
استخدم شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة من اجل الخروج من الوحدة	73(24%)	153(51%)	40(13%)	33 (11%)	1 (0.3%)
زيادة ساعات استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي زادت عزلتي عن المحيطين بي	132(44%)	123(41%)	29(10%)	6(2%)	10(3%)
اشعر بأنني مقصر في علاقتي مع أسرتي وأصدقائي والأقارب بسبب ارتباطي بالتصفح المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي	94(31%)	146(49%)	39(13%)	16 (5%)	5 (1.7%)
اقضي وقتا في التكلم مع أقاربي وأصدقائي على شبكات التواصل الاجتماعي اكثر من الذي اقضيه في الواقع	114(38%)	105(35%)	43(14%)	25 (8%)	13 (4%)
الاحظ ان حواري وتفاعلي قل مع أسرتي وأصدقائي بسبب استخدام شبكات التواصل عبر الانترنت	65(22%)	109(36%)	95(32%)	25(8%)	6(2%)
اقضي الكثير من وقتي في التواصل مع متابعي وأصدقائي عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفه والتفاعل معهم	90(30%)	130(43%)	53(18%)	19 (6%)	8 (3%)
اشعر بالالفه والانتماء مع أصدقائي عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الأسرة والأصدقاء.	85(28%)	104(35%)	83(28%)	19(6%)	9(3%)
اشعر بان نشاطاتي الاجتماعية في المناسبات العائلية قلت منذ ان بدأت باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.	65(22%)	142(47%)	66(22%)	24(8%)	3 (1%)
عززت شبكات التواصل من قدراتي على مخاطبة الجنس الأخر.	95(32%)	113(38%)	57(19%)	23 (8%)	12 (4%)
ساعدتني شبكات التواصل الاجتماعي في تقبل أراء الآخرين.	109(36%)	85(28%)	79(26%)	25(8%)	2(0.7%)

وفيما يخص العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ووجود العزلة الاجتماعية لدى الطلبة الوافدين في الجامعات الأردنية، فتشير بيانات الجدول (10) الى ان هناك اتجاهاً واضحاً لتأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على شعور المستخدم لها بالعزلة. حيث ان الباحثين قاموا بجمع درجات الموافقة والموافقه بشدة في خانه "موافقة" وليتبين ان إجمالي العبارات تعزز الشعور بالعزلة. حيث تبين ان 85% من عينة الدراسة تشعر بان زيادة ساعات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي زادت من عزلتهم عن المحيطين بهم، وتختلف هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة Zheng Yan et. al، (2012)، والتي ترى أن لمدة استخدام الفيس بوك أثر إيجابي على الشعور بالوحدة، وأن الغاية من استخدام الفيس بوك لم يكن لها تأثير على الشعور بالوحدة. كذلك بينت النتائج أن 80% من عينة الدراسة اشاروا الى أنهم يشعرون بأنهم مقصرون في علاقتهم مع أسرهم وأصدقائهم والأقارب بسبب تصفحهم المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي، وان أكثر من نصف العينه (58%) يعتقدون ان حوارهم وتفاعلهم قد قل مع أسرهم وأصدقائهم بسب استخدام شبكات التواصل عبر الانترنت. كما تشير البيانات الى ان 69% يشعرون بان نشاطاتهم الاجتماعية في المناسبات العائلية قلت منذ ان بدأوا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول (11): العلاقة بين راس المال الاجتماعي واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

العبارات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق اطلاقا	المتوسط	الترتيب
العلاقات العابرة							
التفاعل مع الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي يجعلني اشعر بالاتصال مع الآخرين بصورة اكبر وزاد منه.	(%54)161	(%28)85	(%9)26	(%5)16	(%0.3)1	1.65	العاشر
التفاعل يجعلني اهتم بما يفكر فيه الآخرون المختلفون عني.	(%30) 89	(%55)164	(%11)33	(%4)12	(%0.7)2	1.91	السابع
لدي استعداد لقضاء وقت في أنشطة اجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع أشخاص جدد	(%40)119	(%39)118	(%14)41	(%6)17	(%2)5	1.90	الثامن
التفاعل يجعلني اشعر بأنني جزء من مجتمع اكبر خاصة عند التعامل مع أشخاص جدد	(%44)131	(%38)115	(%14)41	(%3)9	(%1)4	1.80	التاسع
العلاقات القوية							
هناك أصدقاء يمكن الرجوع إليهم للنصيحة فيما يتعلق باتخاذ قرارات مهمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	(%33)100	(%43)130	(%17)50	(%5)14	(%2)6	1.98	السادس
الأشخاص الذين أتفاعل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي استفيد من مكانتهم المرموقة.	(%34)101	(%36)109	(%24)71	(%4)13	(%2)6	2.047	الرابع
هناك أشخاص أثق بهم وبآرائهم.	(%30)89	(%34)102	(%21)64	(%12)36	(%3)9	2.247	الاول
الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأصدقاء القدامى							
يمكنني معرفة أحداث تقع في مدينة أخرى من خلال صديق اعرفه منذ المدرسة	(%28)84	(%48)145	(%21)62	(%2)7	(%0.7)2	1.99	الخامس
يمكنني أن اطلب خدمة من شخص اعرفه منذ الثانوية.	(%30)90	(%39)116	(%23)69	(%8)24	(%0.3)1	2.10	الثالث
استطيع الإقامة مع صديق اعرفه منذ زمن إذا سافرت إلى مدينة أخرى.	(%33)99	(%30)89	(%30)89	(%7)21	(%0.7)2	2.13	الثاني

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى ارتفاع توجه المبحوثين نحو تفاعلهم ومحافظتهم على علاقاتهم القوية وكذلك المحافظة على علاقاتهم مع أصدقائهم القدامى جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت عبارة " الأشخاص الذين أتفاعل معهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي استفيد من مكانتهم المرموقة" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ (2.247)، تليها في الترتيب الثاني عبارة "استطيع الإقامة مع صديق اعرفه منذ زمن إذا سافرت إلى مدينة أخرى" بمتوسط حسابي بلغ (2.13)، ثم عبارة" يمكنني أن اطلب خدمة من شخص اعرفه منذ الثانوية" بمتوسط حسابي بلغ (2.10). وتتفق هذه النتائج مع ما جاء في دراسة Marrakchi (2014)، والتي جاء فيها أن أكثر المجالات التي يفضلها الطلبة الجامعيون على موقع الفيس بوك هي الدردشة والتواصل مع الأصدقاء. في حين جاءت درجة تفاعلهم واحتفاظهم بعلاقاتهم العابرة غير العميقة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في مراتب متأخرة كما توضح بيانات الجدول.

الفرضية الأولى

ولاختبار الفرضية الاولى التي تفترض وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين عدد الساعات التي يقضيها الطلبة الوافدون الدارسون في الجامعات الأردنية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالعزلة الاجتماعية، فتشير بيانات الجدول رقم (12) أن اختبار ارتباط بيرسون(Pearson Correlation) ، والذي يقيس شدة الارتباط بين متغير عدد الساعات ومتغير مستوى الشعور بالعزلة قد تم إجراؤه وتبين ان هناك علاقة ارتباط ايجابية طرديه ضعيفة R = 0.147 عند مستوى الدلالة 0.011 وهذا عمليا يعني انه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الطالب الوافد على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي زاد مستوى العزلة الاجتماعية لديه. وهذه النتيجة تتفق مع ما جاء في دراسة Marrakchi (2014)، والتي ترى أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالعزلة النفسية لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول (12): العلاقة بين عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الشعور بالعزلة

Correlations			
		عدد الساعات	العزلة
عدد الساعات	Pearson Correlation	1	.147*
	Sig. (2-tailed)		.011
	N	300	300
العزلة	Pearson Correlation	.147*	1
	Sig. (2-tailed)	.011	
	N	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الفرضية الثانية

لاختبار الفرضية الثانية والتي تفترض وجود فروق بين استخدام الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الاردنية لوسائل التواصل الاجتماعي وفي العزلة الاجتماعية وفقا لمتغيري الجنس والحالة الاجتماعية، فان الباحثين قاموا باجراء اختبار (t-test) على متغير الجنس، وتبين من خلال الجدول (13) انه لا توجد فروق بين الذكور والاناث لجهة الشعور بالعزلة الاجتماعية من استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة إحصائية مقداره 0.05، حيث ان مستوى الدلاله اعلى من المتوقع وهو 0.815 وإن قيمة (t-test) تعادل -0.234 وبدرجة حرية تساوي 298. وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة Shinawi & Abbas (2014)، والتي ترى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية تعزى لمتغير الجنس على فترة استخدام عينة الدراسة للفيس بوك.

الجدول (13): العلاقة بين جنس للمبحوثي ومستوى الشعور بالعزلة

Independent Samples Test									
	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
عزلة	.258	.612	-.234-	298	.815	-.02820-	.12032	-.26499-	.20858
			-.233-	236.658	.816	-.02820-	.12112	-.26682-	.21041

الفرضية الثالثة

ولاختبار الفرضية الثالثة والتي تفترض وجود فروق في استخدام الطلبة الوافدين الدارسين في الجامعات الأردنية لوسائل التواصل الاجتماعي والعزلة الاجتماعية وفقا لمتغير الحالة الاجتماعية، فان الباحثين قاموا باجراء اختبار ANOVA على متغير الحالة الاجتماعية وتبين من بيانات الجدول (14) انه لا توجد فروق بين افراد عينة الدراسة تبعا لحالاتهم الاجتماعية و لجهة الشعور بالعزلة الاجتماعية من استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي عند مستوى دلالة إحصائية مقداره 0.05 حيث ان مستوى الدلاله ل ANOVA اعلى من المتوقع وهو 0.211 وقيمه التباين F =1.514. بدرجة حرية تساوي 3.، بمعنى انه لا معنى بان تكون أعزب أو متزوجا او أرملا او مطلقا لكي تشعر بالعزلة الاجتماعية جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وتختلف هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة Capan & Saicali (2016)، والتي ترى وجود علاقة بين اشكالية استخدام الفيس بوك ومستويات الشعور بالعزلة تبعاً للحالة الاجتماعية والعائلية لطلبة الجامعات المدروسة.

الجدول (14): العلاقة بين جنس المبحوثين ومستوى الشعور بالعزلة

ANOVA					
عزلة					
	Sum of Squares	**Df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
Between Groups	4.626	3	1.542	1.514	.211
Within Groups	301.374	296	1.018		
Total	**306.000**	**299**			

الفرضية الرابعة

تشير بيانات الجدول (15) إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين تبعاً للمتغيرات الآتية:

أ- درجة تفاعلهم مع من تربطهم بهم علاقات عابرة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- درجة تفاعلهم مع من تربطهم بهم علاقات قوية جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

ج- درجة تفاعلهم مع من تربطهم بهم صدقات قديمة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول (15): إختبار اعتماد العينة

Independent Samples Test						
		Levene's Test for Equality of Variances		**t-test for Equality of Means**		
		F	**Sig.**	**T**	**Df**	**Sig. (2-tailed)**
r1	Equal variances assumed	45.405	.000	1.601	287	.110
	Equal variances not assumed			1.830	285.849	.068
r2	Equal variances assumed	37.947	.000	1.912	298	.057
	Equal variances not assumed			2.147	296.911	.033
r3	Equal variances assumed	14.097	.000	-2.424-	298	.016
	Equal variances not assumed			-2.690-	298.000	.008

الجدول (16):

Group Statistics					
	Sex	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
r1	ذكر	185	6.1459	2.55144	.18759
	انثى	104	5.7067	1.52744	.14978
r2	ذكر	185	4.9532	2.27175	.16702
	انثى	115	4.5072	1.32332	.12340
r3	ذكر	185	4.6198	1.89079	.13901
	انثى	115	5.0957	1.17293	.10938

تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى النتائج الآتية:

أ) درجة تفاعل المبحوثين بمن تربطهم بهم علاقات عابرة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي:

هناك فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث من طلاب الجامعات من حيث درجة تفاعلهم بمن تربطهم بهم علاقات عابرة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً الذي يبلغ (0.55). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والإناث من طلاب الجامعات يتقاربون من حيث درجة تفاعلهم بمن تربطهم بهم علاقات عابرة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، وبناء على ذلك تمّ رفض الفرض الرابع فقرة (أ).

ب) درجة تفاعل المبحوثين بمن تربطهم بهم علاقات عابرة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي:

هناك فروق غير دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث من طلاب الجامعات من حيث درجة تفاعلهم مع من تربطهم بهم علاقات قوية جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى تجاوز مستوى المعنوية الخطأ المسموح به إحصائياً إذ بلغ (0.55). وهذا يعني أن المبحوثين من الذكور والإناث من طلاب الجامعات يتقاربون من حيث درجة تفاعلهم بمن تربطهم بهم علاقات قوية جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي. وبناء على ذلك تمّ رفض الفرض الرابع الفقرة (ب).

ج) درجة تفاعل المبحوثين بمن تربطهم بهم صداقات قديمة جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي:

هناك فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في درجة تفاعلهم مع أصدقائهم القدامى جراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح الإناث حيث بلغت قيمة ت (2.424-) عند مستوى معنوية مقداره (016.). وهذا يعني أن المبحوثين من طالبات الجامعات يتفاعلن مع صديقاتهن القديمات جراء استخدامهمن لمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة أكبر من الذكور. وبناء على ذلك تمّ قبول الفرض الرابع الفقرة (ج).

نتائج الدراسة

فيما يلي أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- (66.4%) من الطلبة الوافدين يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي بشكل دائم، بينما (26.3%) يستخدمونها أحياناً.
- تصدر الفيسبوك شبكات التواصل الإجتماعي لدى الطلبة الوافدين إلى الأردن بما نسبته (61%)، تلاه الإنستغرام بنسبة (55%).
- (60%) من الطلبة الوافدين إلى الأردن يستخدمون شبكات التواصل الإجتماعي للتواصل مع الأهل والأصدقاء، بينما ي (43%) يستخدمونها لأغراض التسلية والترفيه.
- أن (85%) من الطلبة الوافدين يشعرون بأن زيادة ساعات استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي يزيد من عزلتهم عن المحيطين بهم.
- أن (69%) من الطلبة الوافدين إلى الأردن يشعرون بأن نشاطاتهم الإجتماعية انخفضت منذ أن بدأوا باستخدام شبكات التواصل الإجتماعي.
- (80%) من الطلبة الوافدين أشاروا إلى أنهم يشعرون بأنهم مقصرون في علاقاتهم مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم، بسبب تصفحهم المستمر لشبكات التواصل الإجتماعي.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة ،فإن الباحثون يوصون بما يلي:

- قيام الجامعات الأردنية بتعزيز علاقاتها مع الطلبة الوافدين وممثليهم، لإيجاد برامج وأنشطة وفعاليات من شأنها زيادة إدماج الطلبة الوافدين في الجسم الطلابي الجامعي.
- لما كانت زيادة استخدام الطلبة الوافدين لشبكات التواصل الإجتماعي تزيد من معدلات الشعور بالوحدة والعزلة الإجتماعية، فإن المطلوب من الطلبة الوافدين تقليل ساعات استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي للحد من هذه السلبيات.
- تحفيز الطلبة الوافدين للمشاركة في الأنشطة والمناسبات الأردنية التي تنظمها الجامعات.
- على الجامعات عقد المزيد من اللقاءات الإجتماعية والثقافية والرياضية داخل الحرم الجامعي وخارجه، بين الطلبة الوافدين وأقرانهم الأردنيين، للحد من زيادة استخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي.

Usage of Social Media Networks among International Students in Jordanian Universities, and its Relation to Social Solitude: A Survey Study.

Ali Nejadat, Hatem Alawneh and Amjed AlQadi
Faculty of Media, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Abstract

The main purpose of this study is to discover the usage of social- media networks among International students in Jordanian Universities, and its relation to social solitude.

This study is a descriptive research, with the survey being its research methodology. The study population consists of (3001) Students of different nationalities, and the researchers opted for a simple random sample of 300 students.

The study's results have revealed that (66.4%) of International students use social- media platforms constantly, while (26.3%) use them occasionally.

In addition, the study has shown that Facebook takes the lead as the most used social- networking platform by International students in Jordan with a percentage of (61%), followed by Instagram with a percentage of (55%).

Furthermore, the research has found that (60%) of International students in Jordan use social media to communicate with family and friends, while (43%) of them use it for entertainment purposes. It has also shown that (80%) of these students feel that they have grown apart from their families and friends, due to their constant usage of social media network.

Keywords: International students, Social media networks, Social solitude.

المراجع العربية

إسعاف، حمد. (2015)، رأس المال الاجتماعي: مقاربة تنموية**. مجلة جامعة دمشق**، المجلد 31، العدد الثالث، ص150.

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، (1997)، **برنامج الأمم المتحدة الإنمائي التنمية البشرية المستدامة ومنهج الاقتصاد الكلي**. حلقات الارتباط الإستراتيجية ودلالاتها، الأمم المتحدة، نيويورك، ص019 رقم الوثيقة: E/ESCWA/SD/1997/4.

بني مصطفى، منار سعيد. الشريفين، أحمد عبد الله. (2013). الشعور بالوحدة النفسية والأمن النفسي والعلاقة بينهما لدى عيّنة من الطلبة الوافدين في جامعة اليرموك. **المجلة الأردنية في العلوم التربوية.** المجلد (9)، العدد (2)، ص141-162.

الساري، حلمي خضر. (2009). **ثقافة الإنترنت ... دراسة في التواصل الاجتماعي**. منشورات وزارة الثقافة، عمان، الأردن.

شناوي، سامي أحمد وعباس، محمد خليل. (2014). استخدام شبكة التواصل الاجتماعي فيس بوك وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين. **أبحاث في العلوم التربوية والاجتماعية**، جامعة عمان العربية/ الأردن. المجلد 18، العدد 2.

صلوي، عبد الحافظ، والمحيا، أسامة بن مساعد. (2012). **نظريات التأثير الإعلامية**. https://www.google.com/webhp?aqs=chrome.69i57j0i22i30.33724j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8.

عبد الحميد، محمد. (2000). **البحث العلمي في الدراسات الاعلامية**. القاهرة، عالم الكتب.

عبد الحميد، آنجي محمد، (2010). دور المجتمع المدني في تكوين رأس المال الإجتماعي - دراسة حالة للجمعيات الأهلية في مصر- **سلسلة أبحاث ودراسات**، العدد الأول، القاهرة، المركز المصري للحقوق الإقتصادي والإجتماعي، ص 19.

عبد المنعم، محمد، وآخرون. (2013)، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل. **المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية**، العدد (45)، ص11-68.

عبيدات، ذوقان وعدس، عبدالرحمن. وعبدالحق، كايد. (بدون تاريخ). **مذكرات عن مناهج البحث. (عن كتاب البحث العلمي – مفهومه، أدواته، أساليبه)**. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

الفناطسة، محمد. (2015). **ماهي شبكات التواصل الاجتماعي الاكثر انتشارا في الاردن؟** أسترجعت بتاريخ 25 شباط، 2017 من (https://goo.gl/SLpVng).

المبيضين، إبراهيم. (2016). **الأردن الأول عالميا باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي**. أسترجعت في تاريخ 3 آذار، 2017 من (goo.gl/8E8xc7).

محمد، عادل عبدالله. (2003). **مقياس العزلة الإجتماعية**. الطبعة الأولى. دار الرشاد، عربية للطباعة والنشر.

محمود، خالد. (2011)**. شبكات التواصل الإجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي**. الطبعة الأولى. مدارك إبداع.

مراكشي، مريم. (2014). **استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (فيسبوك انموذجا). دراسة ميدانية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر- بسكرة -، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية.

مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلى حسين. (1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الطبعة الأولى. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

النعيمات، أحمد. (2017). 8.7 **مليون مستخدم للإنترنت في الأردن**. أسترجعت بتاريخ 2021/10/27م. (http://cutt.us/pthae).

الموقع الألكتروني لهيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية. 2020م. http://www.trc.gov.jo استرجعت بتاريخ 2021/10/27م.

ويكيبيديا، رأس المال الاجتماعي.

موقع statista المتخصص.

Arabic references in english

Abdel Hamid, Mohammed. (2000). *Scientific research in media studies*. Cairo, World of Books.

Abdel Hamid, Angie Mohamed. (2010). The Role of Civil Society in Forming Social Capital - A Case Study of NGOs in Egypt - *Research and Studies Series*, No. 1, Cairo, The Egyptian Center for Economic and Social Rights, p. 19.

Abdel-Moneim, Mohamed, and others. (2013). The effect of using social networks on communication skills and a sense of psychological loneliness among King Faisal University students. *International Journal of Educational and Psychological Sciences*, Issue (45), pp. 11-68.

Al-Fanatsa, Muhammad. (2015). *What are the most prevalent social networks in Jordan?* Retrieved on February 25, 2017 from (https://goo.gl/SLpVng).

AL-Mbaydeen, Ibrahim. (2016). *Jordan is the first in the world to use social networks*. Retrieved on March 3, 2017 from (goo.gl/8E8xc7).

Al-Naimat, Ahmed. (2017). *8.7 million Internet users in Jordan.* Retrieved on October 27, 2021 AD. (http://cutt.us/pthae).

Al-Sari, Helmy Khader. (2009). *Internet culture ... a study in social communication*. Publications of the Ministry of Culture, Amman, Jordan.

Bani Mustafa, Manar Saeed. Al-Sharifin, Ahmed Abdullah. (2013). The feeling of psychological loneliness and psychological security and the relationship between them among a sample of international students at Yarmouk University. *Jordanian Journal of Educational Sciences*. Volume (9), Number (2), pp. 141-162.

Economic and Social Commission for Western Asia. (1997). *UNDP Sustainable Human Development and Macroeconomic Approach*. Strategic linkages and their implications, United Nations, New York, p. 019, Index number: E/ESCWA/SD/1997/4.

Isfa' Hamad, Social Capital: A Developmental Approach. *Damascus University Journal*, Volume 31, Issue Three, 2015, p. 150.

Mahmoud, Khaled. (2011). *Social networks and the dynamics of change in the Arab world*. 1st edition. Your creativity.

Marrakchi, Maryam. (2014). *The use of social networks and its relationship to the feeling of psychological loneliness among university students (Facebook as a model)*. Field study, Master's thesis, Mohamed Khider University - Biskra - Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Social Sciences.

Makkawi, Hassan Imad, El-Sayed, Laila Hussein. (1998). *Communication and its contemporary theories*. 1st edition. Cairo: The Egyptian Lebanese House.

Muhammad, Adel Abdullah. (2003). *Social isolation scale*. 1st edition. Dar Al-Rashad, Arabic for printing and publishing.

Obeidat, Zoukan. Adass, Abdel Rahman. Abdelhak, Kayed. (no date). *Notes on research methods. (On the book of scientific research - its concept, tools, methods)*. Amman: Majdalawi House for Publishing and Distribution.

Salwi, Abdel-Hafiz, and Al-Mahya, Osama bin Musaed. (2012). *Media influence theories*. https://www.google.com/webhp?aqs=chrome.69i57j0i22i30.33724j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8.

Shinawi, Sami Ahmed. Abbas, Muhammad Khalil. (2014). The use of the social network Facebook and its relationship to psychological adjustment among adolescents. *Research in educational and social sciences*, Amman Arab University/ Jordan. Volume 18, Issue 2.

The website of the Jordan Telecommunications Regulatory Commission. 2020 AD.
http://www.trc.gov.jo Retrieved on 10/27/2021AD

Wikipedia, Social capital.

https://www.statista.com.

English references

Capan, B, & Saicali, M. (2016) "The Role of Social and Emotional Loneliness in Problematic Facebook Use". İnönü University. *Journal of the Faculty of Education*. Vol 17, No 3, pp. 53-66.

Chodron, P. (2011). *Six kinds of loneliness*. Retrived may 15, 2012 from,http//:www.shambhalasun.com/index. hp? option=conten&view&id=183381temid.

Ju, R. Jia, M. Mirit, Sh. (2016). Online Social Connection: Exploring International Students' Use of New Media in Their Adaptation Process. *China Media Research*.

Shalinda Adikari & Ernest Kwadwo Adu. (2015). Usage of Online Social Networks in Cultural Adaptation. *Pacific Asia Conference Systems, (PACIS).*

Shaw. LH, Gant. LM, (2002) In defense of the internet: the relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Cyoerpsychology & Behavior.* Volume 5, Number 2, 2002 Mary Ann Liebert, Inc.

Yan, Zeng. Nickerson, Amanda. Mcmorris, Robert. (2012). An examinantion of the reciprocal relationship of loneliness and facebook use among first year college students. *Educational Computing research,* vol. 46 (1) 105-117.

دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية: دراسة ميدانية

خلف لافي الحمّاد * وشذى عبد الله ارشيدات *

تاريخ الاستلام 2022/01/05 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.3 تاريخ القبول 2022/03/13

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية. اعتمدت الدراسة التي تصنَّف في إطار الدراسات الوصفية على نظرية انتشار المبتكرات، وتم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استبانة إلكترونية على عينة قوامها (400) مفردة وفقاً للعينة الحصصية. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها:

- أن نسبة الطلبة الذين يتعرضون للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (91%)، للعديد من الأسباب، أبرزها: "يمكنني حفظ الإعلان الصحي في الأرشيف والرجوع إليه وقت الحاجة". وتصدرت شبكَتَا "الفيسبوك واليوتيوب" مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها المبحوثون الإعلانات الصحية.
- أن أبرز آثار الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في مستوى وعي المبحوثين تمثلت في: "المحافظة على الصحة والنظافة الشخصية". وتمثلت أبرز تقييمات المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في: "إرفاق الإعلانات الصحية بالصور والفيديوهات يجذبني إليها"، فيما تمثلت أبرز مستويات تبني السلوك الصحي نتيجة التعرض للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في: "ترشدني إلى الاهتمام بالنظافة الشخصية والاستحمام يومياً".

الكلمات المفتاحية: الدور، الإعلانات الصحية، مواقع التواصل الاجتماعي، السلوك الصحي.

المقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام والاتصال الحديثة، لما يميزها من إمكانات متاحة أمام المستخدم للحصول على المعلومات وتداولها، خاصة من قبل الشباب. فقد نشأت وتبلورت في بيئة الإنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، مما أضفى عليها أهميةً كبيرةً في عملية تحصيل وتحليل وانتقاء الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين الذين يعتبرون الحلقة الأساسية في بنائها وصياغتها وتبادلها على نطاق واسع. وهذا الأمر جعلها تستقطب أكثر من نصف سكَّان الأرض؛ إذ يملك كل مستخدم حساباً واحداً على الأقل على هذه المواقع.

وتتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بدور كبير في نشر التوعية الصحية لدى الأفراد، عبر مجموعة من الأنشطة التواصلية والإعلامية والتربوية الهادفة إلى خلق وعي صحي لاطلاع الجمهور بشكل عام على واقع الأزمات الصحية المحيطة به، وتحذيره من مخاطر الأوبئة والأمراض، وبيان كيفية الوقاية منها، لما لذلك من تأثير قوي في معارف وسلوكيات الأفراد، وقدرة فعالة في تلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم الصحية (Balatsoukas, 2015, p.2).

وتعد الصحة السليمة أحد الأهداف الرئيسة التي تسعى المجتمعات لتحقيقها في سبيل توفير تنمية اجتماعية شاملة، وهي أحد أهم المعايير التي تضعها المنظمات والهيئات الدولية لتحديد درجة الرفاه الاجتماعي لأي مجتمع من المجتمعات. لذا يجب الحفاظ على الصحة ورعايتها والالتزام بالسلوك الصحي السليم.

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* كلية الاعلام، جامعة اليرموك، اربد الاردن.

ويشكل الوعي الصحي لدى الأفراد حجر الزاوية في أنماط سلوكياتهم اليومية، وتعتبر وسائل الإعلام، ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي؛ المصدر الرئيسي للمعلومات، حيث تؤدي دوراً كبيراً ومهماً في بناء الفرد وتكوينه المعرفي، من خلال قدرتها على زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تنسج مواقفه وآراءه وسلوكياته (Al-Sariti, 2020, p.2681).

وتؤدي الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً لدى الأفراد، خاصةً الشباب، نظراً لأنهم الأكثر استخداماً لها؛ فهم طاقة المجتمع في أي أمة من الأمم وعماد نهضتها نظراً لما يميز هذه الفئة من المجتمع من خصائص القوة. وعليه فإن الطالب الجامعي بوصفه شاباً يتلقى تكويناً عالياً يكون أكثر عطاءً من غيره ويساهم بدوره في ترشيد سلوكيات المجتمع عامة، والسلوك الصحي بشكل خاص.

مشكلة الدراسة

غدت مواقع التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة بين فئات الشباب الأردني، خاصةً طلبة الجامعات، لما لها من قوة مؤثرة في رفع الوعي الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي، فضلاً عن الوعي الصحي لديهم. وأصبحت الإعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي من العوامل المهمة لنجاح عملية التثقيف الصحي؛ فهي تقوم بتزويد الأفراد بالمعلومات بهدف التأثير في ميولهم ومعرفتهم وسلوكهم الصحي الخاص بهم. فالوعي الصحي من ضرورات الحياة المُلحة التي يجب أن يتعامل معها الفرد بكل مسؤولية، لأنه يشكل أول وأقوى الخطوط الدفاعية عن صحته، وبه تتحقق المقولة المعروفة (الوقاية خير من العلاج)، الأمر الذي يتطلب دراسة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة دورها في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية.

وعليه، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بصفتها وسائل اتصالية جديدة ومتطورة وواسعة الانتشار وذات إمكانيات متعددة، ومصدراً مهماً للمعلومات في جميع الأوقات والأماكن، كما أنها أحد أشكال الإعلام الإلكتروني باعتبارها شريكاً فاعلاً يساهم بقدر كبير في عملية تشكيل وتطوير الوعي المجتمعي، وتبني السلوك الصحي موضوع الدراسة إلى جانب الوعي في بقية القضايا الأخرى. كذلك تحاول الدراسة تسليط الضوء على أهم السلوكيات الصحية التي تعود بالنفع على المبحوثين في حال تبني هذه السلوكيات.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف إلى "**دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية**" كهدف رئيس، ويتفرع منه عدد من الأهداف الفرعية التي تتمثل في التعرف إلى:

1- مدى تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
2- أسباب تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
3- كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
4- مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض من خلالها المبحوثون للإعلانات الصحية.
5- مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
6- مستوى اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
7- تقييم المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
8- مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

أسئلة الدراسة

1- ما مدى تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
2- ما أسباب تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
3- ما كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
4- ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض من خلالها المبحوثون للإعلانات الصحية؟
5- ما مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
6- ما مستوى اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
7- ما تقييم المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
8- ما مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: (النوع الاجتماعي، والجامعة، ونوع الكلية، وسنة الدراسية، ومكان الإقامة).
2- توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي وكل من:
   أ. **مستوى وعيهم** بالإعلانات الصحية.
   ب. **مستوى اهتمامهم** بالإعلانات الصحية.
   ج. **مستوى تقييمهم** للإعلانات الصحية.
   د. **مستوى تبنيهم** للسلوك الصحي نتيجة التعرض للإعلانات الصحية.

مفاهيم الدراسة

الدور: هو مجموعة الأنشطة والمهام التي تهدف إلى تشكيل معارف الأفراد تجاه فكرة أو سلوك ما، وتزويدهم بالبيانات والمعلومات حول الموضوعات، وبالتالي إمكانية التنبؤ بسلوك الأفراد نحوها (Saleh, 2008). ويعرف الدور إجرائياً وفقاً لموضوع الدراسة الحالية بأنه: الوظيفة المحددة للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد طلبة الجامعات الأردنية بالمعلومات الصحية من أجل تبني سلوك صحي.

الإعلان: هو من أهم عناصر المزيج الترويجي في مجال التسويق، وهو اتصال غير شخصي وغير مباشر؛ بمعنى أن الاتصال هو اتصال إقناعي ينفذ من خلال وسيلة اتصال جماهيرية، للترويج لسلعة أو خدمة أو فكرة أو شخص أو مكان أو نمط سلوكي معين، ويستهدف عصفاً ذهنياً بقصد تحقيق استجابة سلوكية في الاتجاه الذي يريده المعلن (Abu Tamiya, 2008, p.21). **وتعرّف الإعلانات الصحية إجرائياً في هذه الدراسة بأنّها:** الإعلانات التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل وزارة الصحة الأردنية والمستشفيات والمراكز الحكومية والخاصة، والتي تستهدف التوعية والتثقيف الصحي فقط. وتستثنى منها إعلانات الأدوية والمستلزمات الطبية، وأية إعلانات قائمة على بيع منتجات صحية وطبية.

مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة إلكترونية تسمح لمستخدمي الإنترنت بإنشاء صفحات خاصة بهم، وربطها من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع الأعضاء الآخرين الذين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، وتستخدم في توعية وتعريف المستخدمين بالمعلومات، والمنتجات، والخدمات، والقضايا المختلفة (Chauhan, Pillai,2013, p.40). **وتعرّف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنّها:** مجموعة من الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الإنترنت يستخدمها الأفراد للتواصل فيما بينهم، حيث تمكنهم من تبادل الأفكار والصور والفيديوهات، وإرسال واستقبال المعلومات والبيانات وغيرها، وتتيح إمكانية استخدامها لأي شخص متصل بالإنترنت.

السلوك الصحي: "هو كل ما يصدر عن الأفراد من اتجاهات أو أقوال أو أفعال ترتبط بممارساتهم الصحية، وهو سلوك يخص الأشخاص الذين يتميزون بقناعات، وتوقعات، ودوافع، وقيم، وإدراكات، ومعارف، وخصائص شخصية تشتمل على حالات عاطفية شعورية وميزات وأنماط سلوكية واضحة، وأفعال وعادات مرتبطة باستعادة وتحسين الصحة" (Bulbul, 2013, p.83). **ويعرّف السلوك الصحي إجرائياً بأنّه:** السلوك المتوقع تبنيه من طلبة الجامعات الأردنية بناءً على مجموعة من المعارف والمعلومات والارشادات الصحية التي تبث من خلال الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

النظرية المستخدمة في الدراسة

تقوم الدراسة على نظرية انتشار المبتكرات التي تركز على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والمستحدثات بين أفراد المجتمع بهدف تحقيق التنمية، ويعتبر التغيير الهدف النهائي لها. فقد قام روجرز بمراجعة وتدقيق أكثر من خمسة آلاف دراسة إمبريقية متعلقة بانتشار كل ما هو مبتكر وجديد في مجال الاجتماع الريفي؛ بهدف التعرف إلى آليات تبني المستحدثات من قبل الجمهور (Al-Mazahra, 2018, p.290).

ويعرّف الابتكار وفقاً للنظرية بأنه: أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة. فإنتاج لقاح جديد، أو أدوية جديدة، أو مستلزمات طبية، أو غير ذلك يعتبر ابتكاراً.

وتفترض النظرية أن قنوات ووسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة. ويقترب مدخل انتشار المبتكرات من افتراض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور عن طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأنهم أكثر اتصالاً ونشاطاً في تعاملهم مع وسائل الاتصال الجماهيري ويطلق عليهم قادة الرأي (Abdul Hamid, 1998, p.192). وقد ساهمت هذه النظرية في وصف كيفية انتشار الأفكار المستحدثة وتغيير الأساليب والدوافع التي تقود الأفراد إلى الاقتناع وتبني المبتكرات (Devler and Rukitsh, 1991, p.300).

وقد وصف روجرز وشوميكر عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بانتشار المبتكرات كما يلي (Abdul Hamid, 1998, p.187):

- **المصدر:** المخترعون والعلماء وقادة الرأي، وعوامل التغيير الاجتماعي.
- **الرسالة:** ابتكار جديد، أو فكرة جديدة.
- **الوسيلة:** قنوات وسائل الاعلام، وقنوات الاتصال الشخصي.
- **المستقبل:** أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.
- **الأثر:** تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

ويعرف روجرز تبني الأفكار الجديدة والمستحدثات بأنها: العملية العقلية التي يمر به الفرد من وقت سماعه أو علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى تبنيها، **حيث تمر هذه العملية بعدة مراحل، هي** (Al-Mazahra, 2018, pp.298-299):

1- **مرحلة الوعي** (Awareness Stage): في هذه المرحلة، يسمع الفرد أو يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يستطيع أحد الجزم بما إذا كان هذا الوعي بالشيء عفوياً أو مقصوداً.

2- **مرحلة الاهتمام** (Interest Stage): حيث تتولد لدى الفرد الرغبة في التعرف إلى وقائع الفكرة، والسعي إلى الحصول على المزيد من المعلومات حولها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطاً من الناحية النفسية بالفكرة أو الابتكار الجديد عما كان عليه في المرحلة السابقة، لذلك فإن سلوكه يصبح هادفاً بشكل قاطع.

3- **مرحلة التقييم** (Evaluation Stage): في هذه المرحلة، يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة أو الابتكار في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلاً، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو قبولها.

4- **مرحلة التبني** (Adoption Stage): تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي، حيث يكون الفرد قد انتهى إلى قرار (بتبني الفكرة المستحدثة) بعد أن اقتنع بجدواها وفوائدها، ويجب أن نتذكر أنه في بعض الأحيان يقوم الفرد بترك الفكرة المستحدثة لأسباب عديدة ومختلفة.

ومما يجدر ذكره أن كل الأفكار والمبتكرات ليست على قدر واحد من الذيوع والانتشار، لأنها لا تتشابه في الخصائص والصفات؛ ما يجعل بعضها أكثر رواجاً وأكثر تقبلاً من البعض الآخر. وقد حدد روجرز وشوميكر الخصائص المؤثرة على مدى ذيوع وانتشار المبتكرات؛ وهي كالآتي (Alkamil, 2001, p.69):

1- **الميزة النسبية:** أي مدى إدراك الفرد للمزايا النسبية للفكرة الجديدة، سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية، ومدى الفائدة التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد. وكلما زاد إدراك الفرد للمزايا النسبية زادت سرعة الانتشار بين الجمهور.

2- **سهولة الفهم/ درجة التعقيد:** أي مدى إدراك الفرد للمبتكر أو المستحدث على أنه سهل الفهم والاستخدام. فكلما كانت الفكرة الجديدة سهلة التعامل والفهم زادت سرعة انتشارها.

3- **التوافق/ الملاءمة:** فكلما أدرك الفرد أن هذه المبتكرات تتفق مع قيمه وحاجاته وخبراته السابقة زادت سرعة انتشارها.

4- **وضوح النتيجة:** أي مدى وضوح استخدام أو تبني المستحدث؛ فسهولة ملاحظة الفرد لنتائج تبني المستحدث تزيد من سرعة انتشاره، وتتيح هذه الخاصية للفرد أن يتحدث عن المستحدث أو الفكرة مع الآخرين، مما قد يزيد من قناعاتهم الخاصة بفوائده.

وتأسيساً على ما سبق، يمكن القول: إن نظرية انتشار المبتكرات تعدّ الإطار النظري المناسب للدراسة؛ فمن أجل تبني سلوك صحي سليم، لا بدّ من نشر أفكار مهمة وجديدة ومبتكرة على مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الفهم، حيث يتطلع الأفراد إلى الابتكارات والمعلومات، ومنها المعلومات الصحية، ويحاولون البحث عن وجود لقاحات أو عقاقير تحد من انتشار الأمراض، إلى جانب المعلومات الخاصة بالوقاية من بعض الأمراض.

وتمتاز النظرية بقدرتها على وصف الكيفية التي تنشر من خلالها الأفكار والمعلومات الصحية الجديدة، وتفسّر الأسباب والدوافع التي تقود الأفراد إلى الاقتناع بهذه الأفكار وتبنيها، كما تسعى إلى معرفة درجة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، ورصد أنماط تعرضهم لها، وتقييمهم للإعلانات الصحية على تلك المواقع. وتتمثل الاستفادة من نظرية انتشار المبتكرات في تحديد أهداف الدراسة الحالية وأسئلتها، ووضع فروضها؛ وتحديد متغيراتها والعلاقة فيما بينها.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

- **دراسة المساوي (2020) بعنوان: "اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم".** هدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم تجاه فيروس كورونا المستجد(كوفيد19). وتم استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (400) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تتنوع المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة أخبار مستجدات انتشار وباء كورونا؛ يتصدرها" تويتر" وإنستغرام ". وجاءت أبرز أسباب اعتماد المبحوثين على هذه المصادر "لثقتي بها كمصدر للمعلومات". وتمثلت أبرز التأثيرات السلوكية لمتابعة المبحوثين لحملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد في: "قمت بالالتزام بطرق الوقاية التي ظهرت في الحملات". وبينت النتائج تعدد دوافع المبحوثين لمتابعة حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد، وجاء في المرتبة الأولى الدافع الخاص بـ" المحافظة على صحتي وصحة أفراد أسرتي".

- **دراسة بن لبدة (2020) بعنوان: "دور إعلانات حملات التوعية الصحية في وسائل الإعلام الجديد في تعزيز مشاركة المجتمع السعودي".** هدفت الدراسة إلى تقييم دور قنوات الإعلام الجديد في تحقيق التغيير المجتمعي ورفع الوعي في الشأن الصحي عبر الحملات الإعلانية التوعوية التي تبثها وزارة الصحة السعودية عبر قنوات الإعلام الجديد. واستخدم الباحث منهج المسح، وأداة الاستبانة على عينة بلغ عددها (200) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتابعون الإعلانات الصحية بدرجة كبيرة، وجاء موقع تويتر وموقع فيسبوك في مقدمة المواقع التي يتابع المبحوثون من خلالها هذه الإعلانات. وكان تقييم عينة الدراسة لتأثير خبرة التعامل المباشر مع المؤسسات المرتبطة بمجال التوعية الصحية متمثلاً في تصديق الرسالة الإعلانية، أما أكثر العوامل تأثيراً في سلوك المشاركة المجتمعية المرتبطة ببث إعلانات حملات التوعية الصحية فقد تمثلت في "توقيت عرض الرسالة الإعلانية".
- **دراسة السديري (2019) بعنوان: "دور الحملات الإعلامية الصحية في التأثير على السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية".** هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الحملات الإعلامية الصحية التي تقوم بها وزارة الصحة في السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية، ورصد وتوصيف الحملات التي قدمتها وزارة الصحة خلال نهاية عام 2015م وبداية عام 2016م وتحليلها. وتم استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (50) مفردة. وتوصلت النتائج إلى أن شبكة "تويتر" جاءت في المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في التوعية الصحية، كما ثبت تبني المبحوثين بعض السلوكيات الصحية نتيجة تأثرهم بالحملة الوطنية للتوعية بمرض السكري، ومن أبرز هذه السلوكيات قيام المبحوثين بسلوك "فحص السكر".
- **دراسة الزواغي والفتحلي (2018) بعنوان: "أثر السلوك الصحي واتجاهاته على طلبة كلية التربية البدنية ".** هدفت الدراسة إلى معرفة أثر السلوك الصحي على طلبة كلية التربية البدنية في جامعة الزاوية – ليبيا واتجاهاتهم نحوه، عبر استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (44) طالباً من الجامعة. وتوصلت الدراسة إلى أن "القياس الدوري لضغط الدم" جاء في المرتبة الأولى للعبارات التي تقيس مستوى الوعي الصحي للمبحوثين، كما جاءت عبارة "عدم تناول الكحول والمواد المخدرة" في المرتبة الأولى بين السلوكيات الصحية التي يتبناها المبحوثون من الطلبة.
- **دراسة الفرم (2016) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض".** هدفت الدراسة إلى تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حول مرض كورونا، من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة توعوية في ظل وجود خطر وبائي متمثل في فيروس كورونا. وتم استخدام منهج مسح المنصات الإلكترونية للمدن الطبية في مدينة الرياض على مواقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب وتويتر وفيسبوك). وكشفت نتائج الدراسة أن (27%) من المدن الطبية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية كافة في مدينة الرياض لم تستخدم قنوات يوتيوب في التوعية الصحية حيال مرض كورونا، بينما استخدمت (40%) من المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية شبكتي تويتر وفيسبوك في التوعية الصحية حيال مرض كورونا.
- **دراسة فياض (2015) بعنوان: "دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين".** هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين، من خلال استخدام منهج المسح على عينة قوامها (210) مفردات من فئة الشباب. وتوصلت الدراسة إلى أن "اليوتيوب" جاء كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يرتادها الشباب لمعرفة القضايا الصحية. وجاء أكثر دوافع تعرض المبحوثين للقضايا الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (دافع التثقيف والتوعية الصحية)، في حين جاءت العبارة "معرفة أسباب وطرق الوقاية من الأمراض في مقدمة الإشباعات المتحققة من تعرض الشباب للقضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- **دراسة آل السعود (2014) بعنوان: "تأثير وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي: دراسة مسحية".** هدفت الدراسة إلى معرفة حرص الجمهور السعودي على متابعة وسائل الإعلام المختلفة لزيادة الوعي الصحي لديهم، من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (400) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن

الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام لما يزيد على ثلاث ساعات يومياً جاءوا في المرتبة الأولى، وكان أبرز أسباب استخدام هذه الوسائل في التوعية الصحية: "تعلمني أشياء صحية لا أعرفها"، وكان أبرز التأثيرات الاتصالية للجمهور نتيجة تعرضه للموضوعات الصحية في وسائل الإعلام: "أرغب في مشاهدة وسائل الإعلام التي تمدني بالمعلومات الصحية".

ثانياً: الدراسات الأجنبية

- Study of (Al-Dmour, 2020): "Influence of Social media Platforms on Public health Protection against the COVID-19 Pandemic via the Mediating Effects of Public health Awareness and Behavioral Changes: An Integrated Model".

- **دراسة الضمور (2020) بعنوان: "تأثير منصات وسائل التواصل الاجتماعي في حماية الصحة العامة من جائحة COVID-19 من خلال التأثيرات الوسيطة للتوعية بالصحة العامة والتغييرات السلوكية".** هدفت الدراسة لمعرفة تأثير منصات وسائل التواصل الاجتماعي في حماية الصحة العامة من جائحة فيروس كورونا المستجد من خلال التوعية بالصحة العامة والتغيرات السلوكية للصحة العامة كعوامل وسيطة في الأردن، عبر استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (2555) مفردة.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي كان له تأثير إيجابي كبير في حماية الصحة العامة من فيروس كورونا المستجد باعتباره وباءً، وجاءت منصة فيسبوك في مقدمة المنصات التي تؤثر في السلوك الصحي للمبحوثين، تليها منصة إنستغرام، وجاءت العبارة "تساعدني في التعرف إلى فيروس كورونا المستجد" في المرتبة الأولى بين التأثيرات المعرفية، وتمثل أبرز التأثيرات السلوكية في "الالتزام بالتدابير الوقائية مثل عدم المصافحة أو التقبيل، وتناول الطعام الصحي والفيتامينات، والنظافة العامة".

- Study of (Wang and Zhao, 2020): "Health Advertising on Short-video Social Media: A Study on User Attitudes Based on the Extended Technology acceptance Model".

- **دراسة وانغ وتشاو (2020م) بعنوان: "الإعلان الصحي على وسائل التواصل الاجتماعي قصيرة الفيديو".** هدفت الدراسة إلى التحقق مما إذا كانت إعلانات الفيديو القصير تؤثر في نوايا شراء المستخدمين للمنتجات ذات الصلة بالصحة وكيفية تأثيرها. واعتمدت الدراسة على نموذج قبول التكنولوجيا (TAM)، من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (350) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثيرات تفاعلية لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت في المرتبة الأولى العبارة "تتيح لي إعلانات الفيديو القصير التفاعل مع الآخرين بشكل حيوي وممتع وجذاب"، وتمثل أبرز التأثيرات المعلوماتية في: "إعلانات الفيديو القصير هي مصدر جيد للمعلومات عن المنتجات"، كما تمثل أبرز تأثيرات الملاءمة في: "أسلوب عرض إعلانات الفيديو القصير هو المفضل لدي". ومن أبرز تأثيرات الفائدة المتصورة جاء في المرتبة الأولى: "إعلانات الفيديو القصير ستمكنني من شراء المنتجات المفضلة". وجاء في المرتبة الأولى بين التأثيرات السلوكية: "سأشتري منتجات متنوعة معروضة في إعلانات الفيديو القصير".

- Study of (Ahamd and Murad, 2020): "The Impact of Social Media on Panic during the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: An Online Questionnaire Study"

- **دراسة أحمد ومراد (2020م) بعنوان: "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في إثارة الذعر أثناء جائحة COVID-19 في كردستان العراق".** هدفت الدراسة إلى تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الصحة العقلية نحو وباء فيروس كورونا المستجد في إقليم كردستان العراق، من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (516) مفردة. وأشارت النتائج إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى المبحوثين للحصول على معلومات حول COVID-19 هي شبكة الفيسبوك، وكانت أكثر الموضوعات الإخبارية التي يسعى المبحوث لمشاهدتها أو قراءتها على وسائل التواصل الاجتماعي هي "الأخبار والموضوعات الصحية"، وأظهرت النتائج أن أكثر فئات المعلومات التي كان لها التأثير الأكبر في إثارة الذعر على وسائل التواصل الاجتماعي هي " الأخبار الكاذبة عن مرض COVID-19".

- Study of (Elaf Ali Alsisi et al., 2019): "The Development of Smart Health awareness Message Framework Based on the Use of Social Media: A Quantitative Study (Preprint)"

- دراسة السيسي وآخرين (2019م) بعنوان: "تطوير إطار عمل حول رسائل التوعية الصحية الذكية بناءً على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة كمية". هدف الدراسة إلى استكشاف العوامل التي تؤثر في قبول الأفراد لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لتلقي رسائل التوعية الصحية، من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (701) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن (24٪) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية، وتمثل أبرز أسباب استخدامهم لهذه الشبكات في: "الوصول السهل والمجاني إلى وسائل التواصل الاجتماعي"، كما ثبت أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في الروتين اليومي للفرد، حيث توفر ميزات مختلفة تشجع الناس على اعتماد هذه الشبكات لمجموعة من الاستخدامات بما في ذلك تعزيز الصحة، إضافة إلى أن المجموعات الاجتماعية عبر الإنترنت لها دور أساسي من حيث تشجيع الأفراد على تبني أسلوب حياة صحي من خلال مراقبة نظامهم الغذائي اليومي.

- Study of (Maher et al., 2014): "Are Health Behavior Change Interventions That Use Online Social Networks Effective? A Systematic Review".

- دراسة ماهر وآخرين (2014م) بعنوان: "هل تدخلات تغيير السلوك الصحي التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت فعالة؟". هدفت الدراسة إلى مراجعة المنهجية للمستوى الحالي للأدلة فيما يتعلق بفاعلية تدخلات السلوك الصحي للشبكة الاجتماعية عبر الإنترنت، عبر استخدام تحليل المضمون للدراسات المنشورة منذ عام 2000م حتى إعداد هذه الدراسة في ثماني قواعد بيانات مختلفة. وتم تحديد ما مجموعه (2040) دراسة لتحليلها. وتوصلت الدراسة إلى أنّ هناك تحسناً كبيراً في بعض جوانب تغيير السلوك الصحي أو النتائج المتعلقة بتغيير السلوك، وكانت أحجام التأثير لتغيير السلوك على نطاق واسع، وتبين أن هناك حاجة إلى مزيد من البحث لتحديد كيفية تعظيم الاستبقاء والمشاركة، وما إذا كان تغيير السلوك يمكن أن يستمر على المدى الطويل. ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها شبكة فيسبوك، تليها شبكة تويتر.

التعليق على الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين أن:

1. معظم الدراسات السابقة تناولت العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الصحي، وتزويد الجماهير بمعلومات صحية للتوعية الصحية، وقدرتها على تعزيز السلوك الصحي، كدراسات (بن لبدة ،2020م)، و(السديري ،2019م)، و(فياض، 2015م)، و(Al-Dmour, 2020)، و(Wang and Zhao, 2020)، و(Ahamd and Murad, 2020)، و (Maher et al., 2014)، ولكن لم تتناول أي من تلك الدراسات دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية.
2. اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في المنهج، حيث استخدمت تلك الدراسات المنهج المسحي بالتطبيق على الجمهور أو المستخدمين.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

1. صياغة المشكلة البحثية وأسئلة الدراسة وفروضها، وتحديد متغيراتها، ومنهجها، وأداتها.
2. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة، ومقارنتها مع نتائج هذه الدراسة.

الإضافة العلمية الجديدة لهذه الدراسة: تبحث الدراسة الحالية في **دور الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في تبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية.** وفي حدود علم الباحثين، فإنها الدراسة الوحيدة التي تناولت موضوعاً يتعلق **بتبني السلوك الصحي لدى طلبة الجامعات الأردنية.** كما اختارت شريحة كبيرة ومهمة، هي طلبة الجامعات الأردنية.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية القائمة على تفسير الظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها، وتوصيف العلاقات بين المتغيرات للوصول إلى وصف دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة (Abdul Hamid, 2004, p.59). وقد تم استخدام منهج المسح الذي يعد من أنسب المناهج المستخدمة لدراسة جمهور وسائل الإعلام، وجمع المعلومات عن حالة الأفراد، وخصائصهم الاجتماعية ،واتجاهاتهم وسلوكياتهم.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الطلبة الدارسين في الجامعات الحكومية والخاصة الأردنية، حيث تم اختيار جامعتين حكوميتين (جامعة اليرموك، والجامعة الأردنية) وجامعتين خاصتين (جامعة جدارا، وجامعة الشرق الأوسط)، كما تم اختيار عينة حصصية قوامها (400) مفردة مقسمة بالتساوي على الجامعات الأربع المدروسة بواقع (100) مفردة من كل جامعة. وفيما يأتي الوصف التفصيلي للخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول (1).

الجدول (1): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	200	%50
	أنثى	200	%50
الجامعة	جامعة اليرموك	100	%25
	جامعة جدارا	100	%25
	الجامعة الأردنية	100	%25
	جامعة الشرق الأوسط	100	%25
نوع الكلية	علمية	200	%50
	إنسانية	200	%50
السنة الدراسية	أولى	52	%13
	ثانية	95	%23.8
	ثالثة	96	%24
	رابعة	109	%27.3
	خامسة	48	%12
مكان الإقامة	إقليم الشمال (إربد، عجلون، جرش، المفرق)	170	%42.5
	إقليم الوسط (عمان، الزرقاء، مأدبا، البلقاء)	190	%47.5
	إقليم الجنوب (الكرك، الطفيلة، معان، العقبة)	40	%10
المجموع (ن) = 400			

أداة الدراسة

تم اعتماد الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة، للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها، حيث تم توزيعها إلكترونياً عبر موقع (Google Drive) ضمن تطبيقات (Google Forms). ويعود ذلك لصعوبة تزيع الاستبانة على الأفراد وجهاً لوجه بسبب جائحه كورونا.

ثبات الأداة

طُبقت الاستبانة على عينة استطلاعية تكونت من (32) فرداً للتأكد من ثباتها، ومدى سلامة صياغة الأسئلة والفقرات. وللتحقق من ثبات الأداة، تم احتساب معامل ألفا كرونباخ بوصفه مؤشراً على التجانس الداخلي للفقرات، وبلغت قيمة معامل الثبات الكلي (0.88)، وهي تدل على أنّ المقياس على درجة عالية من التجانس الداخلي بين الفقرات، وهي قيمة مرتفعة تشير إلى ثبات الأداة، واعتبرت ملائمة لغايات هذه الدراسة.

صدق أداة الدراسة

تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من المُحكمين من أصحاب الخبرات العلمية والعملية في مجال الإعلام[*1]، وذلك لتقدير مدى صلاحيتها علمياً ولغوياً لقياس ما أُعدت من أجله. وقد أبدى المحكمون بعض الملاحظات، وتم الأخذ بها بما يضمن قدرة الأداة على تحقيق أهداف الدراسة، وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق على عينة الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لجأ الباحثان من أجل معالجة البيانات وتحليلها إحصائياً إلى البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS - V25) لاستخدام الأساليب والمؤشرات الإحصائية التي تناسب أسئلة الدراسة والمتوافرة في البرنامج المذكور.

نتائج الدراسة ومناقشتها

السؤال الأول: ما نسبة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (2): تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

التعرض للإعلانات الصحية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	364	91%
لا	36	9%
المجموع	**400**	**100%**

تشير بيانات الجدول (2) إلى أن النسبة العظمى من المبحوثين يتعرضون للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ عددهم (364) مفردة بنسبة (91%)، في حين بلغ عدد من لا يتعرضون لهذه الإعلانات (36) مفردة بنسبة (9%). وتعزى النسبة المرتفعة للتعرض إلى أهمية هذه الإعلانات بالنسبة للمبحوثين، حيث أدى انتشار وباء فيروس كورونا المستجد، إلى جانب زيادة انتشار الإعلانات الصحية على هذه المواقع، إلى إثارة اهتمام المبحوثين لمتابعتها وتعلم سلوكيات صحية جديدة أو تعديل سلوكيات صحية خاطئة كانوا يسلكونها.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (بن لبدة، 2020) التي خلصت إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتابعون الإعلانات الصحية، في حين تختلف مع دراسة (Alsisi et al., 2019) التي توصلت إلى أن ما نسبته (24%) فقط من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية.

السؤال الثاني: ما أسباب تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (3): أسباب تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

أسباب التعرض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يمكنني حفظ الإعلان الصحي في الأرشيف والرجوع إليه وقت الحاجة.	2.69	0.549
للمحافظة على صحتي وصحة من حولي.	2.68	0.519
للتعرف إلى العادات الغذائية الصحيحة.	2.67	0.562
ما تقدمه الإعلانات الصحية يجعلني أكثر وعياً بأهمية المحافظة على صحتي.	2.66	0.565
للحصول على المعلومات الصحية.	2.64	0.559
للإفادة والتوعية بالسلوكيات المعززة للصحة.	2.64	0.545
تساعدني في حل بعض المشكلات الصحية.	2.63	0.583
توفر خاصية التواصل المباشر مع المعلن.	2.60	0.633
إمكانية مشاركة الإعلانات الصحية مع أصدقائي.	2.57	0.558
مصداقية المعلومات الصحية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.	2.41	0.700
المتوسط العام	**2.61**	**0.577**

** استخدم الباحثان مقياساً ثلاثياً لقياس هذا السؤال وفقاً لما يلي: (3) موافق، (2) محايد، (1) غير موافق.

يبين الجدول (3) أن أبرز أسباب تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي قد تمثل في: "يمكنني حفظ الإعلان الصحي في الأرشيف والرجوع إليه وقت الحاجة" بمتوسط حسابي (2.69)، فيما تمثل أقل أسباب التعرض في: "إمكانية مشاركة الإعلانات الصحية مع أصدقائي" بمتوسط حسابي (2.57)، يليه "مصداقية المعلومات الصحية

المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي" بمتوسط حسابي (2.41). وتعزى هذه النتائج إلى الإمكانيات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تمكن المستخدمين من حفظ المواد والإعلانات الصحية التي يريدونها في أرشيف خاص بهم، من أجل الرجوع إليها في وقت لاحق، على عكس وسائل الإعلام الأخرى التي لا تسمح للجمهور بإنشاء أرشيف خاص بهم. إلى جانب ذلك؛ فإن الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تهدف إلى نشر المعلومات الصحية وتوعية المستخدمين بها من أجل تعزيز السلوكيات الصحية السليمة بطريقة تساهم في جعلهم أكثر وعياً على الصعيد الصحي.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (المساوي، 2020) التي خلصت إلى أن أبرز دوافع التعرض للموضوعات الصحية في وسائل الإعلام الجديد قد تمثل في "المحافظة على صحتي وصحة أفراد أسرتي"، إلا أنها تختلف مع دراسة (Alsisi et al., 2019) التي خلصت إلى أن أبرز استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية هو "الوصول السهل والمجاني إلى هذه الشبكات"، كما تختلف مع دراسة (فياض، 2015) التي أوضحت أن أبرز دوافع تعرض الشباب للقضايا الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو "دافع التثقيف والتوعية الصحية"، وتختلف أيضاً مع دراسة (آل السعود، 2014) التي أشارت إلى أن أبرز هذه الدوافع: "تعلمني أشياء صحية لا أعرفها".

السؤال الثالث: ما كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (4): كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

كثافة التعرض	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من ساعة أسبوعياً	134	%36.8	2.07	1.026
ساعة - أقل من ساعتين أسبوعياً	115	%31.6		
ساعتان - أقل من 3 ساعات أسبوعياً	70	%19.2		
3 ساعات فأكثر أسبوعياً	45	%12.4		
المجموع	**364**	**%100**		

يظهر من بيانات الجدول (4) أن النسبة الأكبر من المبحوثين (36.8%) يتعرضون للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمدة "أقل من ساعة أسبوعياً"، يليهم من يتعرضون للإعلانات الصحية لمدة "ساعة - أقل من ساعتين أسبوعياً" بنسبة (31.6%)، وفي المرتبة الأخيرة من يتعرضون لمدة "3 ساعات فأكثر أسبوعياً" بنسبة (12.4%). وتعزى النتيجة المتمثلة في أن النسبة الأكبر من المبحوثين يتعرضون للإعلانات الصحية لمدة أقل من ساعة أسبوعياً إلى وجود مصادر أخرى يمكنهم الحصول من خلالها على المعلومات الصحية، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي، إحدى أدوات التوعية والتثقيف الصحي التي تتشارك مع أدوات ومصادر أخرى ربما تحظى بأهمية أكبر لدى المستخدمين، مثل وسائل الإعلام الرسمية، والمصادر المتخصصة كالخبراء في المجال الصحي والاستشاريين والأطباء وغيرهم، وبالتالي فإن من المنطقي أن يأتي في المرتبة الأولى المبحوثون الذين يتعرضون للإعلانات الصحية لمدة أقل من ساعة أسبوعياً.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (آل السعود، 2014) التي خلصت إلى أن الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام ما يزيد على ثلاث ساعات أسبوعياً جاءوا في المرتبة الأولى.

السؤال الرابع: ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض المبحوثون من خلالها للإعلانات الصحية؟

الجدول (5): مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض المبحوثون من خلالها للإعلانات الصحية.

مواقع التواصل الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الفيسبوك	2.60	0.626
اليوتيوب	2.34	0.750
إنستغرام	2.32	0.746
التويتر	2.09	0.821
المتوسط العام	**2.34**	**0.736**

**استخدم الباحثان مقياساً رباعياً لقياس هذا السؤال وفقاً لمايلي: (3) بدرجة كبيرة، (2) بدرجة متوسطة، (1) بدرجة قليلة، (0)لا أستخدمها.

تشير بيانات الجدول (5) إلى أن ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض من خلالها المبحوثون للإعلانات الصحية قد جاءت وفقاً لما يلي: "الفيسبوك" بمتوسط حسابي (2.60)، يليه "اليوتيوب" بمتوسط حسابي (2.34)، ثم "إنستغرام" بمتوسط حسابي (2.32)، وفي المرتبة الأخيرة "التويتر" بمتوسط حسابي (2.09).

ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن شبكة الفيسبوك هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى الجمهور الأردني بحسب التقرير الذي أعدته منظمة (Hootsuite) المسؤولة عن إدارة هذه الشبكات، تليها شبكة يوتيوب، مما يعني أن هاتين الشبكتين تعتبران الأكثر اعتماداً لدى المبحوثين للحصول على المعلومات عن مختلف الموضوعات، ومن بينها الموضوعات الصحية، كما أن سهولة البحث عن الإعلانات الصحية وعدم تقيدها بمدة محددة في كل من اليوتيوب والفيسبوك جعلت المستخدمين يفضلونها على غيرها من الشبكات الأخرى.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Al-Dmour, 2020) ودراسة (Ahmad & Murad, 2020) ودراسة (Maher et al., 2014) التي توصلت إلى أن أكثر المنصات استخداماً لدى المبحوثين للحصول على المعلومات الصحية هي منصة "فيسبوك"، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (المساوي، 2020) التي خلصت إلى أن شبكتي تويتر وانستغرام قد جاءتا في مقدمة الشبكات التي يستخدمها المبحوثون في تشكيل الوعي الصحي، كما تختلف مع دراسة (السديري، 2019) التي أشارت إلى أن "تويتر" جاء في المرتبة الأولى بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون في التوعية الصحية.

السؤال الخامس: ما مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (6): مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المحافظة على الصحة والنظافة الشخصية.	2.62	0.611
استخدام السواك والفرشاة والمعجون للمحافظة على أسناني.	2.53	0.682
تناول أطعمة غذائية صحية.	2.50	0.605
أهمية ممارسة الأنشطة الرياضية.	2.37	0.766
عدم شراء المنتجات الطبية دون استشارة الطبيب.	2.30	0.814
النوم لساعات كافية في اليوم وتجنب السهر لساعات طويلة.	2.24	0.805
اتباع حمية غذائية صحية.	2.20	0.770
التقليل من استخدام الهواتف المحمولة لتأثيرها السلبي على الدماغ.	2.19	0.885
تناول الوجبات الغذائية الثلاث اليومية بانتظام.	2.18	0.879
ضرورة الكشف الطبي الدوري.	2.12	0.891
المتوسط العام	**2.33**	**0.771**

**استخدم الباحثان مقياساً رباعياً لقياس هذا السؤال وفقاً لما يلي: (3) بدرجة كبيرة، (2) بدرجة متوسطة، (1) بدرجة قليلة، (0) لا أعي ذلك.

يتضح من الجدول (6) أن أبرز آثار الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في مستوى وعي المبحوثين قد تمثل في "المحافظة على الصحة والنظافة الشخصية" بمتوسط حسابي (2.62)، فيما تمثل أقل هذه الآثار في "ضرورة الكشف الطبي الدوري" بمتوسط حسابي (2.12).

وتعزى هذه النتائج إلى تركيز الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي على الموضوعات التي تعنى بالصحة والنظافة الشخصية والعادات السليمة، وبالتالي يمكن القول إن هذه الشبكات تسهم في تشكيل وعي صحي لدى المبحوثين بأهمية الالتزام بالممارسات الصحية السليمة التي من شأنها المحافظة على صحتهم ووقايتهم من الأمراض، وإكسابهم سلوكيات صحية جديدة، وتوعيتهم بأهمية تغيير الأفكار والعادات الصحية الخاطئة بأفكار وعادات سليمة.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (الزواغلي والفتحلي، 2018) التي توصلت إلى أن أكثر العبارات التي تعكس الوعي الصحي لدى المبحوثين تمثلت في "الالتزام بإجراء القياس الدوري لضغط الدم"، كما تختلف مع دراسة (Al-Dmour, 2020) التي خلصت إلى أن أبرز العبارات التي تعكس الوعي الصحي لدى المبحوثين هي "الالتزام بالتدابير الوقائية" و"تناول الأطعمة الصحية".

السؤال السادس: ما مستوى اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (7): مستوى اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أهتم بمعرفة أنماط السلوك الخطرة على الصحة لتجنبها.	2.36	0.727
أهتم بمتابعة الإعلانات الصحية لزيادة ثقافتي الصحية.	2.33	0.762
أهتم بمعرفة فوائد ومخاطر بعض المنتجات الصحية.	2.31	0.739
أهتم بتعزيز مشاعر الرضا والأمان الداخلي عن حالتي الصحية.	2.30	0.758
أهتم بمعرفة الطرق والإجراءات الصحية المرتبطة بالصحة الجسمية والعقلية.	2.27	0.746
أهتم بمتابعة فيديوهات التمارين الرياضية وممارستها.	2.23	0.818
أهتم بالجوانب الوقائية واتباع أساليب غذائية صحية دائماً.	2.21	0.756
أهتم بنوعية الغذاء ومواصفاته الصحية.	2.20	0.766
المتوسط العام	**2.28**	**0.759**

** استخدم الباحثان مقياساً رباعياً لقياس هذا السؤال وفقاً لما يلي: (3) بدرجة كبيرة، (2) بدرجة متوسطة، (1) بدرجة قليلة، (0) لا أهتم.

يشير الجدول (7) إلى أن أبرز العبارات التي تعكس اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في "أهتم بمعرفة أنماط السلوك الخطرة على الصحة لتجنبها" بمتوسط حسابي (2.36)، تليها العبارة "أهتم بمتابعة الإعلانات الصحية لزيادة ثقافتي الصحية" بمتوسط حسابي (2.33)، فيما تمثلت أقل هذه العبارات في: "أهتم بنوعية الغذاء ومواصفاته الصحية" بمتوسط حسابي (2.20).

وتعزى هذه النتائج إلى أن الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تساعد الأفراد في معرفة أنماط السلوك، وكيفية تجنب العادات السيئة، وتعمل هذه الإعلانات على إثارة اهتمامهم لمتابعتها، وتعزز معرفتهم ووعيهم الصحي، حيث تساهم في إكساب الأفراد رصيداً معرفياً يمكنهم الاستفادة منه وتوظيفه وقت الحاجة لاتخاذ قرارات صحيحة إزاء المشكلات الصحية التي تواجههم، الأمر الذي يفسر اهتمام المبحوثين بمتابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (بن لبدة، 2020) التي توصلت إلى أن "ابتكار الفكرة الإعلانية وحداثتها" قد جاءت في مقدمة الخصائص التي تثير اهتمام المبحوثين عند متابعة الإعلانات الصحية، كما تختلف مع دراسة (Wang & Zhao, 2020) التي توصلت إلى أن أبرز هذه العبارات كانت: "تتيح الإعلانات الصحية التفاعل مع الآخرين بشكل حيوي وجذاب".

السؤال السابع: ما تقييم المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (8): تقييم المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إرفاق الإعلانات الصحية بالصور والفيديوهات يجذبني إليها.	2.40	0.753
تستطيع الإعلانات الصحية توفير الكثير من المعلومات الصحية.	2.39	0.690
تهيئتي لقبول واتباع السلوكيات الصحية السليمة.	2.29	0.698
تكرار نشر الإعلانات الصحية بأساليب مختلفة.	2.27	0.781
إمكانية التفاعل بشكل مباشر مع هذه الإعلانات.	2.27	0.788
يمكن الرجوع إليها في وقت لاحق.	2.26	0.759
تقدم الإرشادات التوعوية والصحية.	2.23	0.726
قدرة الإعلانات الصحية على تغيير رغباتي والسلوك الصحي لدي.	2.15	0.737
أثق بالمعلومات المقدمة في هذه الإعلانات.	2.07	0.811
المتوسط العام	**2.26**	**0.749**

** استخدم الباحثان مقياساً رباعياً لقياس هذا السؤال وفقاً لما يلي: (3) بدرجة كبيرة، (2) بدرجة متوسطة، (1) بدرجة قليلة، (0) لا قيمة لها.

يظهر من بيانات الجدول (8) أن أبرز تقييمات المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي قد تمثل في: "إرفاق الإعلانات الصحية بالصور والفيديوهات يجذبني إليها" بمتوسط حسابي (2.40)، فيما تمثل أقل هذه التقييمات في: "أثق بالمعلومات المقدمة في هذه الإعلانات" بمتوسط حسابي (2.07). وتعزى هذه النتائج إلى أن الصور والفيديوهات تسهل عملية التعرض للمحتوى الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي، على عكس النصوص المقروءة، حيث أشارت العديد من البحوث والدراسات إلى أن سهولة التعرض والاستخدام تساهم في زيادة التعرض، وبالتالي فإن احتواء الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي على صور وفيديوهات من شأنه أن يزيد من تعرض المبحوثين لها ودرجات تقييمهم لها، كما تساهم هذه الإعلانات في تحويل الممارسات الصحية الخاطئة إلى ممارسات سليمة من شأنها حماية الأفراد والمجتمعات التي يعيشون فيها.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Wang & Zhao, 2020) التي خلصت إلى أن إعلانات الفيديو القصير هي مصدر جيد للمعلومات الصحية، وأن أسلوب عرض الفيديو القصير هو المفضل لدى المبحوثين، في حين تختلف هذه النتائج مع دراسة (بن لبدة، 2020) التي خلصت إلى أن أبرز تقييمات المبحوثين للإعلانات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي كان: "تتمتع الرسالة الإعلانية الصحية بالمصداقية".

السؤال الثامن: ما مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

الجدول (9): مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي.

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ترشدني إلى الاهتمام بالنظافة والاستحمام يومياً.	2.39	0.751
ترشدني إلى اتخاذ الإجراءات اللازمة للوقاية من الأمراض المعدية.	2.36	0.723
ترشدني إلى عدم تناول الكحول والمواد المخدرة.	2.35	0.844
تحثني على استخدام فرشاة الأسنان بعد تناول كل وجبة غذائية.	2.29	0.780
تحثني على الحرص على ممارسة الأنشطة البدنية.	2.27	0.799
تحثني على النوم لمدة لا تقل عن 8 ساعات يومياً.	2.24	0.838
ساعدتني على تجنب شراء المنتجات المروج لها دون استشارة الطبيب.	2.23	0.846
تحثني على تناول المشروبات الطبيعية عوضاً عن المشروبات الصناعية.	2.23	0.846
جعلتني أحرص على عدم الإكثار من شرب المواد المنبهة.	2.16	0.902
تحثني على الفحص الطبي السريري الدوري كل سنة.	2.12	0.939
جعلتني ألتزم بإجراء فحوصات دورية للدم والقلب والسكر.	1.98	0.960
المتوسط العام	**2.24**	**0.839**

** استخدم الباحثان مقياساً رباعياً لقياس هذا السؤال وفقاً لما يلي: (3) بدرجة كبيرة، (2) بدرجة متوسطة، (1) بدرجة قليلة، (0) غير مؤثرة.

توضح بيانات الجدول (9) أن أبرز العبارات في مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي قد تمثلت في: "ترشدني إلى الاهتمام بالنظافة الشخصية والاستحمام يومياً" بمتوسط حسابي (2.39)، فيما تمثلت أقل هذه العبارات في: "جعلتني ألتزم بإجراء فحوصات دورية للدم والقلب والسكر" بمتوسط حسابي (1.98).

ويمكن تفسير هذه النتائج نظراً إلى وجود تأثيرات كبيرة وقوية للإعلانات الصحية في تبني السلوك الصحي للأفراد، في ظل تعدد المعلومات والموضوعات التي تتناولها، مثل الاهتمام بالنظافة الشخصية، والالتزام بالإجراءات الوقائية، وعدم ممارسة عادات صحية خاطئة، حيث تعمل الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي على توعية المبحوثين وتثقيفهم كخطوة أولى نحو إقناعهم بتغيير سلوكياتهم الصحية الخاطئة وتبنيهم سلوكيات صحية سليمة.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة (المساوي، 2020) التي خلصت إلى أن أبرز تأثيرات الموضوعات الصحية في وسائل الإعلام الجديد في تبني السلوك الصحي قد تمثل في "الالتزام بطرق الوقاية التي ظهرت في الحملات الصحية"، كما تختلف مع دراسة (بن لبدة، 2020) التي توصلت إلى أن أبرز المؤثرات في تبني سلوكيات صحية كان: "توقيت عرض الرسالة الإعلانية

الصحية التوعوية"، وتختلف كذلك مع دراسة (Wang & Zhao, 2020) التي توصلت إلى أن أبرز السلوكيات التي يتبناها المبحوثون كان: "شراء منتجات صحية متنوعة معروضة في الإعلانات الصحية"، كما تختلف مع دراسة (Alsisi et al., 2020) التي توصلت إلى أن أبرز هذه السلوكيات قد تمثل في "مراقبة النظام الغذائي اليومي"، وتختلف أيضاً مع دراسة (السديري، 2019) ودراسة (الزواغي والفتحلي، 2018) اللتين خلصتا إلى أن أبرز السلوكيات التي يتبناها المبحوثون قد تمثل في "إجراء فحص السكر دورياً".

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: (النوع الاجتماعي، والجامعة، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة).

1) النوع الاجتماعي

الجدول (10): اختبار T لدراسة الفروق في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للنوع الاجتماعي.

المستويات	النوع الاجتماعي	العدد (N)	المتوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	درجة الحرية (DF)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	ذكر	186	2.3167	0.51370	362	-0.411	0.682
	أنثى	178	2.3382	0.48538			
مستوى الاهتمام	ذكر	186	2.2970	0.53443	362	0.655	0.513
	أنثى	178	2.2591	0.56981			
مستوى التقييم	ذكر	186	2.2473	0.53596	362	-0.440	0.660
	أنثى	178	2.2715	0.51442			
مستوى التبني	ذكر	186	2.2630	0.58968	362	0.840	0.401
	أنثى	178	2.2109	0.59117			

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول (10) عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير نوعهم الاجتماعي.

2) الجامعة

الجدول (11): اختبار (Anova) لدراسة الفروق في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجامعة

المستويات	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	بين المجموعات	2.157	3	0.719	2.928	0.034
	داخل المجموعات	88.403	360	0.246		
	المجموع	90.561	363			
مستوى الاهتمام	بين المجموعات	2.285	3	0.762	2.536	0.057
	داخل المجموعات	108.153	360	0.300		
	المجموع	110.439	363			
مستوى التقييم	بين المجموعات	2.477	3	0.826	3.047	0.029
	داخل المجموعات	97.557	360	0.271		
	المجموع	100.034	363			
مستوى التبني	بين المجموعات	4.730	3	1.577	4.664	0.003
	داخل المجموعات	121.703	360	0.338		
	المجموع	126.433	363			

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way Anova) في الجدول (11) وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، وتقييمهم لها، وتبنيهم للسلوك الصحي نتيجة التعرض لها تبعاً لمتغير الجامعة التي يدرسون فيها، في حين ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائياً في مستوى اهتمام المبحوثين بهذه الإعلانات.

ولمعرفة مصادر هذه الفروق، تم إجراء اختبار (LSD) كما يظهر في الجدول (12).

الجدول (12): اختبار (LSD) لدراسة الفرق في مستويات الوعي والتقييم وتبني السلوك الصحي نتيجة التعرض للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجامعة.

المستويات	فئة الجامعة	المقارنة مع الفئات الأخرى	العدد (N)	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	جامعة جدارا	جامعة اليرموك	92	0.16937*	0.022
		الجامعة الأردنية	93	0.16390*	0.026
		جامعة الشرق الأوسط	90	0.19734*	0.008
مستوى التقييم	جامعة جدارا	جامعة الشرق الأوسط	90	0.23507*	0.003
مستوى التبني	جامعة الشرق الأوسط	جامعة جدارا	89	-0.32358*	0.000
		الجامعة الأردنية	93	-0.18439*	0.033

تشير بيانات الجدول (12) إلى كل مما يلي:

- جاء المبحوثون من طلبة جامعة جدارا في المرتبة الأولى كأكثر الطلبة وعياً بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، يليهم طلبة الجامعة الأردنية، ثم طلبة جامعة اليرموك، وفي المرتبة الأخيرة طلبة جامعة الشرق الأوسط.

- المبحوثون من طلبة جامعة جدارا أكثر تقييماً لأهمية الإعلانات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة الشرق الأوسط، في حين لم يُظهِر المبحوثون من طلبة جامعة اليرموك والجامعة الأردنية أية فروق مع غيرهم من الطلبة المبحوثين.

- جاء المبحوثون من طلبة جامعة جدارا في المرتبة الأولى كأكثر الطلبة الذين يتبنون سلوكاً صحياً نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، يليهم طلبة الجامعة الأردنية، ثم طلبة جامعة الشرق الأوسط، في حين لم يُظهِر المبحوثون من طلبة جامعة اليرموك أية فروق مع غيرهم من الطلبة المبحوثين.

3) نوع الكلية

الجدول (13): اختبار T لدراسة الفرق في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير نوع الكلية.

المستويات	نوع الكلية	العدد (N)	المتوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)	درجة الحرية (DF)	قيمة (T)	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	علمية	182	2.3313	0.52386	362	0.157	0.875
	إنسانية	182	2.3231	0.47526			
مستوى الاهتمام	علمية	182	2.3317	0.50045	362	1.847	0.066
	إنسانية	182	2.2253	0.59499			
مستوى التقييم	علمية	182	2.3156	0.45748	362	2.062	0.040
	إنسانية	182	2.2027	0.58049			
مستوى التبني	علمية	182	2.2967	0.57501	362	1.921	0.056
	إنسانية	182	2.1783	0.60070			

أظهر اختبار (T-Test) في الجدول (13) عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى وعي المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى اهتمامهم بها، ومستوى تبنيهم للسلوك الصحي نتيجة

تعرضهم لهذه الإعلانات تبعاً لمتغير نوع الكلية التي يدرسون فيها، ووجود فروق في تقييم المبحوثين لها. ووفقاً للمتوسطات الحسابية؛ يقوم طلبة الكليات العلمية بتقييم الإعلانات الصحية على منصات التواصل الاجتماعي أكثر من طلبة الكليات الإنسانية.

4) السنة الدراسية

الجدول (14): اختبار (Anova) لدراسة الفروق في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

المستويات	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	بين المجموعات	2.102	4	0.526	2.133	0.076
	داخل المجموعات	88.458	359	0.246		
	المجموع	90.561	363			
مستوى الاهتمام	بين المجموعات	1.479	4	0.370	1.218	0.303
	داخل المجموعات	108.960	359	0.304		
	المجموع	110.439	363			
مستوى التقييم	بين المجموعات	1.234	4	0.309	1.121	0.346
	داخل المجموعات	98.800	359	0.275		
	المجموع	100.034	363			
مستوى التبني	بين المجموعات	0.627	4	0.157	0.448	0.774
	داخل المجموعات	125.805	359	0.350		
	المجموع	126.433	363			

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way Anova) في الجدول (14) عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى وعي المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى اهتمامهم بها، ومستوى تقييمهم لها، ومستوى تبنيهم للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم لهذه الإعلانات تبعاً لمتغيرالسنة الدراسية.

5) مكان الإقامة

الجدول (15): اختبار (Anova) لدراسة الفروق في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مكان الإقامة.

المستويات	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
مستوى الوعي	بين المجموعات	0.209	2	0.105	0.418	0.659
	داخل المجموعات	90.351	361	0.250		
	المجموع	90.561	363			
مستوى الاهتمام	بين المجموعات	0.992	2	0.496	1.636	0.196
	داخل المجموعات	109.447	361	0.303		
	المجموع	110.439	363			
مستوى التقييم	بين المجموعات	0.614	2	0.307	1.114	0.329
	داخل المجموعات	99.420	361	0.275		
	المجموع	100.034	363			
مستوى التبني	بين المجموعات	0.277	2	0.138	0.396	0.673
	داخل المجموعات	126.156	361	0.349		
	المجموع	126.433	363			

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-way Anova) في الجدول (15) عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى وعي المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى اهتمامهم بها، ومستوى تقييمهم لها، ومستوى تبنيهم للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم لهذه الإعلانات تبعاً لمتغير مكان إقامتهم.

ومن ذلك يتضح الثبوت الجزئي لصحة الفرض الأول الذي ينص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في (مستوى الوعي، ومستوى الاهتمام، ومستوى التقييم، ومستوى تبني السلوك الصحي) المترتبة على متابعة الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية". وعليه تم التأكد مما يلي:

- مستوى الوعي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، في حين ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير الجامعة فقط.
- مستوى الاهتمام: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، والجامعة، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة.
- التقييم: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تقييم المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، في حين ثبت وجود فروق تبعاً لمتغيري الجامعة ونوع الكلية التي يدرسون فيها.
- مستوى التبني: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، في حين ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير الجامعة التي يدرسون فيها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي وكل من:

أ. مستوى وعيهم بالإعلانات الصحية.
ب. مستوى اهتمامهم بالإعلانات الصحية.
ج. تقييمهم للإعلانات الصحية.
د. مستوى تبني السلوك الصحي نتيجة التعرض للإعلانات الصحية.

الجدول (16): معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة التعرض للإعلانات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات تأثير الإعلانات على المبحوثين.

	درجة التعرض للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي		
مستوى الوعي	التكرار (N) 364	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) 0.073	مستوى الدلالة 0.167
مستوى الاهتمام	التكرار (N) 364	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) 0.149**	مستوى الدلالة 0.004
مستوى التقييم	التكرار (N) 364	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) 0.126*	مستوى الدلالة 0.016
مستوى التبني	التكرار (N) 364	معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) -0.002	مستوى الدلالة 0.963

تشير معاملات ارتباط بيرسون في الجدول (16) إلى ما يلي:

- عدم وجود علاقة ارتباط بين **كثافة تعرض** المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي **ومستوى وعيهم بأهمية هذه الإعلانات**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.073) عند مستوى الدلالة (0.167)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

- وجود علاقة ارتباط إيجابية بين **كثافة تعرض** المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي **ومستوى اهتمامهم بهذه الإعلانات**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.149) عند مستوى الدلالة (0.004)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت درجة متابعة المبحوثين للإعلانات الصحية في مواقع التواصل الاجتماعي زاد مستوى اهتمامهم بها.
- وجود علاقة ارتباط إيجابية بين **كثافة تعرض** المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي **ومستوى تقييمهم لهذه الإعلانات**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (*0.126) عند مستوى الدلالة (0.016) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)، الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زادت درجة متابعة المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي زادت درجة تقييمهم لهذه الإعلانات.
- عدم وجود علاقة ارتباط بين **كثافة تعرض** المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي **ومستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على هذه المواقع**، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.002-) عند مستوى الدلالة (0.963)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

ومن ذلك يتضح الثبوت الجزئي لصحة الفرض الثاني، وهو "وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى اهتمامهم بهذه الإعلانات، ومستوى تقييمهم لها، وعدم وجود علاقة ارتباط بين كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بأهمية هذه الإعلانات، ومستوى تبنيهم للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم لهذه الإعلانات".

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من **النتائج** أبرزها:

- بلغت نسبة من يتعرضون للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي (91%)، للعديد من الأسباب أبرزها: "يمكنني حفظ الإعلان الصحي في الأرشيف والرجوع إليه وقت الحاجة".
- بلغت نسبة المبحوثين الذين يتعرضون للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمدة "أقل من ساعة أسبوعياً" (36.8%)، وجاء "الفيسبوك" و"اليوتيوب" في مقدمة المواقع التي يتابع من خلالها المبحوثون هذه الإعلانات.
- أبرز آثار الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في مستوى وعي المبحوثين تمثل في "المحافظة على الصحة والنظافة الشخصية"، تلاه "استخدام السواك والفرشاة والمعجون للمحافظة على أسناني".
- أبرز العبارات التي تعكس اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في: "أهتم بمعرفة أنماط السلوك الخطرة على الصحة لتجنبها"، و"أهتم بمتابعة الإعلانات الصحية لزيادة ثقافتي الصحية".
- أبرز تقييمات المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في: "إرفاق الإعلانات الصحية بالصور والفيديوهات يجذبني إليها"، و"تستطيع الإعلانات الصحية توفير الكثير من المعلومات الصحية".
- تمثلت أبرز العبارات موافقةً في مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي في: "ترشدني إلى الاهتمام بالنظافة الشخصية والاستحمام يومياً"، و"ترشدني إلى اتخاذ الإجراءات اللازمة للوقاية من الأمراض المعدية".
- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى وعي المبحوثين بأهمية الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، في حين ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير الجامعة.
- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اهتمام المبحوثين بالإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، والجامعة، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة.

- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، في حين ثبت وجود فروق تبعاً لمتغيري الجامعة ونوع الكلية التي يدرسون فيها.
- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تبني المبحوثين للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية التالية: النوع الاجتماعي، ونوع الكلية، والسنة الدراسية، ومكان الإقامة، في حين ثبت وجود فروق تبعاً لمتغير الجامعة التي يدرسون فيها.
- وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كثافة تعرض المبحوثين للإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى اهتمامهم بهذه الإعلانات، ومستوى تقييمهم لها، وعدم وجود فروق بين كثافة تعرضهم لهذه الإعلانات ومستوى وعيهم بأهميتها، ومستوى تبنيهم للسلوك الصحي نتيجة تعرضهم لهذه الإعلانات.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وبعد تقديم وجهة نظر الباحثين في نتائج هذه الدراسة، فإن الباحثين يوصيان بالآتي:

- إيلاء التوعية الصحية للجمهور المزيد من الاهتمام، ووضعها كأولوية ضمن الأجندات الإعلامية لمختلف المؤسسات داخل الأردن، خصوصاً في ضوء انتشار وباء فيروس كورونا المستجد في العالم.
- السماح للمواطنين بالمساهمة في تحديد الموضوعات الصحية التي تثير اهتمامهم عبر تبني الأولويات والتعبير عنها من خلال الإعلانات الصحية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي وباقي وسائل الإعلام الأخرى، إلى جانب قيام الهيئات الصحية باستخدام هذه الشبكات في تشكيل الوعي الصحي للجمهور.
- ابتكار أساليب وطرق ووسائل جديدة لتشكيل الوعي الصحي لدى الجمهور، وعدم الاقتصار على الإعلانات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث تعمل مختلف الهيئات والجهات ذات العلاقة على توفير تغطية شاملة ومتكاملة ومتوازنة لمختلف القضايا والمشكلات والموضوعات الصحية، بحيث تكون قائمة على آراء طبية موثوقة ومتخصصة.
- التركيز على الفيديوهات والصور التي تتناول الموضوعات الصحية؛ نظراً لقدرتها على توعية وجذب اهتمام الجمهور لمتابعة المحتوى الإعلامي.
- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث التي تتناول موضوعات التوعية الصحية نحو قضايا محددة مثل وباء فيروس كورونا المستجد وغيره من الأمراض والأوبئة.

The Role of Health Advertisements on Social Media Networks in the Adoption of Healthy Behavior among Jordanian University Students: A Field Study

Khalaf Lafee Alhammad and Shatha Abdullah Irshaidat
Faculty of Media, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Abstract

This study identifies the role of health advertisements on social media networks on the adoption of healthy behavior among Jordanian university students. This research, being classified as a descriptive study, has relied on the theory of the spread of innovations and applied an online/electronic questionnaire to a sample that consisted of (400) respondents in accordance with the quota sample. The study found that (91%) of the research sample follow health advertisements through social media platforms for many reasons, such as that they "can save a health advertisement in the archive and refer to it whenever needed", with Facebook and YouTube being the social media outlets that are most followed by the participants. Furthermore, the main effect of those health advertisements on the level of respondents' awareness is in "maintaining a healthy personal hygiene", while the most important participants' observation of this type of ads on social media networks revolves around the fact that "whenever health advertisements have pictures and videos, that would attract the research sample more". Meanwhile, the most significant effect of health advertisements on social media networks on the adoption of healthy behavior among the respondents is in "guiding me to pay attention to personal hygiene and take a bath everyday".

Keywords: Role, Health advertisements, Social Media Networks, Healthy behavior**.**

الهوامش

1(*) الأساتذة المحكمون الذين قاموا بتحكيم أداة الدراسة:

- د. كامل خورشيد، قسم الصحافة/ كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط.
- د. غالب شطناوي، قسم العلاقات العامة والإعلان/ كلية الإعلام/ جامعة اليرموك.
- د. عامر خالد أحمد، قسم الصحافة والإعلام الرقمي/ كلية الإعلام/ جامعة الزرقاء.

المراجع العربية

أبو طعمية، حسام. (2008). **الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق**. ط1. دار الفاروق للنشر والتوزيع. عمان. الأردن

آل سعود، نايف بن ثنيان بن محمد. (2014). تأثير وسائل الإعلام ودورها في زيادة الوعي الصحي لدى المجتمع السعودي: دراسة مسحية. **مجلة الآداب**، 26(3).

بلبول، موسى. (2013). السلوك الصحي لدى الرياضيين: دراسة لبعض فرق الرابطة الوطنية للهواة لكرة القدم في الشرق الجزائري. **مجلة الإبداع الرياضي**، 83(9).

بن لبدة، سليمان فيحان فيصل. (2020). دور إعلانات حملات التوعية الصحية في وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز مشاركة المجتمع السعودي. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، 1(19).

الحاج، كمال. (2020). **نظريات الإعلام والاتصال**. ط1. الجامعة الافتراضية السورية.

الزواغي، هشام محمد، والفتحلى، نوال عبد الله. (2018). أثر السلوك الصحي واتجاهاته على طلبة كلية التربية البدنية في جامعة الزاوية. **مجلة علوم التربية الرياضية والعلوم الأخرى**، 1(3).

السديري، سحر صالح. (2019). دور الحملات الإعلامية الصحية في التأثير على السلوكيات الوقائية للأسرة السعودية :دراسة مسحية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، 1(25).

السريتي، ولاء فايز. (2020). دور الحملات الإعلامية في قنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية. **مجلة البحوث الإعلامية**، 4 (54).

صالح، امتياز. (2008). تطوير أنموذج مقترح لدور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية لطلبة المرحلة الثانوية في الأردن. **أطروحة دكتوراه غير منشورة**، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

الصيفي، حسن نيازي. (2018). العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلكين نحو إعلانات الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باستجابتهم السلوكية. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، 1(19).

عبد الحميد، محمد. (1998). **الاتصال واتجاهات التأثير**. ط2. عالم الكتب للنشر، القاهرة.

عبد الحميد، محمد. (2004). **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**. عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة.

الفرم، خالد بن فيصل. (2016). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومة بمدينة الرياض السعودية. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، 1(14-15).

فياض، محمد أحمد. (2015). دور الإعلام الجديد في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين: دوافع التعرض والإشباعات المتحققة. **مجلة كلية الفنون والإعلام**، 1(2).

الكامل، فرج. (2001). **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها**. إدارة النشر للجامعات، القاهرة.

المزاهرة، منال هلال. (2018). **نظريات الاتصال**. ط2. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمّان.

المساوي، محمد طلال عباس. (2020). اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم: دراسة ميدانية بالتطبيق على الأزمة الصحية لفيروس كورونا المستجد. **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، 1(20).

ملفين ديفلر,ساندرا روكيتش. (1991). **نظريات وسائل الاعلام**. ترجمة كمال عبد الرؤوف. الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.

Arabic References in English

Abdul Hamid, Mohammad. (1998). *Communication and influence directions*. World of Books for Publishing and Distribution, Cairo.

Abdul Hamid, Mohammad. (2004). *Scientific research in media studies*. World of Books for Publishing and Distribution, Cairo.

Abu Tamiya, Hossam. (2008). *Advertising and consumer behavior between theory and practice*. Dar Al Farouq for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

Al Saud, Nayef bin Thunayan bin Mohammad. (2014). The influence of media and its role in raising health awareness in Saudi society: A survey study. *Journal of Arts*, 26 (3).

Al-Farm, Khalid bin Faisal. (2016). The use of social media in health awareness of corona disease: An applied study on medical cities and their governmental hospitals in Riyadh, Saudi Arabia. *The Arab Journal of Media and Communication Research*, 1 (14,15).

Alhajj, Kamal. (2020). *Media and communication theories*. Syrian Virtual University.

Alkamil, Faraj. (2001). *Media and public opinion research: Design, conduct and analysis*. Publication Administration for Universities, Cairo.

Al-Masawi, Mohammad Talal Abbas. (2020). The Saudi public's attitudes towards the role of the new media in spreading health awareness: A field study by applying to the health crisis of the emerging Corona virus (Covid-19). *The Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 1(20).

Al-Mazahra, Manal Helal. (2018). *Communication theories*. Dar Al Masirah for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

Al-Sariti, Walaa Fayez. (2020). The role of media campaigns on children's channels in spreading health awareness about the Corona virus and its effects on middle school students. *Journal of Media Research*, 4 (54).

Al-Sudairy, Sahar Saleh. (2019). The role of health media campaigns in influencing the protective behaviors of the Saudi family: A survey study. *The Arab Journal of Media and Communication Research*, 1 (25).

Al-Zawaghi, Hisham Mohammad and Al-Fathly, Nawal Abdullah. (2018). The impact of health behavior and its trends in students of the Faculty of Physical Education, University of Al-Zawiya. *Journal of Physical Education Sciences and Other Sciences*, 1(3).

Bin Libdeh, Suleiman Fayhan Faisal. (2020). The role of advertisements for health awareness campaigns in the new media in enhancing the participation of Saudi society. *The Scientific Journal of Public Relations and Advertising Research*, 1(19).

Bulbul, Mousa. (2013). The health behavior of athletes: A study of some teams of the national amateur football league in eastern Algeria. *Journal of Sports Creativity*, 83 (9).

Devler, Melvin and Rukitsh, Sandra. (1991). *Media theories*. Translated by Kamal Abdel Raouf, International House for Publishing and Distribution, Cairo.

Fayyad, Mohammad Ahmed. (2015). The role of new media in promoting health awareness among young people in the Kingdom of Bahrain: Motives for exposure and achieved gratifications. *Journal of the College of Arts and Media*, 1(2).

Saifi, Hassan Niazi. (2018). Factors affecting consumers' attitudes toward social network advertising and its relationship to their behavioral response. *The Arab Journal of Media and Communication*, 1(19).

Saleh, Imtiaz. (2008). Developing a proposed model for the role of media in the process of socialization for secondary school students in Jordan. Unpublished Doctoral Thesis, The University of Jordan, Amman, Jordan.

English References

Ahmad, A. R., & Murad, H. R. (2020). The impact of social media on panic during the COVID-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: Online questionnaire study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e19556.

Al-Dmour, H., Salman, A., Abuhashesh, M., & Al-Dmour, R. (2020). Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: An integrated model. *Journal of Medical Internet Research*, 22(8), e19996.

Alsisi, E. A., Al-Ashaab, A., & Abualfaraa, W. A. (2020). The development of a smart health awareness message framework based on the use of social media: A quantitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(7), e16212.

Balatsoukas, P., Kennedy, C. M., Buchan, I., Powell, J., & Ainsworth, J. (2015). The role of social network technologies in online health promotion: A narrative review of theoretical and empirical factors influencing intervention effectiveness. *Journal of Medical Internet Research*, 17(6), e3662.

Chauhan, K., & Pillai, A. (2013). Role of content strategy in social media brand communities: A case of higher education institutes in India. *Journal of Product & Brand Management*, 22(1).

Maher, C. A., Lewis, L. K., Ferrar, K., Marshall, S., De Bourdeaudhuij, I., & Vandelanotte, C. (2014). Are health behavior change interventions that use online social networks effective? A systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 16(2), e2952.

Zhao, J., & Wang, J. (2020). Health advertising on short-video social media: A study on user attitudes based on the extended technology acceptance model. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(5), 1501.

توظيف تقنيات الهواتف الذّكية في الإنتاج التلفزيوني في الأردن: دراسة مسحيّة

حاتم علاونة * و مازن النادي *

تاريخ الاستلام 2021/10/18 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.4 تاريخ القبول 2022/04/07

الملخص

هدفت هذه الدّراسة إلى التعرف إلى مدى توظيف تقنيات الهواتف الذّكية في عملية الإنتاج التلفزيوني في الأردن. وقد اعتمد الباحثان في تنفيذ هذه الدّراسة المنهج المسحي من خلال استخدام الاستبانة كأداةٍ لتنفيذ الدّراسة، وتكوّن مجتمع الدّراسة من العاملين في قطاع الإنتاج التلفزيوني الحكومي والخاصّ في الأردن، ممثلاً بـ: مؤسسة الإذاعة والتّلفزيون الأردني، وقناة المملكة، والقنوات الفضائية الخاصّة، وشركات الإنتاج التلفزيوني. وطُبِّقت الدراسة على عيِّنة قوامُها (340) مفردة من العاملين في هذه المؤسّسات. وتوصّلت الدّراسة إلى مجموعةٍ من النّتائج أهمُّها: أنّ تقنيات الهواتف الذّكية ساهمت في تخفيض التّكلُفة والوقت والجهد في عملية إنتاج المحتوى التّلفزيوني بدرجة تأثير مرتفعة، وأنّ أكثر ثلاثة تطبيقات مستخدمة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني لدى عيِّنة الدّراسة أولها تطبيق Open Camer بنسبة بلغت (15.4%)، يليه تطبيق Cinema 4K بنسبة بلغت (14.8%)، ثمّ تطبيق Adobe-premiere وبنسبة بلغت (14.1%)، وأن أكثر ثلاثة قوالب أو أشكال برامجيّة تُستخدم في عمليّة الإنتاج التلفزيوني لدى عيّنة الدّراسة كانت قالب "الفيتشر/ الإبراز" بنسبة بلغت (27.5%)، تلاه قالب "الأفلام الوثائقيّة" وبنسبة بلغت (19.7%)، ثمّ "التقارير التلفزيونيّة" بنسبة بلغت (18.3%). وتُوصي الدّراسة بضرورة استحداث وحدات خاصّة تُعنى بالإنتاج التلفزيوني من خلال الهواتف الذكيّة في الفضائيات الأردنيّة.

الكلمات المفتاحية: تقنيات، هواتف ذكية، إنتاج تلفزيوني.

المقدمة

مما لا شكّ فيه أنّ تطوّر الهواتف الذكيّة أكبر دليل على أنّ هناك نوعاً من الإبداع التراكمي؛ فقد قطعت التكنولوجيا شوطاً طويلاً منذ ابتكار أول هاتف محمول وحتى يومنا هذا، حيث تحتوي الهواتف الذكيّة على تقنيات تكنولوجيّة تتمثّل في شاشات لمس كبيرة، وكاميرات ذات جودة عالية، وميزات عالية التقنية، والتسجيل الصوتي، وإمكانيّة تشغيل البرمجيّات المتخصّصة بمعالجة الصوت والصورة، مثل: التعرُّف إلى الوجه وغيرذلك من الميِّزات.

وفي بداية الأمر، كان استخدام الهواتف المحمولة لإجراء المكالمات فقط، وما لبثت أن تطوّرت حتّى أُضيفت إليها التحسينات والميّزات الجديدة فأصبحت متعدّدة الاستخدامات، مثل الاستماع إلى الموسيقى، وتصفُّح الويب، وتشغيل الألعاب، ومشاهدة مقاطع فيديو على اليوتيوب **YouTube** وانتاج المحتوى التلفزيوني (Benabdel Ali, 2015).

وتشير دراسة صادرة عن البنك الدّولي إلى أنّ عدد الهواتف الذكيّة المستخدمة في أنحاء العالم بين عامي (2010 و2019) قفز من أقلّ من مليار هاتف إلى نحو (7) مليارات هاتف، فصارت الهواتف الذّكية بالفعل أضخم "آلة" شهدها العالم على الإطلاق وأكثرها إنتشاراً (International Bank for Reconstruction and Development, 2019).

ولعلّ أبرز الاستخدامات الحديثة للهواتف الذكيّة تصوير الموادّ الإعلاميّة من أخبار مصوّرة، وفعاليّات ومؤتمرات، كما امتدّ ذلك إلى تصوير الأفلام السينمائيّة والبرامج التلفزيونيّة القصيرة، حتّى تحول الهاتف الذكي إلى أداة أساسية في الإنتاج الإعلامي (Khamael, 2020).

وعلى مستوى الإنتاج التلفزيوني في القطاعين العامّ والخاصّ في الأردن، فقد تمت الاستعانة بتلك الهواتف الذكيّة في القنوات التلفزيونية من خلال تنفيذ حوار كامل وإجراء عمليات فنيّة، كـ"المونتاج والصوت" والبثّ، وفي نقل الوقائع بشكل

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* كلية الاعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

مباشر، وإنتاج الأفلام الوثائقية القصيرة، مما قلّص الحاجة للتكاليف العالية اللازمة في الإنتاج التلفزيوني التقليدي(Nahar, 2017).

ومن التجارب الناجحة في هذا المجال عربياً تجربة تلفزيون "الآن"، وهي قناة تلفزيونية فضائية تبثُّ للوطن العربي من مقرّها في دبي، حيث تبنّت في العام (2018) فكرة جديدة في مضمار الإعلام الرقمي وإعلام الموبايل، وذلك بتدشينها تطبيق "خبّر" الذي طوّرته شركة "ستارت ابز" الأردنية المتخصّصة في مضمار التحول الرقمي والتطبيقات الذكيّة (Maddy, 2018).

ويعتبر إطلاق هذا التطبيق تحوّلاً رقمياً كبيراً، كونه يعزز من تفاعل الجمهور مع محتوى التلفزيون يتيح للأفراد من مختلف الدول المشاركة في صناعة الخبر، ويساعدهم على أن يصبحوا مراسلين صحفيين للمؤسسات الإعلاميّة والقنوات الفضائيّة؛ من خلال استخدامهم للتطبيقات الحديثة التي تمكّنهم من بناء وإنتاج المحتويات الإعلاميّة المدمّجة من النصوص والصور والفيديوهات؛ ليتمّ نشرها وبثّها على شاشات التلفزيون من خلال هذه التطبيقات، دون الحاجة إلى التجهيزات الثقيلة من المعدّات والكاميرات التي كانت تأخذ وقتاً وجهداً كبيرين (Rizwan, 2016).

وبناءً على ما سبق، فإنّ الباحثَين يسعيان في هذه الدّراسة إلى استعراض تجربة استخدام الهواتف الذكية، وأهمّ الخصائص الفنية المتّبعة في عملية إنتاج البرامج التلفزيونيّة، ونوعيّة البرمجيات والتّطبيقات المستخدمة، وأهمّ المراحل الرئيسية للإنتاج التلفزيوني من خلالها، الى جانب إبراز مستويات التكلفة والجهد والوقت المستخدمة في عمليّة الإنتاج.

مشكلة الدّراسة

أدّى إنتشار النسخة السّادسة من بروتوكول الإنترنت **IPV**6 لدى مقدّمي خدمات الاتّصالات المتنقلة في منطقة الشرق الأوسط إلى رواج الأجهزة اللوحيّة والهواتف الذكيّة، والذي يشهد معدل نمو قدره (5%) سنوياً. وتشير إحصائيات موقع ستاتستا **Statista** إلى أعداد هذه النوعية من الأجهزة حتى نهاية العام (2021) وصلت إلى نحو (14.91) مليار جهاز ذكي بعد أن بلغت (14.2) مليار جهاز حتى نهاية العام (2020)، ومن المتوقع أن تصل أعدادها إلى (18.22) مليار جهاز بحلول عام 2025، بزيادة قدرها (4.2) مليار جهاز، بمعدل نمو مركب قدره (22.2%)(Statista, 2021).

ومن خلال ملاحظة الباحثين للتقدم الكبير في مجال الإنتاج الإعلامي، وما صاحبه من تطوّر في أساليب التقنية الحديثة التي تمّ تطويعها في إنتاج البرامج التلفزيونيّة على القنوات الفضائيّة، الأمر الذي أدّى إلى التحرر من الأساليب والأدوات التقليديّة في إنتاج الموادّ الإعلاميّة، وما حدث من توجُّهٍ كبيرٍ نحو الاعتماد على تقنية الهواتف الذكيّة بفضل ما تملكه من تقنيات وإمكانات دقيقة وسريعة في التصوير والمونتاج، وجودة عاليّة في الصوت والصورة، وما تملكه من إمكانات في نقل مقاطع الفيديو القصيرة على يوتيوب وغيرها من برامج التواصل الاجتماعي، ونقل الأخبار العالمية، وتصوير الفعاليّات والأحداث والمؤتمرات، ونقلها بشكل مباشر على الشاشات الفضائية، فقد تبلورت فكرة هذه الدّراسة التي تهدف إلى تسليط الضوء على مدى قدرة الهواتف الذكيّة بتقنياتها المتعدّدة على إنتاج المحتوى التلفزيوني في الفضائيات الأردنيّة وشركات الإنتاج التلفزيوني.

لذا، فإنّ مشكلة الدّراسة الحالية تكمن في سعيها إلى الإجابة عن تساؤلها الرئيس: **ما مدى توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني في الأردن؟**

أهمية الدّراسة

تبرز أهمية الدّراسة في جانبين: نظري وتطبيقي، ويمكن بيان ذلك على النحو التالي:

الأهميّة النظريّة

1. تساعد على إثراء جانب مهمّ من مجالات الدّراسات الإعلاميّة، وخاصّة فيما يتعلق بأدوات الإنتاج التلفزيوني المعتمِد على تقنيات الهواتف الذكيّة.
2. تتيح الدّراسة الحاليّة تكوين إطارٍ نظري يهتمّ بجمع المفردات التي تخصّ متغيّرات الدّراسة، مما سيوفّر مرجعاً علمياً عنها.
3. تثري المكتبات العربية بشكل عامّ والمكتبات الأردنيّة بشكل خاصّ، وتكون داعماً ومنطلقاً لدراساتٍ وأبحاث أخرى في ذات الموضوع الذي قلّما تناوله الباحثون محلياً وعربياً، في حدود علم الباحثين.

الأهمية التطبيقية

1. إبراز إمكانيّة الاستغناء عن الأساليب التقليديّة في الإنتاج التلفزيوني، والتوجُّه إلى التقنيات الرقميّة الحديثة.
2. تتيح محاور ونتائج هذه الدراسة للمتدربين والعاملين في قطاع الإنتاج التلفزيوني معرفة أبرز المهارات الأساسيّة التي تتيحها الهواتف الذكيّة في عمليّة إنتاج البرامج التلفزيونيّة.
3. تسليط الضوءعلى أهمّ البرمجيّات والتطبيقات المتميِّزة في الهواتف الذكيّة، المستخدمة في عمليّة إنتاج البرامج التلفزيونيّة.
4. توضيح مدى قدرة تقنيات الهواتف الذكيّة المستخدمة في الإنتاج التلفزيوني على توفير التكلفة الماديّة والجهد المبذول والوقت المستنفذ في إنتاج المواد التلفزيونيّة بأنواعها المختلفة.

النظرية المستخدمة: نظرية انتشار المبتكرات

تعتبر نظرية روجرزلانتشار المبتكرات إحدى النظريات الأساسية فى العصر الحديث، وتختص بظاهرة تبني المجتمعات للمخترعات الجديدة. والمقصود بالانتشار: أنه هو العملية التي يتم من خلالها المعرفة حول ابتكار أو اختراع ما، من خلال عدة قنوات اتصالية بين أفراد النسق الاجتماعي، فقد وجد أن هناك علاقة بين انتشار المبتكرات وحدوث التغير الاجتماعي، وتعتمد درجة انتشار المبتكرات على فعالية الاتصال داخل النسق الاجتماعي بحيث يتم انتشار الفكرة الجديدة، عبر مراحل من المعرفة والإدراك والتجريب (Al-Faisal, 2014:559).

وتمر عملية تبني الأفكار والأساليب المبتكرة، بعدة مراحل على النحو والترتيب التالي:

1. مرحلة المعرفة (الفكرة): في هذه المرحلة، يسمع الفرد بالفكرة الجديدة أو المبتكرة لأول مرّة، ولا يستطيع أحد الجزم بما إذا كان هذا الوعي يأتي عفوياً أو مقصوداً، وهذه المرحلة تعتبر مفتاح الطريق للمراحل التي تليها.
2. مرحلة الإقتناع (الاهتمام): أما هذه المرحلة ففيها تتولد لدى الفرد رغبة في التعرف إلى وقائع الفكرة، والسعي إلى المزيد من المعلومات بشأنها. ويصبح الفرد أكثر ارتباطاً من النّاحية النفسية بالفكرة أو بالابتكار.
3. مرحلة القرار: وفي هذه المرحلة، يزن الفرد ما تجمع لديه من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة أو الابتكار، في ضوء موقفه وسلوكه والأحوال السائدة في الحاضر، وما يتوقعه مستقبلاً، وينتهي به الأمر إلى أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العملي.
4. مرحلة التجريب: يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق على سبيل التجربة، لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة. فإذا ما اقتنع بفائدتها، فإنّه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بها فإنّه يرفضها.
5. مرحلة التبني: تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي؛ فالفرد قد انتهى إلى قرار بتبني الفكرة المستحدثة بعد أن اقتنع بجدواها وفوائدها (Afifi, 2020:40).

فرضية النظرية

تقوم هذه النظرية على افتراض أنّ قنوات ووسائل الإعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، حيث تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة (Zayed, 2020:13).

الربط بين الدراسة والنظرية

أفاد الباحثان من هذه النظرية في دراستهما في اختبار هذه الفرضية، بل وبناء فرضيات دراستهما وأسئلتها وفقاً للمحددات التي وضعتها هذه النظرية باعتبار استخدام الهواتف الذكية في بناء الرسالة الإعلامية ابتكاراً أساسياً في عالم الإعلام ويرتبط ارتباطاً مباشراً بصناعة الرسائل الإعلامية.

أهداف الدّراسة

تهدف الدّراسة الحاليّة الى التعرُّف إلى مدى توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني في الأردن، وتتفرع عن هذا الهدف الرئيس مجموعةً من الأهداف الفرعيّة تتمثل بالتعرُّف إلى:

1. الخصائص الفنيّة للهواتف الذكيّة المستخدمة في عمليّة إنتاج البرامج التلفزيونيّة.
2. أهمّ البرمجيات، التطبيقات في الهواتف الذكيّة، المستخدمة في عمليّة إنتاج البرامج التلفزيونيّة.
3. المراحل الرئيسية التي تُستخدم فيها الهواتف الذكيّة في عملية إنتاج البرامج التلفزيونيّة.
4. تأثير استخدام تقنيات الهواتف الذّكية في عملية إنتاج البرامج التلفزيونيّة على مستويات التكلفة والجهد والوقت.
5. إيجابيّات وسلبيّات استخدام الهواتف الذّكيّة في الإنتاج التلفزيوني.
6. إمكانيّات الهواتف الذّكيّة في عملية إنتاج البرامج التلفزيونيّة.

تساؤلات الدّراسة

تسعى الدّراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى توظيف تقنيات الهواتف الذّكيّة في الإنتاج التلفزيوني في الأردن؟ وتتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعيّة على النّحو التالي:

1. ما درجة استخدام الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني لدى أفراد عيّنه الدّراسة ؟
2. ما أهمّ التطبيقات المستخدمة من خلال الهواتف الذكيّة في تسجيل الصورة والصوت وتنفيذ عملية المونتاج لدى عيِّنة الدّراسة؟
3. ما القوالب والأشكال البرامجيّة التي يتم إنتاجها من خلال الهواتف الذكيّة لدى عينة الدّراسة؟
4. ما درجة اعتماد عيّنة الدّراسة على الهواتف الذكيّة في عملية الإنتاج التلفزيوني؟
5. ما أهمّ الخصائص التقنيّة للهواتف الذكيّة، المستخدمة في عملية الإنتاج التلفزيوني لدى عيِّنة الدّراسة؟
6. ما تأثير توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني على مستوى التكلُفة والوقت والجهد لدى عيِّنة الدّراسة؟
7. ما الإمكانيات التقنية للهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني لدى عيِّنة الدّراسة؟
8. ما إيجابيات وسلبيات توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني لدى عينة الدّراسة؟

الدّراسات السابقة

قام الباحثان بالبحث في مصادر المعلومات المكتبية والإلكترونية عن الدّراسات السابقة المتعلِّقة بموضوع الدّراسة الحاليّة. وقد اتبعا في استعراض الدراسات السابقة التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم. ولكي تكون الدراسات شاملة وتخدم موضوع البحث، تمّ اختيار دراسات عربية وأخرى أجنبيّة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الدّراسات العربيّة

1. **دراسة نور (2020) بعنوان: استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام: الجزيرة أنموذجاً.** هدفت هذه الدّراسة إلى البحث في التحوّلات التي أحدثها استخدام الهاتف المحمول في إنتاج المحتوى الإعلامي عربياً، مع الوقوف على بعض التّجارب العالميّة، ودور إدخال الهاتف كوسيلة في إنتاج المحتوى الإعلامي. وقد اعتمدت الدّراسة المنهج الوصفي باستخدام أداتي المقابلات المعمَّقة والملاحظة الشخصيّة لجمع البيانات وتحليلها، وشكّلت شبكة الجزيرة الإعلامية-ومقرها الرئيس بالدوحة- إضافة لمدربي ومنتجي وناشري محتوى مجال صحافة الموبايل في مؤسسات مختلفة مجتمعاً للدراسة.وقد أظهرت نتائج الدّراسة أنّ استخدام الهاتف المحمول أحدث تغييراً في سلوك وإنتاج المحتوى الإعلامي، عبر رفده بأشكالٍ وقوالب صحفية جديدة في السرد القصصي والعمق البصري، كقوالب الرسوم المتحرِّكة، إضافةً لتسريعه عملية الإنتاج، لاسيّما إبّان الإجراءات الصحّيّة الاحترازية التي فرضها انتشار فيروس كورونا في العالم في الرّبع الأوّل من سنة 2020.

2. **دراسة الهواري وأحمد (2019) بعنوان: استخدامات القائمين بالاتّصال للتطبيقات الاتّصاليّة للهواتف الذكيّة: دراسة ميدانيّة للقنوات الإقليميّة المصريّة.** هدفت هذه الدّراسة إلى التعرُّف إلى استخدامات القائمين بالاتّصال للتطبيقات الاتّصاليّة للهواتف الذكية في قناتي القاهرة والصعيد، والتعرُّف إلى الفروق بين استخدامات القائمين بالاتصال لأشكال التطبيقات الاتّصاليّة للهواتف الذكية.وتنتمي هذه الدّراسة إلى الدّراسات المسحيّة التي تستخدم المنهج الوصفي، وقد تمّ جمع البيانات عن طريق صحيفة استبيان طُبِّقت على عيِّنة قوامُها (200) مُفردة من القائمين بالاتّصال من مُستخدمِي تطبيقات الهواتف الذكيّة في قناتي القاهرة والصعيد.وتوصّلت الدّراسة إلى وجود فروق دالّة إحصائيّاً بين استخدامات القائمين بالاتّصال لأشكال التطبيقات الاتّصالية للهواتف الذكيّة في قناتي القاهرة والصعيد في اتّجاه قناة القاهرة. وقد بلغت قيمة (ت) (4.21**)، وهي دالّة عند مُستوى (0.01)، إلى جانب وجود علاقة ارتباطيّة دالّة إحصائيّاً بين استخدامات القائمين بالاتّصال في قناة القاهرة وقناة الصعيد للتطبيقات الاتّصالية للهواتف الذكيّة ونشر المضامين الإعلاميّة. وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0.28**)، وهي دالة عند مُستوى (0.01).

3. **دراسة الصاوي (2019). بعنوان: تطبيقات الهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة في مراكز الوثائق والأرشيف: دراسة تحليليّة.** هدفت هذه الدّراسة إلى التعرف إلى تطبيقات الهواتف الذكية المتعلّقة بمراكز الوثائق والأرشيف، وأسباب استخدامها، وأهميتها في تعزيز الخدمات المُقدَّمة للمستفيدين، وسماتها، والتحديّات التي واجهت مراكز الوثائق والأرشيف في تطوير تطبيقات للهواتف الذكيّة. شملت الدّراسة تطبيقات الهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة في ثلاثة أرشيفات وطنيّة: الولايات المُتّحدة، والمملكة المتحدة، والإمارات العربية المُتّحدة. وقد استخدمت الدّراسة منهج المسح الوصفي، واستعانت بقائمة نقاط مقترحة لتحليل سمات هذه التطبيقات. وكشفت الدّراسة عن إنشاء الأرشيفات لسبعة عشر (17) تطبيقاً للهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة، وشكّلت التطبيقات ذات التغطية الموضوعيّة السياسيّة أكثر من نصف التطبيقات التي أنشأتها الأرشيفات الوطنيّة بنسبة (53%)، تلتها التطبيقات ذات التغطية التاريخيّة بنسبة (17.5%).

4. **دراسة علي (2018). بعنوان: أنماط التفاعليّة لمستخدمي الهواتف الذكيّة: دراسة كيفيّة.** هدفت هذه الدّراسة التعرُّف إلى أنماط التفاعليّة التي يقوم بها الشباب المصري على الهواتف الذكيّة، ومحاولة التعرُّف إلى أهمِّيّة وأنماط ومجالات التعرُّض للتكنولوجيا النقالة، ومعرفة طبيعة السياقات الاجتماعيّة، من حيثُ النشاط والمكان والتوقيت لاستخدام الهواتف الذكيّة. وقد اعتمدت الباحثة المنهج الكيفي الذي يتضمن فهماً محدداً للعلاقة بين القضيّة والمنهج ؛ إذ إنّه يقوم بفهم الظاهرة في ظروفها التي تمّت فيها، وتمثّل مجتمع الدّراسة في الشباب المصري الذي يستخدم الهاتف الذكي والذين تتراوح أعمارهم بين (18-35) عاماً من مختلف المستويات التعليميّة، وأجريت الدراسة على عيّنة قوامُها (15) فرداً لتسجيل يومياتهم لمدّة (7) أيام. وأظهرت نتائج الدّراسة وجود اتّجاه كبير نحو كثافة عدد الساعات اليوميّة لاستخدام الهاتف الذكي، ووجود تنوّع في فترات استخدام المبحوثين للهاتف النّقال، واتضح أنّ أصدقاء الدّراسة والعمل هم أكثر الفئات التي يتم التواصل معها من خلال الرسائل الاتّصاليّة عبر الهاتف الذكي معظم أيّام الأسبوع، وأنّ أكثر التطبيقات استخداماً من قبل المبحوثين، هي: واتساب وفيسبوك وماسنجر.

5. **دراسة العنانبة (2018) بعنوان: دور الهاتف الخليوي الذكي في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على الصحافة المطبوعة.** هدفت هذه الدّراسة إلى معرفة دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنية للهاتف الخليوي النقال الذكي، والتعرف إلى أسباب انتشار استخدامه، ومدى مصداقيّة الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونيّة، ومدى اعتماد الطلبة عليها وتفاعلهم معها، والكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائيّة في دوافع انتشار استخدام الهاتف الخليوي الذكي وأسباب استخدامه.وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وهو من الطرق المتّبعة في التحليل العلمي للوصول إلى معلومات محدّدة حول مشكلة الدّراسة، وتمّ توزيع استبانة على عيّنة عشوائيّة عددها 120 طالباً وطالبة من طلبة الجامعات الأردنيّة لمرحلة البكالوريوس. وأظهرت نتائج الدّراسة أنّ دوافع استخدام طلبة الجامعة الأردنيّة للهاتف الخلوي الذكي جاءت بدرجة عاليّة، كما أنّ أسباب انتشاره جاءت بدرجة عاليّة، وأنّ مدى مصداقيّة الأخبار المنشورة في الصحف الإلكترونيّة واعتماد طلبة الجامعة الأردنيّة عليها وتفاعلهم معها باستخدام الهاتف الخلوي الذكي جاءت بدرجة عاليّة جداً. وتبين أنّ الهواتف الذكيّة لها تأثير إيجابي على مستوى توفير الوقت وتقليل التكلفة.

6. **دراسة زقوت (2016) بعنوان: استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكيّة: دراسة ميدانيّة.** هدفت هذه الدّراسةإلى التعرف إلى مدى استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، وأسباب هذا الاستخدام ودوافعه والإشباعات المتحققة منه. وتنتمي هذه الدّراسة إلى البحوث الوصفيّة التي استُخدِم فيها المنهج المسحي، وفي إطاره تمّ توظيف أسلوب مسح أساليب الممارسة الإعلاميّة، كما استخدم الباحث نظرية الاستخدامات والإشباعات. وتمّ جمع البيانات بأداة صحيفة الاستقصاء، وأداة المقابلة الشخصيّة، وتمّ توزيع الاستبانة على عينة عشوائيّة قوامها (376) مفردة من الصحفيين الفلسطينيين في محافظات الوطن كافّة.وقد أظهرت نتائج الدّراسة أنّ تطبيق الفيسبوك هو الأكثر شيوعاً في تطبيقات التواصل الاجتماعي بنسبة (95.4%)، يليه تطبيق واتساب بنسبة (92.6%) وأن استخدام التطبيقات يزداد في أوقات الأحداث. وأنّ الدوافع لاستخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكيّة كانت تَلقي الأخبار يليه الدردشة مع الأصدقاء، وأنّ الإشباعات المتحقّقة من الاستخدام كانت "زادت معرفتي بالأخبار".

7. **دراسة رضوان (2016) بعنوان: اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات: دراسة ميدانية.** هدفت هذه الدّراسة إلى التعرف إلى مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد ودوافعه والتأثيرات المعرفيّة والوجدانيّة والسلوكيّة المترتّبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها.وتنتمي هذه الدّراسة إلى البحوث الوصفيّة التي استُخدِم فيها المنهج المسحي، وفي إطاره تمّ توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، وتمّ جمع البيانات بأداة المقابلة الشخصيّة وأداة صحيفة الاستقصاء، التي تمّ توزيعها إلكترونياً على عيّنة عشوائيّة بسيطة قوامُها (383) مفردة من الشباب الفلسطيني.وقد أظهرت نتائج الدّراسة أنّ المبحوثين يعتمدون على صحافة الهاتف المحمول بنسبة (77.8%) في أوقات الأزمات، بينما يثقون بالأخبار المُتلقاة عبر صحافة الهاتف المحمول أوقات الأزمات بنسبة (72.2%). وتصدّرت تطبيقات التواصل الاجتماعي أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب الفلسطيني في متابعة أحداث انتفاضة القدس بنسبة (88.2%)، تلاها متصفّح المحمول، ومن ثمّ التطبيقات الإخباريّة، فالتطبيقات الصوتيّة.

8. **دراسة العتيبي (2015) بعنوان: العوامل المؤثرة في استخدام تطبيقات الأجهزة الذكيّة في مجال النشر الصحفي: دراسة على القائم بالاتصال والجمهور.** هدفت هذه الدّراسة إلى التعرُّف إلى أهمّ تطبيقات الأجهزة الذكيّة للصحف السعوديّة التي تدعم النشر الصحفي، والتعرف إلى العوامل المؤثرة في استخدام تطبيقات الأجهزة الذكيّة في مجال النشر الصحفي. تمّ استخدام المنهج الوصفي (المسحي) للتعرف إلى العوامل المؤثِّرة في استخدام تطبيقات الأجهزة الذكيّة في مجال النشر الصحفي، وكانت عيِّنة الدراسة (100) طالب و(70) صحفي من مجتمع الدّراسة، وقد تمّ اختيارهم بطريقة عشوائيّة بسيطة. وأظهرت نتائج الدّراسة أنّ الصحف السعوديّة تعتمد بشكل كبير على تطبيقات الهواتف الذكيّة في مجال النشر الصحفي وإنتاج المحتوى وتدعيمه بالصور ومقاطع الفيديو بما يخدم رسالة المؤسسة الصحفيّة، كما أظهرت النتائج اهتمام الجمهور السعودي باستخدام تطبيقات الصحف السعوديّة على الأجهزة الذكيّة للحصول على المعلومات الإخباريّة عن الوقائع والأحداث الجارية داخل المملكة وخارجها.

ثانياً: الدّراسات الأجنبية

1. **دراسة جميل Jamil (2019) بعنوان: الصحافة في عصر تكنولوجيا الهاتف المحمول: النمط المتغيِّر للإنتاج الإعلامي وظاهرة ثقافة الأخبار المزيَّفة في باكستان وغانا.** هدفت هذه الدّراسة إلى تحليل كيفية تغيير الصحافة المتنقلة لعملية إنتاج الأخبار وتعزيز اتجاه الأخبار المزيفة في باكستان وغانا، والتعرف إلى تأثير انتشار الهواتف المحمولة في إنتاج الأخبار وعمليّة توزيعها في باكستان وغانا، والآلية التي يتمّ فيها ترويج ممارسة الصحافة المتنقِلة بين الصحفيين المحترفين لثقافة الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الإخباريّة في باكستان وغانا، وذلك بالاعتماد على نظريّة تقارب وسائل الإعلام، ونظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة.

وقد استندت الدّراسة على المنهج النوعيّ باستخدام البيانات النوعيّة من مراجعة المستندات والمقابلات المتعمّقة لتفسير النتائج وتوضيحها والتحقق من صحتها. وأظهرت نتائج الدّراسة أنّ الأجهزة المحمولة الذكيّة دعمت بيئات غرف الأخبار من خلال إدخال وسائل جديدة للتواصل مع الجمهور والتواصل مع الصحفيّين الآخرين في المكان نفسه. كما أظهرت النتائج أنّ العديد من المؤسّسات الإعلاميّة تقوم بإنتاج محتوى إخباري لمواقع الويب والتطبيقات المحمولة بما يتناسب مع استراتيجيات الوسائط المتعدّدة، مما يعكس التغييرات الهيكلية في صناعة الصحافة والتحوّل في عمليّة إنتاج الأخبار.

2. **دراسة كانتريرو وآخرين Cantarero et al (2018) بعنوان: تطبيقات الصحف على الأجهزة اللوحيّة والهواتف الذكيّة في أنظمة الوسائط المختلفة: تحليل مقارن.** تهدف هذه الدّراسة إلى إجراء تحليل مقارن لتطبيقات الصحف المطوّرة على الأجهزة اللوحيّة والهواتف الذكيّة ضمن أنظمة الوسائط المختلفة. كما تهدف إلى دراسة نماذج الوسائط المتعدّدة والتفاعليّة والتسويق التي يعتمدها ناشرو الصحف والصحفيون لهذه التطبيقات. وأظهرت نتائج الدّراسة أنّ التزام الصحف بالجهاز اللوحيّ والهاتف الذكيّ بشكل عامّ يميل إلى أن يكون متحفظاً وبعيداً عن الاستقلال عن الوسائط المطبوعة والقائمة على الويب الموجودة مسبقاً. وتوضح الدّراسة كيف أصبحت أنظمة الوسائط أكثر تعقيداً في السيناريو الرقميّ، حيث تكون التطبيقات مهمّة ولكنّها ليست حصريّة في بناء المحتويات وإنتاج الفيديوهات. لذلك من الضروري مراعاة الاتّجاهات السائدة في عولمة الأخبار و"الصحافة المتقاربة". أخيراً، تؤكّد الدّراسة أنّ الإدارة عبر الأنظمة الأساسيّة والاستراتيجيات متعدّدة القنوات لا تزال ضعيفة.

3. **دراسة بلاسيوس وآخرين Palacios et al(2015) بعنوان: الصحافة المتَنقّلة والابتكار: دراسة حول تنسيقات محتوى تطبيقات الأخبار الأصليّة للأجهزة اللوحيّة.** هدفت هذه الدّراسة إلى فحص الآليّات والهيكليّات المحدّدة وكيفيّة تنظيم إنتاج القصص الإعلاميّة، ومدى تصميم واستخدام ميزات الوسائط المتعدّدة في تطبيقات الأجهزة اللوحيّة في النشر الإعلامي، وكذلك مستوى التكامل مع المنتجات الأخرى نفس المؤسّسة الإعلاميّة نفسها.

وقد استندت الدّراسة على المنهج النوعي، حيث اعتمد الباحثون على الأطر النظريّة والمفاهيميّة حول الابتكار والتقارب الإعلامي، فضلاً عن مفاهيم الاتّصالات والصحافة المتنقلة، وذلك بتوظيف نظريّة الحتميّة التكنولوجيّة. وقد أظهرت نتائج الدّراسة أنّه بالرّغم من محدوديات الاستخدام، فإنّ هناك اعتماداً بنسبٍ كبيرة على استخدام الأجهزة اللوحيّة الذكيّة في تنسيق المحتويات الإعلاميّة وإنتاج القصص المصوّرة لغايات دعم المحتوى الإعلامي.

4. **دراسة واسرمان Wasserman (2011) بعنوان: دور الأجيال الحديثة من أجهزة الهاتف الخلوي كوسيلة إعلامية في تسهيل عملية المشاركة السياسية وإحداث التغيير الاجتماعي والتّحول نحو الديموقراطية.** هدفت هذه الدّراسة إلى التعرف إلى دور الأجيال الحديثة من أجهزة الهاتف الخلوي كوسيلة إعلاميّة في تسهيل عمليّة المشاركة السياسيّة وإحداث التغيير الاجتماعيّ والتّحول نحو الديموقراطيّة، بالتطبيق على عدّة دول، هي: مصر وتونس وإيران وموزمبيق. وقد اعتمدت الدرسة منهج المسح الإعلاميّ. وأظهرت نتائج الدّراسة أنّ التطبيقات الحديثة من الهاتف الخلوي استطاعت تحفيز هذه الدّول على المشاركة في العمل السياسيّ والحوار الديموقراطيّ، كما أظهرت وجود علاقة إيجابية بين استخدام هذه التطبيقات والمشاركة السياسيّة، حيث لا يُمثّل الهاتف الخلوي مجرّد أداة لنقل المعلومات، بل يمثل أيضاً أداة لتشكيل الثقافات في مختلف دول العالم بعيداً عن شبكات الاتّصال الرسميّة وغير الرسميّة التقليديّة.

5. **دراسة كواك وآخرين Kwak et al (2011) بعنوان: العلاقة بين استخدام الهاتف الخلوي كوسيلة إعلاميّة والمشاركة في الحياة العامّة والحياة السياسيّة في المجتمع الكوري.** سعت هذه الدّراسة إلى التعرف إلى العلاقة بين استخدام الهاتف الخلوي والمشاركة في الحياة العامّة، وكيف يرتبط هذا الاستخدام مع استخدامات الهاتف المحمول في الإعلام، والمشاركة السياسيّة في المجتمع الكوري.

وقد اعتمدت الدّراسة المنهج الوصفيّ التحليليّ، وأظهرت نتائج الدّراسة وجود دور رئيس للهاتف الخلوي في الحصول على المعلومات المتعلّقة بالشؤون العامّة والمشاركة السياسية، حيث توجد علاقة ارتباطية دالّة بين استخدام الهاتف الخلوي والمشاركة في الحياة العامّة والمشاركة السياسيّة، كما أظهرت وجود فروق بين المبحوثين طبقاً لمُتغير السنّ، حيث يدعم الهاتف الخلوي المشاركة السياسيّة لدى صغار السنّ مقارنة بكبار السنّ.

التعليق على الدّراسات السابقة

من خلال مراجعة الباحث للدّراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدّراسة الحاليّة، تبين للباحثين مايلي:

1. تشابهت هذه الدّراسة مع عدد من الدراسات في تركيزها على أهميّة الهواتف الذكية ودورها في إنتاج الموادّ الإعلاميّة، كدراسة كانتريرو وآخرين Cantareroetal (2018)، ودراسة واسرمان (Wasserman, 2011).
2. تتشابه الدّراسة الحاليّة وتتقاطع مع عدد من الدّراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفيّ التحليليّ، كدراسة كواك وآخرين Kwak et al (2011) ودراسة نوار (2020)، ودراسة الهواري وأحمد (2019). بينما تختلف من حيث المنهج مع دراسة علي (2018) التي استخدمت المنهج النوعيّ ودراسة بلاسيوس وآخرين Palacios et al (2015) التي استندت على المنهج النوعيّ.
3. اختلفت بعض الدراسات مع الدّراسة الحاليّة في استنادها على نظريّات مغايرة لنظريّة الدّراسة الحاليّة، كدراسة زقوت (2016) التي استندت على نظريّة الاستخدامات والإشباعات ودراسة جميل Jamil (2019)، التي استخدمت نظريّة تقارب وسائل الإعلام ونظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة، في حين استندت الدّراسة الحاليّة على نظريّة الحتميّة التكنلوجيّة لـ "ماكلوهان"، ونظريّة الحتميّة القيميّة لـ "بن غزي".
4. وجد الباحثان نقصاً واضحاً فيما يخصّ موضوع دراستهما الحاليّة؛ إذ إنّ معظم الدّراسات السابقة تناولت موضوع الأجهزة الذكيّة واستخداماتها في المجال الصحفيّ بشكل عام، دون تخصيص استخدامها في مجال الإنتاج التلفزيونيّ، وذلك في حدود علم الباحثين.
5. تتميز هذه الدّراسة عن الدراسات السابقة في تناولها لموضوع جدير بالبحث والدّراسة في الحقل الإعلامي، وهو توظيف تقنيات الهواتف الذكية في إنتاج البرامج التلفزيونيّة. كما أنّ أهمّ ما يُميِّز هذه الدّراسة عن غيرها من الدّراسات السابقة هي العيِّنة المتعلِّقة بالعاملين في الفضائيات التلفزيونيّة الأردنيّة، وشركات الإنتاج التلفزيونيّ، كما تتميز هذه الدّراسة بظروف إجرائها المكانيّة والزمانيّة؛ في القنوات الفضائيّة الأردنيّة، وشركات الإنتاج، عام 2020م.
6. تفتح هذه الدّراسة المجال العامّ للباحثين لاستكمال هذه الدّراسة وتطبيقها على مُتغيِّرات أخرى قد تخدم الأُطر النظريّة والجوانب التطبيقيّة لدراسات أخرى.

التعريفات الإجرائيّة لمصطلحات الدّراسة

تعرّف التقنية إجرائياً بأنّها: تطبيق بعض المهارات والمعرفة؛ لتجهيز وإنتاج السّلع، أو تقديم الخدمات المُختلِفة، حيثُ تشمل الآلات، والأدوات، والأساليب كافة التي يتمّ استخدامها؛ لتحويل الموارد إلى عناصر يحتاجها النّاس، وبالتالي تُعدُ التكنولوجيا واحدةً من أقوى عوامل التغيير.

وتُعرَّف الهواتف الذكيّة إجرائياً بأنّها: ذلك النّوع من فئة الهواتف المحمولة الحديثة التي تستخدم نظام تشغيل متطوّراً، ومعظمها يستخدم شاشة اللمس واجهة للمستخدم ويقوم بتشغيل تطبيقات المحمول، كما أنّها أجهزة تعمل على أحد أنظمة التشغيل الحديثة مثل نظام أندرويد التابع لشركة جوجل، ونظام IOS التابع لشركة آبل، ونظام ويندوز فون التابع لشركة مايكروسوفت.

الإنتاج التلفزيوني إجرائيا بأنه: هي عملية إنتاج الموادّ الفلميّة، سواء على شكل تقارير أو قصص إخباريّة أو برامج وثائقيّة، من خلال تطبيقات الأجهزة الذكيّة المخصّصة لإعداد وإنتاج البرامج التلفزيونيّة.

ماهيّة الإنتاج التلفزيونيّ

يعتبر مصطلح الإنتاج Production من المصطلحات التي اختُلف في تحديد مفهومها، وذلك لاتّساع نطاق المفهوم العامّ للإنتاج واستخداماته. ومع اتساع نطاق المفهوم، فإنّ الإنتاج يُعرّف بأنّه ذلك النشاط الذي يُسفر عن إيجاد منفعة أو زيادتها.

وحتّى تتمّ عمليّة الإنتاج بصورة ممتازة، فإنّه لا بدّ من الآتي:

1. تعيين ما يُنتَج من سلع وخدمات.
2. تحديد العناصر المطلوبة للإنتاج.
3. تحديد كيفية الإنتاج ومستواه على الوجه الذي يؤدي إلى تحقيق أعلى فائدة ممكنة.

ولا بدّ هنا من الإشارة إلى العنصر الأساسيّ والرئيس الذي يبدأ منه الإنتاج التلفزيونيّ؛ ألا وهو المنتج الذي يَصوغ ويُعِدُّ الرسالة وما تهدف إليه عبر ما تحمله من رموز ودلالات بالإضافة لقدرات ومهارات المُنتِج الشخصيّة والفنيّة (Al-Hassan, 2000:39).

وعليه فإنّ الإنتاج التلفزيونيّ هو تحويل الفكرة الخَلّاقة المصوغة فنيّاً على الورق والمُخطّط لها مُسبقاً إلى مادّة مُسجّلة على شريط فيديو مغناطيسي، بحيث تكون هذه المادّة صالحة للبثّ طبقاً لمعايير محدّدة ومقبولة ثقافياً وفنياً. وبمعنى آخر، فإنّ الإنتاج التلفزيونيّ هو عبارة عن عملية تحويل الفكرة إلى منتج نهائي قابل للبثّ عن طريق التلفزيون، أما المُنتِج فهو الشخص المسؤول مسؤوليةً كاملةً عن هذا الإنتاج (Shababi, 2016:88).

وهناك من يُعرِّف الإنتاج التلفزيونيّ بأنّه عبارة عن: "عمليّةٍ إبداعيةٍ تهدِف إلى تحويل الأفكار إلى مجموعةٍ من الصور والأصوات ووضعها في قالبٍ فني شيِّق بهدف توصيلها إلى جمهور المشاهدين" (Omer, 2017:25).

تقنيات الإنتاج التلفزيونيّ في عصر الإعلام الجديد

على الرغم من أنّ تقنيات الإنتاج التلفزيونيّ تطوّرت كثيراً منذ بدايتها الأولى، فإن الأمر الأكثر تطوراً الذي نقل الإنتاج التلفزيوني نقلة نوعيّة هو دخول المستحدثات التكنولوجيّة المتعلّقة بالإعلام الجديد، كصحافة الموبايل وصحافة المواطن، واستخدام تطبيقات الهواتف الذكيّة في إنتاج العمل التلفزيونيّ.

ويرى العلاونة والناصر (2016: 815) أنّ تطورات وسائل الاتصال الحديثة فرضت تحوّلات جوهرية تجاوزت حُدود التحوّلات الإعلاميّة إلى تحوّلات جذرية في المجتمعات بسبب التأثير المباشر لهذه الوسائل، إضافةً إلى التغييرات في النُظم الإعلاميّة واقتصادياتها، وتراجعت أدوار الإعلام الجماهيري ووسائل الإعلام التقليديّة في مواجهة ما اصطُلح عليه بالإعلام الجديد، مما دفع بعض القائمين على وسائل الإعلام التقليديّة إلى السعيّ نحو إعادة توزيع الأدوار في مقاومة تطوّر الإعلام الجديد وانتشاره.

أمّا ليستر ودوفي وجيدينجز وجرانت وكيليlester Dovey, Giddings, Grant, and Kelly (173:2009) فيرون أنّ الإعلام الجديد يقوم على عنصرين رئيسيّين هما:

1. تكنولوجيا الاتّصالات الخاصّة المُستخدَمة، مثل: الكمبيوتر الشخصي وأجهزة الهواتف الذكية، والأجهزة اللوحيّة، ومواقع الإنترنت، والتلفزيون، والراديو، وغيرها من الوسائل التكنولوجيّة.
2. البُنية الاجتماعيّة والسياسيّة والاقتصاديّة التي تُستخدم من خلالها هذه التقنيات، مثل: توزيع مُلكيّة المنافذ الإعلاميّة، وكيفية استخدام الأفراد لها من أجل أهدافٍ واسعة النّطاق والنّظم الحكومية التي تُؤثِر فيها.

أما الباحثان، فيريان أنّ التطوّرات التي حدثت خلال العقدين الماضيين في الوسائل التكنولوجية والإنترنت ساعدت في إحداث قفزاتٍ في مجال الإنتاج التلفزيوني، وأنّ هذه القفزات بأدواتها المختلفة تمثل تطبيقاً جديداً ومستحدثاً عن فكرة الإنتاج التلفزيونيّ مقارنة بالطريقة التقليديّة.

إعلام الهواتف الذكيّة

منذ ظهور الهاتف النّقال في نهاية التسعينيات من القرن الماضي وهو يشهد تطوراتٍ متلاحقةٍ جعلته إحدى أكثر وسائل الاتصال استخداماً بين فئات المجتمع، وكانت الوظيفة الأساسية له مع بداية ظهوره هي إجراء المكالمات الهاتفيّة فقط، أمّا الآن فأصبحت له وظائف عديدةٍ من أبرزها أنّه وسيلةٌ للوصول إلى الأخبار.

ويُعدّ استخدام الهاتف النّقال من أسرع التقنيات نمواً في العالم بأسره ؛ فهناك نحو (4.77) مليار مستخدم للهاتف النقال لعام 2018، أي أنّ مايعادِل (63%) من سكان العالم يستخدمون هواتف نقالة (Gsma, 2018).

ولعلّ البيانات الصادرة عن الشركات المتخصّصة في تكنولوجيا الإلكترونيّات تُوضِح المكانة الكبيرة التّي أصبحت تحظى بها الهواتف النّقالة وخصوصاً الذكيّة منها، وذلك وفقاً لتقرير أخير حول تداول البيانات على الشبكة العالميّة صدر عن شركة سيسكو المتخصّصة في مجال الشبكات الإلكترونيّة (Shafiq, 2017:9).

هذا، وتُعدّ تقنيات الهواتف الذكيّة من أسرع وسائل الإعلام الرقميّة نُمواً، حيثُ تتميز بالعديد من الوظائف مثل: الكاميرا والفيديو والراديو والتلفزيون ونظام تحديد المواقع ومُشغِّلات البرامج وسوق مُتكامِل يشتمل على العديد من التطبيقات المُختلِفة، كما أنّ لديها القدرة على الوصول إلى عدد كبير من النّاس لما تتميز به من سرعة عالية في نشر المعلومات التّي قد تُؤدي إلى اتخاذ إجراءات جماعية من خلال تنبيه النّاس حول القضايا الإخبارية المختلفة (Parkm and Karan, 2014).

فالهواتف الذكيّة تُستخدم على نطاق واسع عند الحركة والتنقل في بيئات مختلفة، متفوقة في ذلك على أجهزة الكمبيوتر المكتبية التي تتطلب البقاء في مكان ثابت لفترات زمنيّة محدّدة، وهذا ما يُمكِّن مستخدمي الهواتف الذكيّة من استخدام الإنترنت في أيّ زمان ومكان (Tossel, 2012:20).

تعريف الهاتف الذكيّ

الهاتف الذّكيّ، بالإنجليزية:(Smart Phone) هو هاتف محمُول يمتلك شاشة عرض، و عادةً تكون شاشة العرض البلوري السائل، كما أنّه يحتوي على برامج إدارة المعلومات الشخصية المُدمّجة، مثل التّقويم الإلكتروني، ودفتر العناوين، التي تتوفر عادةً في المساعد الشخصي الرقمي (PDA)، ويمتلك الهاتف الذّكيّ نظام تشغيل يتيح إمكانية تثبيت برامج الكمبيوتر الأُخرى للتمكن من تصفُّح الويب، والبريد الإلكتروني، والموسيقى، والفيديو، وغيرها من التطبيقات، ويمكن تشبيه الهاتف بجهاز كمبيوتر محمول باليدّ ومُدمَج في هاتف محمول (William, 2018).

المهارات المهنيّة للهواتف الذكيّة

أورد الدليمي (2011: 44) المهارات الفنيّة للهواتف الذكيّة على النحو التالي:

1. القدرة على التحرير الإلكتروني، وذلك باستخدام البرامج المساعدة في عمليّة الكتابة، كبرنامج كتابة القصص الإخباريّة بشكل آلي.
2. مهارات نقل ونشر وتوزيع المادّة الإعلاميّة باستخدام تقنيات الشبكة الرقميّة الإنترنت.
3. مهارات تخزين واسترجاع المعلومات، وهي تساعد الصحفيّ على السرعة في الأداء.
4. مهارات معالجة المادّة الإعلاميّة رقمياً، سواء كانت المعلومات مكتوبة أو مصوّرة أو مرسومة بالاستعانة بتطبيقات صُمِّمت لهذا الغرض (Sheikhani, 2010).
5. مهارات توضيب وإخراج المادّة الإعلامية باستخدام التقنيات والتطبيقات المتخصّصة لذلك.

المهارات الفنيّة والتقنيّة للهواتف الذكيّة:

1. القدرة على التعامل مع التكنولوجيا الجديدة، وخاصّة تطبيقات المونتاج، واستخدامها في العمل الصحفيّ (Al-Dulaimi, 2011).
2. مهارات استعمال الكاميرا الرقميّة وكذلك أجهزة إنتاج لقطات الفيديو، وذلك للحاجة إليها عند تغطية الأحداث بصورة فردية.
3. مهارات إدارة الحوار المباشر، والتعرف إلى طرق استخدام الشبكة النسيجيّة العالميّة في المجال الصحفيّ (Sheikhani, 2010).

توظيف تطبيقات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني

مكّنت وسائل الإعلام الجديد وما انبثق عنها من تطبيقات، الصحفيين من توثيق الأحداث المهمة التي تجري من حولنا، وقد حازت هذه التطبيقات على ثقة عاليّة وسهولة منقطعة النّظير؛ ففرضت اتّجاهاً جديداً في جانب مهمّ من جوانب الإنتاج التلفزيوني.ولا بدّ من الإشارة هنا إلى سهولة الاستخدام التي تتمتّع بها هذه التطبيقات؛ فهناك فارق ضئيل بين إنتاج أكبر البرامج التلفزيونية بالطريقة التقليدية التي تحتاج إلى الكثير من العناصر وبين إنتاج قصّة مُصوّرة باستخدام الهاتف الذكي (Assaad, 2018).

وهنا تتضح أهميّة توظيف الهواتف الذكيّة في مجال الإنتاج التلفزيونيّ بالنسبة للمحرِّرين داخل غرف الأخبار، وذلك للأسباب التالية:

1. المقدرة على مونتاج فيديوهات ذات جودة عالية بأسعار معقولة، من خلال المزج بين الهاتف الذكي الذي يملكه المحرِّر أو الصحفي مع "مايك" خارجي، وحامل ثلاثي، وتطبيق ملائم لغايات تسجيل المادة "الفيديوية"، فهذه المُتطلّبات أو العناصر تعتبر مُتطلّبات رخيصة مقارنة بما تتطلّبه عناصر الإنتاج التقليديّة كشراء"الكاميرات" الاحترافيّة باهظة الثمن.
2. سهولة حمل المُعدّات: مكّنت المستحدثات التِقنيّة الجديدة الإعلاميين من حمل المُعدّات الملحقة بالهاتف الذّكيّ كافة في حقيبة واحدة؛ إذ بإمكان المصور وضع هاتفه الّذكيّ والحامل الثلاثي و"الميكروفونات" بالإضافة إلى مصدر الإضاءة الخارجي، التي يبلغ وزنها أقل من (3) كيلوجرامات في حقيبة واحدة، وبالتالي يسهل إنتاج قصص فائقة الجودة من أيّ مكان وفي أيّ وقت.
3. ساعدت الهواتف الذكية المُصوِّرين والإعلاميِّين والمنتجين وغيرهم من العاملين في القطاع الإنتاجيّ في الحفاظ على سلامتهم في أثناء قيامهم بتصوير الأحداث؛ ذلك أنّ حمل الكاميرا التقليدية وسط حالة من الشغب أو التظاهر تجعل الصحفي أو الإعلامي عُرضةً للخطر، خاصةً إذا كانت الوسيلة الإعلامية غير مقبولة لدى بعض الشرائح المجتمعيّة.
4. بسّطت الهواتف الذكيّة من مسألة شعور الأشخاص بالرهبة أو الخجل من الذين تتمّ محاورتهم أو إجراء المقابلات معهم، كما أنّ التصوير من خلال الهواتف الذّكيّة محببٌ لمعظم الناس. وقد أشارت نتائج دراسة نفذها معهد رويترز إلى أنّ: "الأشخاص يرحبون بأن تتمّ استضافتهم ومعرفة آرائهم عندما يحاورهم الصحفي باستخدام الهاتف الذّكيّ الخاص به، وذلك بدرجة أكبر من وقوفهم أمام كاميرات التلفزيون التقليديّة".
5. تتيح الهواتف الذّكيّة من خلال المتجر الإلكتروني "Google Play" للهاتف Android أوAppStore للهاتف iPhone العديد من التطبيقات التي يمكن للعاملين في الإنتاج التلفزيوني تحميلها واستخدامها في إنتاج القصص والمقاطع التلفزيونية بعناوين جذّابة، وإضافة التعليقات عليها، ووضع الخلفيات الموسيقيّة المناسبة لها، ومشاركتها على شبكات التواصل الاجتماعي، وتتميز هذه التطبيقات بسهولة الاستخدام والبساطة في كيفية التعامل معها، وبالتالي يستطيع الصحفيون تسليم موضوعاتهم في مواعيدها المحدّدة للنشر.

ويمكن ذكر العديد من تطبيقات الهواتف الذّكيّة المُستخدَمة في الإنتاج التلفزيوني ومن بين أشهر هذه التطبيقات، ما يلي:

1. سناب سيد **SnapSeed**: وهو تطبيق تملكه شركة Google وتتيحه بشكل مجانيّ، وهو خاص بتحرير وتعديل الصوَر بشكل احترافي. ويتوفر داخل التطبيق العديد من الخيارات والأدوات و"الفلاتر" والتأثيرات، ويمكن من خلاله تعديل النصوص وإضافة التعليقات التوضيحيّة والتفاصيل المكتوبة المصاحِبة للمقطع المُنتَج (Kandil, 2019).

2. بروشوت **ProShot**: يعتبر من التطبيقات التي تتيح للمستخدم مستوى عالياً من التعرُّض وسرعة الغالق، حيث يوفّر واجهةً مُصمّمةً بشكل يسهُل التعامل معها، ويتيح إمكانية التحكم التلقائي والمخصّص، بالإضافة إلى "فلاش" وتركيز تلقائي للصورة وتوازن اللون الأبيض، كما يتيح إمكانية تصوير مقاطع فيديو K4 ومقاطع الفيديو متقطّعة الوقت، وإمكانية التقاط الصُوَر بصيغ JPEG وRAW وهو مُتاح بشكل مجانيّ لمستخدميّ Android & IOS (Kandil, 2019).
3. أوبن كاميرا**OpenCamera** : هو تطبيق مجانيّ ومفتوح المصدر لهواتف Android يُقدِّم كاميرا فعّالة وتسجيل فيديو HD بجودة عالية، عن طريق ضبط الإعدادات اليدويّة الخاصّة به، ويمكن الاستفادة القصوى من قوّة الكاميرا في الهاتف الذّكيّ أندرويد، ويوفّر العديد من خيارات الضبط، مثل التحكم في" الفلاش" والتركيز والتعرُّض وتوازن اللون الأبيض، وحساسيّة الضوء أو الـISO. كما يدعم التطبيق خيارAuto-Stabilize خيار Video Stabilization لمنع التشويش الناتج عن الاهتزاز في أثناء التصوير (Al-Attar, 2019).
4. سينما **Cinema4K** هو تطبيق جيّد يعمل بنظام Android فقط، ويُتيح لمستخدميه إمكانيّة التقاط الصور وتسجيل الفيديوهات، ويمتلك مجموعة ميزات تصوير مُتقدِّمة مع جودة التقاط الصور**4K**، بالإضافة إلى إمكانيّة التحكم اليدوي في التركيز وتوازن اللون الأبيض وإعدادات التعرُّض في أثناء التسجيل، وتقنية تكبير الشاشة بلمسة واحدة لتصل إلى أربعة أضعاف حجمها في أثناء التصوير، مع ميزات أخرى مُهمَة (Al-Attar, 2019).
5. لابست **LapseIt**: يعتبر من أفضل تطبيقات الفيديو حيث يمتلك خيارات مختلفة لتسهيل عملية التصوير بشكل سلس، ويتيح التطبيق إمكانية تحرير وتحسين الصور، وعمل مشاهد فيديو بتقنية الفاصل الزمني Lapse Time وهي تقنية معروفة في الخدع السينمائية والأفلام الوثائقيّة أو العاديّة لعرض الفيديو بشكل أسرع يصل في بعض الأحيان إلى 12 ضعف السرعة العاديّة، وتستطيع التحكم في سرعة عرض الفيديو بسهولة. ولا يضع التطبيق قيوداً على طول مدّة الالتقاط أو الإطارات، كما يحتوي على العديد من الأدوات لتحرير وتحسين الصوَر بالإضافة إلى مجموعة كبيرة من "الفلاتر" والتأثيرات التي يمكن إضافتها إلى الصور، بالإضافة إلى العديد من المميزات والخصائص الأخرى (Emad, 2017).
6. بور دايركتور**PowerDirector**: يُعدّ من أفضل تطبيقات المونتاج لإنتاج مقاطع فيديو عالية الدّقّة وأفلام K4 ومشاركتها على شبكات التواصل الاجتماعي مع مسار زمني قوي، ومُؤثِّرات صوت وفيديو مجانيّة، ومقاطع فيديو عكسيّة. ويتيح التطبيق إمكانية تدوير الفيديو أو تقسيمه أو تقليمه لإنشاء فيلم بصورة Full HD، وتعديل الخلفيّة باستخدام تقنية chrom، كما يتيح خيار محرِّر الحركة البطيئة تغيير سرعة الفيديو لإنتاج مقاطع فيديو بطيئة، وبعد الانتهاء من العمل، يمكن من خلاله مشاركة الفيديو مباشرةً على يوتيوب وفيسبوك، وهذا التطبيق مُتاحٌ لمستخدمي هواتف أندرويد فقط (Emad, 2017).
7. آيموفي**iMovie**: هو عبارة عن تطبيق مجانيّ للمونتاج مخصّص لأجهزة iPhone، حيث يحتوي على العديد من المميزات، أهمّها تغيير سرعة اللقطات واستخدم تأثيرات صورة داخل صورة وتقسيم الشّاشة، ويتيح استخدام الموسيقى المُدمّجة والمُؤثرات الصوتيّة وتسجيل التعليق الصوتيّ، والاختيار بين 10"فلاتر" فيديو مبتكرة لإضافة لمسة سينمائية إلى المقطع المُنتج (Emad, 2017).
8. كيني ماستر **KineMaste**: هو تطبيق احترافي لمونتاج الفيديو يدعم طبقات متعدِّدة من الفيديو والصوَر والخطوط، بالإضافة إلى قطع وقصّ دقيقين جداً، ويسمح بتعدُّد المقاطع الصوتيّة والتحرير الصوتيّ، ويسمح بالرسم مباشرة على الفيديو (مفيد للقصص المصورة)، ويدعم إضافة التسميات التوضيحيّة والعناوين والشعارات، كما يسمح بإزالة العلامات المائيّة، بالإضافة لمجموعة متنوّعة من الخصائص البصريّة والصوتيّة والرسوم المتحرّكة، وهو متاح بشكل مجانيّ لمستخدمي Android & IOS (Al-Attar, 2019).

محددات الدّراسة

تَتحدّد نتائج هذه الدّراسة من خلال صدق الأداة، ودرجة الثبات المطلوبة فيها، إلى مدى لا تُعمَّم النتائج إلّا على المجتمع الذي أُخذت منه عيّنة الدّراسة، والمجتمعات المماثلة، كما ستحدِّد النتائج في ضوء صدق المستجيبين وموضوعيتهم عند الإجابة عن فقرات الأداة المُستخدمة في الدّراسة.

منهجية الدّراسة

اعتمدت الدّراسة الحالية المنهج المسحيّ بشقيه الوصفيّ والتحليليّ، للتعرُّف إلى مدى توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني في الأردن، وذلك من خلال جمع البيانات واستخراج النتائج، وتفسيرها وصولاً إلى الغايات النهائيّة المتمثّلة في تحقيق أهداف هذه الدّراسة.

مجتمع الدّراسة

تكوّن مجتمع الدّراسة من جميع العاملين في القنوات الفضائيّة التلفزيونيّة وشركات الإنتاج التلفزيوني في الأردن البالغ عددها (20) مؤسّسة وشركة، (10) قنوات تلفزيونيّة و(10) شركات إنتاج تلفزيونيّ، وذلك حتّى تاريخ (2021/01/20)، وهي المؤسسات والقنوات التي تملك عنواناً واضحاً أو طريقة اتصال مسجلة وواضحة في المعلومات المعلنة في موقع هيئة الإعلام الأردني. وقد استثنى الباحثان الشركات غير المسجلة رسمياً أو التي لها صفة تسجيلية بعيدة عن الإنتاج التلفزيوني أو التي تعتمد على عاملين بنظام القطعة ولا تملك عنواناً واضحاً.

عيّنة الدّراسة

نظراً لكبر مجتمع الدّراسة، تمّ اختيار عيّنة طبقيّة عشوائيّة من العاملين في القنوات الفضائيّة التلفزيونيّة وشركات الإنتاج التلفزيونيّ في الأردن، بواقع (350) موظفاً، (150) موظفاً من القنوات الفضائيّة الأردنيّة، و(200) موظف من شركات الإنتاج التلفزيونيّ في الأردن. وقد تمّ اختيارهم ومراعاة تنوّعهم وفقاً لنسب محدّدة، متّبعين في ذلك أسلوب العينة العشوائيّة الطبقيّة، علما بأن درجة الاستجابة للعاملين في شركات الانتاج كانت أكبر منها لدى العاملين في القنوات التلفزيونية وربما يعود ذلك لطبيعة عمل القنوات التلفزيونية بنظام التناوب، في حين ان شركات الإنتاج تتطلب وجود فرق العمل بشكل أكبر. والجدول (1) يوضح ذلك:

الجدول (1): فئات وأعداد عيّنة الدّراسة الميدانيّة

الفئات	العدد	النسبة
القنوات الفضائيّة التلفزيونيّة	150	42.9%
شركات الإنتاج التلفزيونيّ	200	57.1%
المجموع	**350**	**100%**

أداة الدّراسة

لتحقيق أهداف الدّراسة، تمّ تطوير استبانة لقياس مدى توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ في الأردن، بناءً على ما تمّ الاطلاع عليه من الدراسات السابقة والأدب النظريّ، وكما يلي:

- **الجزء الأول:** الخصائص الشخصيّة والوظيفيّة لعيّنة الدّراسة، وتشمل: (الجنس والمستوى الدراسيّ ومكان العمل، وسنوات الخبرة).
- **الجزء الثاني:** درجة استخدام الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ، أهم التطبيقات المُستخدمة، والقوالب والأشكال البرامجيّة المستخدمة في عمليّة الإنتاج.
- **الجزء الثالث:** وفيه خمسة محاور، الأوّل: درجة الاعتماد، والثاني: أهمّ الخصائص التقنيّة للهواتف الذكيّة المُستخدمة في عملية الإنتاج التلفزيونيّ، والثالث: تأثير توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني على مستوى التكلفة والوقت والجهد، والرابع: إمكانيات الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ، والخامس: إيجابيات وسلبيات توظيف الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ.

صدق أداة الدّراسة

تمّ التحقق من صدق أداة الدّراسة من خلال الصدق الظاهري والصدق الداخلي، كما يلي:

الصدق الظاهري (Face Validity): لأغراض التحقق من الصدق الظاهري، عُرِضت أداة الدّراسة على عدد من المختصين الأكاديميين في مجال الإعلام من أساتذة الجامعات، لإبداء رأيهم في فقراتها من حيث صياغتها اللغوية، ومدى انتماء

الفقرات لمجالاتها، وصلاحيتها للهدف الذي صُمّمت لأجله، وتمّ تعديلها حسب توجيهات المُحكّمين وتغيير وحذف بعض الفقرات، وإجراء تعديلات على صياغتها اللغويّة والعلميّة. والمحكمون هم:

الجدول (2): قائمة بأسماء المحكمين

اسم المحكم	الرتبة الأكاديمية	مكان العمل
علي نجادات	أستاذ دكتور	جامعة اليرموك
أمجد القاضي	أستاذ مساعد	جامعة اليرموك
خالد الشقران	دكتور	مركز الرأي للدراسات
ناهدة مخادمة	أستاذ مساعد	جامعة اليرموك
محمد محروم	مدرس	جامعة اليرموك
علي الزينات	مدرس	جامعة اليرموك

صدق البناء (Construct Validity): ويُقصد بهذا الصدق مدى تعبير فقرات كل من متغيّرات الدّراسة عن المتغيّر الذي تنتمي إليه. قد انصبّ الاهتمام على التأكد من أنّ كلّ متغيّر من متغيّرات الدّراسة ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الفقرات أو العبارات بصورة مناسبة، وأنّ هذه الفقرات تقيس بالفعل هذا المُتغيّر. وتمّ قياس صدق محتوى الاستبانة من خلال قياس العلاقة بين كلّ فقرة وبين المحور الذي تنتمي إليه، واستبعاد الفقرات التي يكون معامل ارتباطها ضعيفاً، وتكون دلالتها الإحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وكما يأتي:

الجدول (3): صدق البناء لفقرات محاور الدراسة

المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأول	0.654	0.00**
الثاني	0.753	0.00**
الثالث	0.680	0.00**
الرابع	0.814	0.00**
الخامس	0.589	0.00**

يتضح من الجدول (3) أنّ معاملات الارتباط لفقرات أبعاد محاورالأول تراوحت بين (0.589) و(0.814)، وهي دالّة إحصائياً عند المستوى (0.01)، وهذا يشير إلى وجود اتّساق داخلي في كل محور من المحاور الخمسة.

ثبات أداة الدّراسة

للتأكد من ثبات أداة الدّراسة، تمّ حساب الاتّساق الداخلي وفق معادلة ألفا كرونباخ لجميع محاور الدّراسة، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (4):

الجدول (4): ثبات محاور الدّراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن=405)

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	5	0.856
المحور الثاني	12	0.785
المحور الثالث	4	0.712
المحور الرابع	7	0.871
المحور الخامس	14	0.787
أداة الدّراسة ككل	**42**	**0.921**

تشير نتائج الجدول (4) ألى أنّ معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الدّراسة بلغ (0.921)، كما أنّ معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول كان مرتفعاً؛ إذ بلغ (0.856)، كما بلغ (0.785) للمحور الثاني، و(0.712) للمحور الثالث، و(0.871) للرابع، و(0.787) للخامس، واستناداً إلى القاعدة المشار إليها في معظم الدراسات الإنسانية التي تشير إلى أنّ قيمة ألفا كرونباخ من (0.70) فأعلى تعني وجود الثبات، فإنّ جميع القيم كانت أكبر من 70%، وهذا يدل على تمتع الفقرات بالثبات.

الأساليب الإحصائيّة المُستخدمة:

- التكرارات والنسب المئويّة: لوصف خصائص أفراد عيّنة الدّراسة وقياس التوزيعات التكراريّة النسبيّة لهم.
- المتوسط الحسابي: لقياس متوسط إجابات المبحوثين عن فقرات الاستبانة.
- الانحراف المعياري: لقياس مدى تشتُّت الإجابات عن متوسطها الحسابيّ.
- معامل الثبات (ألفا كرونباخ) Cronbachs Alpha للتعرُّف على مدى ثبات مقاييس الدّراسة.
- اختبار كا^2 (Chi^2)، للتأكد من ثبات الإجابات وعدم عشوائيتها وبالتالي التأكد من صدق النتيجة.

وصف خصائص عيّنة الدّراسة

للوصول إلى وصف دقيق لخصائص عيّنة الدّراسة، تم استخراج التكرارات والنسب المئويّة. وكانت الخصائص متمثّلة في البيانات الشخصيّة والوظيفيّة، وتشمل: (الجنس والمستوى الدراسيّ ومكان العمل وسنوات الخبرة)، وذلك على النّحو التالي:

أولاً: متغيِّر الجنس

الجدول (5): توزيع عينة الدّراسة تبعاً لمتغير الجنس

المتغيّر	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	310	91.2%
	أنثى	30	8.8%
	المجموع	**340**	**100%**

تشير بيانات الجدول (5) ألى أنّ معظم أفراد عيّنة الدّراسة كانوا من الذكور، حيث بلغ عددهم (310) مُشكّلين بذلك ما نسبته (91.2%)، في حين أنّ الإناث شكلن ما نسبته (8.8%) وعددهن (30). ويلاحظ من البيانات السابقة التباين الواضح والكبير بين أعداد المشتغلين الذكور مقارنة بأعداد المشتغلات الإناث، وذلك لأنّ هذا النوع من المهن يميل له الذكور أكثر من الإناث؛ فمتطلبات العمل الميداني خارج المكاتب تتناسب مع إمكانيات الذكور أكثر من إمكانيات الإناث اللواتي يفضّلن العمل داخل مقرات العمل لا خارجها.

ثانياً: المستوى الدراسي

الجدول (6): توزيع عيّنة الدّراسة تبعاً للمستوى الدراسي

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
المستوى الدراسي	أقل من الثانوية	16	4.7%
	الثانوية	35	10.4%
	دبلوم عالٍ	26	7.6%
	بكالوريوس	214	62.9%
	دراسات عُليا	49	14.4%
	المجموع	**340**	**100%**

تشير بيانات الجدول (6) إلى توزيع أفراد عيّنة الدّراسة تبعاً لمتغير المستوى الدراسيّ. فقد بلغ عدد أفراد عيّنة الدّراسة الذين يحملون درجة البكالوريس (214) مفردة بنسبة (62.9%)، أمّا حملة الدراسات العليا فكان عددهم (49) مفردة بنسبة (14.4%)، أمّا حملة الدبلوم العالي فبلغ عددهم (26) مفردة بنسبة (7.6%)، و بلغ عدد حملة الثانويّة العامة (35) مفردة بنسبة (10.4%). وأخيراً بلغ عدد أفراد عيّنة الدّراسة الذين يحملون مؤهلاً أقلّ من الثانوية (16) مفردة بنسبة (4.7%).ويستنتج الباحثان ممّا سبق أنّ حملة درجة البكالوريس من أفراد عينة الدّراسة يُشكّلون النسبة الأكبر من مستخدمي الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني مقارنةً مع باقي أفراد عينة الدّراسة.

ثالثاً: مكان العمل

الجدول (7): توزيع عينة الدّراسة تبعاً لمكان العمل

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
مكان العمل	قنوات تلفزيونية حكومية	33	9.7%
	قنوات تلفزيونية خاصة	106	31.2%
	شركات الإنتاج التلفزيونيّ	201	59.1%
	المجموع	**340**	**100%**

تشير بيانات الجدول (7) إلى توزيع أفراد عيّنة الدّراسة تبعاً لمتغير مكان العمل، حيث بلغ عدد أفراد عيّنة الدّراسة العاملين في القنوات التلفزيونية الحكومية (33) مفردة، بنسبة (9.7%)، والعاملين في القنوات التلفزيونية الخاصة (106) المفردات بنسبة (31.2%)، أمّا عدد العاملين في شركات الإنتاج التلفزيوني فبلغ (201) من المفردات بنسبة (59.1%) من عيّنة الدّراسة. ويستنتج الباحثان أنّ النسبة الأكبر من أفراد العيّنة الذين يستخدمون الهواتف الذكية في الإنتاج التلفزيوني هم من العاملين في شركات الإنتاج التلفزيونيّ، يليهم العاملون في القنوات التلفزيونية الخاصة، ثمّ العاملون في القنوات التلفزيونية الحكومية، و تبين أنّ (90.3%) من أفراد عيّنة الدّراسة هم من العاملين في القطاع الخاصّ.

رابعاً: طبيعة العمل

الجدول (8): توزيع عيّنة الدّراسة تبعاً لطبيعة العمل

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
طبيعة العمل	مُخرِج	79	23.2%
	مُصوِّر	145	42.6%
	مونتير	116	34.2%
	المجموع	**340**	**100%**

تشير بيانات الجدول (8) إلى توزيع أفراد العيّنة تبعاً لمتغير طبيعة العمل، حيث يلاحظ أنّ أكثر أفراد العيّنة من الذين يستخدمون الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني كانوا من فئة "مُصوِّر" بواقع (145) مفردة مُشكِّلين ما نسبته (42.6%)، تليهم فئة "مونتير"بواقع (116) مفردة وبنسبة بلغت (34.2%)، ثمّ فئة "مُخرِج" بواقع (79) مفردة وبنسبة بلغت (23.2%).

خامساً: سنوات الخبرة

الجدول (9): توزيع عيّنة الدّراسة تبعاً لسنوات الخبرة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
سنوات الخبرة	أقلّ من 5 سنوات	69	20.3%
	أكثر من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات	210	61.8%
	10 سنوات فأكثر	61	17.9%
	المجموع	**340**	**100%**

تشير بيانات الجدول (9) إلى توزيع أفراد عيّنة الدّراسة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة؛ إذ بلغ عدد أفراد عيّنة الدّراسة الذين خبرتهم العمليّة تزيد على (5) سنوات وتقل عن (10) سنوات (210) مفردات بنسبة مئويّة بلغت (61.8%)، أمّا الذين تقلّ خبرتهم العمليّة عن (5) سنوات فكان عددهم (69) مفردة بنسبة (20.3%)، وأما الذين تزيد خبرتهم على (10) سنوات فقد بلغ عددهم (61) مفردة بنسبة مئويّة قدرها (17.9%).ويستنتج الباحثان مما سبق أنّ معظم أفراد العيّنة الذين يستخدمون الهواتف الذكيّة هم من الفئة التي تتمتع بخبرة عملية "أكثر من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات".

نتائج أسئلة الدّراسة

مدى استخدام الهاتف الذكيّ في الإنتاج التلفزيونيّ

للوصول إلى وصف دقيق لخصائص عيّنة الدّراسة تبعاً لاستخدام تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ، تم استخراج التكرارات والنسب المئويّة، وذلك على النّحو التالي:

الجدول (10): توزيع عينة الدّراسة تبعاً لاستخدام تقنيات الهواتف الذكيّة

الاستخدام	التكرار	النسبة
نعم	340	97.1%
لا	10	2.9%
المجموع	**350**	**100%**

تُشير بيانات الجدول (10) إلى أنّ الذين يستخدمون الهاتف الذكيّ في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ بلغ عددهم (340) مفردة بنسبة (97.1%)، في حين أنّ الذين لا يستخدمون تقنيات الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ بلغ عددهم (10) مفردات بنسبة (2.9%)، وهي نسبة متدنيّة من إجمالي عيّنة الدّراسة. وقد تمّ استبعادهم لأنّ الدّراسة الحاليّة تستهدف مستخدمي الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ.

درجة استخدام الهاتف الذكي في الإنتاج التلفزيوني

للوصول إلى وصف دقيق لخصائص عيّنة الدّراسة تبعاً لدرجة استخدام تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني، تم استخراج التكرارات والنسب المئويّة، وذلك على النّحو التالي:

الجدول (11): توزيع عيّنة الدّراسة تبعاً لدرجة استخدام تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ

درجة الاستخدام	التكرار	النسبة
كبيرة جداً	179	52.7%
كبيرة	109	32.1%
متوسطة	43	12.6%
ضعيفة	9	2.6%
المجموع	**340**	**100%**

تشير بيانات الجدول (11) إلى أنّ درجة استخدام أفراد عيّنة الدّراسة لتقنيات الهواتف الذكيّة كانت كبيرة جداً؛ لأكثر من نصف الغينة بواقع (179) مفردة بنسبة (52.7%)، في حين أنّ الذين يستخدمونها بدرجة كبيرة وصلت نسبتهم (32.1%) بواقع (109) مفردات وكانت نسبة الذين يستخدمونها بدرجة متوسطة قد وصلت (12.6%) بواقع (43) مفردة، أمّا الذين يستخدمونها بدرجة ضعيفة فكانت نسبتهم (2.6%) بواقع (9) مفردات. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة بلاسيوس وآخرين Palacios et al (2015) التي أظهرت نتائجها محدوديّة استخدام ميزات الوسائط المتعدّدة في تطبيقات الأجهزة اللوحيّة في النشر الإعلامي، وكذلك محدودية مستوى التكامل مع المنتجات الأخرى في المؤسّسة الإعلاميّة نفسها.

أهم التطبيقات المستخدمة في تسجيل الصورة والصوت وتنفيذ عمليّة المونتاج

للوصول إلى وصف دقيق لخصائص عيّنة الدّراسة تبعاً لأهمّ التطبيقات المُستخدَمة في تسجيل الصورة والصوت وتنفيذ عمليّة المونتاج، تم استخراج التكرارات والنسب المئويّة. وبما أن أفراد العيّنة سُمح لهم باختيار أكثر من تطبيق، فإن نسبة الخيار تساوي عدد الخيارات على مجموعها. وبهذا يمكننا أن نحتسب نسبة التركيز التي تشير إلى أنّه كلما ارتفعت هذه النسبة لخيار ما، فإنّها تشير إلى ارتفاع نسبة التركيز على هذا الخيار، وذلك على النّحو التالي:

الجدول (12): توزيع عيّنة الدّراسة تبعاً للتطبيق المُستخدَم في الإنتاج التلفزيونيّ

التطبيق المُستخدَم	التكرار	النسبة
Imovie	94	11.1%
KineMaster	71	8.4%
Snap seed	84	9.9%
Proshot	29	3.4%
Adobe-Premiere	120	14.1%
Open Camera	131	15.4%
Cinema 4K	126	14.8%
Power Director	91	10.7%
Laps it	102	12%
أخرى	2	0.2%
المجموع	**850**	**100%**

تشير بيانات الجدول (12) إلى أنّ أكثر ثلاثة تطبيقات مُستخدَمة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني لدى عيّنة الدّراسة هي تطبيق OpenCamer بنسبة بلغت (15.4%)، يليه تطبيق Cinema 4K بنسبة بلغت (14.8%)، ثمّ تطبيق Adobe-Premiere بنسبة بلغت (14.1%)، أمّا التطبيقات نادرة الاستخدام في عمليّة الإنتاج التلفزيوني فكانت ضمن فئة التطبيقات "أخرى"بنسبة بلغت (0.2%). وقد تمثّلت هذه التطبيقات بكلٍّ من تطبيق فيسكو VSCO وهو تطبيق يُتيح للصحفيين وللمُصوّرين مزايا مُتعدّدة، ويمكن تحميله من الأجهزة التي تعمل بنظام IOS ونظام Android، أمّا التطبيق الثاني نادر الاستخدام فهو تطبيق فيلمك بروFilmicPro، ويتّسم هذا التطبيق بأنّه يُتيح إمكانيّة التحكُّم في مثّلث التعريض الضوئي، كسرعة الغالق وحساسيّة الكاميرا للضوء وفتحة العدسة؛ ويمكن تحميل هذا التطبيق من الأجهزة التي تعمل بنظام IOS ونظام Android.

القوالب والأشكال البرامجيّة التي يتمّإنتاجها من خلال الهواتف الذكيّة

الجدول (13): توزيع عيّنة الدّراسة تبعاً للقوالب والأشكال البرامجيّة المُستخدَمة في الإنتاج التلفزيونيّ

قالب وشكل البرنامج	التكرار	النسبة
التقارير التلفزيونيّة	280	18.3%
البث المباشر	83	5.4%
الأفلام الوثائقيّة	302	19.7%
التحقيقات التلفزيونيّة	180	11.8%
المقابلات التلفزيونيّة	12	0.8%
الفيتشر/ الإبراز	421	27.5%
الفيديوهات الرقميّة	97	6.3%
الفيديوجراف	138	9.0%
الرسوم المُتحرّكة	16	1.0%
أخرى	0	0%
المجموع	**1530**	**100%**

تشير بيانات الجدول (13) إلى أنّ أكثر ثلاثة قوالب أو أشكال برامجيّة يتمّ استخدامها في عمليّة الإنتاج التلفزيوني من قبل عيّنة الدّراسة هي "الفيتشر/ الإبراز" بواقع (421) مفردةً بنسبة بلغت (27.5%)، يليها قالب "الأفلام الوثائقية" بواقع (302) من المفردات بنسبة بلغت (19.7%)، ثمّ "التقارير التلفزيونية"بواقع (280) مفردة وبنسبة بلغت (18.3%)؛ في حين أنّ قالب "الرسوم المتحركة" كان أقلّ القوالب التي تستخدم فيها الهواتف الذكيّة لغايات إنتاجها؛ فقد بلغت نسبته من إجمالي عيّنة الدّراسة (1.0%) بواقع (16) مفردةً.ونستنتج من البيانات السابقة أنّ أفراد عيّنة الدّراسة يستخدمون الهواتف الذكيّة في إنتاج مختلف القوالب البرامجية التلفزيونيّة بإستثناء الاستخدام المحدود في إنتاج قالب الرسوم المُتحرّكة كونه يعتمد على تطبيقات خاصّة بأجهزة الكمبيوتر ويتطلب مواصفات لا تتوفر في الهواتف الذكيّة.وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة نور

(2020) التي بيّنت أنّ استخدام الهاتف الذكيّ أحدث تغييراً في سلوك إنتاج المحتوى الإعلامي، عبر رفده بأشكالٍ صحفية جديدة في السردّ القصصيّ والعمق البصري، ومنها قالب الرسوم المُتحرِّكة.

درجة الاعتماد على الهاتف الذكي في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ

للتعرف إلى تقديرات أفراد العينّة من العاملين الذين يستخدمون تطبيقات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ، تمّ احتساب المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لإجاباتهم، وفق المعادلة التاليّة:

الدرجة = (الحدّ الأعلى للبديل- الحدّ الأدنى للبديل)/ عدد المستويات= (4-1)/3 = 1.

أولاً: (من 1 إلى أقلّ من 2) درجة مُنخفِضة. **ثانياً:** (من 2 إلى أقلّ من 3) درجة متوسّطة. **ثالثاً:** (من 3 إلى 4) درجة مرتفعة. وللإجابة عن هذا التساؤل، تمّ استخراج المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لاستجابات أفراد عيّنة الدّراسة على المحور الأول من محاور أداة الدّراسة، وذلك على النحو التالي:

الجدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد العيّنة على المحور الأول مرتبة تنازلياً

ت	ر	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	1	أعتمد على الهاتف الذكيّ كبديل عن كاميرا التصوير التلفزيونيّ.	3.73	0.91	مرتفعة
2	4	أعتمد على الهاتف الذكيّ كبديل للأدوات الملحقة للكاميرا التلفزيونيّة التقليديّة (حامل الكاميرا/ ذراع الكاميرا).	3.72	0.98	مرتفعة
3	2	أعتمد على الهاتف الذكيّ في تسجيل الصوت.	3.68	0.87	مرتفعة
4	5	أعتمد على الهاتف الذكيّ كبديل لأدوات حركة الكاميرا التقليديّة.	2.47	0.69	متوسطة
5	3	أعتمد على الهاتف الذكيّ في عمليّة مونتاج المواد المصوّرة بديلاً عن الحاسوب.	2.54	0.65	متوسطة
المحور الأول ككل			**3.23**	**0.66**	**مرتفعة**

تشير نتائج الجدول (14) إلى أنّ المتوسطات الحسابيّة لتقديرات أفراد العيّنة لفقرات المحور الأول تراوحت بين (2.54-3.73)، وجاءت الفقرة (1) التي تنصّ على: "أعتمد على الهاتف الذكيّ كبديل عن كاميرا التصوير التلفزيونيّ" في المرتبة الأولى بمتوسّط حسابي بلغ (3.73) وبدرجة اعتماد مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (3) والتي تنصّ على: "أعتمد على الهاتف الذكيّ في عمليّة مونتاج المواد المصوّرة بديلاً عن الحاسوب" في المرتبة الأخيرة، بمتوسّط حسابي بلغ (2.54) وبدرجة اعتماد متوسطة.كما تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المتوسط الحسابيّ للمحور الأوّل ككلّ بلغ (3.23)، بدرجة اعتماد مرتفعة، وهذا يشير إلى أنّ معظم أفراد العيّنة يعتمدون على تقنيات الهواتف الذكيّة في عملية الإنتاج التلفزيونيّ؛ إذ أن تلك التّقنيات كانت بديلاً عن الكاميرا التّقليديّة في التّصوير التلفزيونيّ، كذلك فإن هذه التّقنيات يعتمد عليها أفراد العيّنة كبديل للأدوات الملحقة للكاميرا التلفزيونيّة التقليديّة (حامل الكاميرا/ ذراع الكاميرا)، وقد اتّفق أفراد العيّنة على توظيفهم تقنيات الهواتف الذكيّة في عملية تسجيل الصوت بديلاً عن الأسلوب التقليدي في التسجيل.وهذه النتائج تؤكد أهميّة الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ ودورها المستقبلي في هذا المجال. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة العتيبي (2015) التي أظهرت اعتماد المؤسسات الصحفيّة على تطبيقات الهواتف الذكيّة في مجال النشر الصحفيّ وإنتاج المحتوى وتدعيمه بالصّور ومقاطع الفيديو بما يخدم رسالة المؤسّسة الصحفيّة.

أهمّ الخصائص التقنيّة للهواتف الذكيّة المستخدمة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ

للإجابة عن هذا التساؤل، تمّ استخراج المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لاستجابات أفراد عيّنة الدّراسة على المحور الثاني من محاور أداة الدّراسة، وذلك على النّحو التالي:

الجدول (15): المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد العيّنة على المحور الثاني مُرتّبة تنازلياً

ت	ر	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاهتمام
1	2	تقنية K4 للتّصوير	3.98	0.54	مرتفعة
2	3	تقنية K8 للتّصوير	3.86	0.57	مرتفعة
3	4	العدسات واسعة الزاويا	3.75	0.56	مرتفعة
4	1	تقنية المدى الديناميكيّ العاليّ (High Dynamic Range (HDR	3.68	0.52	مرتفعة
5	5	البعد البؤري (الطويل/ المتوسط/القصير)	3.65	0.57	مرتفعة
6	8	الكاميرات (ثنائيّة/ رباعيّة/ ثلاثيّة)	3.58	0.56	مرتفعة
7	6	التقريب والتبعيد فائق الجودة Zoom in – Zoom out	3.51	0.61	مرتفعة
8	7	تقنية الفلاش التلقائي والإضاءة العاليّة	3.42	0.69	مرتفعة
9	9	كاميرات العمق	3.31	0.62	مرتفعة
10	10	الكاميرات الأماميّة	3.19	0.59	مرتفعة
11	11	تقنية تسجيل الصوت	2.89	0.49	متوسطة
12	12	تقنية الأبعاد الثلاثيّة والرباعيّة	2.59	0.71	متوسطة
		المحور الثاني ككل	**3.45**	**0.59**	**مرتفعة**

تشير نتائج الجدول (15) إلى أنّ المتوسطات الحسابيّة لتقديرات أفراد العيّنة لفقرات المحور الثاني تراوحت بين (2.59-3.98)، وجاءت الفقرة (2) التي تشير إلى أن أهمّ الخصائص التّقنية للهواتف الذكيّة المُستخدمة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني كانت "تقنية K4 للتصوير" في المرتبة الأولى، بمتوسّط حسابي بلغ (3.98) وبدرجة استخدام مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (12) التي تشير إلى استخدام "تقنية الأبعاد الثلاثيّة والرباعيّة" في المرتبة الأخيرة، بمتوسّط حسابي بلغ (2.59) وبدرجة استخدام متوسّطة. كذلك تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المتوسط الحسابيّ للمحور الثاني ككل بلغ (3.45) بدرجة استخدام مرتفعة، وهذا يشير إلى توظيف معظم أفراد العيّنة الخصائص التقنيّة للهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ، علما بأن"تقنية K8 للتصوير" حلّت في المرتبة الثانية بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.86) وبدرجة استخدام مرتفعة، ثم تقنية "العدسات واسعة الزاويا" بمتوسّط حسابي بلغ (3.75) وبدرجة استخدام مرتفعة، ثم "تقنية المدى الديناميكيّ العالي High Dynamic Range (HDR)" بمتوسّط حسابي بلغ (3.68) وبدرجة استخدام مرتفعة، ثم "البُعد البؤريّ (الطويل/ المتوسط/القصير)" بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.65) وبدرجة استخدام مرتفعة.

تأثير توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ على مستوى التكلفة والوقت والجهد والجودة

للإجابة عن هذا التساؤل، تمّ استخراج المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لاستجابات أفراد عيّنة الدّراسة على المحور الثّالث من محاور أداة الدّراسة، وذلك على النّحو التالي:

الجدول (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد العيّنة على المحور الثّالث مرتبة تنازلياً

ت	ر	الفقرة	المتوسط الحسابيّ	الانحراف المعياريّ	درجة الموافقة
1	1	تسهم الهواتف الذكيّة في تخفيض تكلفة إنتاج المحتوى التلفزيونيّ.	3.96	0.83	مرتفعة
2	4	لا تحتاج الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيوني إلى فريق عمل متكامل مقارنة بالإنتاج التلفزيونيّ التقليدي.	3.44	0.56	مرتفعة
3	2	تسهم الهواتف الذكيّة في سرعة تنفيذ عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ مقارنة بأدوات الإنتاج التلفزيونيّ التقليدي.	3.13	0.93	مرتفعة
4	3	تسهم الهواتف الذكيّة في إنتاج محتوى تلفزيوني بجودة عالية الدقة.	3.09	0.78	مرتفعة
		المحور الثالث ككل	**3.41**	**0.82**	**مرتفعة**

تشير نتائج الجدول (16) إلى أن المتوسطات الحسابيّة لتقديرات أفراد العيّنة لفقرات المحور الثاني تراوحت بين (3.09 – 3.96)، وجاءت الفقرة (1) والتي تنصّ على:"تسهم الهواتف الذكيّة في تخفيض تكلفة إنتاج المحتوى التلفزيوني" في المرتبة الأولى، بمتوسّط حسابي بلغ (3.96) وبدرجة تأثير مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (3) التي تنصّ على:"تسهم الهواتف الذكيّة في إنتاج محتوى تلفزيوني بجودة "عالية الدّقة" في المرتبة الأخيرة، بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.09) بدرجة تأثير مرتفعة. كذالك تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المتوسط الحسابي للمحور الثالث ككل بلغ (3.41) بدرجة تأثير مرتفعة، وهذا يشير إلى تأثير توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ على مستوى التّكلفة والوقت والجهد والجودة. نستنتج أنّ مستوى جودة المادّة البرامجيّة المنتجة من خلال الهواتف الذكيّة أقلّ من جودة المادّة التي تنتج بالأسلوب التقليديّ ؛إذ إنّ تأثيرها الإيجابي كان على مستوى توفير الوقت وتقليص التّكلفة.

إمكانيّات الهواتف الذكيّة في عملية الإنتاج التلفزيونيّ

للإجابة عن هذا التساؤل، تمّ استخراج الأوساط الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لاستجابات أفراد عيّنة الدّراسة على المحور الرابع من محاور أداة الدّراسة، وذلك على النّحو التّالي:

الجدول (17): المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة للإجابات على المحور الرابع مرتّبة تنازلياً

ت	ر	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	5	تتيح إمكانيّة مونتاج المادّة المصوّرة بحرفيّة عاليّة.	3.98	1.04	مرتفعة
2	6	تتيح إمكانية التقاط صورة تلفزيونيّة ذات تحقيق بصريّ قويّ وكبير.	3.91	0.90	مرتفعة
3	1	توفر صورة تلفزيونية فائقة الجودة.	3.90	0.96	مرتفعة
4	3	توفر إمكانية التقاط صورة تلفزيونية في ظروف الإضاءة السيئة.	3.51	0.89	مرتفعة
5	7	يساعد مثبّت الصورة البصريّ(OIS) في التقاط صورة واضحة.	3.47	0.81	مرتفعة
6	4	توفر إمكانيّة الحركة في أثناء عمليّة التصوير التلفزيونيّ.	3.22	0.79	مرتفعة
7	2	توفر قدرة فائقة على التقاط الصوت بجودة عاليّة.	2.93	0.61	متوسطة
		المحور الرابع ككل	**3.56**	**0.84**	**مرتفعة**

تشير نتائج الجدول (17) إلى أنّ المتوسّطات الحسابيّة لتقديرات أفراد العيّنة لفقرات المحور الرابع تراوحت بين (2.93 – 3.98)، وجاءت الفقرة (5) التي تنصّ على أنّ الهواتف الذكيّة: "تتيح إمكانيّة مونتاج المادّة المصورة بحرفيّة عاليّة" في المرتبة الأولى، وبمتوسّط حسابيّ بلغ (3.98) وبدرجة إمكانيّة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (2) التي تنصّ على أنّ الهواتف الذكيّة: "توفّر قدرة فائقة على التقاط الصوت بجودة عاليّة" في المرتبة الأخيرة، بمتوسّط حسابيّ بلغ (2.93) وبدرجة إمكانيّة متوسّطة. كذلك تشير البيانات في الجدول السابق إلى أنّ المتوسّط الحسابيّ للمحور الرابع ككل بلغ (3.56)، وبدرجة إمكانيّة مرتفعة، وهذا يشير إلى اتّفاق معظم أفراد العيّنة من العاملين في إنتاج البرامج التلفزيونيّة على توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في هذا المجال؛ إذ إنّ تقنيات الهواتف الذكيّة تُتيح إمكانيّة التقاط صورة تلفزيونيّة ذات تحقيق بصريّ قويّ وكبير، فقد حلّت هذه العبارة في المرتبة الثانيّة بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.91) وبدرجة إمكانيّة مرتفعة، تلتها "توفير صورة تلفزيونيّة فائقة الجودة" بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.90). ونستنتج مما سبق أنّ الهواتف الذكيّة تتمتع بتقنيات تسهم في إنتاج موادّ تلفزيونيّة بحرفيّة عاليّة وبمواصفات فنيّة عاليّة. وتتّفق هذه النّتيجة مع دراسة جميل Jamil (2019) التي أظهرت أنّ الهواتف الذّكيّة دعمت بيئات غُرف الأخبار في إدخال وسائل جديدة بما يتناسب مع استراتيجيات الوسائط المتعدّدة، ممّا يعكس التغييرات الهيكليّة في صناعة الصحافة والتحوّل في عمليّة إنتاج الأخبار.

إيجابيات وسلبيّات توظيف الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ

للإجابة عن هذا التساؤل، تمّ استخراج المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لاستجابات أفراد عيّنة الدّراسة على المحور الخامس من محاور أداة الدّراسة، وذلك على النّحو التالي:

أولاً: الإيجابيات

الجدول (18): المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد العيّنة على المحور الخامس/الإيجابيات مرتّبة تنازلياً

ت	ر	الفقرة/ الإيجابيات	المتوسّط الحسابيّ	الانحراف المعياريّ	درجة المتابعة
1	6	إثراء المحتوى البرامجيّ للمؤسّسات التلفزيونيّة وشركات الإنتاج.	3.86	0.54	مرتفعة
2	2	اختصار المدّة الزمنيّة لعمليّة الإنتاج.	3.79	0.73	مرتفعة
3	7	إنتاج موادّ تلفزيونيّة في أوقات الحروب والأزمات.	3.75	0.61	مرتفعة
4	4	سهولة تنقُّل فريق الإنتاج.	3.42	0.65	مرتفعة
5	5	توفير الجهد المبذول في الإنتاج التلفزيونيّ.	3.28	0.55	مرتفعة
6	1	توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في الإنتاج التلفزيونيّ	2.75	0.81	متوسطة
7	3	مواكبة التطوُّرات التكنولوجيّة.	2.62	0.91	متوسطة
المحور الخامس/ الإيجابيّات ككل			**3.35**	**0.89**	**مرتفعة**

تشير نتائج الجدول (18) إلى أنّ المتوسّطات الحسابيّة لتقديرات أفراد العيّنة لفقرات المحور الخامس/ الإيجابيات تراوحت بين (2.62 – 3.86)، وجاءت الفقرة (6) التي تنصّ على أنّ إيجابيات الهواتف الذكيّة: "إثراء المحتوى البرامجيّ للمؤسسات التلفزيونيّة وشركات الإنتاج" في المرتبة الأولى، بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.86) وبدرجة إيجابيّة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (3) والتي تنصّ على أنّ من إيجابيات تقنيات الهواتف الذكيّة: "مواكبة التطوّرات التكنولوجيّة" في المرتبة الأخيرة، بمتوسّط حسابي بلغ (2.62) وبدرجة إيجابيّة متوسّطة. كذالك تشير البيانات إلى أنّ المتوسّط الحسابيّ للمحور الخامس/ الإيجابيّات ككل بلغ (3.35)، بدرجة إيجابيّة مرتفعة، وهذا يشير إلى اتّفاق معظم أفراد العيّنة من العاملين في الإنتاج التلفزيونيّ على أنّ من إيجابيّات تقنيات الهواتف الذكيّة اختصارها المدّة الزمنيّة لعمليّة الإنتاج وإمكانية إنتاج موادّ تلفزيونيّة بكل سهولة في أوقات الأزمات أو الحروب وذلك لسهولة تنقُّل الفريق ولتوفيرها الجهد المبذول في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ. ونستنتج ممّا سبق أنّ توفير الوقت والجهد والتّكلفة الناتجة عن استخدام الهواتف الذّكية ساهم في زيادة مستوى المحتوى البرامجيّ التلفزيونيّ وإثرائه.

ثانياً: السلبيات

الجدول (19): المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد العيّنة على المحور الخامس/ السلبيّات مرتّبة تنازليّاً

ت	ر	الفقرة/ السلبيّات	المتوسّط الحسابيّ	الانحراف المعياريّ	درجة المتابعة
1	11	الحاجة المتكرّرة للشحن الكهربائيّ.	3.71	0.63	مرتفعة
2	8	التكلفة العاليّة لأجهزة الهواتف الذكيّة المتطوّرة.	3.64	0.62	مرتفعة
3	10	افتقار بعض الهواتف الذكيّة للتقنيات المتطوّرة في التصوير.	3.57	0.54	مرتفعة
4	12	الحاجة إلى استخدام وحدات إضاءة مُساعِدة.	3.21	0.59	مرتفعة
5	9	عدم القدرة على الاستخدام الأمثل لإمكانيّات الهواتف الذكيّة.	3.12	0.71	مرتفعة
6	14	ضعف قدرات برامج المونتاج والتسجيل الصوتيّ.	3.07	0.93	مرتفعة
7	13	ضعف إمكانيّة الثبات في أثناء التّصوير.	2.77	0.84	متوسطة
المحور الخامس/ السلبيّات ككل			**3.30**	**0.65**	**مرتفعة**

تشير نتائج الجدول (19) إلى أنّ المُتوسّطات الحسابيّة لتقديرات أفراد العيّنة لفقرات المحور الخامس/ السلبيّات تراوحت بين (2.77 – 3.71)، وجاءت الفقرة (11) التي تنصّ على أنّ من سلبيّات الهواتف الذكيّة: "الحاجة المُتكرّرة للشحن الكهربائي" في المرتبة الأولى، بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.71) وبدرجة سلبيّة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة (13) التي تنصّ على أنّ من سلبيات الهواتف الذكيّة: "ضعف إمكانية الثّبات في أثناء التّصوير" في المرتبة الأخيرة بمتوسّط حسابي بلغ (2.77) بدرجة سلبيّة متوسّطة. كذلك تشير البيانات إلى أنّ المتوسّط الحسابيّ للمحور الخامس/ السلبيّات ككل بلغ (3.30)، بدرجة إيجابيّة مرتفعة، وهذا يشير إلى اتّفاق معظم أفراد العيّنة من العاملين في الإنتاج التلفزيونيّ على أنّ من سلبيات الهواتف الذكيّة

التكلفة العاليّة لشرائها، وافتقار بعض الهواتف الذكيّة للتقنيات المتطوّرة في التصوير، بالإضافة إلى الحاجة إلى استخدام وحدات إضاءة مساعدة؛ وضعف قدرات برامج المونتاج والتسجيل الصوتيّ عند عمليّة إنتاج البرامج التلفزيونيّة من خلال تقنيات الهواتف الذكيّة.

الخاتمة

النتائج والتوصيات

تمتّ في هذا الجزء مناقشة النتائج في ضوء ما أسفرت عنه عملية التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة على فقرات أداة الدّراسة، وذلك بهدف التعرّف إلى مدى توظيف تقنيات الهواتف الذكيّة في عملية الإنتاج التلفزيوني.

أولاً: ملخّص نتائج الدّراسة

أظهرت الدّراسة مجموعة من النّتائج، يمكن استعراضها في الآتي:

1. بلغت نسبة الذين يستخدمون تقنيات الهواتف الذّكيّة في عملية الإنتاج التّلفزيونيّ (97.1%) من إجمالي العيّنة مقابل (2.9%) لا يستخدِمونها في عمليّة الإنتاج التّلفزيونيّ، وهي نسبة متدنيّة من إجمالي عيّنة الدّراسة، مما يشير إلى أهميّة توظيف هذه التّقنيات في عملية الإنتاج التّلفزيونيّ.
2. إن أكثر ثلاثة تطبيقات مُستخدَمة في عمليّة الإنتاج التّلفزيونيّ لدى عيّنة الدّراسة كانت تطبيق Open Camera بنسبة بلغت (15.4%)، يليه تطبيق Cinema 4K بنسبة بلغت (14.8%)، ثمّ تطبيق Adobe-Premiere بنسبة بلغت (14.1%).
3. إن أكثر ثلاثة قوالب أوأشكال برامجيّة تُستخدم في عمليّة الإنتاج التّلفزيونيّ لدى عيّنة الدّراسة كانت قالب "الفيتشر/ الإبراز" بنسبة بلغت (27.5%)، تلاه قالب "الأفلام الوثائقيّة" بنسبة بلغت (19.7%)، ثمّ "التّقارير التّلفزيونيّة" بنسبة بلغت (18.3%).
4. إنّ درجة اعتماد عيّنة الدّراسة على تقنيات الهواتف الذّكيّة في عمليّة الإنتاج التّلفزيونيّ كانت مرتفعة بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.73). وهذا يشير إلى أنّ معظم أفراد العيّنة يعتمدون على تقنيات الهواتف الذّكيّة في عمليّة الإنتاج التلفزيوني، إذ إن تلك التّقنيات كانت بديلاً عن الكاميرا التّقليديّة في التّصوير التّلفزيونيّ، كذالك فإن هذه التّقنيات يعتمد عليها أفراد العيّنة كبديل للأدوات الملحقة للكاميرا التّلفزيونيّة التّقليديّة.
5. إنّ أهمّ الخصائص التّقنية للهواتف الذّكيّة المستخدمة في عمليّة الإنتاج التلفزيونيّ كانت: "تقنية K4 للتصوير" بمتوسّط حسابيّ بلغ (3.98) وبدرجة استخدام مرتفعة، وهذا يشير إلى توظيف معظم أفراد العيّنة لخصائص هذه التقنية في الإنتاج التلفزيوني، ومنها "تقنية K8 للتصوير"، وتقنية "العدسات واسعة الزاويا"، و"تقنية المدى الديناميكيّ العالي High Dynamic Rang (HDR)"، وبدرجة استخدام مرتفعة.
6. إنّ تقنيات الهواتف الذّكيّة ساهمت في تخفيض التّكلُفة والوقت والجهد في عمليّة إنتاج المحتوى التّلفزيونيّ بمتوسّط حسابي بلغ (3.96) وبدرجة تأثير مرتفعة.
7. إنّ الهواتف الذّكية أتاحت للعاملين في الإنتاج التّلفزيونيّ إمكانيّة "منتجة" المادّة المصوّرة بحرفيّة عالية" بمتوسّطٍ حسابيّ بلغ (3.98) وبدرجة إمكانيّة مرتفعة؛ إذ إنّ تقنيات الهواتف الذكيّة تتيح إمكانيّة التقاط صورة تلفزيونيّة ذات تحقيق بصريّ قويّ وكبير، وإمكانيّة الحصول على صورة تلفزيونيّة فائقة الجودة من خلال تقنيات الهواتف الذّكيّة.
8. تمثّلت إيجابيات تقنيات الهواتف الذّكيّة في إثرائها للمحتوى البرامجيّ للمؤسسات التّلفزيونيّة وشركات الإنتاج بدرجة إيجابيّة مرتفعة، في حين تمثّلت سلبيات تقنيات الهواتف الذّكيّة في الحاجة المتكرّرة للشحن الكهربائي، وضعف إمكانيّة الثّبات في أثناء التّصوير.

ثانياً: توصيات الدّراسة

بناءً على ما تمّ التّوصّل إليه من نتائج، يوصي الباحثان بما يأتي:

1- مواكبة الفضائيّات وشركات الإنتاج التلفزيونيّ في الأردن للتطوّرات التّقنيّة في مجال الهواتف الذّكيّة وتوظيفها في عملية الإنتاج التلفزيونيّ.

2- توفير الأدوات التقنية المُلحَقة بالهاتف الذّكي للعاملين في الإنتاج التلفزيونيّ، بما يسهم في تخفيض الوقت والجهد والتّكلُفة.

3- الارتقاء بمستوى العاملين في قطاع الإنتاج التلفزيونيّ من خلال تدريبهم على التّقنيّات الحديثة، بما يسهم في رفع كفاءة إنتاجهم للموادّ الإعلاميّة ضمن القوالب المختلِفة في عمليّة الإنتاج التّلفزيونيّ.

4- عقد الدورات التّدريبيّة والتأهيليّة للعاملين في الفضائيّات وشركات الإنتاج التّلفزيونيّ فيما يتعلق باستخدام الهواتف الذّكيّة في الإنتاج التّلفزيونيّ.

5- استحداث وحدات خاصّة تُعنى بالإنتاج التلفزيونيّ من خلال الهواتف الذكيّة في الفضائيات الأردنيّة.

6- إجراء الدّراسات والبحوث حول طبيعة المُحتوى التّلفزيونيّ المُنتج من خلال الهواتف الذّكيّة.

7- توظيف الهواتف الذّكيّة في عملية النّقل المباشر الخارجيّ في الخدمات الإخباريّة.

8- توفير تطبيقات مُعالَجة الصوت والصورة في الهواتف الذّكية التّي تتطلب مقابلاً مادياً نظراً لإمكانيتها الفنية وخصائصها الفريدة.

9- استحداث مساقات دراسيّة في خُطط كليّات الإعلام تُعنى بالإنتاج الإعلاميّ من خلال الهواتف الذكيّة.

Employing Smart Phone Technologies in TV Production in Jordan: A Survey

Hatem Alawneh and Mazen Al-Nadi

Faculty of Mass Communication Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Abstract

The purpose of this study was to determine the extent to which smart phone technologies are used in Jordan's television production process. In order to carry out this study, the researchers relied on the survey approach, employing a questionnaire as astudy tool. Workers in Jordan's governmental and private television production sectors, represented by Jordan Radio and Television Corporation, Al-Mamlaka Channel, private satellite channels and television production businesses comprised the study population. The study found that smart phone technologies significantly reduced the cost, time and effort involved in the process of producing TV programming and that the three applications most commonly utilized in the TV production process in the study sample were the Open Camera application with a rate of (15.4%), the Cinema 4K application with a percentage of (14.8%), and the Adobe-premiere application with a percentage of (14.1%), whereas the three most commonly used templates or software forms in the TV production process in the study sample were for the feature (highlighting) with a percentage of (27.5%), followed by "documentary films" with a percentage of (19.7%), and "TV reports" with a percentage of (18.3%). The study recommends the necessity of creating special units for television production through smart phones for Jordanian satellite channels and television corproductions.

Keywords: Technologies, Smart phones, Television production.

المراجع العربية

أسعد، المصطفى. (2018). **صحافة الموبايل: نصائح حول أبرز مراحل التّصوير والمونتاج.** متاح: https://cutt.us/pPbd8

بنعبد العلي، عبدالسلام. (2015). أثر الهاتف المحمول على الإعلام الرقمي. **مجلّة الدوحة**، 60-55 :(58)8

البنك الدوليّ للإنشاء والتعمير. (2019). "**تعظيم الاستفادة من الهاتف المحمول**". وثيقة صادرة عن البنك الدولي، واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكيّة.

الحسن، عبد الدائم عمر. (2010). **التلفزيون.** ط1، الدار العالميّة للنشر والتوزيع، القاهرة، جمهوريّة مصر العربيّة.

حسن، نهار. (2017). خصائص المتابعة الإخباريّة عبر منصّات الهاتف المحمول لدى كبار السن: دراسة ميدانية. **مجلّة البحوث الإعلاميّة**. 658-624 :(1)48 .

خلف، خمائل. (2020). دوافع الشباب الجامعيّ العراقيّ لتطبيقات الهاتف المحمول والإشباعات المُتحقِقه منها، **مجلّة بُحوث الشرق الأوسط**. 55(2): 205-258.

الدليمي، عبدالرازق. (2011). **الصحافة الإلكترونيّة والتكنولوجيا الرقميّة**. ط1، دارالثقافة للنشروالتوزيع، عمان،الأردن.

رضوان، سائد سعيد. (2016). **اعتماد الشباب الفلسطينيّ على صحافة الهاتف المحمول كمصر للأخبار وقت الأزمات: دراسة ميدانيّة**. رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كليّة الآداب، الجامعة الإسلاميّة، غزّة.

زايد، حيدر فالح. (2020). **نظرية انتشار المبتكرات**. جامعة بغداد، العراق.

زقوت، هشام سمير. (2016). **استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعيّ من خلال الهواتف الذكيّة: دراسة ميدانيّة.** رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كليّة الآداب، الجامعة الإسلاميّة، غزّة.

شبابي، قاسم. (2016). **عناصر الإنتاج التلفزيونيّ**. ط1، دار البوكيلي للنشر والتوزيع، الرباط، المغرب.

شفيق، حسنين. (2017م). **صحافة وإعلام الهاتف المحمول.** ط2، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

شيخاني، سميرة. (2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات. **مجلّة جامعة دمشق**، ع26، دمشق، سوريا.

الصاوي، السيد صلاح. (2019). تطبيقات الهواتف الذكيّة والأجهزة المحمولة في مراكز الوثائق والأرشيف: دراسة تحليليّة. **مجلّة دراسات وتكنولوجيا المعلومات**، 19(1): 12-30.

عبدالحافظ، مادية. (2018). دور تكنولوجيا الاتّصال في تطوير الخدمة الصحفيّة المُقدّمة عبر الهاتف المحمول وانعكاساته على الشباب، **المجلّة المصريّة لبُحوث الرأي العام**، .550-497 :(2)17

العتيبي، تركي ذياب. (2015). **العوامل المؤثّرة على استخدام تطبيقات الأجهزة الذّكيّة في مجال النشر الصحفي: دراسة على القائم بالاتّصال والجمهور.** رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام سعود الإسلاميّة، الرياض، المملكة العربيّة السعوديّة.

العطار، أحمد. (2019). **لصحفيي الموبايل: كيف تؤسسون استديو متنقلاً داخل حقيبتكم؟** شبكة الصحفيين الدوليين، متاح: https://cutt.us/pOauU.

عفيفي، سمير فاروق. (2020). الإعلام المعاصر: بين تداول المعرفة ونقل خبرات الفن التشكيلي. **مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون**، مج21، ع1، مصر.

العلاونة، حاتم سليم والناصر، طارق زياد. (2016). الصحافة الإلكترونيّة ودورها في تشكيل معارف الشباب الجامعيّ الأردنيّ. **مجلّة: دراسات العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة**، مج43، ع2.

علي، شيماء محمد. (2018). أنماط التفاعليّة لمستخدميّ الهواتف الذّكيّة: دراسة كيفيّة. **مجلّة البحث العلميّ في الآداب**، ع19، ج1، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهوريّة مصر العربية، ص561-598.

عماد، أبانوب. (2017). **لصحفيي الموبايل: أفضل تطبيقات تصوير وتحرير الفيديو والصور**. شبكة الصحفيين الدوليين، متاح: https://cutt.us/gag3o.

عمر، هاني حسن. (2017). **مشكلات الإنتاج التلفزيونيّ وانعكاساتها على مخرجات الرّسالة الإعلاميّة: دراسة وصفية تحليليّة على تلفزيون السودان للفترة 2015-2016م.** رسالة ماجستير، كليّة الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.

العنانبة، أحمد علي. (2018). دور الهاتف الخليوي الذكيّ في تقليل اعتماد طلبة الجامعة الأردنيّة على الصحافة المطبوعة. **مجلّة الزرقاء للبحوث والدّراسات الإنسانيّة**، مج18، ع3، ص529-543.

الفيصل، عبد الأمير. (2014). الإشباعات المتحققة عبر الإنترنت وعلاقتها بالابتعاد الأسري. **مجلة مداد الآداب**، ع13، بغداد، العراق

قنديل، أسماء. (2019). **طوّروا عملكم الصحفي: دليل متكامل لاحتراف تطبيقات الهواتف المحمولة.** شبكة الصحفيين الدوليين، متاح: https://cutt.us/c4zYY.

نور، عزيزة أحمد. (2020). **استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام: الجزيرة أنموذجاً.** معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، قطر، ص1-40.

الهواري، شيماء وأحمد، محمود. (2019). استخدامات القائمين بالاتّصال للتطبيقات الاتّصالية للهواتف الذّكيّة: دراسة ميدانية للقنوات الإقليميّة المصريّة. **مجلّة الدّراسات الإعلاميّة**، ع9، ألمانيا، ص33-50.

Arabic References in English

Abdel-Hafez, Madyyi. (2018). The role of communication technology in developing the press service provided via mobile phone and its implications for youth, *The Egyptian Journal of Public Opinion Research*, 17(2): 497-550.

Afifi, Samir Farouk. (2020). Contemporary media: between the circulation of knowledge and the transfer of experiences of fine art. *Research Journal in Art Education and Arts*, Volume 21, Volume 1, Egypt.

Al-Attar, Ahmed. (2019*). For mobile journalists. How do you set up a mobile studio in your bag?* IJNet, Available: https://cutt.us/pOauU.

Alawneh, Hatem Selim and Nasser, Tariq Ziyad. (2016). The electronic press and its role in shaping the knowledge of Jordanian university youth. *Journal of Human and Social Sciences Studies*, Vol. 43, p. 2.

Al-Dulaimi, Abdel-Razek. (2011). *Electronic press and digital technology*. 1st floor, House of Culture for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

Al-Faisal, Abdul-Amir. (2014). *Online gratifications and their relationship to family distancing*. Medad Al-Adab magazine, p.13, Baghdad, Iraq

Al-Hassan, Abdel-Daim Omar. (2010). *TV*. 1st floor, International House for Publishing and Distribution, Cairo, Arab Republic of Egypt.

Ali, Shaima Mohammed. (2018). Interactivity patterns of smartphone users: a qualitative study. *Journal of Scientific Research in Arts*, Volume 19, Part 1, Ain Shams University, Cairo, Arab Republic of Egypt, pp. 561-598.

Al-Otaibi, Turki Diab. (2015). *Factors affecting the use of smart device applications in the field of press publishing: a study on the communicator and the audience*. Unpublished Master's Thesis, Imam Saud Islamic University, Riyadh, Saudi Arabia.

Ananba, Ahmed Ali. (2018). The role of the smart cell phone in reducing the reliance of University of Jordan students on the printed press. *Zarqa Journal of Research and Human Studies*, Vol.18, Volume 3, pp. 529-543.

Asaad, Al-Mustafa. (2018). *Mobile Journalism: Tips on the most important stages of photography and montage.* Available: https://cutt.us/pPbd8

Benabed Al-Ali, Abdel Salam. (2015). The impact of the mobile phone on digital media. *Doha Journal*, 8(58): 55-60.

El-Hawary, Shaima & Ahmed, Mahmoud. (2019). The communicators' uses of smart phone communication applications: a field study of the Egyptian regional channels. *Journal of Media Studies*, p. 9, Germany, pp. 33-50.

El-Sawy, Mr. Salah (2019): Applications of smartphones and mobile devices in documents and archives centers: an analytical study, *Journal of Studies and Information Technology*, 19 (1): 12-30.

Emad, Abanob (2017*). For mobile journalists. The best video and photo shooting and editing applications*. IJNet, Available: https://cutt.us/gag3o.

Gsma (2018). *"The Mobile Economy"*. p6, London, United Kingdom

Hassan, Nhar. (2017). Characteristics of news follow-up via mobile phone platforms in the elderly: a field study. *Journal of Media Research*. 48(1): 624-658.

International Bank for Reconstruction and Development (2019). *Optimization of the mobile phone*. Document issued by the World Bank, Washington, USA.

Khalaf, Khamael. (2020). Motivations of Iraqi university youth for mobile phone applications and their gratifications, *Middle East Research Journal*. 55(2): 205–258.

Noor, Aziza Ahmed (2020). *The use of the mobile phone to enrich the content of the media Al-Jazeera as a model.* Al Jazeera Media Institute, Doha, Qatar, pp. 1-40.

Omar, Hani Hassan (2017). *Problems of television production and their implications for the outputs of the media message: a descriptive and analytical study on Sudan TV for the period 2015-2016.* Master's Thesis, College of Mass Communication, Omdurman Islamic University, Sudan.

Qandil, Asmaa. (2019). *Develop your journalistic work. An integrated guide to professional mobile applications*. IJNet, Available: https://cutt.us/c4zYY.

Radwan, Saed Saeed. (2016). *Palestinian youth's dependence on mobile phone journalism as Egypt for news in times of crisis: a field study*. Unpublished Master's Thesis, Faculty of Arts, Journalism Department, The Islamic University, Gaza.

Shababi, Qassem. (2016*). Elements of television production*. 1st floor, Dar Al-Bukili for Publishing and Distribution, Rabat, Morocco.

Shafiq, Hassanein. (2017). *Mobile Press and Media*. 2nd floor, Dar Fikr wa Fann for printing, publishing and distribution, Cairo, Arab Republic of Egypt.

Sheikhani, Samira. (2010). New media in the information age. *Damascus University Journal*, No. 26, Damascus, Syria.

Zaqout, Hisham Samir. (2016). *Palestinian journalists' use of social media applications through smart phones: a field study*. Unpublished Master's Thesis, Faculty of Arts, Journalism Department, The Islamic University, Gaza.

Zayed, Haider Faleh. (2020). *The theory of diffusion of innovations*. University of Baghdad, Iraq.

English References

Cantarero, Teresa &gonzález-neira, Ana & valentini, Elena (2018). *Newspaper apps for tablets and smartphones in different media systems: a comparative analysis*. University of a coruña, Spain, Sapienza University of Rome, Italy.

Cisco. (2019). *Annual estimates of the worldwide prevalence of tablets and smartphones*. California, United States.

Jamil, Sadia (2019*). Journalism in the era of mobile technology: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana*. The University of Queensland, Australia.

Kwak, Nojin, Campbell, Scott W. Choi, Junho, Bae, Soo Young (2011). "Mobile Communication and Public affairs engagement in Korea: an Examination of non-linear relationships between mobile phone use and engagement across age groups. *Asian Journal of Communication*. Oct. Vol. 21 Issue 5. P. 485-503.

Palacios, Marcos & Silva, Fernando & Barbosa, Suzana and Cunha, Rodrigo. (2015). *Mobile Journalism and Innovation: A Study on Content Formats of Autochthonous News Apps for Tablets.* A volume in the Advances in Multimedia and Interactive Technologies (AMIT) Book Series.

Parkm, Chang Sup and Karan, Kavita. (2014). "Unraveling the relationships between smartphones use, exposure to heterogeneity, political efficacy, and political participation: a mediation model approach", *Asian Journal of Communication* , (Vol. 24, No. 4,) P 370.

Statista (2021*). Forecast number of mobile devices worldwide from 2020 to 2025*. Available: https://2u.pw/Y7ZUx.

Tossel, Chad, C. (2012*). "An Empirical Analysis of Internet Use on Smartphones: Characterizing visit Patterns and User Differences".* Unpublished doctoral dissertation, Rice University Taxas.

Wasserman, Herman (2011). "Mobile Phones, Popular Media and Everyday African Democracy: Transmissions and Transgressions, *Popular Communication*, Apr-Jun, Vol. 9 Issue 2. P. 146-158.

William L. Hosch. (2018*). "Smartphone" ،***www.britannica.com***, Retrieved 7-4.

التحدياتُ التي تُواجهُ المرأةَ العاملةَ مع القيادةِ النسائيةِ في ضوءِ متلازمةِ (Queen Bee) دراسةُ حالةِ جامعةِ الملكِ سعود

عبد الملك طاهر الحاج * وعفاف ناصر الشريف *

تاريخ الاستلام 2022/03/21 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.5 تاريخ القبول 2022/06/16

الملخص

هدفت الدراسةُ إلى التعرف على درجة تفضيل الموظفات الإداريات في جامعة الملك سعود للعمل مع القيادة الرجالية أو القيادة النسائية، وكذلك الوقوف على أهم التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل العمل مع نمط القيادة النسائية، من وجهة نظر الموظفات أنفسهن. تم استخدام المنهج المسحي الوصفي في الدراسة، حيث وُزِّعت الاستبانة على مفردات مجتمع الدراسة كافة وعددهن (4825) موظفة. وقد استجابت (371) موظفة بما نسبته (7.69%) من مجتمع الدراسة. وفي التحليل الإحصائي للبيانات، تم استخدام التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وتحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA)، واختبار (LSD) للتحقق من الفروق في إجابات المبحوثين نحو متغيرات الدراسة. وقد أظهرت النتائج ميل أغلبية الموظفات (88%) للعمل مع القيادة الرجالية، في حين أن (66%) من إجمالي أفراد الدراسة يفضلن العمل مع القيادة النسائية. كما كشفت الدراسة وجود جملة من التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات جراء العمل في ظل نمط القيادة النسائية، من أبرزها: افتقار القيادات النسائية للنظرة الشمولية للعمل، والاستفراد بعملية صنع واتخاذ القرارات، والتمييز بين الموظفات وعدم توخي العدالة التنظيمية، وإعطاء تعليمات شفهية في العمل، وانتهاج الأسلوب المركزي، وعدم تفهم احتياجات الموظفات وظروفهن الأسرية، وعدم تهيئة صف قيادي ثانٍ، وعدم تزويد الموظفات بالتغذية العكسية الإيجابية، وتصيد أخطاء الموظفات، وتحميلهن مسؤولية فشل قرارات القيادة، وضعف الثقة بقدرات الموظفات، وحرمان المتميزات منهن من فرص التدريب. وأوصت الدراسة بضرورة تصميم برامج تدريبية لبناء الرؤية الشمولية لدى القيادات النسائية، وتوعيتهن بالقضايا الاستراتيجية للعمل، وبأهمية الموازنة بين الأسلوب المركزي والأسلوب اللامركزي، وتطبيق العدالة التنظيمية بصورها المختلفة تفادياً لأي تمييز بين الموظفات في الجامعة.

الكلمات المفتاحية: القيادة، القيادة النسائية، سوق العمل، متلازمة ملكة النحل.

المقدمة

شهدت العقود الأخيرة اهتماماً عالمياً متزايداً بالمرأة وبالأدوار التي تمارسها في شتى مجالات الحياة، ومنها مجال العمل في قطاعات المجتمع المتعددة. وذلك انطلاقًا من مفهوم أنه لا يمكن لأي مجتمع النهوض بعملية التنمية الوطنية الشاملة على الوجه المطلوب في حال تجاهُل المرأة، وتعطيل دورها وإمكانياتها ومواهبها المختلفة. وفي حقيقة الأمر، يدل انخراط المرأة في سوق العمل على نضجها، وطموحها، وثقتها بقدراتها ومؤهلاتها، ووعيها بأهمية الدور المحوري المنوط بها في تطوير المجتمع والمساهمة في التنمية الوطنية الشاملة والمستدامة. لذلك، كان لا بد من أن تسهم الحكومات والمنظمات بفعالية في تطوير قدرات المرأة بشكل عام، والمرأة العاملة على وجه الخصوص، وتمكينها، وتذليل العقبات في طريقها، وتعلية مكانتها إلى المستويات التي تليق بأدوارها المختلفة بغية الإفادة مما لديها من قدرات وطاقات ودافعية، وتوظيفها بكفاءة عالية لإحداث نقلة نوعية في مسار التطور الاجتماعي والتنموي. ولكن، في الواقع العملي، لا يزال أمام المرأة العاملة العديد من المشكلات والصعوبات، سواءً كانت رئيسة أو مرؤوسة، بحيث لا تخلو من ذلك أي منظمة في العالم. ومن الاعتقادات السائدة لدى الكثيرين أن النساء في أماكن العمل أكثر دعمًا، ورعايةً، وعطاءً من الرجال مقارنة ببقية النساء الأخريات، وأن القيادات النسائية

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* كلية إدارة الأعمال، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.

تسهم بصورة إيجابية في حل مشكلاتهن ووصولهن إلى المستويات القيادية، إلا أن حقائق الواقع تشير إلى عكس ذلك؛ إذ إن المرأة العاملة في كثير من الأحيان تواجه حالة من الممانعة، والاستفزاز، والإقصاء، ليس من الموظفين الذكور أو القياد

ات الرجالية، بل من بنات جنسها في ذات المنظمة. وتتحول بعض النساء إلى ما يشبه ملكة النحل **(Queen Bee)**، لتمارس بصورة حادة سلوكيات ضارة ومضادة لبقية الإناث في بيئة العمل بدوافع متعددة، وهو ما يحتم على الحكومات والمنظمات بمختلف أشكالها وتوجهاتها أن تعمل على توفير بيئة آمنة وصحية للمرأة العاملة، ومنحها كل وسائل التمكين، وحل مختلف مشكلاتها، وتطوير جدارتها، وإشراكها في صنع القرارات والسياسات في القضايا والسياقات التنظيمية كافة، والأخذ بيدها نحو مراكز قيادية مناسبة. وبالنسبة للمرأة الموظفة في المنظمات الحكومية السعودية، لا تخلو حياتها العملية والتنظيمية من بعض المشكلات والصعوبات والمنغصات، بما في ذلك العاملات في جامعة الملك سعود مجال تطبيق هذه الدراسة. ومن هذا المنطلق، أتت هذه الدراسة للتعرف إلى واقع الموظفات الإداريات ومشكلاتهن في ظل القيادة النسائية بجامعة الملك سعود من منظور ما يعرف بمتلازمة ملكة النحل في المنظمات **(The Queen Bee Syndrome)**، وما يصدر عنها من تصرفات وممارسات سلوكية نحو بقية النساء في محيط العمل.

مشكلة الدراسة

نتيجة دخول المرأة سوق العمل، باتت النساء تشكل نسبة (47%) من القوى العاملة في العالم بحسب تقارير قسم الاقتصاد والشؤون الاجتماعية في منظمة الأمم المتحدة لعام (2020) (https://rb.gy/omdkid). ومن ثم، استطاعت المرأة أن تصل إلى الوظائف العليا، وأن تمارس أدواراً قيادية متعددة، برغم الهيمنة الذكورية على الوظائف القيادية التي أوجدت ما يعرف بالفجوة بين الجنسين (Gender Gap) كظاهرة عامة تنسحب على دول العالم كافة (Alomair, 2015; Gipson *et al*., 2017)؛ إذ تؤكد الإحصاءات أن نسبة النساء في الوظائف القيادية لا تزال متدنية مقارنةً بالذكور، حيث تشغل النساء (28%) فقط من المناصب الإدارية على مستوى العالم حتى عام (2019). وعلى مستوى أفضل خمسمئة شركة في العالم (Fortune Global 500 List)، تستحوذ النساء - فقط - على (7.4%) من كبار المديرين التنفيذيين، ولم تتجاوز نسبة النساء حاجز (25%) من المقاعد البرلمانية و(22%) في مجالس الوزراء حتى عام (2020) بحسب إحصائيات منظمة الأمم المتحدة (https://rb.gy/omdkid).

والمرأة العاملة السعودية لا تزال، مثل غيرها، تقف أمامها جملة من التحديات والصعوبات المختلفة في مسار حياتها المهنية. ولكن، بإعلان الرؤية الوطنية (2030) عام (2016)، التزمت الحكومة بدعمها سياسيًا واجتماعيًا وإداريًا، ورفع نسبة مساهمتها في سوق العمل (https:vision2030.gov.sa/ar/). كذلك، قامت الحكومة بتأسيس مركز تحقيق التوازن بين الجنسين؛ بهدف تقديم مبادرات ومشاريع تسهم في سد الفجوة بين الجنسين (https://rb.gy/kftj3j). ونتيجة ذلك، بلغت نسبة مشاركة المرأة في سوق العمل (34.1%) من إجمالي قوة العمل السعودية عام (2021م) بحسب تقارير الهيئة العامة للإحصاء (https://rb.gy/onrnmm)، وبلغت نسبة النساء في جهاز الخدمة المدنية (41%)، واستحوذت على (28.5%) من المناصب الإدارية العليا والمتوسطة وفق تقارير وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية لعام (2020) (https://rb.gy/7kj1vy).

ولكن، مع كل هذه الجهود، لا يزال عدد السعوديات في الوظائف القيادية أو الإدارية متدنيًا مقارنة بالرجال، ولا تزال المرأة العاملة والقيادية تواجه العديد من الحواجز والتحديات المختلفة (Gazzaz,2017;Alsubaaie and Jones,2017;Alotaibi,2020;Al-Mubaraky,2020)، لعل أبرزها: ضعف التمكين الإداري (Al- Ahmadi and Abu Khdeir,2009; Ghamdi,2016)، والقيم الثقافية والاجتماعية التقليدية، والنظرة السلبية للمجتمع نحو المرأة وخروجها للعمل (Al- Ruwais,2014)، والقوالب النمطية والتمييز بين الجنسين (Alsharif,2018).

وفي سياق الحديث عن تجربة القيادة النسائية، تبرز قضية حيوية، وهي علاقة هذا النمط القيادي مع المرؤوسين والمرؤوسات، وما يتخللها من تعقيدات وتفاعلات تعاونية أو صراعية مختلفة. ومع أهمية هذا الموضوع، يبدو أنه لم يحظ بالقدر الكافي من البحث العلمي بشكل عام؛ إذ إن الدراسات التي تناولت علاقة المرأة العاملة بغيرها من النساء كموظفات أو

قائدات إداريات في السياقات التنظيمية لا تزال قليلة (Warning and Buchanan, 2009; Cuadrado *et al*., 2012; Webber and Giuffre, 2019).

كذلك لم ينل هذا الموضوع، على أهميته، ما يستحقه من البحث العلمي في العالم العربي، والمملكة العربية السعودية بشكل خاص؛ فبحسب المسح الأدبي الذي قام به الباحثان، اتضحت الندرة الشديدة في الدراسات التي تناولت أبعاد العلاقة بين القيادة النسائية والمرؤوسين (الذكور والإناث)، وخاصة العلاقة مع الموظفات، وهي ما بات يعرف - مؤخرًا- في الأدب الإداري بسلوك ملكة النحل **(Queen Bee Syndrome)**. وقد أشارت بصورة غير مباشرة بعض الدراسات العربية، على قلتها، إلى أن بعض القيادات النسائية تتعامل بتعالٍ، ولا تتحلى باللباقة والمرونة في التعامل مع الموظفات، وتتصرف بحالة من التعجل وقلة الصبر، وتتعمد التطبيق الحرفي للوائح والتعليمات، وتهتم بالعمل أكثر من الاهتمام بالموظفات (Al-Hussein,2010)، كما تسعى لإعاقة التقدم المهني للموظفات (Abalkhail,2020).

وفي هذا السياق، جاءت هذه الدراسة لاستقصاء ومناقشة التحديات والمشكلات المختلفة التي تواجه الموظفات الإداريات، بشكل موسع، جراء العمل في ظل القيادة النسائية في جامعة الملك سعود، وذلك في ضوء ما يعرف بمتلازمة ملكة النحل كظاهرة سلوكية شائعة في المنظمات المعاصرة.

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن مجموعة من الأسئلة، وهي كما يلي:

1. ما مدى تفضيل الموظفات الإداريات للعمل مع القيادات الرجالية في جامعة الملك سعود؟
2. ما مدى تفضيل الموظفات الإداريات للعمل مع القيادات النسائية في جامعة الملك سعود؟
3. ما أبرز التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات الإداريات في ظل العمل مع القيادات النسائية، من وجهة نظر الموظفات أنفسهن؟
4. ما مدى وجود فروق جوهرية في إجابات أفراد الدراسة حول محاور الدراسة تُعزى للاختلافات في خصائصهن الوظيفية؟

أهداف الدراسة

ترمي الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، وهي كما يلي:

1. التعريف بمفهوم متلازمة ملكة النحل (**Queen Bee Syndrome**)، وسلوكياتها المختلفة في السياقات التنظيمية المختلفة كمفهوم إداري حديث.
2. التعرف إلى درجة تفضيل الموظفات الإداريات في جامعة الملك سعود للعمل تحت أي نوع من القيادة: الرجالية أو النسائية.
3. التعرف إلى التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات الإداريات في الجامعة في ظل القيادة النسائية، من وجهة نظرهن.
4. التحقق من وجود اختلافات في إجابات أفراد الدراسة حول محاور الدراسة تبعًا للاختلاف في خصائصهن الوظيفية.
5. تقديم جملة من المعلومات والتوصيات لصانعي السياسات والقرارات في جامعة الملك سعود لتساعدهم عند اتخاذ القرارات الخاصة باختيار وتعيين وتدريب وتقييم القيادات النسائية.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة من أهمية القيادة بصفة عامة، باعتبارها عنصرًا حيويًا للمنظمات بمختلف أشكالها وأحجامها. كما تنبع من أهمية القيادة النسائية كمفهوم حديث نسبيًا في الأدب الإداري، ومن حداثة تجربة القيادة النسائية في المملكة العربية السعودية. ويمكن إيضاح أهمية الدراسة ببعديها العلمي والعملي فيما يلي:

1. **الأهمية العلمية**: من المأمول أن تفيد نتائجُ هذه الدراسة المهتمين والباحثين في مجال القيادة النسائية، وذلك بفتح الباب أمامهم لإجراء العديد من البحوث والدراسات المشابهة، وكذلك رفد المكتبة العربية بمساهمة علمية قيمية في مجال

الإدارة العامة، والقيادة الإدارية عموماً، وموضوع القيادة النسائية على وجه الخصوص. وبذلك قد تسهم الدراسة في سد ثغرة واضحة في الأدبيات المتعلقة بهذا الموضوع. كذلك، مما يبرز أهمية وقيمة هذه الدراسة أنها تُعد من أوائل الدراسات العربية التي تناولت ظاهرة ملكة النحل (**Queen Bee**)، كمفهوم إداري حديث، بصورة واضحة، مما قد يلفت انتباه الكتاب والباحثين العرب، ويغريهم بمقاربة هذا المفهوم في المستقبل من خلال مشاريع ودراسات علمية عميقة تستهدف قياس درجة وجوده في المنظمات والسياقات العربية المختلفة، وعلاقته بالعديد من العوامل والمتغيرات التنظيمية الأخرى.

2. **الأهمية العمَلية:** تتمثل الأهمية العملية للدراسة فيما ستنقله - من خلال نتائجها وتوصياتها - من صورةٍ واضحةٍ ودقيقةٍ للقيادات النسائية في جامعة الملك سعود حول أدائهن الإداري، ومكامن الضعف في أسلوبهن القيادي المؤثر بصورة مباشرة وغير مباشرة في أداء ودافعية الموظفات الإداريات، ومن ثم العمل على تطويره، والتغلب على نقاط الضعف التي تكتنفه. فضلًا عن ذلك، من المأمول أن تساعد نتائج وتوصيات هذه الدراسة صُنّاع القرار على مستوى الجامعة في التعرف إلى المشكلات التي تقف أمام الموظفات العاملات في ظل نمط القيادة النسائية، ومن ثم العمل على تذليلها ومعالجتها بالطرق والتدخلات الإدارية والسلوكية المناسبة، بما يُسهم في تحقيق رؤية الجامعة، وكذلك الرؤية الوطنية للمملكة العربية السعودية (2030) التي تستهدف ضمن توجهاتها ومستهدفاتها تمكين المرأة في مختلف المجالات، ورفع نسبة مساهمتها في سوق العمل، بما في ذلك إزالة العقبات والسقوف الزجاجية التي تعترض طريقها نحو التقدم للوظائف القيادية.

الإطار النظري للدراسة

تحديات المرأة وإيجابيات عملها

تعاني المرأة، لاسيما في المجتمعات التقليدية المنغلقة، ومنها المجتمع العربي، من تحديات وصعوبات، من أبرزها: عدم الثقة بقدراتها وإمكانياتها المختلفة، وقَصر دورها في الإنجاب، وتدبير أمور المنزل، ورعاية الأطفال (Al –Shuwaier,2021). كذلك تعاني من الهيمنة عليها من جانب الذكور، والنظرة السلبية نحوها من المجتمع، وكذلك من العادات والتقاليد البائدة التي تحول دون خروجها للعمل (Al-Hajj and Al-Nasser,2017)، وممارسة العنف والتمييز ضدها، وعدم مساواتها بالرجل (Ubairah,2017)، وحرمانها من التعليم أو استكماله، وتدخل الأسرة في اختيار تخصصها ومجال عملها كمجالي الصحة والتعليم في الغالب (Hayjan,2004)، بالإضافة إلى حرمانها من تولي الوظائف الإدارية والقيادية والقضائية، ومن المشاركة السياسية (Balloul,2009)، فضلًا على منعها من العمل في المجال التجاري، وممارسة ريادة الأعمال وتأسيس مشروعها الخاص (Al-Qahtani,2021).

ولكن، مع مرور الوقت، وبفعل عوامل عديدة، منها: انتشار التعليم والثقافة، وثورة الاتصال والمعلومات، وحركات مناصرة قضايا المرأة ومنظمات حقوق الإنسان بشكل عام، تمكنت المرأة من الدخول إلى مجالات العمل في مختلف القطاعات الخدمية والإنتاجية، وأصبح لها وجودها وحضورها إلى جانب الرجل. وبذلك حققت العديد من المكاسب والعوائد على المستوى الذاتي والتنظيمي والمجتمعي، نوجزها بالآتي: تحقيق الذات، والثقة بالنفس، وبناء الشخصية، والشعور بمكانتها وأهميتها في المجتمع (Keller *et al.,2015*)، وتحسين معارفها ومهاراتها وقدراتها وخبراتها، والمشاركة الفاعلة في مختلف الأنشطة التنموية (القحطاني، 2021)، وكذلك التعبير عن رأيها حيال العديد من القضايا المجتمعية. وبالنسبة للمنظمات، يدعم وجود المرأة في إطارها حالة التنوع الثقافي للقوى العاملة (Patrick and Kumar,2012)، ويسهم في ردم الفجوة بين الجنسين (Lisowska,2021)، ويضفي وجودها على بيئة العمل قدراً من الحكمة والمرونة والتعاطف والإبداع (Al-Rabiah and Al-Hadith,2018). كما تساعد المرأة، بأساليبها الخاصة، في عملية التحفيز، وإدارة النزاعات، وحل مشكلات العمل بطريقة إنسانية (Rey and Rey, 2011). وعلى المستوى المجتمعي، من خلال عمل المرأة يتحقق لها الاستقلال المالي، مما يساهم في دعم المستوى المعيشي للأسرة، وتعزيز القدرة الإنتاجية والاقتصادية للدولة، ودعم التنمية المستديمة (القحطاني، 2021). علاوة على ذلك، يعكس نيل المرأة حقها في العمل والترقية المهنية سمعةً جيدةً للدولة، ويضعها في مراتب متقدمة ضمن المؤشرات العالمية

المعنية بقضايا المرأة وحقوق الإنسان بشكل عام.

مفهوم القيادة النسائية وخصائصها

شكّلت القيادة ظاهرة إنسانية فريدة عبر كل العصور؛ لما لها من تأثير مباشر وغير مباشر في المجتمعات والمنظمات بمختلف أشكالها ونشاطاتها وتوجهاتها. وفي العصر الحالي، زاد الاهتمام بالقادة ذوي الجدارات المهنية المتميزة، وعملية اكتشافهم، وتطويرهم؛ نظراً لقدرتهم على استمالة المرؤوسين، ودفعهم نحو العمل لتحقيق الأهداف التنظيمية المرسومة بكفاءة عالية (Al- Muneef,2011).

لقد اختلف الكتاب والعلماء حول وضع تعريف جامع لمصطلح القيادة، وقد يُعزى ذلك لاختلاف المنظورات التي انطلقوا منها نحو هذا الغرض (Ghoneim,2020). ولذلك، نعرض هنا عدداً من التعريفات التي تقدم بها بعض الكتاب والباحثين، على النحو الآتي: عرفها (Northouse,2018:p.25) بأنها "علاقة القوة بين القائد والتابعين من خلال تأثيره في الأفراد، وذلك باستخدام القوة". وهناك من عرفها بأنها "المزيج الفريد من القدرات الخاصة للقائد، ومن الظروف المواتية له، والعاملين الذين يعززونه بالقدرة على القيام بما هو جديد، وتحقيق ما لم يتحقق في السابق"(Najm,2010:p.21). وكذلك عرفها (Sheen,2017) بأنها "تحفيزُ القائد مرؤوسيه، وتوجيههم من خلال تطوير شعورهم العاطفي نحو الرؤية ومجموعة القيم؛ ليظهروا متعاطفين ومتجانسين إلى حدٍ كبيرٍ مع رؤية وقيم المؤسسة".

وقبل اختتام هذه الجزئية، يتقدم الباحثان بتعريف خاص للقيادة الإدارية، وهو أنها: " فعلٌ إنسانيٌ، يتوفر على مجموعة من السمات والخصائص الفريدة، التي تُمكن القائد الإداري من احتواء التابعين، واستمالتهم، وتوجيههم الوجهة التي تخدم رؤية وأهداف المنظمة".

وبما أن المرأة قد استطاعت أن تتقلد العديد من الوظائف، وأن تتبوأ مراكز قيادية في العديد من المنظمات، فقد دفع ذلك الباحثين لإجراء الدراسات العلمية لاستقصاء أثر عامل الجنس في القيادة، وقد توصلت إلى وجود اختلافات في الممارسة القيادية بين الذكور والإناث، (Eagly and Johnson, 1990; Jenni, 2017; Paris *et al*., 2009; Rey and Rey, 2011; Warning and Buchanan, 2009; Webber and Giuffre, 2019; Yaseen, 2010).

وتعرف القيادة النسائية بأنها: "الأسلوب القيادي الذي يشمل قدراً كبيراً من خصائص المرأة وتفضيلاتها، التي لا تتوافق مع خصائص الرجل وتفضيلاته من جوانب عدة" (Najm,2010:p.374). وعرفتها (Rouleau-Carroll, 2014) بأنها: "مجموعة من السمات والخصائص التي تميز أداء المرأة مقارنة بالرجل، والتي تمكنها من تحقيق النتائج المرغوبة والفاعلية والنجاح". ويعرف الباحثان القيادة النسائية بأنها: مجموعة السمات النفسية والفكرية والممارسات السلوكية المختلفة التي تتفرد بها المرأة، وتسم طريقتها في التعامل مع المرؤوسين في المواقف المختلفة؛ بهدف استثارتهم وتوجيه جهودهم نحو الأهداف التنظيمية المحددة.

وفي سبيل استخلاص السمات والخصائص التي تميز نمط القيادة النسائية عن القيادة الرجالية، يرى بعض الباحثين أن النمط القيادي الذكوري يميل للمباشرة، والمواجهة، والمنافسة، والاستقلالية، والاعتراض، والسيطرة، والتوجه بالنتائج، في حين أن النمط الأنثوي غير مباشر، ويميل للتصالحية، والتعاونية، وتقديم التغذية الداعمة، والتوجه بالعلاقات الإنسانية (Holmes and Stubbe,2003; Walker and Aritz, 2015). ويتفق البعض مع هذا الطرح حين يؤكد أن النساء تبدو أكثر اهتماماً بالعاملين وبالجوانب الإنسانية، بعكس القيادة الرجالية التي تهتم غالباً بالجوانب المرتبطة بالعمل (Jenni, 2017). إلى ذلك، يرى (Najm,2010) أن من أبرز خصائص القيادة النسائية المستمدة من طبيعتها كأنثى: التقبل الاجتماعي، والتأهب للقيادة والعمل، والوعي بالعمل كرسالة من أجل المجتمع، علاوةً على امتلاك الطاقة الفكرية، والرؤية، وتلقائية التصرف، وحسٌ الالتزام والمسؤولية، وتقديم الحلول من منظورات نسوية، والمحافظة على هويتها كامرأة. كذلك، يعتقد (Al-Al-Suwaidan and Bashraheel,2004) أن من خصائص القيادة النسائية الاستشارة في اتخاذ القرارات، والإبداع والابتكار والتجديد،

والاتصال، وبناء العلاقات، وتبادل المعلومات. علاوة على ذلك، يؤكد بعض الباحثين أن الأسلوب القيادي للنساء يتسم بكونه أكثر تشاركية، وديمقراطية، وحساسية، ومشاركة للمعلومات (Eagly and Johnson, 1990; Paris *et al*., 2009). وهذا ما أشارت إليه (Al- Olayan,2016) من أن النساء تميل للقيادة الديمقراطية؛ فتشجع على المشاركة، والتفويض، وتبادل المعلومات مع العاملين، وتعزّز القيمة الذاتية لهم، وتفضل القيادة من خلال القدوة والتجربة، وتهتم بتطوير العاملين مهنيًا. فضلًا عن ذلك، تمتلك القيادة النسائية أسلوبًا فعالًا في إدارة النزاعات، ومهارات التعامل مع الآخرين، والاستماع الجيد، والتسامح، والتعاطف، والقيادة من الخلف، بعكس الرجال الذين يقودون من الأمام (Rey and Rey, 2011). كذلك، تتميز القيادة النسائية بأنها تنطوي على التفاعل وتمكين الموظفين، وعدم استعمال السلطة بدرجة كبيرة (Eagly and Carli, 2003). ويتماهى إلى حدٍ كبير مع هذا الرأي (Ghoneim,2020) في قوله: إن القيادة النسائية تميل للتعاون، والعناية، والاهتمام، والتمكين، واستخدام الحد الأدنى من القوة.

من خلال التأمل فيما سبق، يمكن الخروج بما يؤكد أن النمط القيادي النسائي يمتلك عدة سمات وخصائص أساسية تميزه بشكل واضح عن النمط الرجالي، لعل من أبرزها: تفضيل الأساليب الناعمة في التعامل مع العنصر البشري والإحساس به في المنظمات، وإضفاء حالة من الطمأنينة والإبداع في بيئة العمل، والانفتاح والتعاون مع الجميع، وحل المشكلات بطرق ودية وإنسانية هادئة، وتجنب مواقف المواجهة والمخاطرة والهيمنة واستخدام أدوات القوة والسلوك السياسي، وعدم تقييد واحتكار المعلومات لتحقيق أهداف خاصة.

العلاقة بين النساء في العمل ومتلازمة ملكة النحل (Queen Bee)

حاول العلماء والباحثون دراسة أبعاد العلاقة بين الذكور مع بعضهم، وكذلك العلاقة بين الإناث مع بعضهن في المنظمات، ومدى تفضيل الموظفين والموظفات للعمل مع القيادات الرجالية أو النسائية. كما لا تزال علاقة- المرأة سواءً كانت موظفة أو قائدة- مع النساء الأخريات محفوفة بالمخاطر في أماكن العمل (Webber and Giuffre, 2019)، ولا تزال الدراسات نادرة حول علاقة المرأة العاملة بغيرها من النساء كموظفات أو قائدات إداريات (Cuadrado *et al*., 2012; Warning and Buchanan, 2009; Webber and Giuffre, 2019) .

على أي حال، يفترض أن تكون النساء العاملات أكثر تفهمًا، ورعايةً، وتسامحًا من الرجال مع النساء الأخريات في المنظمات، وأن تسهم القيادات النسائية بفعالية في الجهود الرامية إلى دعم وصول النساء الأخريات الى المواقع القيادية (Kremer *et al*., 2019). ولكن الواقع يشير إلى أن المرأة في حال تقلدت وظيفة قيادية تنقلب على غيرها من النساء في المنظمة، وتسهم في الانتقاص منهن وإعاقة تقدمهن الوظيفي (Arvate *et al*., 2018). وهذا السلوك، هو ما بات يعرف - من باب الاستعارة- بمتلازمة ملكة النحل (**Queen Bee**)، ويرمز لها اختصاراً في الأدبيات المتخصصة (**QB**).

لقد صيغ مصطلح "ملكة النحل" لأول مرة عام (1974) في جامعة ميشيغان من قبل علماء النفس، وهم ستينز وزملاؤه (Staines)، لوصف ميل النساء الناجحات لمعارضة حركة تحرير المرأة (Grmek, 2020). ثم تم نقله عام (2004) إلى السياق التنظيمي لوصف النساء اللواتي يمارسن سلوكيات مضادة لبقية النساء من أجل تحقيق النجاح الفردي في المنظمات التي يهيمن عليها الذكور(Sobczak, 2018; Sterk *et al*., 2018). وقد وُصِفت مارجريت تاتشر، أول رئيسة وزراء في المملكة المتحدة، بملكة النحل؛ لعدم تقريب وتوظيف النساء في حكومتها، حيث كانت أكثر استقطاباً وتوظيفًا للذكور. هذا، مع أن هناك من تحفظ على مصطلح (QB)، واقترح إطلاق مصطلح "القائد الملكي" بدلًا من "ملكة النحل"؛ لكونه أكثر ملاءمة لمستوى المرأة في الوظائف العليا في السلطة (Arvate *et al*., 2018) . كذلك، يرى (Faniko *et al*., 2021) أن المصطلح بحاجة إلى إعادة نظر ومراجعة؛ لأنه يوحي بأن النساء هن المشكلة، وليس المنظمات. ومن ثم، إذا كانت النساء عدوات أنفسهن، فلماذا يدفع الناس من أجل النهوض بالمرأة في مكان العمل.

جانب آخر، يشير (Faniko *et al*., 2016) إلى أن هناك ثلاثة مؤشرات تدل على وجود ظاهرة أو متلازمة (QB) في أي منظمة: (1) تقديم القيادات النسائية أنفسهن بشكل أكثر شبهًا بالرجال والاندماج معهم، (2) إبعاد أنفسهن جسديًا ونفسيًا

عن النساء الأخريات، و(3) إضفاء الشرعية على الوضع الراهن الذي يتمتع فيه الرجال بمكانة أعلى من النساء من خلال معارضة السياسات التي من شأنها تحسين مكانة المرأة.

وتتجلى هذه المشكلة بشكل أكبر في المنظمات التي يشغل فيها الرجال غالبية الوظائف القيادية (Arvate *et al.*, 2018; Harvey and Tremblay, 2020). وتصبح احتمالية دعم المرأة لترقية المرأة أقل من دعمها للرجل في أماكن العمل (Webber and Giuffre, 2019)، حيث تسعى المرأة القيادية في الوظائف العليا إلى إبعاد نفسها عن النساء الأخريات في المنظمة (Derks *et al.*, 2016)، وتعمل على حجب المعلومات عنهن خوفًا من تجاوزها، أو أن يصبحن أكثر تمكنًا منها (Johnson and Mathur-Helm, 2011). ليس ذلك فحسب، بل تمارس دور انتقاد بنات جنسها، ودعم الصورة النمطية عن المرأة على أنها أقل طموحًا وانخراطًا في العمل مقارنة بالرجال (Johnson and Mathur-Helm, 2011). ولا تتردد المرأة القيادية في لسع أي موظفة إذا رأت أنها تعرض مكانتها وموقعها للتهديد بصورة مباشرة أو غير مباشرة (Mavin, 2008).

ومع كل ذلك، يجب ألا يُفهم أن هذه الممارسات سمة سلبية مطلقة في القيادة النسائية، بل توجد لها استثناءات واقعية؛ فقد أكدت بعض الدراسات أن هناك قيادات نسائية يتصرفن بطريقة خيرية تجاه النساء التابعات، ويعملن على الأخذ بأيديهن نحو التطور والترقية والتقدم المهني (Arvate *et al.*, 2018).

الدراسات السابقة

الدراسات المتعلقة بالقيادة النسائية السعودية

أجريت في البيئة السعودية العديد من الدراسات لتحليل ومناقشة واقع عمل القيادات النسائية، وتشخيص المشكلات والتحديات التي تواجهها، وتحد، لذلك، من دورها القيادي، نوجزها فيما يلي:

أجرت (Al-Shuwaier,2021) دراسة على عينة من القيادات الأكاديمية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، توصلت إلى وجود عدة تحديات تواجه المرأة القيادية، من أهمها: هيمنة الرجال على المناصب القيادية، وقلة عدد النساء في مواقع اتخاذ القرار، وحصرها في الوظائف القيادية التقليدية، وكذلك ضعف تقبل الرجل لـقيادة المرأة، وخوف الموظفين من السلطة الممنوحة للقيادات النسائية، بالإضافة إلى الأعباء الاجتماعية، وصعوبة الموازنة بين مسؤولياتها المهنية والأسرية. كذلك أجرت (Ghoneim,2020) دراسة على عينة من القيادات في المجال الأكاديمي السعودي، توصلت إلى أن التحديات الرئيسة التي تواجه القيادات النسائية في المجال الأكاديمي تتركز في مجالين، هما: الثقافة التنظيمية، والثقافة الاجتماعية. وفي دراستها على عينة من القيادات الأكاديمية والإدارية في عدد من الجامعات السعودية، أشارت (Alotaibi,2020) إلى أن التحديات التنظيمية تأتي في المقام الأول، وهي تتمثل في غياب الترقية والتطوير والتدريب القيادي الكافي. وتوصلت دراسة (Al-Rabiah and Al-Hadith,2018) على عينة من القيادات الإدارية النسائية في الجهاز الإداري السعودي إلى أن أبرز تحديات القيادة النسائية تتمثل في: عدم تقبل الأتباع للقيادة النسائية، وضعف علاقات القيادات النسائية مع مؤسسات المجتمع ذات الصلة بعملهن، وعدم منحهن نفس القدر من الصلاحيات والمعلومات الممنوحة للرجال، والدور السلبي للإعلام نحوها. كذلك، أشارت دراسة (Hakami,2017) على عينة من القيادات النسائية في الأجهزة الحكومية السعودية إلى أن من أبرز تحديات القيادة النسائية: ضعف ثقة المرأة بذاتها في المجتمع الذكوري، وتخوفها من تحمل المسؤولية وتولي الوظائف القيادية. وفي ذات السياق، أجرت (Al-Farhan,2017) دراسة على عينة من القيادات النسائية في الأجهزة الحكومية السعودية، توصلت إلى وجود عدة تحديات، أبرزها: تداخل الاختصاصات بين الأقسام النسائية والرجالية، وضعف الصلاحيات الممنوحة للقيادات النسائية، ومركزية القيادة واتخاذ القرارات. كما توصلت دراسة (Al-Olayan,2016) على عينة من القيادات النسائية في مستشفى الملك فيصل في الرياض إلى أن أبرز معوقات القيادة النسائية: شيوع ثقافة محاربة عمل المرأة في المجتمع، وافتقار بعض القيادات النسائية لمهارات التعامل مع المورد البشري وحل مشكلاته. كذلك، أكدت (Al- Ruwais,2014) في دراستها على عينة من القيادات النسائية في بعض الجامعات السعودية وجود بعض التحديات أمام القيادات النسائية، مثل: تدني مستوى التمكين، ومركزية اتخاذ القرارات، والصعوبة في الموازنة بين المسؤوليات الأسرية والعمل. بالإضافة إلى ذلك كشفت دراسة (Al-Tuwaijri,2014) على عينة من القيادات النسائية في بعض الجامعات السعودية عدة تحديات، أهمها: عدم

تهيئة القيادات النسائية للعمل الإداري بصورة جيدة قبل تولّي الوظائف القيادية، وعدم جود أدلة تنظيمية تحدد المهام والمسؤوليات بدقة. علاوة على ذلك، أكدت دراسة (Al- Ahmadi and Abu Khdeir,2009) على عينة من القيادات النسائية في الأجهزة الحكومية السعودية أن القيادات النسائية تواجه عدداً من التحديات، منها: ضعف التغذية الراجعة حول أدائهن، وعدم توفر برامج لتأهيلهن وإعدادهن، وسياسات المنظمات وممارساتها الإدارية، وضعف المشاركة في اتخاذ القرار، ونظرة المجتمع للمرأة، وضعف حماس الأهل نحو دورها القيادي.

الدراسات المتعلقة بواقع الموظفات الإداريات

في هذه الجزئية، تم عرض الدراسات التي أُجريت في البيئة السعودية وتناولت واقع الموظفات الإداريات في جامعة الملك سعود، أو في سياقات تنظيمية مشابهة كالجامعات الحكومية ومؤسسات التعليم العالي بشكل عام. وقد تم عرضها بناءً على المعيار الزمني، بدءاً بالدراسات الأحدث ثم الأقدم، وكما يلي:

هدفت دراسة (Al-Muberik and Al-Sheikh, 2022) إلى قياس مستوى الرضا الوظيفي للموظفات الإداريات في جامعة الملك سعود وجامعة الأمير سلطان الأهلية، وذلك من خلال عينة بلغ حجمها (321) موظفة من جامعة الملك سعود، و(80) موظفة من جامعة الأمير سلطان. توصلت الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع من الرضا الوظيفي لدى الموظفات الإداريات في كلا الجامعتين، مع وجود فرق جوهري في مستوى الرضا الوظيفي لصالح الموظفات في جامعة الأمير سلطان. كما توصلت دراسة (Zamakda Allison, 2021) على عينة من النساء في المناصب الأكاديمية والإدارية في ثلاث من مؤسسات التعليم العالي السعودية إلى أن المرأة العاملة تواجه عدة مشكلات في مكان العمل، مثل: عدم التقدير والتمكين اللازم للنهوض بمسؤولياتها بنجاح مع ما يبذل من جهود حكومية لتصحيح هذا الوضع. كذلك، هدفت دراسة (Kaaki and Naseer, 2021) إلى التعرف إلى أشكال التنمر الإداري، والنمط القيادي المتبع في جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بالرياض، وذلك من خلال عينة بلغت (31) عضو هيئة تدريس، و(49) موظفة إدارية. وقد توصلت إلى وجود أشكال متنوعة للتنمر في بيئة العمل النسائية، منها: تجاهل تحفيز الموظفات المتميزات، وعدم إلحاقهن بالدورات التدريبية، وتصيد أخطائهن، علاوة على وجود نمط قيادي يميل للتسلط والاستبداد في بيئة العمل. كذلك سعت دراسة (Al-Qahtani *et al*.,2021) إلى قياس درجة تمكين المرأة العاملة في الجامعات السعودية من وجهة نظر عينة من الموظفات الإداريات والأكاديميات في (15) جامعة حكومية. وقد توصلت إلى وجود فروق جوهرية بين الموظفات الإداريات والأكاديميات في الجامعات محل البحث من ناحية تمكين المرأة؛ إذ إن الموظفات الأكاديميات يتمتعن بدرجة عالية من احترام وتقدير الذات، والحصول على الخدمات والتعليم والتطوير، والمشاركة في اتخاذ القرار أكثر مما هو متاح للموظفات الإداريات. وفي ذات السياق، قدم (Al-Hajj and Al-Ghuwairi, 2021) دراسة لقياس مستوى ممارسة القيادة الخادمة في قطاع التعليم السعودي، كان من أبرز نتائجها: أن عينة الدراسة من الموظفات ترى أن القيادات النسائية تمارس أحياناً سلوكيات القيادة الخادمة، ومنها: تشجيع الموظفات على استخدام مواهبهن في العمل، وتطوير أنفسهن، وتمكينهن من حل مشكلات العمل، وتوليد أفكار جديدة، ورسم رؤية شمولية بعيدة المدى للعمل. وللتعرف إلى معوقات تدريب الموظفات في جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية، أجرت (Al-Omar *et al*.,2020) دراسة على عينة من (330) موظفة، توصلت إلى عدة معوقات، أبرزها: قلة الوعي لدى القيادات النسائية بأهمية تدريب الموظفات، وعدم فتح مجال التدريب الخارجي، وضعف مشاركة القيادات الإدارية في تخطيط البرنامج التدريبي للموظفة، وعدم قياس أثر التدريب، وعدم ربط نظام الحوافز بنظام التدريب، ومحدودية استخدام التقنية في التدريب. كذلك، هدفت دراسة (Abalkhail,2020) إلى التعرف إلى إدراك الموظفات لدور القيادات النسائية فيما يتعلق بتطوير حياتهن المهنية في المؤسسات العامة السعودية، وذلك عبر المقابلة الشخصية مع (30) موظفة. أظهرت الدراسة أن العلاقات الهرمية بين الموظفات والقيادات النسائية معقدة، وتشكلها عوامل اجتماعية، وثقافية، ودينية، وأسرية، وتنظيمية، وأن دعم النساء القياديات للتقدم الوظيفي للنساء الأخريات في العمل كان محدوداً، فضلًا عن وجود بعض القيادات النسائية اللائي ينأين بأنفسهن عن النساء الأخريات ويمنعن تقدمهن الوظيفي. ولتحديد العوائق التي تحول دون التقدم الوظيفي للمرأة العاملة في مؤسسات التعليم العالي السعودية، أجرت (Alghofaily,2019) دراسة عبر المقابلة الشخصية مع عينة بلغت (15) موظفة. توصلت إلى أن المرأة العاملة تواجه عدة حواجز تحول دون تقدمها القيادي، منها: قلة فرص المشاركة في صنع القرار وممارسة القيادة

وتفويض السلطة، والمشاعر السلبية نحو المرأة في الوظائف القيادية، ونقص خبرتها الإدارية، والشعور بعدم الثقة والدافعية للقيادة لديها. إلى ذلك، سعت دراسة (Alsharif,2018) إلى التحقق من التحديات التي تؤثر في التطور الوظيفي للمرأة في الجامعات الحكومية السعودية، وذلك من خلال المقابلة الشخصية مع (40) موظفة. وقد كشفت الدراسة عن عدد من التحديات التي تؤثر في التطور الوظيفي للموظفات، من أبرزها: القوالب النمطية لأدوار الجنسين، والتمييز بينهما، وعدم التوازن بين متطلبات الأسرة والعمل، ونقص التدريب، والجمود الوظيفي، وضعف المكافآت والحوافز، وتدني ثقة وطموح المرأة، وغياب خطط التنمية المهنية الشاملة. علاوة على ذلك، أسفرت دراسة (Al-Shaalan and Al-Shammari,2014) حول واقع المسار الوظيفي للموظفات في جامعة نورة بنت عبد الرحمن في الرياض من وجهة نظر عينة تكونت من (266) موظفة عن عدة نتائج، من أبرزها: ضعف اهتمام الجامعة بتطوير المسارات المهنية للموظفات، وعدم تطوير المسار الوظيفي بمنظور تكاملي على المستويين الفردي والتنظيمي، وغموض الرؤية لمستقبل المسار الوظيفي للموظفات، وغياب الأدلة الإرشادية للمسارات الوظيفية، وعدم احتساب الدورات التدريبية ضمن متطلبات الترقية، علاوة على انخفاض رضا الموظفات عن مسارهن الوظيفي.

الدراسات المتعلقة بظاهرة ملكة النحل (Queen Bee)

من خلال البحث في الأدبيات وقواعد البيانات، اتضح عدم وجود دراسات عربية في مجال ظاهرة ملكة النحل كمفهوم إداري حديث. لذلك، تم اللجوء إلى الدراسات الأجنبية، وفيما يلي نستعرض ما توافر منها:

هدفت دراسة (Gomes *Neto et al*.,2022) إلى تحديد مدى وجود ظاهرة ملكة النحل في مؤسسات التعليم العالي في البرازيل، وذلك من خلال عينة من (495) موظفة. أظهرت النتائج أن النساء في الوظائف القيادية أكثر انخراطًا في العمل، ولديهن سمات ذكورية أكثر، ويتعرفن إلى بقية النساء في أعلى الهرم التنظيمي، وأن النساء في الوظائف القيادية لديهن سمات ملكة النحل أكثر من بقية الموظفات. كذلك، سعت دراسة (Cibibin *et al*.,2022) إلى التحقق من وجود ظاهرة ملكة النحل في الأندية الرياضية في إيطاليا، وذلك باستقصاء عينة من (516) مدربة. توصلت الدراسة، بشكل عام، إلى نتيجة مفادها وجود ظاهرة ملكة النحل وسط الاتحادات الرياضية، وأن هناك عدة عوامل ومتغيرات أخرى تشارك في نشوء وتمدد هذه الظاهرة تتطلب البحث في المستقبل. ومن جانبها، قدمت (Ebrahimi,2021) دراسة بهدف التعرف إلى بنية مفهوم ملكة النحل، وذلك من خلال المقابلة الشخصية مع (7) محاضرات في جامعة حكومية إيرانية. وقد توصلت إلى خمسة عوامل تفسر بنية ومعنى متلازمة ملكة النحل من وجهة نظر المشاركات في الدراسة، وهي: الشعور المحقون باليأس، ومأزق انسداد التواصل، والسلوك غير العادل، والأسلوب الإداري المزيف، والتمييز في بيئة العمل. كذلك فحصت دراسة (Apaydin *et al*.,2021) العلاقة بين متلازمة ملكة النحل والسقف الزجاجي والمرونة (القدرة على التكيف مع الظروف الصعبة)، وذلك من خلال عينة من (377) معلمة في المدارس الحكومية في محافظة أنطاليا في تركيا. وقد كشفت الدراسة عن عدم وجود أي سلوك تضامني بين المعلمات، مع وجود علاقة إيجابية قوية بين متلازمة ملكة النحل والسقف الزجاجي، وعلاقة إيجابية منخفضة بين المرونة ومتلازمة ملكة النحل، وعلاقة سلبية منخفضة بين المرونة والسقف الزجاجي. كما توصلت دراسة (Rones *et al*.,2018) على عينة من النساء في القوات المسلحة النرويجية إلى أن بيئة الجماعات النسائية مليئة بالصراعات والعداوات والشجارات، ومن الأجدى تطعيمها ببعض العناصر الذكورية. علاوة على ذلك، قام (Johnson *et al*.,2011) بدراسة عن ظاهرة ملكة النحل في دولة جنوب إفريقيا عن طريق عينة من (25) سيدة من المديرات التنفيذيات في خمسة من البنوك، وقد أكدت الدراسة وجود الظاهرة في تلك المؤسسات، وأن تقدم المرأة ونموها لا يعتمد فقط على دعم ومساعدة النساء الأخريات فيها، بل يرتبط ذلك بعدة عوامل وقيود ثقافية وتنظيمية تشكل كتلة تعيق ترقية وتقدم النساء وظيفيًا.. كما أشارت الدراسة إلى أن ممارسة سلوك ملكة النحل من قبل بعض النساء هو استجابة لتهديد الهوية الاجتماعية، وشعور النساء بأن جنسهن أصبح ذا سمعة ومكانة متدنية.

من خلال التأمل والنظرة الفاحصة للدراسات السابقة التي تم استعراضها، وجميعها دراسات ميدانية، تناولت واقع القيادة النسائية السعودية وتحدياتها المختلفة، يُلاحظ أن تلك التحديات تنتظم في ثلاث فئات رئيسة (تنظيمية- اجتماعية- ذاتية)، كما يُلاحظ أن ثمة تقاطعًا واضحًا في نتائج تلك الدراسات إلى حدٍ كبير، وخاصة في النقاط الآتية: نقص الصلاحيات الممنوحة للقيادات النسائية للقيام بأدوارها القيادية، وضعف مشاركتها في القرارات والسياسات، وضعف جهود إعدادها وتدريبها

وتطويرها، والتعارض بين أدوارها العملية وأدوارها الأسرية، وكذلك النظرة السلبية نحوها من المجتمع، وعدم تقبل دورها القيادي، فضلًا عن ضعف طموح وثقة المرأة بقدراتها، وانصرافها عن التطوير والتنمية الذاتية. وفيما يتعلق بالدراسات السابقة حول واقع الموظفات السعوديات، فيبدو أنها تفتقر لخاصية الشمولية؛ إذ إن كل دراسة منها تناولت جانبًا أو مشكلة واحدة تتعلق بذلك الواقع، مثل: تخطيط المسار الوظيفي للموظفات ومعوقاته المختلفة، أو التدريب، أو الرضا الوظيفي، أو التنمر ضد المرأة العاملة، وغيرها. ومن ناحية أخرى، يُلاحظ أن معظم تلك الدراسات لم تُجرَ في جامعة الملك سعود محل تطبيق هذه الدراسة، بل في بيئات أخرى مشابهة؛ أي في جامعات ومؤسسات سعودية أخرى. ومن ناحية ثالثة، تم إجراء معظم تلك الدراسات من منظور الموظفات الإداريات والأكاديميات معًا، ولا توجد دراسة تطرقت بشمولية للتحديات والمشكلات من وجهة نظر الموظفات الإداريات، إذا استثنينا جامعة الملك سعود في ظل النمط القيادي النسائي كما هو في الدراسة الحالية. وبالنسبة للدراسات التي تم إيرادها وعرضها حول ظاهرة ملكة النحل (**Queen Bee**)، فجميعها أُجريت في بيئات أجنبية مختلفة من العالم، ولم يتم العثور على دراسات عربية في هذا المجال حتى تاريخ هذه الدراسة، وهو ما يعطي ميزة لهذه الدراسة عن غيرها؛ إذ إن تناولها ومناقشتها (**QB**) كمفهوم علمي حديث نسبيًا في مجال الإدارة يمثل في حد ذاته محاولةً جيدةً للتعريف به، والترويج له في المجتمع البحثي العربي؛ بهدف لفت انتباه الباحثين العرب له، على أمل أن يتناولوه مستقبلًا بدراسات علمية رصينة من الأبعاد كافة.

منهج الدراسة

استخدم الباحثان في هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي لكونه المنهج المناسب لطبيعة هذا النوع من الدراسات؛ بهدف التعرف إلى التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات الإداريات في ظل القيادة النسائية في جامعة الملك سعود (وكيلة كلية- عميدة كلية- عميدة عمادة مساندة- وكيلة عمادة مساندة- مساعدة وكيل جامعة، وما في مستوى ذلك).

مجتمع الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في جميع الموظفات الإداريات في جامعة الملك سعود، وعددهن (4825) موظفة، بحسب إفادة وحدة التقارير والمعلومات في الجامعة. وقد استُخدم أسلوب الحصر الشامل، حيث تم إرسال الاستبانة إلى جميع الموظفات الإداريات في الجامعة عن طريق مركز الاستبانات فيها، وكان العائد منها (371) استبانة، وهو ما يمثل (7.69%) من مجتمع الدراسة. وبالنسبة **لأداة جمع البيانات**، أعد الباحثان استبانة من خلال الاطلاع على الأدبيات ذات الصلة بمشكلة الدراسة، وتكونت من جزأين: الجزء الأول، يحتوي على البيانات الشخصية لأفراد الدراسة، وهي: المستوى التعليمي، والمنصب الوظيفي. ويشتمل الجزء الثاني على محاور ومتغيرات الاستبانة، وهي: (تفضيل الموظفات العمل مع القيادات الرجالية، وتفضيل الموظفات العمل مع القيادات النسائية، والمشكلات التي تواجه الموظفات مع القيادات النسائية)، ويشتمل على (22) فقرة. هذا، وقد استُخدم المقياس الخماسي المتدرج ضمن أداة الدراسة كالآتي: موافق بشدة (5)، موافق (4)، موافق بدرجة متوسطة (3)، غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1).

صدق وثبات أداة الدراسة

لقد خضعت أداة الدراسة (الاستبانة) إلى نوعين من الصدق، هما: **الصدق الظاهري**، حيث عرض الباحثان مسودة الأداة على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، وذلك لإبداء آرائهم في مدى وضوح عبارات الاستبانة ومدى مناسبتها لقياس مشكلة الدراسة، وقد تم تعديلها وفق ملاحظاتهم وتعليقاتهم، ثم إخراجها بصورتها النهائية. وبالنسبة **لصدق الاتساق الداخلي**، تم اختيار عينة أولية من (30) مفردة من مجتمع الدراسة، ثم تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (**Pearson Correlation Coefficient**) للتأكد من ارتباط كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، كما هو مبين في الجدول (1).

الجدول (1): معاملات ارتباط بيرسون للاتساق الداخلي لأداة الدراسة

رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور
1	** 0.672	12	** 0.683
2	** 0.587	13	** 0.740

3	** 0.620	14	** 0.744
4	** 0.705	15	** 0.751
5	** 0.751	16	** 0.749
6	** 0.739	17	** 0.781
7	** 0.714	18	** 0.853
8	** 0.699	19	** 0.768
9	** 0.684	20	** 0.807
10	** 0.754	21	** 0.799
11	** 0.465	22	**0.772

(**) دالة عند مستوى (0.01).

يتضح من الجدول (1) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة مع الدرجة الكلية لمحور التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات مع القيادات النسائية موجبة ودالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل، وذات قيم متوسطة ومرتفعة الأمر الذي يعني تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، ويدل على توافر خاصية الصدق فيها. وبالنسبة لخاصية ثبات أداة الدراسة، استُخدِم معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) عبر البرنامج الإحصائي المعروف (**SPSS**). وقد بلغت قيمة معامل الثبات العام (0.95)، وهي درجة عالية، وتدل على ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها للتطبيق الميداني، كما هو مبين في الجدول (2).

الجدول (2): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
التحديات التي تواجه الموظفات في ظل العمل مع القيادات النسائية	22	0.95
الثبات الكلي للاستبانة	**0.95**	

وللحكم على المتوسطات الحسابية، تم حساب طول فئة المقياس كما في الجدول (3).

الجدول (3): تحديد طول فئات المقياس

الفئة	الأولى	الثانية	الثالثة	الرابعة	الخامسة
طول الخلية	1.80 -1.00	2.60 -1.81	3.40-2.61	4.20-3.41	5.00-4.21
الحكم	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق بشدة

عرض بيانات الدراسة ومناقشتها

فيما يأتي عرض تفصيلي للبيانات الميدانية في سبيل الإجابة عن أسئلة الدراسة.

خصائص أفراد الدراسة

الجدول (4): توزيع أفراد الدراسة وفقًا لمتغيرات المستوى التعليمي والمنصب الوظيفي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
المستوى التعليمي	الثانوية فأقل	19	%5.1
	دبلوم	15	%4.0
	بكالوريوس	282	%76.0
	دراسات عليا	55	%14.8
	المجموع	**371**	**٪100**
المنصب الوظيفي	إدارية	292	%78.7
	مشرفة	32	%8.6
	رئيسة قسم	34	%9.2
	مديرة إدارة	13	%3.5

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
	المجموع	371	٪100

يوضح الجدول (4) تصنيف أفراد الدراسة وفقًا لمتغير المستوى التعليمي؛ إذ إن حوالي (76%) يحملن مؤهل (بكالوريوس)، تليهن فئة الموظفات من حاملات مؤهلات عليا بنسبة (14.8%) من إجمالي أفراد الدراسة، بينما كانت نسبة من مؤهلهن التعليمي دبلوم فأقل (4%) فقط. وطالما أن الغالبية من حملة الشهادة الجامعية والعليا، فهذا مؤشر على أن هذه الفئة من أفراد الدراسة لديها من المعرفة والخبرة بالبحث العلمي ما يعزز من جودة البيانات الميدانية المطلوبة. وكذلك يتضح أيضًا من الجدول (4) أن (78.7%) من أفراد الدراسة منصبهنّ الوظيفي (عمل إداري)، وهن بذلك يشكلن الغالبية العظمى، في حين أن ما نسبته (9.2%) منصبهنّ الوظيفي (رئيسة قسم)، وما نسبته (8.6%) يشغلن منصب (مشرفة)، وأخيرًا تبين أن ما نسبته (3.5%) من إجمالي أفراد الدراسة يمارسن العمل في منصب (مديرة إدارة).

النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة

تفضيل الموظفات العمل مع القيادات الرجالية أو القيادات النسائية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد الدراسة للتعرف إلى تفضيل الموظفات للعمل مع القيادات الرجالية أو النسائية، وجاءت النتائج كما يبيّنها الجدولان (5)، و(6).

أ- تفضيل العمل مع القيادات الرجالية

الجدول (5): مدى تفضيل الموظفات العمل مع القيادات الرجالية

المتغير	التكرار	النسبة
لا أفضل ذلك إطلاقًا	66	17.8
نعم بشكل جزئي	177	47.7
نعم بشكل تام	128	34.5
المجموع	**371**	**٪100**

يتضح من الجدول (5) أن أكثرية أفراد الدراسة وعددهن (177) موظفة بنسبة (47.7%) من إجمالي أفراد الدراسة تميل لتفضيل العمل مع القيادات الرجالية بشكل (جزئي). ويمكن تفسير ذلك بالقول إن هذه الفئة من الموظفات ترى أن ثمة قضايا ومشكلات تستلزم التنسيق والاتصال والعمل مع القيادات الرجالية للضرورة، في بعض الأحيان، وليس بشكل دائم؛ لكونهم الأقدر على حلها وتذليلها بشكل سريع وحاسم. كذلك من الجدول (5)، نلاحظ أن (128) موظفة بنسبة (34.5%) يفضلن العمل مع تلك القيادات بشكل تام. وبطريقة أخرى، لو تم جمع عدد الموظفات في فئتي التفضيل (الجزئي والتام)، يصبح العدد (305) موظفات بنسبة (82.2%)، وهو ما يمثل مجموع الموظفات اللاتي يفضلن العمل مع القيادة الرجالية، مما يعني أن هناك أغلبية مرتفعة جداً تنحاز لهذا الخيار. ويمكن تفسير ذلك بالرغبة القوية في التغيير لدى المرأة العاملة بعد عدة عقود من العمل في بيئة عمل نسائية وغير مختلطة، مما جعل الكثير من الموظفات يتقنّ للعمل في بيئة عمل مفتوحة ومشتركة مع الزملاء الموظفين، ولاسيما بعد عملية الإصلاح الحكومي والتحول الوطني التي تمر بها السعودية منذ عام (2016)، والتي من ضمن أهدافها تمكين المرأة، ومنحها الفرصة في الأعمال والوظائف القيادية، وتضييق الفجوة بين الجنسين- كلما أمكن ذلك- في المجالات كافة. وبالمقابل، يُلاحظ من الجدول (5) ذاته أن هناك فئة محدودة ترفض العمل بشكل مطلق مع القيادات الرجالية، وعددها (66) موظفة بنسبة (17.8%)، وربما تنطلق في قرارها هذا من قيم واعتبارات اجتماعية، أو تربوية، أو دينية تناهض مسألة الاختلاط بين الجنسين في أماكن العمل، لاسيما أن سياسة منع الاختلاط في المؤسسات الحكومية امتدت لعدة عقود وتجذرت في الثقافة التنظيمية السعودية. ومن ثم، لم يكن من السهولة بمكان على بعض الموظفات الانتقال إلى العمل في بيئة عمل مختلطة، خصوصًا أن السماح بذلك لا يزال حديث العهد.

ب- تفضيل العمل مع القيادات النسائية

الجدول (6): مدى تفضيل الموظفات العمل مع القيادات النسائية

المتغير	التكرار	النسبة
لا أفضل ذلك إطلاقًا	127	34.2
نعم بشكل جزئي	162	43.7
نعم بشكل تام	82	22.1
المجموع	**371**	**٪100**

يتضح من الجدول (6) أن الأكثرية البالغ عددها (162) موظفة بنسبة (43.7%) من إجمالي المشاركات في الدراسة تفضل العمل مع القيادات النسائية بشكل (جزئي)، في حين تفضل (82) موظفة بنسبة (22.1%) العمل مع تلك القيادات بشكل تام؛ بمعنى أن (244) موظفة بنسبة (65.8%) هو مجموع الموظفات اللاتي يفضلن العمل مع القيادة النسائية بشكل (جزئي وتام). وبالمقابل، نلاحظ أن (127) موظفة بما نسبته (34.2%) لا يُفضلْنَ العمل مع القيادات النسائية بشكل مطلق. ويمكن تفسير ذلك التفاوت في استجابة الموظفات نحو العمل مع القيادة النسائية بوجود عدة عوامل وأسباب شخصية ومهنية واجتماعية مختلفة يمكن إجمالها بالقول إن الفئة التي تفضل العمل مع القيادات النسائية بشكل (جزئي وتام) ربما ترى أن العمل مع القيادات من نفس الجنس يخلق جوًا من الحرية والراحة والطمأنينة في العمل. وبالنسبة لفئة الموظفات اللاتي لا يفضلن العمل مع القيادات النسائية بشكل مطلق، قد يعزى ذلك ربما لقناعات شخصية أو تجارب سلبية سابقة مفادها أن تلك القيادات لا تتوافر لهن القدرة اللازمة لإدارة العمل، وأن ثمة بعض التحديات والمشكلات التي تتطلب حلولًا ناجعة لا تقدر عليها سوى القيادات الرجالية.

التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية

في سبيل التعرف إلى التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية في الجامعة محل الدراسة، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة، وجاءت النتائج كما يبيّنها الجدول (7).

الجدول (7): التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
1	غياب النظرة الشمولية لدى بعض القيادات النسائية، وتركيزهن على التفاصيل	3.96	1.03	1	موافق
2	الانفراد بعملية اتخاذ القرارات، وعدم إشراك الموظفات في ذلك	3.94	1.12	2	موافق
3	الانحياز لبعض الموظفات والتمييز بينهن لاعتبارات غير مهنية	3.92	1.24	3	موافق
4	الميل لإعطاء تعليمات شفهية للموظفات فيما يتعلق بأمور العمل	3.83	1.04	4	موافق
5	اتباع الأسلوب المركزي في العمل وعدم تفويض الصلاحيات	3.81	1.13	5	موافق
6	الافتقار للقدرة على تفهم الاحتياجات المختلفة للموظفات	3.72	1.11	6	موافق
7	سيطرة الجوانب الشخصية على العلاقة مع الموظفات	3.71	1.18	7	موافق
8	عدم تفهم الجوانب الأسرية للموظفات الإداريات	3.70	1.25	8	موافق
9	تعمد عدم تهيئة صف ثانٍ من القيادات خوفًا من المنافسة على الموقع القيادي	3.69	1.30	9	موافق
10	الافتقار لمهارة تزويد الموظفات بالتغذية العكسية المطلوبة حول أدائهن	3.66	1.13	10	موافق
11	تدخل الجانب العاطفي أحيانًا فيما يتعلق بتقييم أداء الموظفات	3.65	1.26	11	موافق
12	عدم توخي العدالة في التعامل مع جميع الموظفات	3.58	1.31	12	موافق
13	عدم تشجيع الموظفات على طرح الأفكار لمعالجة مشكلاتهن في العمل	3.55	1.21	13	موافق
14	الميل لاستخدام السلطة في التعامل مع الموظفات	3.53	1.28	14	موافق
15	الحرص على تصيّد أخطاء الموظفات أكثر من الاهتمام بتصحيحها بطريقة إنسانية	3.50	1.33	15	موافق
16	تحميل الموظفات مسؤولية فشل القرارات التي يتخذنها	3.46	1.24	16	موافق
17	التدخل في أمور تُعدُ من صميم عمل الموظفات	3.43	1.16	17	موافق
18	ضعف الثقة بقدرات الموظفات على تحمل المسؤولية	3.43	1.22	18	موافق
19	تقلب الحالة المزاجية بسبب التغيرات الجسدية، ما يؤثر في علاقتهن بالموظفات	3.40	1.22	19	موافق بدرجة متوسطة

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
20	فرض طرق غير ملائمة على الموظفات لتنفيذ بعض المهام	3.34	1.28	20	موافق بدرجة متوسطة
21	حرمان الموظفات (المميزات) من الالتحاق بالدورات التدريبية بحجة عدم تعطيل العمل	3.20	1.35	21	موافق بدرجة متوسطة
22	صعوبة الموازنة بين مسؤولياتهن الوظيفية والالتزامات الأسرية	3.16	1.18	22	موافق بدرجة متوسطة
	المؤشر الحسابي العام	**3.60**	**0.89**		**موافق**

يتضح من الجدول (7) أن المؤشر الحسابي العام بلغ (3.60 من 5) بانحراف معياري (0.89)، وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من مقياس الدراسة التي تشير إلى درجة (موافق)، وذلك يعني إقرار أفراد الدراسة (الموظفات) بوجود جملة من التحديات والمشكلات التي تواجههن في ظل العمل مع القيادات النسائية في الجامعة. ويمكن عرض أبرز تلك التحديات والمشكلات وفق المتوسط الحسابي كما يأتي: (1) **غياب النظرة الشمولية لدى بعض القيادات النسائية والتركيز على تفاصيل العمل**؛ أي إن تلك القيادات لا ينظرن لمنظومة العمل بصورة شمولية ومتوازنة، مما يفقد بعض جوانب العمل اهتمام القيادة ذاتها، ومن ثم تصبح بؤرة لبعض المشكلات أمام الموظفات. (2) **الاستفراد بعملية اتخاذ القرارات، وعدم إشراك الموظفات في ذلك**، وقد يعزى ذلك لاعتقاد القيادات النسائية أن الاستحواذ على السلطة، والتفرد بالقرار الإداري، يقوي مركزهن الوظيفي، وهو بطبيعة الحال اعتقاد خاطئ لأن حرمان الموظفات من المشاركة في صنع القرارات والسياسات الإدارية يمثل مشكلة كبيرة؛ ذلك أن الموظف الذي لا يُشرك في صنع القرارات لا يتحمس فيما بعد لتنفيذها ولو أُكره على ذلك بحكم القوة؛ فقد يتظاهر بذلك دون قناعة داخلية، ويقدم، بناءً على ذلك، مساهماتٍ متواضعةً أو مشوهة. (3) **الانحياز لبعض الموظفات والتمييز بينهن لاعتبارات غير مهنية**، ولعل ذلك يعود لغلبة الجوانب الذاتية والعاطفية لدى المرأة بشكل عام، وهو ما ينسحب على القيادات النسائية، في حين يفترض أن يكون هناك قدر من التجرد والموضوعية في التعامل مع المرؤوسات، وتجسيد مفهوم العدالة التنظيمية أبعادها كافة، لا سيما البعد الخاص بعدالة التعاملات؛ لأن التمييز والتحيز يخلقان موظفًا غاضبًا على المنظمة، ويسعى للثأر منها في أي وقت، وبشتى الطرق والوسائل (Zayed,2006). (4) **الميل لإعطاء تعليمات شفهية غير مكتوبة للموظفات بشأن أمور العمل**، ويمكن إرجاع ذلك إلى خشية القيادات النسائية من المساءلة والمحاسبة في حال الإخفاق والفشل فيما لو كانت التعليمات مكتوبة، وهي بطبيعة الحال ممارسة إدارية غير مناسبة، وقد تتسبب التعليمات الشفهية في إرباك وإقلاق الموظفة، مما يؤثر بصورة سلبية في أدائها وعلاقتها بالقيادة الإدارية ذاتها. (5) **اتباع الأسلوب المركزي في العمل وعدم تفويض الصلاحيات**، ويمكن عزو ذلك لفشل القيادات النسائية في كسب ود المرؤوسات بطرق أخرى، وهو ما يرسخ لديهن الاعتقاد بأن الأسلوب المركزي في الإدارة هو الطريق الأسلم للحصول على الطاعة، وتنفيذ الأوامر، وهذه ممارسة سلوكية سلبية وسائدة منذ القدم في العلاقات الإنسانية، وبين الحكام والمحكومين، وقد أشار لها مكيافيلي (Machiavelli,2004) ضمن نصائحه للحاكم بأن يحرص على أن يكون مهابًا في نظر المحكومين ليضمن السيطرة عليهم. (6) **الافتقار للقدرة على تفهم الاحتياجات المختلفة للموظفات**، ويمكن إرجاع ذلك إلى ضعف الخبرة ومهارات الاتصال الفعال والذكاء العاطفي لدى القيادات النسائية، الذي يساعد على فهم النفس البشرية، وسبر أغوارها، والتعرف إلى احتياجات كل موظف على حدة. (7) **عدم تفهّم الجوانب الأسرية للموظفات**، وقد يعود ذلك إلى اعتقاد القيادات النسائية أن أي نجاح مرده التركيز على الجوانب العملية دون الاهتمام بالجوانب الإنسانية والاجتماعية، والقائد الإداري الناجح هو الذي يعمل على إحداث حالة من التوازن بين الجانبين بحسب ما تقضي به نظريات القيادة، خاصة نظرية بليك وموتون (Blake and Mouton) التي تؤكد ضرورة تبني مدخل توفيقي بين مصلحتي العمل والأفراد (Northouse,2018). (8) **تعمد عدم تهيئة صف ثانٍ من القيادات خوفًا من المنافسة على الموقع القيادي**، وهذه نزعة مغروزة في النفس البشرية،

وتصيب معظم القيادات، الرجالية منها والنسائية؛ لأن الاعتقاد المترسخ في أذهانهم هو أن إعداد وبناء القائد البديل يمثل عاملًا مهدداً في المستقبل، في حين أن القائد الحقيقي هو من يخلف بعده قادة، وليس موظفين بيروقراطيين (Al-Hajj and Al-Qahtani, 2019). (9) **الافتقار لمهارة تزويد الموظفات بالتغذية العكسية المطلوبة حول الأداء الوظيفي**، ولعل ذلك يعود إلى إهمال التدريب الخاص بمجال الاتصال الفعال وتقديم تغذية مرتدة فاعلة للموظفين، ذلك التدريب الذي يركز على عدة خطوات من أهمها: كيفية ملاحظة الأداء بصورة مستمرة، وتدوين الملاحظات، ثم تشخيص نقاط القوة والضعف، ثم توصيلها إلى الموظف بطريقة علمية ومؤدبة من خلال لقاء خاص (Nassani,2020). (10) **عدم توخي العدالة في التعامل مع جميع الموظفات**، وقد يعزى ذلك لعدم الوعي بمفهوم العدالة التنظيمية وعوائدها الإيجابية في الحياة العملية، وهو ما يستوجب أن تكون القيادات واعية بمفهوم العدالة التنظيمية، وأن تحرص على تطبيقه بكل أبعاده وبصورة شمولية، سواءً العدالة في توزيع أعباء العمل، أو الموارد والامتيازات والمكافآت والمعلومات، وكذلك العدالة التفاعلية، وهي التعامل مع الجميع بكياسة واحترام (Zayed,2006). (11) **عدم تشجيع الموظفات على طرح الأفكار لمعالجة مشكلات في العمل**، ويمكن تفسير ذلك إما بعدم امتلاك القيادات النسائية لاستراتيجيات التواصل الفعال التي من شأنها منح الثقة للموظفات لتوليد الأفكار البناءة لحل المشكلات، أو ربما الرغبة في الظهور بمظهر حلال المشكلات لجميع الموظفات وفق رؤية خاصة كنوع من تكريس المكانة الوظيفية، وهي تُعد في الحقيقة من الممارسات الخاطئة وفق المنطق الإداري. (12) **الميل لاستخدام السلطة في التعامل مع الموظفات**، وقد يعود ذلك لاعتقاد القيادات النسائية أن السلطة الممنوحة بحكم المنصب تمثل الطريق الأسلم لإنفاذ التعليمات من قبل المرؤوسات دون أي معارضة أو مقاومة، وهذا يتنافى مع طرح ماري باركر فوليت التي ترى ضرورة العمل بالسلطة وليس عن طريق السلطة (Shafritz and Hyde,2009). (13) **الحرص على تصيّد أخطاء الموظفات أكثر من تصحيحها بطريقة إنسانية**، ولعل ذلك يعود لاعتقاد مفاده حتى يضمن المدير إحكام القبضة على جماعة العمل، لا بد له من أن يعد لكل واحدٍ منهم سجلًا بأخطائه في العمل. وهذا بكل تأكيد أسلوب رقابي تقليدي لا يتناسب مع المنظمات العصرية التي باتت تدار وفق منظومة قيمية متكاملة أساسها الشفافية والثقة والمشاركة والتمكين والتعلم من الأخطاء لتحسين الأداء، وليس رصد وتصيد أخطاء العاملين بغية التوريط والتخويف والإدانة. (14) **تحميل الموظفات مسؤولية فشل القرارات المتخذة**، ويمكن تفسير ذلك بقصور الفهم لدى هذه القيادات حول المسؤولية التضامنية نحو القرارات الإدارية، سواءً من حيث صنعها أو تنفيذها في الواقع العملي، مع العلم أن القائد الحقيقي هو من يُعلن بشجاعة تحمل مسؤولية أخطائه وقراراته في حال الفشل، بل وأخطاء مرؤوسيه إذا كانت غير مقصودة. (15) **التدخل في أمور تُعدُّ من صميم عمل الموظفات**، ويمكن تفسير ذلك بتدني فهم طبيعة العمل القيادي، حيث يفترض أن يتفرغ القائد الإداري للقضايا الكبرى، ويترك المهام التشغيلية لمن هم في المستويات الدنيا، ومنحهم شتى أوجه الدعم والتمكين والاستقلالية للعمل، دون تدخل إلا عند الضرورة القصوى (Al-Wadi,2012). (16) **ضعف الثقة بقدرة الموظفات على تحمل المسؤولية**. وقد يعزى ذلك للقيادات النسائية أنفسهن، لكونهن لم يتدربن على مسألة التفويض الإداري وشروطه، وتبعاته، أو ربما لأن الموظفات أنفسهن لم يتم إعدادهن وتوعيتهن علمياً ومهارياً للنهوض بالمهام والأعمال المفوضة لهن كما ينبغي. هذا، علاوة على أن الثقة عامل مهم في الحياة التنظيمية، وفي العلاقة بين القائد والتابع، وينعكس ضعفها بشكل سلبي على جوانب كثيرة في العمل كالرضا والانتماء والأداء الوظيفي (Rasheed, 2003; Al-Huwaiti, 2018; Northouse,2018). (17) **حرمان الموظفات المتميزات من الالتحاق بالدورات التدريبية لضمان عدم تعطيل العمل**. وهذه في حد ذاتها ممارسة إدارية غير سليمة، وقد يرجع ذلك إلى عدم توزيع الأعمال بعدالة بين جميع الموظفات ومتابعة أدائهن وتقييمهن بدقة وعدالة، ومنح الحوافز بناءً على نتائج أداء كل موظفة، بما في ذلك فرص التدريب المتاحة كشكل من أشكال المكافأة، ودون ذلك تذهب للموظف المتقاعس، ويُحرَم المتميز منها.

الفروق في إجابات أفراد الدراسة نحو محاور الدراسة تبعًا للاختلاف في خصائصهم الوظيفية

- الفروق حسب المستوى التعليمي

للتعرف إلى ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد الدراسة لمحاور الدراسة باختلاف المستوى التعليمي، استُخدِم اختبار (**One- Way Anova**)، وجاءت النتائج كما في الجدول (8).

الجدول (8): نتائج تحليل التباين الأحادي" (One- Way Anova) للفروق في استجابات أفراد الدراسة باختلاف المستوى التعليمي

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
تفضيل العمل مع القيادات الرجالية	بين المجموعات	4.72	3	1.57	3.23	0.02
	داخل المجموعات	178.92	367	0.49		
	المجموع	**183.64**	**370**			
تفضيل العمل مع القيادات النسائية	بين المجموعات	3.91	3	1.30	2.39	0.07
	داخل المجموعات	199.64	367	0.54		
	المجموع	**203.54**	**370**			
التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية	بين المجموعات	0.68	3	0.23	0.28	0.84
	داخل المجموعات	295.61	367	0.81		
	المجموع	**296.29**	**370**			

* مستوى الدلالة (0.05) فأقل.

يتضح من الجدول (8) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة نحو كلٍّ من: تفضيل العمل مع القيادات النسائية، والتحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية، وذلك باختلاف مستواهن التعليمي، حيث إن مستويات الدلالة بلغت (0.07 و 0.84)، وهي أكبر من (0.05) المحددة مسبقًا، وهذا يدل على أن الاختلاف في المستوى التعليمي لأفراد الدراسة لا يقود إلى اختلاف في آرائهن نحو هذين المتغيرين (تفضيل العمل مع القيادات النسائية، والتحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية). هذا، ويتضح من الجدول ذاته وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة حول متغير (تفضيل العمل مع القيادات الرجالية) تبعًا للاختلاف في المستوى التعليمي، حيث إن مستوى الدلالة بلغ (0.02)، وهو أقل من (0.05). ولتحديد إتجاه الفروق لصالح أي فئة من فئات المستوى التعليمي، استُخدِم اختبار"**LSD**"، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (9).

الجدول (9): نتائج اختبار"LSD" للفروق في كل فئة من فئات المستوى التعليمي

المحور	المستوى التعليمي	ن	المتوسط الحسابي	الثانوية فأقل	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
تفضيل العمل مع القيادات الرجالية	الثانوية فأقل	19	2.47			0.36	
	دبلوم	15	2.27				
	بكالوريوس	282	2.11				
	دراسات عليا	55	2.35			0.24	

يتضح من الجدول (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة لصالح الموظفات اللاتي مستواهن التعليمي (الثانوية فأقل، والدراسات العليا) ومَن مستواهن التعليمي (البكالوريوس)، وكانت الفروق لصالح أفراد الدراسة حاملات مؤهل (الثانوية فأقل، والدراسات العليا)، وهذا يدل على أن أفراد الدراسة من حملة مؤهل (الثانوية فأقل، والدراسات العليا) درجة تفضيلهن للعمل مع القيادات الرجالية أكبر ممن يحملن مؤهل (البكالوريوس)، بمعنى آخر، فإن الموظفات اللاتي يحملن مؤهل الثانوية فأقل، أو مؤهل دراسات عليا يفضلن العمل بقوة مع القيادات الرجالية، ويتضح ذلك من المتوسط الحسابي البالغ (2.47 ، 2.35 من 3) على التوالي، في حين أن الموظفات اللاتي يحملن مؤهل البكالوريوس يفضلن العمل مع القيادات الرجالية بصورة أقل. ويمكن تفسير ذلك بأن مَن مستواهن التعليمي الثانوية فأقل ربما يفضلن التعامل مع القيادات الرجالية لاكتساب الخبرة، وزيادة مستويات كفاءاتهن الإدارية في ممارسة مهام العمل، كما أن حاملات مؤهل الدراسات العليا ربما يملن للعمل مع قيادات رجالية نتيجة امتلاكهن النضج والوعي والثقة العالية بالنفس.

- الفروق حسب المنصب الوظيفي

للتعرف إلى ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد الدراسة حول محاور الدراسة باختلاف المنصب الوظيفي، تم استخدام اختبار (**One - way Anova**)، والجدول (10) يوضح ذلك.

الجدول (10): نتائج "تحليل التباين الأحادي (One- Way Anova) للفروق في استجابات أفراد الدراسة باختلاف المنصب الوظيفي

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
تفضيل العمل مع القيادات الرجالية	بين المجموعات	0.69	3	0.23	0.46	0.71
	داخل المجموعات	182.95	367	0.50		
	المجموع	**183.64**	**370**			
تفضيل العمل مع القيادات النسائية	بين المجموعات	1.94	3	0.65	1.17	0.32
	داخل المجموعات	201.61	367	0.55		
	المجموع	**203.54**	**370**			
التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية	بين المجموعات	8.06	3	2.69	3.42	0.02
	داخل المجموعات	288.23	367	0.79		
	المجموع	**296.29**	**370**			

* مستوى الدلالة (0.05) فأقل.

يتضح من الجدول (10) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة نحو المتغيرات الآتية: (تفضيل العمل مع القيادات الرجالية، وتفضيل العمل مع القيادات النسائية) باختلاف المنصب الوظيفي، حيث إن مستويات الدلالة بلغت (0.71،و 0.32) وهي أكبر من (0.05). وهذا يدل على أن اختلاف المنصب الوظيفي لأفراد الدراسة لا يُحدِث فرقًا في الاستجابة فيما يتعلق بتفضيل العمل مع كلٍ من القيادات الرجالية والنسائية على حدٍ سواء. ويمكن تفسير ذلك ربما بأن تفاوت الاستجابة بشأن العمل مع القيادات الرجالية أو النسائية تحدده عوامل أخرى، بغض النظر عن مستوى المنصب الوظيفي. هذا، في حين أن نتائج الجدول ذاته تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة نحو متغير (التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية) تبعًا لاختلاف المنصب الوظيفي، حيث إن مستوى الدلالة بلغ (0.02)، وهو أقل من (0.05). ولتحديد اتجاه الفروق لصالح أي فئة من فئات المنصب الوظيفي استُخدِم اختبار "**LSD**"، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (11).

الجدول (11): نتائج اختبار "LSD" للفروق في كل فئة من فئات المنصب الوظيفي

المحور	المنصب الوظيفي	ن	المتوسط الحسابي	إدارية	مشرفة	رئيسة قسم	مديرة إدارة
التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية	إدارية	292	3.65				0.69
	مشرفة	32	3.65				0.69
	رئيسة قسم	34	3.36				
	مديرة إدارة	13	2.96				

يتضح من الجدول (11) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة ممن يشغلن مناصب وظيفية بمسمى (إدارية، ومشرفة)، وكذلك أفراد الدراسة اللاتي يشغلن منصب (مديرة إدارة)، وكانت الفروق لصالح اللاتي يشغلن المنصب الوظيفي (إدارية، ومشرفة)؛ أي إن درجة موافقتهن على محور المشكلات أكبر من درجة موافقة أفراد الدراسة ممن منصبهن الوظيفي (مديرة إدارة)، وهذا يدل على أن مديرات الإدارات يرين أن التحديات والمشكلات المذكورة توجد ولكن بدرجة أقل. ويمكن تفسير ذلك بالقول إن المديرات أكثر اتصالًا وقربًا من القيادات النسائية، وهذا التواصل والتقارب والتفاهم الدائم من خلال الاجتماعات واللجان وغيرها يذيب بدوره كثيراً من المشكلات، مما يجعلها تبدو من وجهة نظرهن غير حادة. وبالمقابل، قد يخلق وجود الموظفات والمشرفات في المستويات الدنيا من الهيكل التنظيمي

صعوبة لديهن في التواصل والتفاهم مع القيادات النسائية، مما يحول دون حل المشكلات المختلفة، فتتفاقم مع مرور الوقت. لذا ترى هذه الفئة من الموظفات أن تلك المشكلات تبدو بصورة قوية ومؤثرة في أدائهن الوظيفي.

تاسعًا- أهم النتائج والتوصيات

فيما يلي ملخص بأهم نتائج الدراسة، إضافةً إلى التوصيات المقترحة في ضوء ذلك.

نتائج الدراسة

- **تفضيل العمل مع القيادات الرجالية أو القيادات النسائية**

تشير النتائج إلى أن الأغلبية (82%) من إجمالي الموظفات المشاركات في الدراسة تميل نحو تفضيل العمل مع القيادة الرجالية بشكل (جزئي، وتام)، في حين أن ما نسبته (17%) لا يفضلن ذلك إطلاقًا. وبالمقابل، اتضح أن ما نسبته (66%) تقريباً من الموظفات يفضلن العمل مع القيادات النسائية بشكل (جزئي، وتام)، و(34.2%) لا يرغبن ذلك بصورة مطلقة.

- **التحديات والمشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية**

أشارت النتائج إلى أن المتوسط الحسابي العام لاستجابات أفراد الدراسة نحو جملة التحديات والمشكلات التي طرحتها الدراسة بلغ (3.60 درجة من 5)، وهو وفق مقياس الدراسة يدل على إقرار الموظفات بوجودها في حياتهن العملية في ظل العمل مع النمط القيادي النسائي. ونوردها، هنا، بشكل متسلسل، بدءًا بأكثرها حدة، مع ربطها بالدراسات السابقة، وذلك على النحو الآتي:

1. غياب النظرة الشمولية للعمل لدى بعض القيادات النسائية. وتتفق هذه النتيجة مع إحدى نتائج دراسة (Al-Hajj and Al-Ghuwairi, 2021) على الموظفات في قطاع التعليم السعودي، التي أكدت أن القيادات النسائية لا تهتم برسم رؤية شمولية بعيدة المدى للعمل.
2. استفراد القيادات النسائية بالقرارات دون إشراك الموظفات في ذلك. وتتفق هذه النتيجة مع إحدى نتائج دراسة (Alghofaily,2019)، التي توصلت إلى أن المرأة العاملة في مؤسسات التعليم العالي السعودي تواجه حواجز تنظيمية، منها: ندرة فرص المشاركة في صنع القرار، وضعف تفويض السلطة. وكذلك تتفق مع دراسة (Al-Qahtani *et al*.,2021) التي أشارت إلى أن درجة مشاركة الموظفات الإداريات في اتخاذ القرار في الجامعات السعودية أقل بكثير مما هو متاح للموظفات الأكاديميات.
3. ميل القيادات النسائية لإعطاء تعليمات شفهية غير مكتوبة في العمل. ولعل هذه النتيجة لا تتفق مع نتيجة دراسة (Al-Hussein,2010)، التي أشارت إلى أن القيادات النسائية تحرص على التطبيق الحرفي للوائح وللتعليمات علماً بإن التطبيق الحرفي للوائح يقتضي إعطاء تعليمات مكتوبة وليست شفهية؛ منعًا لضياع المسؤولية، ومن ثم غياب الأساس القانوني للمساءلة.
4. انتهاج القيادات النسائية الأسلوب المركزي في العمل، وعدم تفويض الصلاحيات وتتفق هذه النتيجة مع إحدى نتائج دراسة (Alghofaily,2019)، التي توصلت إلى أن المرأة العاملة السعودية تعاني من ضعف تفويض السلطة في مجال العمل. وكذلك تتفق مع دراسة (Zamakda Allison, 2021)، التي أكدت أن المرأة العاملة تعاني من عدم التمكين اللازم للقيام بمسؤولياتها بنجاح.
5. عدم تفهم القيادات النسائية لاحتياجات الموظفات وظروفهن الأسرية. وتتفق هذه الدراسة نوعًا ما مع بعض نتائج دراسة (Alsharif,2018)، التي أشارت إلى أن من تحديات المرأة العاملة عدم التوازن بين متطلبات العمل والحياة الأسرية.
6. تعمد القيادات النسائية عدم تهيئة صف قيادي ثانٍ من الموظفات. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Abalkhail,2020)، التي أشارت إلى أن دعم القيادات النسائية للتقدم الوظيفي للنساء في العمل لا يزال محدوداً، بل تسعى بعضهن إلى منع التقدم الوظيفي للنساء. ومن ناحية أخرى، تختلف هذه النتيجة مع دراسة (Johnson *et al*.,2011) في جنوب إفريقيا، التي أكدت أن هناك عوامل ثقافية وتنظيمية تحول دون ترقية وتقدم النساء في العمل، وليس فقط سلوك ملكة النحل.

7. افتقار القيادات النسائية لمهارة تزويد الموظفات بالتغذية العكسية الإيجابية. وهذا الأمر أكدته دراسة (Zamakda Allison, 2021)، التي أشارت إلى أن المرأة العاملة تعاني من عدم الاعتراف بجهودها في العمل والتقدير لتلك الجهود بما فيه الكفاية.
8. التمييز وعدم توخي العدالة في التعامل مع الموظفات. ولعل هذه النتيجة تتسق، على نحو ما، مع دراسة Al-Qahtani *et al.*,2021)، التي توصلت إلى عدم التعامل بمعيار عادل بين الموظفات الإداريات والأكاديميات؛ إذ أن الإداريات لا يتمتعن بالتقدير، والخدمات، والتعليم، والمشاركة بنفس القدر الممنوح للأكاديميات.
9. عدم تشجيع القيادات النسائية للموظفات على طرح الأفكار لمعالجة مشكلات العمل. وتتفق هذه النتيجة، إلى حدٍ ما، مع بعض نتائج دراسة (Al-Hajj and Al-Ghuwairi, 2021) التي أشارت إلى أن القيادات النسائية تشجع- أحيانًا- الموظفات على استخدام مواهبهن في العمل، وتمكنهن من حل مشكلاته، وتوليد أفكار جديدة لتطويره.
10. ميل القيادات النسائية لاستخدام السلطة في التعامل مع الموظفات. وتتفق هذه النتيجة إلى حدٍ كبير مع ما خرجت به دراسة (Kaaki and Naseer, 2021)، التي أشارت إلى أن ثمة نمطًا قياديًا يميل للتسلط والاستبداد على الموظفات الإداريات في بيئة العمل.
11. حرص القيادات النسائية على تصيّد أخطاء الموظفات باستمرار. وتنسجم هذه النتيجة مع إحدى نتائج دراسة (Kaaki and Naseer, 2021)، التي أشارت إلى شيوع سلوك تصيد أخطاء الموظفات في بيئة العمل النسائية من قبل الإدارة.
12. حرمان الموظفات المتميزات من البرامج التدريبية بحجة عدم تعطيل العمل. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Omar *et al.*,2020)، التي أشارت في إحدى نتائجها إلى قلة الوعي لدى القيادات النسائية بأهمية تدريب الموظفات، وضعف مشاركتهن في تصميم البرنامج التدريبي للموظفات. وكذلك تتفق مع دراسة (Kaaki and Naseer, 2021) التي كشفت أن من سلوكيات التنمر على الموظفات تعمُد عدم تطوير مهاراتهن، وحرمانهن من الالتحاق بالدورات التدريبية.

- **مدى وجود فروق جوهرية في إجابات أفراد الدراسة حول محاور الدراسة تُعزى للاختلافات في خصائصهن الوظيفية.** كشفت الدراسة وجود فروق جوهرية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في استجابات أفراد الدراسة لصالح مَن مستوى تعليمهن (الثانوية فأقل، ودراسات عليا) باختلاف المستوى التعليمي نحو مسألة تفضيل العمل مع القيادات الرجالية. وكذلك وجود فروق جوهرية لصالح من يشغلن منصبًا وظيفيًا (إدارية، ومشرفة) نحو المشكلات التي تواجه الموظفات في ظل القيادة النسائية باختلاف المنصب الوظيفي.

توصيات الدراسة

في ضوء نتائج الدراسة، نقترح عدداً من التوصيات العملية، وذلك على النحو الآتي:

- فيما يتعلق بمشكلة غياب النظرة الشمولية لدى بعض القيادات النسائية وتركيزهن على التفاصيل في العمل، يوصي الباحثان للتغلب على هذه المشكلة بالقيام بما يلي:

1. تصميم برامج تدريبية متخصصة في التخطيط الاستراتيجي؛ بهدف بناء الرؤية الشمولية بعيدة المدى لدى القيادات النسائية، وتوعيتهن بالقضايا الاستراتيجية التي يفترض التركيز عليها دون الخوض في الأمور الروتينية البسيطة التي تستنفد الجهد والوقت، وترك ذلك للموظفات في المستويات الإدارية الدنيا.
2. الحرص عند إجراء المقابلات الوظيفية لترقية الموظفات إلى وظائف قيادية من الداخل، أو استقطاب كفاءات قيادية من الخارج، على التحقق من امتلاكهن للمنظور الشمولي والرؤية الاستراتيجية الواضحة.

- فيما يتعلق بمشكلة عدم تهيئة صف قيادي ثانٍ، يوصي الباحثان بتوعية القيادات النسائية بأهمية إعداد قيادات بديلة للمستقبل، لتفادي حالات الاضطراب التنظيمي الناتج عن شغور أي موقع قيادي، ولما لذلك من عائد إيجابي على العمل بشكل عام، علاوة على ضرورة إيجاد سياسة داخلية تقضي بإلزام القيادات الإدارية باكتشاف المواهب القيادية في صفوف الموظفات، وتهيئتهن، وبناء قدراتهن، ونقل الخبرات المهمة إليهن كقيادات مستقبلية محتملة.

- فيما يتصل بمشكلة اتباع القيادات النسائية الأسلوب المركزي في العمل، وعدم تفويض الصلاحيات، يوصي الباحثان بتوعية القيادات النسائية بأهمية الموازنة بين الأسلوب المركزي واللامركزي وفق حاجة العمل، وكذلك ضرورة تدريب الموظفات على كيفية التعامل مع عملية التفويض الإداري في العمل وفهم الأصول والقواعد المنظمة لها.
- فيما يتعلق بعدم توخي العدالة في التعامل مع الموظفات، يوصي الباحثان بأهمية تصميم برنامج تدريبي وتوعوي للقيادات النسائية حول العدالة التنظيمية صورها كافة (العدالة التوزيعية، والعدالة الإجرائية، والعدالة التفاعلية، وغيرها)، وتبصيرهن بأهمية ذلك، والآثار السلبية المختلفة المترتبة جراء التعامل غير العادل على العلاقات التنظيمية، وعلى جهة العمل بشكل عام.
- بالنسبة لمشكلة افتقار القيادات النسائية لمهارة تزويد الموظفات بالتغذية العكسية المطلوبة حول أدائهن الوظيفي، يوصي الباحثان بإلحاق القيادات النسائية ببرنامج تدريبي في مجال إدارة الأداء الوظيفي، لتزويدهن بمهارات تخطيط وإدارة وتقويم الأداء بطريقة سليمة، بما في ذلك الطرق والاستراتيجيات الخاصة بتقديم التغذية العكسية البناءة للمرؤوسات.
- بشأن مشكلة تدخل الجانب العاطفي لدى بعض القيادات النسائية عند تقييم أداء الموظفات، يوصي الباحثان بتنمية مهارات القيادات النسائية في استخدام المعايير الموضوعية في تقييم الأداء من خلال الاعتماد على البرامج الحديثة التي توضح كمية الإنجاز بصورة دقيقة وعادلة، ويمكن في سبيل ذلك استخدام نظام تقييم الأداء متعدد المصادر (360) درجة.
- بالنسبة لمشكلة تعمد القيادات النسائية تصيد أخطاء الموظفات أكثر من الاهتمام بتصحيحها بطريقة سليمة، يوصي الباحثان بضرورة تنظيم دورة تدريبية وتثقيفية للقيادات النسائية حول الأساليب الحديثة في الرقابة الإدارية، وكيفية بناء الثقة لدى الموظف أو الموظفة وتمكينهما، والاعتماد على منظومتهما الأخلاقية، والرقابة الذاتية، وترسيخ الوعي لدى القيادات الإدارية بأن الرقابة التنظيمية عملية إنسانية في المقام الأول، غايتها الإرشاد، والتقويم، والإصلاح، وليست أداة ترهيب وتخويف للمرؤوسات.
- بشأن مشكلة ضعف الثقة بقدرات الموظفات على تحمل المسؤولية، يوصي الباحثان بضرورة توعية القيادات النسائية بأهمية الثقة التنظيمية باعتبارها أحد أهم الموارد التنظيمية، وإيضاح الآثار السلبية نتيجة غيابها وفقدانها في الحياة العملية، والعمل بطرق عدة على بناء جسور الثقة بين الموظفات والقيادات الإدارية من خلال الفعاليات الرسمية وغير الرسمية، كاللقاءات والمناسبات والأنشطة الاجتماعية خارج مجال العمل.
- بخصوص مشكلة حرمان الموظفات المتميزات من الالتحاق بالبرامج التدريبية، نوصي بما يلي:

1. توزيع الأعمال والمهام بعدالة على جميع الموظفات وفق عملية توصيف وظيفي واضحة ودقيقة، ثم تقييم الأداء بعدالة وموضوعية.
2. اتباع نظام المكافأة المرتبطة بالأداء، بحيث لا تُعطى المكافآت والحوافز، بما في ذلك الدورات التدريبية، كشكل من أشكال المكافأة إلا للموظفة التي تقدم أداء متميزًا فقط. كذلك، لا بد من توخي عدالة الزمان والمكان بين الموظفات عند الترشيح للدورات التدريبية الداخلية والخارجية.
3. تبني سياسة واضحة للإحلال الوظيفي لملء الوظائف الشاغرة نتيجة ذهاب بعض الموظفات للتدريب الداخلي أو الخارجي حتى لا يتوقف سير العمل في الوحدات الإدارية في الجامعة.

مقترحات لدراسات مستقبلية

- إجراء دراسة مماثلة تتناول واقع العمل في ظل القيادة النسائية من وجهة نظر الموظفين الذكور.
- إجراء دراسة حول المشكلات الناشئة نتيجة عمل القيادات النسائية مع الموظفين الذكور.
- إجراء دراسة لتقييم أداء القيادات النسائية من وجهة نظر المستفيدين من الخدمات العامة.
- إجراء دراسة حول ظاهرة ملكة النحل **(Queen Bee)** على مستوى الجهاز الحكومي السعودي.

The Challenges That Face the Working Woman under the Female Leadership in Light of Queen Bee Syndrome: A Case Study of King Saud University

Abdulmalek Taher Al-Hajj and Afaf Nasser Al-Sharif

Fuculty of Business Administraion, King Saud University, Riyadh

Abstract

This study aimed to identify the preference of female administrative staff at King Saud University to work under male leadership or female leadership, as well as the problems that face them due to working with female leadership. The descriptive method was used in the study, where a questionnaire was distributed to the study population amounting to (4,825) female employees. (371) employees (7.69%) responded. The study used frequencies, percentages, the mean, (SD), (One-Way ANOVA) and (LSD) tests. The results showed that the majority (88%) of study members tend to work with male leaders compared to those who prefer to work with female leaders at a rate of approximately (66%). The study revealed some problems facing female employees as a result of working under female leadership, such as the absence of a holistic view of some female leaders, the bias against some female employees and discrimination among them, the tendency to give verbal instructions to them about the work, the adoption of the centralization method, the lack of understanding of the needs of female employees and their familial circumstances, not developing a second line of leadership, not providing employees with positive feedback, catching mistakes of employees and depriving them of training. The study recommended designing a training program to build a holistic vision for female leaders to make them aware of strategic issues, balancing between centralization and decentralization and applying organizational equity to avoid discrimination among female employees.

Keywords: Leadership, Female leadership, Labor market, Queen bee syndrome.

المصادر والمراجع

المراجع العربية

الأحمدي، حنان؛ أبو خضير، إيمان.(2009). دور مؤسسات التنمية الإدارية في تمكين القيادات النسائية من مواجهة تحديات القيادة: دراسة ميدانية على المشاركات في الحلقات التطبيقية المقدمة في معهد الإدارة. **دورية الإدارة العامة**، 49 (4)، 517-528.

بلول، صابر.(2009). التمكين السياسي للمرأة العربية بين القرارات والتوجهات الدولية والواقع. **مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية**، 25 (2)، 645-686. متاح على الرابط (shorturl.at/dkuxN).

التويجري، فاطمة عبد العزيز.(2014). **التمكين الوظيفي للقيادات الاكاديمية النسائية في الجامعات السعودية**. ورقة مقدمة لمؤتمر القيادات الإدارية الحكومية في المملكة العربية السعودية: الواقع والتطلعات. الرياض: معهد الإدارة العامة، 46-51.

حكمي، أماني ناصر.(2017). **القيادات الإدارية النسائية- التحديات والفرص: دراسة ميدانية للأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية**. رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة الملك سعود.

الحاج، عبد الملك؛ الناصر، نوف.(2017). إدراك المرأة العاملة لمشكلة السقوف الزجاجية في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من موظفات الجهاز الحكومي بمدينة الرياض. **مجلة جامعة الشارقة**، 15(2)، 170-172.

الحاج، عبد الملك؛ الغويري، ابتهال. (2021). ممارسة سلوكيات القيادة الخادمة في قطاع التعليم بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية. **مجلة رؤى اقتصادية**، 11(1)، 339-360.

الحاج، عبد الملك؛ القحطاني، هيا.(2019). واقع ومعوقات التعاقب القيادي في مدينة الملك فهد الطبية بمدينة الرياض. **المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل**، (20)، 143-162.

الحسين، إيمان بشير.(2010). السمات والمهارات التي تتميز بها المرأة القيادية الأردنية والمعوقات التي تواجهها. **مجلة جامعة دمشق**، (27)، (3+4)، 452-463. متاح على الرابط (https://rb.gy/thajrg).

الحويطي، أحمد.(2018). الثقة التنظيمية وعلاقتها بالرضا الوظيفي: دراسة ميدانية على معلمي المدارس الابتدائية بمدينة تبوك. **المجلة التربوية بجامعة سوهاج**، (51)، 516-546.

الربيعة، البندري؛ الحديثي، هدى. (2018). تقييم تجربة المرأة السعودية في المناصب القيادية بالأجهزة الحكومية: دراسة ميدانية. الرياض: **إصدارات مركز البحوث والدراسات بمعهد الإدارة العامة**، 15-84.

الرويس، عزيزة سعد.(2014). **التحديات التي تواجه القيادات الإدارية النسائية بالجامعات السعودية**. ورقة مقدمة لمؤتمر القيادات الإدارية الحكومية في المملكة العربية السعودية: الواقع والتطلعات. الرياض: معهد الإدارة العامة.

رشيد، مازن فارس.(2003). الثقة التنظيمية في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية: بعض المحددات والآثار. **دورية الإدارة العامة**، الرياض: معهد الإدارة العامة. 43 (3)، 435-479.

زايد، عادل محمد.(2006). **العدالة التنظيمية: المهمة القادمة لإدارة الموارد البشرية**. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

السويدان، طارق؛ باشراحيل، فيصل.(2004). **صناعة القائد**. الرياض: مكتبة جرير.

الشعلان، مضاوي؛ الشمري، فوزية. (2014). المسار الوظيفي لأعضاء الهيئة الإدارية في جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن بالمملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية. **مجلة الإدارة التربوية**، 1، 13-87.

الشويعر، عبير صالح .(2021). **التحديات التي تواجه تمكين المرأة السعودية من تولي المناصب القيادية من وجهة نظر القيادات الأكاديمية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.** ورقة مقدمة لمؤتمر تمكين المرأة ودورها التنموي في عهد الملك سلمان، المنعقد في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. متاح على الرابط (shorturl.at/eAJN4).

شين، فيروز.(2017). **القيادة الإدارية وتنمية المهارات**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

عبيره، عهود جبار.(2017). المجتمع الذكوري وانعكاساته على دور المرأة التنموي: دراسة ميدانية. **دورية أماراباك**، 8(27)، 113-132.DOI: 10.12816/0041235

العليان، مرام محمد.(2016). **كفاءة القيادات النسائية وعلاقتها بإدارة الموارد البشرية من وجهة نظر منسوبات مستشفى الملك فيصل التخصصي بالرياض**. رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

العمر، حصة؛ العسكر، سارة؛ التويجري، فاطمة. (2020). معوقات تدريب الموظفات الإداريات في جامعة الامام محمد بن سعود بالرياض: دراسة ميدانية. **المجلة التربوية والنفسية**، 42 (4)، 1-18.

غنيم، فايزة عادل.(2020). التميز القيادي النسائي وواقعه في المجال الأكاديمي في الجامعات السعودية**. المجلة العربية للإدارة**، 40 (1)، 215-226.

الفرحان، الهنوف شلهوب.(2017). **أثر العوامل الشخصية والتنظيمية على اتخاذ القرار لدى القيادات النسائية في الأجهزة الحكومية في مدينة الرياض**. رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض: جامعة الملك سعود.

القحطاني، نورة.(2020). **الصناعات الإبداعية ودورها في تمكين المرأة السعودية في مجال ريادة الأعمال**. ورقة مقدمة لمؤتمر تمكين المرأة ودورها التنموي في عهد الملك سلمان، المنعقد في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. متاح على الرابط (shorturl.at/eAJN4).

كعكي، سهام؛ نصير، دلال.(2021). التنمر الإداري وانعكاساته على بيئة العمل النسائية في جامعة الاميرة نورة بنت عبدالرحمن. **المجلة التربوية**، كلية التربية بسوهاج، 89(2)، 591-634.

المباركي، مريم محمد.(2020). دور جامعة خالد في تطوير القيادات النسائية. **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية**، 4 (12)، 82-108. متاح على الرابط: https://doi.org/10.26389/ajsrp.m140320

المنيف، إبراهيم عبد الله.(2011م). **القيادة والإدارة: إعداد القيادات الإدارية العربية**. الرياض: مجلة المدير.

ملاذ، المبيريك؛ الشيخ، سارة.(2022). الرضا الوظيفي للموظفات وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية والمهنية: دراسة على الموظفات في جامعة الملك سعود وجامعة الأمير سلطان. **مجلة رماح للبحوث والدراسات**، 63، 45-73.

مركز تحقيق التوازن بين الجنسين. متاح على الرابط (https://rb.gy/kftj3j).

مكيافيللي، نيكولا.(2004). **الأمير**. القاهرة: مكتبة ابن سينا. ترجمة أكرم مؤمن. (نشر الكتاب قبل الترجمة سنة 1553م).

نجم، نجم عبود.(2010). **القيادة الإدارية في القرن الحادي والعشرين**. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

نعساني، عبد المحسن.(2020). **إدارة الأداء الوظيفي: مدخل لتحسين الفاعلية التنظيمية**. الرياض: مكتبة جرير.

نورث هاوس، بيتر.(2018). **القيادة الإدارية**. (ترجمة صلاح المعيوف). الرياض: معهد الإدارة العامة (نشر الكتاب قبل الترجمة سنة 2013).

هيجان، عبد الرحمن أحمد.(2004). **القيادة الإدارية النسائية: مدخل سيكولوجي**. الرياض: دار المؤيد للنشر والتوزيع.

الهيئة العامة للإحصاء. (2021). قاعدة بيانات سوق العمل السعودي، متاح على الرابط (https://www.stats.gov. sa/ar/814).

الوادي، محمد حسين.(2012). **التمكين الإداري في العصر الحديث**. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية. (2021). **قاعدة بيانات القوى العاملة في القطاع الحكومي**. متاح على الرابط (https://data.gov.sa/Data/ar/dataset/government-sector-employees-2021).

وثيقة رؤية المملكة العربية السعودية (2030). متاح على الرابط (https://www.vision2030.gov.sa/ar/).

Arabic References in English

Al-Ahmadi, Hanan and Abu Khdeir, Iman. (2009). The role of administrative development institutions in enabling women leaders to face leadership challenges: A field study on the participants in the applied seminars presented at the Institute of Public Administration. *Public Administration Journal*, (49), (4), pp. 517-528.

Al-Farhan, Al-Hanouf Shalhoob. (2017). *The impact of personal and organizational factors on decision-making among female leaders in government agencies in the city of Riyadh*. Unpublished master's thesis, Riyadh: King Saud University.

Al-Hajj, Abdulmalik and AL-Nasser, Nouf. (2017). Working women's perception of the problem of glass ceilings in the Kingdom of Saudi Arabia: a field study on a sample of female government employees in the city of Riyadh. *University of Sharjah Journal of Humanities and Social Sciences*, (15), (2), pp. 170-172.

Al-Hajj, Abdulmalik and Al-Ghuwairi, Ibtihal. (2021). Practicing servant leadership behaviors in the education sector in the Kingdom of Saudi Arabia: A field study. *Roa Iktissadia Journal*, 11, (1), pp. 339-360. Available at: https://www.asjp.cerist.dz/en/article/153686

Al-Hajj, Abdulmalik and Al-Qahtani, Haya .(2019). The reality and obstacles of leadership succession in King Fahd Medical City in Riyadh. *The Scientific Journal of King Faisal University*. (20), pp. 143-162.

Al-Hussein, Iman Bashir. (2010). The characteristics and skills that characterize the Jordanian female leadership and the obstacles they face. *Damascus University Journal*, (27), (3,4), pp. 452-463. Available at: (https://rb.gy/thajrg).

Al-Huwaiti, Ahmed. (2018). Organizational trust and its relationship to job satisfaction: A field study on primary school teachers in the city of Tabuk. *Sohag University Educational Journal*, (51), pp. 516-546.

Al-Mubaraki, Maryam Muhammad. (2020). The role of Khalid University in developing women leaders. *Journal of Economic, Administrative and Legal Sciences*, (4), (12), pp. 82-108. https://doi.org/10.26389/ajsrp.m140320.

Al-Muberik, Malath and Al-Sheikh, Sarah. (2022). Job Satisfaction and its Relation to Some Demographic and Vocational Variables: A Study on a Sample of Female Employees at King Saud University and Prince Sultan University. *Ramah Journal of Research and Studies*, 63, pp. 45-73. Available at: ttps://remahresearch. com/index.php/rehamecho-no63-papers/latest.html

Al- Munif, Ibrahim Abdullah. (2011). *Leadership and Administration*: Preparing Arab Administrative leaders. Riyadh: Manager's Journal.

Al-Qahtani, Noura. (2021). *Creative industries and their role in empowering Saudi women in the field of entrepreneurship*. A paper presented to the Conference on Women's Empowerment and Their Developmental Role in the Era of King Salman, held at Imam Muhammad bin Saud Islamic University. Available at: shorturl.at/dkuxN.

Al-Rabiah, Al-Bandari and Al-Hadithi, Huda. (2018). Evaluating the experience of Saudi women in leadership positions in government agencies: A field study. *Publications of the Research and Studies Center at the Institute of Public Administration*, pp. 15-84.

AL- Ruwais, Aziza Saad. (2014). *Challenges facing women administrative leaders in Saudi universities*. A paper presented to the Conference of Governmental Administrative Leaders in the Kingdom of Saudi Arabia: Reality and Aspirations. Riyadh: Institute of Public Administration.

Al-Shaalan, Modawi and Al-Shammari, Fawzia. (2014). Career path for the administrative staff at Princess Norah bint Abdurrahman University in Riyadh: A field study. *Educational Administration Journal*, 1, pp.13-87. Available at: http://search.mandumah. com/Record/713065/Details

Al-Shuwaier, Abeer Saleh. (2021). *Challenges facing empowering Saudi women to assume leadership positions from the point of view of academic leaders at Imam Muhammad bin Saud Islamic University*. A paper presented to the Conference on Women's Empowerment and Their Developmental Role in the Era of King Salman, held at Imam Muhammad bin Saud Islamic University. Available at: shorturl.at/dkuxN.

Al-Suwaidan, Tariq and Bashraheel, Faisal. (2004). *Creating the leader*. Riyadh: Jarir Bookstore.

Al-Omar, Hessa; AL-Asker, Sarah and Al-Tuwaijri, Fatima. (2020). Obstacles that face training female employees at Imam Muhammad bin Saud University in Riyadh: A field study. *Educational and Psychological Journal*, 42, (4), pp. 1-18. Available at: ttp://search.mandumah. com/Record/1101486.

Al-Olayan, Maram Muhammad. (2016). *Female leaders' competency and its relationship to human resources management from the viewpoint of female employees of King Faisal Hospital in Riyadh*. Unpublished master's thesis, Riyadh: Naif University for Security Sciences.

Al-Tuwaijri, Fatima Abdulaziz. (2014). *Job Empowerment for Women Academic Leaders in Saudi Universities. A paper presented to the Conference of Governmental Administrative Leaders in the Kingdom of Saudi Arabia: Reality and Aspirations*. Riyadh: Institute of Public Administration, pp. 46-51.

Al-Wadi, Muhammad Hussain. (2012). *Administrative Empowerment in the Modern Era*. Amman: Dar Al-Hamid for Publishing and Distribution.

Balloul, Saber. (2009). Political empowerment of Arab women between international decisions and directions and reality. *Damascus University Journal of Economic and Legal Sciences*, 25, (2). pp. 645-686. Available at: shorturl.at/dkuxN.

Ghoneim, Fayza Adel. (2020). Excellence of female leadership and its reality in the academic field in Saudi universities. *Arab Journal of Management*, (40), (1), pp. 215-226.

General Authority for Statistics. (2021). *Saudi labor market database*. Available at: https://www.stats.gov.sa/ar/814.

Gender Balance Center. Available at: https://rb.gy/kftj3j.

Hakami, Amani Nasser. (2017*). Female administrative leaders: Challenges and opportunities: A field study of government agencies in the Kingdom of Saudi Arabia*. Unpublished master's thesis, Riyadh: King Saud University.

Hayjan, Abdurrahman Ahmed. (2004). *Female leadership: A psychological approach*. Riyadh: Dar Al-Moayyad for Publishing and Distribution.

Kaaki, Siham and Naseer, Dalal. (2021). Administrative bullying and its repercussions on the women's work environment at Princess Norah bint Abdurrahman University. *Educational Journal*, College of Education, Sohag, (89), 2, pp. 591-634.

Machiavelli, Niccolo. (2004). *The Prince*. Cairo: Ibn Sina Library. (Translated by Akram Momen). (The book was published in 1553).

Ministry of Human Resources and Social Development .(2021).*Government sector workforce database*. Available at: https://data.gov.sa/Data/ar/dataset/government-sector-employees-2021.

Najm, Najm Abboud. (2010). *Administrative leadership in the twenty-first century*. Amman: Dar Safaa for Publishing and Distribution.

Nassani, Abdulmohsen. (2020). *Performance management is an introduction to improving organizational effectiveness*. Riyadh: Jarir Bookstore.

Northouse, Peter. (2018). *Administrative leadership*. (Translated by Salah Al-Mayouf). Riyadh: Institute of Public Administration. (The book was published in 2013).

Rasheed, Mazen Fares. (2003). Organizational trust in government agencies in the Kingdom of Saudi Arabia: Some determinants and effects. *Public Administration Journal*. Riyadh Institute of Public Administration. (43), (3), pp. 435-479.

Saudi Vision 2030. Available at: https://www.vision2030.gov.sa/ar/.

Sheen, Fayrouz. (2017). *Administrative leadership and skills development.* Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution.

Ubairah, Ohoud Jabbar .(2017). The patriarchal society and its implications for the developmental role of women: A field study. *Amarabak journal*, 8, (27), pp. 113-132. DOI: 10.12816/0041235

Zayed, Adel Muhammad. (2006). *Organizational justice: The next task of human resource management*. Cairo, Arab Administrative Development Organization.

English references:

Abalkhail,J.(2019).Women managing women: Hierarchical relationships and career impact. *Career Development International*, 4, (25), pp. 389-413. https://doi.org/10.1108/CDI-01-2019-0020

Alghofaily, L. (2019). *Investigating the Perceived Barriers to Women's Rise to Leadership in Higher Education in Saudi Arabia*. (Doctoral dissertation, University of Lincoln). Available at: https://rb.gy/fmuhji

Alomair, M. O. (2015). Female Leadership Capacity and Effectiveness: A Critical Analysis of the Literature on Higher Education in Saudi Arabia. *International Journal of Higher Education*, 4, (4), pp. 81–93. https://doi.org/10.5430/ijhe.v4n4p81

Alotaibi, F. T. (2020). Saudi Women and Leadership: Empowering Women as Leaders in Higher education Institutions. *Open Journal of Leadership*, 09, pp.156–177. https://doi.org/10.4236/ojl.2020.93010

Al-Qahtani, A; Elgzar, W; Ibrahim, H; El-Houfy, A. and El Sayed, H. (2021). Women empowerment among academic and administrative staff in Saudi universities: A cross-sectional study. *African Journal of Reproductive Health*, 25, (1), pp. 60-68. DOI: 10.29063/ajrh2021/v25i1s.7

Alsharif, S. A. (2018). The challenges associated with women career development at the state universities in Saudi Arabia: A ground theory approach. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 6, (2), pp.18-30. DOI: 10.15640/ijgws.v6n2p3.

Alsubaie, A & Jones, K. (2017). An Overview of the Current State of Women's Leadership in Higher Education in Saudi Arabia and a Proposal for Future Research Directions. *Administrative Sciences*,. 7,(4), pp. 36. https://doi.org/10.3390/admsci7040036

Apaydin, Ç; Gökgül, M; Aydiner, A & Oktay, E.(2021). Administration.The Relationship Between queen bee Syndrome, Glass Ceiling and Resilience: Female Teachers.*Mediterranean Journal of Gender and Women's Studies*, 4, (2), pp.130-153. https://doi.org/10.33708/ktc.981316.

Arvate, P. R., Galilea, G. W., & Todescat, I. (2018). The queen bee: A myth? The effect of top-level female leadership on subordinate females. *Leadership Quarterly*, 29, (5), pp.533–548. https://doi.org/10.1016 /j.leaqua. 2018.03.002

Cibibin, C., & Leo, I. (2022). The Queen Bee Syndrome in Sports Federations: An Exploratory Investigation of Gender Stereotypes in Italian Female Coaches. *Sustainability*, 14, (3), pp. 4-11.1596.https://doi.org/10.3390/su14031596.

Cuadrado, I., Navas, M., Molero, F., Ferrer, E., & Morales, J. F. (2012). Gender Differences in Leadership Styles As a Function of Leader and Subordinates' Sex and Type of Organization. J*ournal of Applied Social Psychology*, 42, (12), pp.3083–3113. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00974.x

Derks, B., Van Laar, C., & Ellemers, N. (2016). The queen bee phenomenon: Why women leaders distance themselves from junior women. *Leadership Quarterly*, 27, (3), pp. 456–469. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2015.12.007

Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *Leadership Quarterly*, 14, (6), pp. 807–834. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.004

Eagly, A. H., & Johnson, B. T. (1990). Gender and Leadership Style: A Meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 108, (2), pp. 233–256. https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.2.233

Ebrahimi, E. (2021). Understanding the Meaning of Queen Bee Syndrome Phenomenon from the Perspective of Women Working in a Public University: A Descriptive Phenomenological Approach. *Quarterly Journal of Public Organizations Management*, 9(2), pp.31-46. Doi: 10.30473/IPOM.2021.55266.4204

Faniko, K., Ellemers, N., & Derks, B. (2016). Queen Bees and Alpha Males: Are successful women More Competitive Than Successful Men? *European Journal of Social Psychology*, 46(7), pp. 903–913. https://doi.org/10.1002/ejsp.2198

Faniko, K., Ellemers, N., & Derks, B. (2021). The Queen Bee Phenomenon in Academia 15 Years after: Does It Still Exist, and If So, Why? *British Journal of Social Psychology*, 60, (2), pp.383–399. https://doi.org/10.1111/bjso.12408

Gazzaz, L. (2017). *Renaissance of Saudi Women Leaders' Achievement*. Doctoral dissertation, Brunel University London. Available at:https://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/14736

Al-Ghamdi, A. M. (2016). *The Empowerment of Academic Women Leaders at Saudi Universities and* Its Relationship to Their Administrative Creativity. Doctoral dissertation.Available at: https://rb.gy/llduzb

Gipson, A. N., Pfaff, D. L., Mendelsohn, D. B., Catenacci, L. T., & Burke, W. W. (2017). Women and Leadership: Selection, Development, Leadership Style, and Performance. *Journal of Applied Behavioral Science*, 53(1), pp. 32–65. https://doi.org/10.1177/0021886316687247

Gomes Neto, M; Grangeiro, R, & Esnard, C. (2022). Academic women: A study on the queen bee phenomenon. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 23, (2). pp. 3-30.https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG220211.en

Harvey, V., & Tremblay, D. G. (2020). Women in the IT Sector: Queen Bee and Gender Judo Strategies. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 32(4), pp.197–214. https://doi.org/10.1007/s10672-020-09353-z

Holmes, J., & Stubbe, M. (2003). *Feminine workplaces: Stereotypes and reality*. In: J. Holmes & M. Meyerhoff (Eds.), The Handbook of language and Gender (pp. 573-599). Oxford, England: Blackwell. Available at: http://www.carinadizonmaellt.com/socweb/pdf/the_handbook.pdf

Jenni, C. (2017). Motivation to lead: A contingent approach to female leadership. *The Journal of Business Diversity*, 17(2), pp.75–81. Available at: http://www.na-businesspress.com/jbdopen.html

Johnson, Z., & Mathur-Helm, B. (2011). Experiences with Queen Bees: A South African study exploring the reluctance of women executives to promote other women in the workplace. *South African Journal of Business Management*, 42, (4), pp. 47–55. https://doi.org/10.4102/sajbm.v42i4.504

Keller, A. C., Meier, L. L., Gross, S., & Semmer, N. K. (2015). Gender differences in the association of a high quality job and self-esteem over time: A multiwave study. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24, (1), pp.113-125.http://dx.doi.org/10.1080/1359432X.2013.865118

Kremer, H., Villamor, I., & Ormiston, M. (2019). *Princess bee effect: The reverse queen bee phenomenon*. 79th Annual Meeting of the Academy of Management 2019: Understanding the Inclusive Organization, AoM 2019. https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.253

Lisowska, E. (2021). Empowering women in organizations: Good practices. *Women and Business Journal*,1-4. Available at: https://rb.gy/uggnzk

Mavin, S. (2008). Queen bees, wannabees and afraid to bees: No more "best enemies" for women in management? *British Journal of Management*,19(Suppl.1). https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2008.00573.x

Paris, L. D., Howell, J. P., Dorfman, P. W., & Hanges, P. J. (2009). Preferred leadership prototypes of male and female leaders in 27 countries. *Journal of International Business Studies*, 40, (8), pp. 1396–1405. https://doi.org/10.1057/jibs.2008.114

Patrick, H & Kumar, V.(2012). Managing Workplace Diversity: Issues and Challenges.*SAGE Open*. DOI: 10.1177/2158244012444615

Rey, C. (2011). Gender , Women and leadership, Agenda 19, (65), pp.4-11. https://doi.org/10.1080/10130950.2005.9674614

Rones, N and Steder, F. (2018). The queen bees and the women's team-A contextual examination of enmity and friendship between military women. *Kvinder, Køn og Forskning*, 27, (3-2), pp.32-48. Available at: https://tidsskrift.dk/KKF/article/view/110846/160007

Rouleau- Carroll, Linda. (2014). *Attributes and characteristics that contribute to successful female leadership in secondary education*. Doctoral dissertation. Drake University Des Moines, Available at: https://core.ac.uk/download/pdf/46925939.pdf

Shafritz, J. M., & Hyde, A. C. (2016). *Classics of public administration*.(8th Edition), Cengage Learning. Available at: https://rb.gy/qsn1xl

Sobczak, A. M. (2018). The queen bee syndrome: The paradox of women discrimination on the labour market. *Journal of Gender and Power*, 9, (1), pp. 51–61. https://doi.org/10.14746/jgp.2018.9.005

Sterk, N., Meeussen, L., & Van Laar, C. (2018). Perpetuating inequality: Junior women do not see queen bee behavior as negative but are nonetheless negatively affected by it. *Frontiers in Psychology*,

9(Sep), pp.1–12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01690

Walker, R. C., & Aritz, J. (2015). Women doing leadership: Leadership styles and organizational culture. *International Journal of Business Communication*, 52, (4), pp.452–478. https://doi.org/ 10.1177/ 2329488 415598429

Warning, R., & Buchanan, F. R. (2009). An exploration of unspoken bias: Women who work for women. *Gender in Management*, 24(2), pp.131–145. https://doi.org/10.1108/17542410910938817

Webber, G. R., & Giuffre, P. (2019). Women's relationships with women at work: Barriers to solidarity. *Sociology Compass*, 13, (6), pp. 1–13. https://doi.org/10.1111/soc4.12698

Yaseen, Z. (2010). Leadership styles of men and women in the Arab world. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 3, (1), pp.63–70. https://doi.org/10.1108/17537981011022823

United Nations. Department of Economic and Social Affairs.(2020). *Women's job market participation stagnating at less than 50% for the past 25 years: finds UN Report*.Available at: https://rb.gy/omdkid

Zamakda Allison, Safwaan.(2021).The Leadership of Women in the Saudi Higher education System. *Papers.SSRN*. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3838332

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير في سلوك الطالبات الجامعيات خلال فترة الحجر المنزلي بسبب انتشار جائحة كورونا: (دراسة مسحية على عينة من طالبات جامعة قطر)

محمد الفاتح حمدي * وفتيحة زماموش **

تاريخ الاستلام 2022/02/10 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.6 تاريخ القبول 2022/07/14

الملخص

استهدفت هذه الدّراسة التعرّف إلى أثر استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي في سلوك الطالبات الجامعيات في جامعة قطر في فترة الحجر الصحي المنزلي، وقد اعتمدت منهج المسح الإعلامي من خلال عيّنة عشوائية بسيطة من طالبات جامعة قطر (كلية الآداب والعلوم) وتوزيع (602) من استمارات الاستبانة عن طريق الإنترنت. واعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري.

توصّلت الدراسة إلى تغير سلوك الطالبات خلال فترة الحجر، إذ زادت ساعات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، لأن هذه المواقع تتميّز بخصائص وسمات متعدّدة تجعل المستخدم لها مدمنا عليها. كما صارت فترة مطالعة الطالبات الجامعيات للكتب والمجلات محدودة أو منعدمة بسبب امتداد وقت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وبينت النتائج أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة أبعد أغلبية مفردات الدراسة عن متابعة مختلف وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون في زمن الحجر المنزلي، وذلك بدرجات متفاوتة، إذ سجّلت نسبة (50.80%) أبعدتها بشكل كبير، و(33%) أبعدتها بشكل محدود.

الكلمات المفتاحية: التصفّح، الطالبات، مواقع التواصل الاجتماعي، الحجر المنزلي، وباء كورونا، الأثر، السّلوك.

المقدمة

تزايدت تأثيرات الشّبكات التّواصلية في حياة الإنسان عامة وحياة الفرد خاصة؛ إذ يفترض بعض الباحثين في الدراسات الاتصالية أنّها سيطرت على حياة الأفراد، بل إنّنا لنجد هذا العصر عصر الشّبكات الاجتماعية بامتياز (Al-Shami, 2017, p 119) دون غيرها، ويعود هذا إلى توسّع استخدامها من قِبل مختلف فئات المجتمع، كما أن تسارع ظهور مواقع التّواصل الاجتماعي قد أدّى إلى هيمنتها على يوميات الأفراد وحصر نشاطاتهم فيها.

وتمكّنت الشبكات الاجتماعية من نقل المستخدمين من حياة الواقع إلى الحياة الرّقمية الافتراضية، التي تمدهم بالمعلومات الغزيرة في وقت وجيز وتقدّم لهم خدمات أخرى ترتبط بحياتهم، كإشباع رغباتهم، كما أنها تلفت الانتباه لما ينُشر عبرها، وتفرض عليهم التّفاعل والمشاركة، بل أضحت تهيمن على حياتهم، خاصة في فترة الحجر الصحي المنزلي الذي فرضته تداعيات انتشار فيروس "كورونا".

سيطرت التّقنية الرّقمية على فئة الشّباب عامة والطلبة الجامعيين خاصة؛ لأنّها فضاء مفتوح ومتاح في كلّ الأوقات وفي كلّ الأمكنة للحِوار من أجل تبادل الأفكار والمعلومات والصور...، ولمّا كان الأمر على هذا النّحو، بات من الصعب الاستغناء عنها، بل أضحت جزءاً جوهرياً في حياة الطالبات، وهذا أثّر في علاقاتهن الاجتماعية والأسرية، وسبّب لهنّ ضغوطات جسدية ونفسية كالقلق والخوف والكآبة؛ بسبب المعلومات الغزيرة حول الوباء.

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك، 2022.

* كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، قطر.

** قسم الإعلام، جامعة منوبة، تونس.

هذا التوجّه الكبير للطلبة الجامعيين نحو استخدام وسائل التّواصل الاجتماعي أنتج بيئة جديدة بسبب الإثارة التي تنجم عن قضاء وقت طويل في تصفّح الشّبكات الاجتماعية. وبناء على ما سبق ذكره، نحاول التطرّق إلى معالجة أثر استخدام هذه الوسائل داخل الجامعات العربية، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة قطر، لرصد عاداتهن وتحليلها وبيان أنماط استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي في زمن الحجر الصحي المنزلي.

مشكلة الدراسة

تعتبر فترة الحجر الصحي المنزلي التي فرضتها كل الدول بسبب انتشار فيروس "كورونا" بين البشر مرحلة مهمّة وصعبة للغاية؛ إذ شهدت هذه الفترة تقلّصًا لمساحات تحرّك الأفراد داخل المجتمع، كما شهدت انكماشا للعلاقات الاجتماعية، فلم تعد هناك أي نشاطات علمية أو ثقافية، ولم تعد لقاءات بين العائلات أو الأصدقاء أو الزّملاء في الفضاء الواقعي، أصبحت الأسرة الواحدة منعزلة تمامًا عن العالم الخارجي، وقد شكّل هذا الوضع الجديد أزمات كبيرة لدى الكثير من البشر والمؤسّسات والدّول، ممّا جرّ العديد من الأسر إلى البحث عن فضاءات جديدة لأجل استمرار نشاطاتهم كالعمل والتجارة وقضاء وقت الفراغ والتّرفيه والتسلية واللّقاء مع الأهل والأحبّة والأصدقاء، وهذا ما أفرز واقعًا جديدًا.

وفي ضوء ذلك، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بديلاً عن العالم الواقعي؛ إذ استقطبت مختلف فئات المجتمع، كما منحت جميع المستخدمين مزايا عدّة من خلال الإبحار عبرها، فهذه الفضاءات الجديدة تعجّ بمحتويات متعدّدة، ولها خصائص تميزها ووظائف مختلفة، وكل فئة عمرية تنجذب إلى ما يتناسب مع اهتماماتها ومتطلباتها. ومن خلال هذه الدّراسة العلمية يسعى الباحثان إلى تسليط الضّوء على فئة مهمة داخل المجتمع القطري، وممثلة في الشّباب الجامعي؛ لأن هذه الفِئة جزء لا يتجزّأ من المجتمع. ويتمّ فيها التركيز على مدى استخدام هذه الفئة لمواقع التّواصل الاجتماعي في زمن الحجر المنزلي، إضافة إلى معرفة طبيعة عادات الاستِخدام وأنماطه، وطبيعة الإشباعات المحقّقة من ذلك، إلى جانب معرفة أثرها في السلوكيات اليومية للفئة المستهدفة.

وتتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الرئيس التالي:

ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي زمن الحجر المنزلي في سلوكيات الطّالبات الجامعيات في جامعة قطر؟

التساؤلات الفرعية

1- ما عادات استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي في زمن الحجر المنزلي وأنماطه؟
2- ما الإشباعات المحقّقة من استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر الصحي المنزلي؟
3- هل تصفّح الطالبات لمواقع التّواصل الاجتماعي خلال الحجر المنزلي له أثر في سلوكياتهن اليومية؟
4- هل البيئة الافتراضية التي تعودت عليها الطّالبات يمكنها أن تعوّض واقعهن اليومي؟

فرضيات الدراسة

- تستخدم الطالبات مواقع التواصل الاجتماعي في الحجر الصحي المنزلي بشكل كبير وفي مختلف الفترات الزمنية.
- تحقّق الطالبات إشباعات متعددة من خلال تصفحهن لمواقع التواصل الاجتماعي، تغلب عليها وظيفة التسلية والترفيه.
- سبّب الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي في زمن الحجر المنزلي للطالبات الجامعيات مشاكل جسدية ونفسية وأسرية.

أهداف الدراسة

1- معرفة عادات استخدام الطالبات في تصفّحن مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي وأنماطه.
2- معرفة الإشباعات المحقّقة من استخدام الطّالبات لمواقع التّواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي.
3- معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في سلوكيات الطالبات في فترة الحجر المنزلي.

مفاهيم الدراسة

التصفّح: يتمثّل التصفّح في متابعة المعلومات إمّا عبر الكتب أو الصحف أو الصور أو الفيديوهات، وإمّا عبر الإنترنيت عبر "برنامج على جهاز الحاسوب يستعمل للولوج إلى مواقع المعلومات على الشبكة العنكبوتية، وذلك بطرح سؤال أو جملة من الأسئلة على الخادم عن الصفحات التي يمكن الولوج إليها لعرضها والاطلاع عليها" (Al-Miqdadi , 2013, pp. 19-21). كذلك فإن التصفّح هو "عملية الدخول إلى نظام الحاسوب أو الشّبكة العنكبوتية بهدف الاطلاع على ملفّات معينة، مع سهولة الانتقال من موقع إلى آخر بهدف الإبحار في الشّبكة"(Belkhiri, 2014, p.12).

ويعني التصفّح أيضا "وجود الفرد على شبكة الإنترنت، والغوص في مختلف المواقع الإلكترونية. ويتطلّب هذا الاستخدام الإلكتروني مهارات فنية منها أن يتعلم الفرد طرق الاستخدام الالكتروني قبل الولوج لشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي: يعود بروز مفهوم مواقع التّواصل الاجتماعي إلى ظهور شبكة الإنترنت وتطوير الممارسات المرتبطة بها التي توسم أيضاً بـ"نظام اجتماعي إلكتروني" (Ait-Yala, 2016)، على الإنترنيت يتكئ على تطبيقات (Applications)، تعتمد على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين البشر من ذوي الاهتمامات المشتركة، أو النشاطات المشتركة. وتعتمد مواقع التّواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية أساسا على التمثيل؛ إذ يكون لكلّ مستخدم ملف شخصي profile، وكذلك خدمات متعدّدة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل القيم والأفكار والنشاطات والأحداث والاهتمامات في إطار شبكاتهم الشخصية، (Al-Tayeb Isani, 2015, p. 171).

وتبعاً لذلك، تعدّ هذه المواقع:" رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب يتم الوصول إليها بالدخول إلى شبكة الإنترنيت عبر متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص الفائق المترابط (html) تتخذ من الصفحة الرئيسية (home page) واجِهة لها. ويتم التنقّل بينها بوساطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نصّ أو صورة أو صوت أو فيديو...) أو متعدد(Multimedia)، وغالباً ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل مع المتلقّي وتفاعله معها. (Balhi, 2015, pp. 2-3)

والمتتبّع لتطوّر الشّبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي يجدها قادرة على إتاحة الفرصة لوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الإنترنيت، وتمكينهم من التفاعل معها والتعليق على الأخبار الموجودة وتبادل الرسائل. (Awad, 2013, p. 102). وتتشكّل هذه المواقع من خلال الإنترنت؛ إذ تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وتتيح لهم الفرصة للاتّصال بقائمة المسجّلين، والتّعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتّصال. وفي ضوء ذلك، تختلف عملية التواصل من موقع إلى آخر.

الحجر المنزلي: يعدّ الحجر المنزلي (Quarantine) من أقدم الطرق المستعملة للوقاية من الأمراض المعدية؛ إذ له دور رئيسي في الحدّ من الأمراض سريعة الانتشار كالأوبئة والجوائح (Cetron and Landwirth,2005). ويفترض الحجر المنزلي بالضرورة تعاملاً خاصا يختلف عن التّعامل مع عديد الأمراض الأخرى، ويتمثّل هذا التعامل في فصل المشتبه بإصابته بمرض معد أو إذا كان متصلاً بالمرضى أو قادماً من مكان به مرض معد، ويوضع تحت المراقبة الصحية لمدة تحدّدها لجنة علمية. كذلك فإنّ أي شخص ظهرت عليه علامات المرض ينقل إلى المؤسسة الصحية المختصة للعلاج وإن ثبت عدم إصابته بالمرض يطلق سراحه بعد نهاية هذه المدّة.

ويمكن القيام بالحجر في المنازل أو في أماكن مهيّأة لهذا الغرض كالفنادق، ويكون فرديًا أو جماعيًا، ويكون أيضًا اختياريًا أو إجباريًا وفق اختلاف الأمراض وخطورتها؛ إذ يهدِف الحجر إلى ضمان عدم انتقال المرض من خلال قطع كل اتصال للشخص المصاب مع أي شخص غير مصاب، وبذلك يتمّ تخفيض احتمال نشر العدوى إلى الصفر أو ما يقارب الصّفر. (Welder-Smith and Freedman,2020).

وبناءً على ما سبق ذكره، يعدّ الحجر المنزلي في هذه الدراسة فترة زمنية فرضتها الأنظمة الحاكمة في أغلب دول العالم على الشعوب من أجل البقاء داخل منازلهم للحدّ من انتشار فيروس "كورونا". وتختلف هذه الفترة الزمنية من دولة إلى أخرى حسب درجة انتشار الفيروس وخطورته.

وباء كورونا: اشتقّ اسم coronavirus بالعربية: فيروس كورونا، اختصاراً cov، من اللاتينية: corona، ويعني التاج أو الهالة؛ إذ يشير الاسم إلى شكل الفيروسات التي تظهر على شكل تاج الملك أو الهالة الشمسية. وتسبّب الفيروس في جائحة عالمية عرفت باسم (كوفيد -19 أو فيروس كورونا ووهان) الذي يحدث بسبب فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة. تمّ اكتشاف المرض بمدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019. وتبعًا لما جاء على لسان منظمة الصحة العالمية، فإنّ فيروسات "كورونا" من فصيلة فيروسات واسعة الانتشار تسبّب أمراضًا مثل الزكّام والالتهاب التّنفسي الحاد الوخيم (السّارس) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرز).

وقد تم اكتشاف نوع جديد من فيروسات كورونا بعد أن تمّ التعرّف إليها كمسبب لانتشار أحد الأمراض التي بدأت في الصين عام 2019. وتظهر أعراض مرض فيروس كورونا المستجدّ على حالة المريض (كوفيد-19) بعد يومين من الإصابة وتستمرّ إلى 14 يومًا. وتسمى هذه القترة بفترة الحضانة. وقد تتضمن مؤشرات المرض والأعراض الشائعة ما يلي: الحُمّى والسّعال والشعور بالتعب، وأعراض أخرى تختلف حسب درجة الإصابة.

السّلوك: يعرّف "جونستون وبنييكر" السّلوك بأنّه" ذلك الجزء من تفاعل الكائن الحيّ مع بيئته" (Boehdel, p. 29). والسّلوك الإنساني هو "كلّ ما يصدر عن الفرد من استجابات حركية وعقلية واجتماعية عندما تواجهه أية منبهات"(Boehdel, p. 30). كما أنّه يشمل جميع أشكال الاستجابة الكليّة التي تظهر عند الكائن الحيّ تجاه أي موقف يواجهه. وتتكون بنيته من ثلاثة جوانب أساسية هي: الجانب المعرفي، والجانب الحركي، والجانب الانفعالي.

إجرائيا، تتناول هذه الدراسة، تصفح طالبات جامعة قطر لمواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر المنزلي بسبب تفشي وباء كورونا، وتأثيره في سلوكاتهن.

الدراسات السابقة

تمثّل الدراسات السّابقة التي لها علاقة بموضوع البحث؛ خزّانًا لمعرفة تأثير الشبكات الاجتماعية في العلاقات بين الأفراد، والاستفادة منها في بناء الإشكالية البحثية. ومن بين الدراسات التي تم الاطلاع عليها:

الدراسة الأولى بعنوان: " تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)، (Surrey, 2008) ركّزت الدراسة على معرفة تأثير الاتصال عبر الإنترنيت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري، الذي يشهد استخداماً مكثّفًا للشبكة العنكبوتية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي وجمع المعلومات عن طريق الاستبانة، متخذةً في ذلك عيّنة عشوائية. وتوّصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- تشكّل نمط جديد من أنماط الاتّصال في المجتمع القطري، هو الاتصال عبر الإنترنيت، ينافس الاتّصال التقليدي الرّاسخ في المجتمع، وهو الاتّصال وجهًا لوجه مع الآخرين، فضلاً عن وجود اضطراب أحدثته شبكة الإنترنيت في التفاعل اليومي لأفراد المجتمع مع أسرهم.
- ترك الاتصال عبر الإنترنت تأثيراً في اتصال الشباب الشّخصي المباشر مع أسرهم وأصدقائهم ومعارفهم، كما أن العزاب والمتزوجين تأثرت علاقتهم الشخصية المباشرة مع أقاربهم وأصدقائهم بسبب الانشغال عنهم بالإنترنت.
- بيّنت الدراسة أنّ الشّباب في المستويين التعليميين الثّانوي والجامعي أكثر الفئات التي تقضي وقتًا في التّحادث مع معارفهم عبر الإنترنت.
- العلاقات المشكّلة عبر الإنترنت من الجنسين هي علاقات تعادل في حميميتها تلك العلاقات التي تتكوّن عن طريق الاتصال الشّخصي المباشر.
- تأثير الاتّصال عبر الإنترنت في المجتمع القطري حسب الدّراسة تسبّب في الاغتراب النّفسي والاجتماعي؛ إذ أبدى المعنيون بالدراسة ميلهم للعيش في مجتمع أكثر تحضّراً من مجتمعهم المحلي؛ إذ يتوقّع أن يفضي استخدام وسائل التّواصل الاجتماعي إلى انتشار حالة من الاغتراب الثّقافي مع مرور الزمن.

الدراسة الثانية بعنوان: أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال والشبكة العنكبوتية (الإنترنت)-دراسة مطبقة على عينة من الأسر السعودية بمدينة الرياض (Al-Ahmari, 2014). تناولت الدراسة إيجابيات وسائل الاتصال الحديثة وسلبياتها (الهاتف والإنترنت) على الحوار الأسري، وقدّمت مقترحات للحدّ من تأثيرها السلبي، وقد اعتمدت على عيّنة قوامها 380 أسرة سعودية مستخدمة الاستبانة.وتوصّلت الدّراسة إلى النتائج التالية:

- لا يساعد الوقت الذي يقضيه أفراد الأسرة الواحدة أمام الإنترنيت في التعرّف إلى المشاكل الأسرية مهما كان مصدرها، سواءً من الأب أو الأم أو الإخوة أو الزّوج أو الزّوجة. ومهما كان هذا المصدر، فإن مخلّفات استخدام الإنترنت، قد عمّقت الهوّة بين أفراد الأسرة؛ إذ لا يجلسون مع بعضهم البعض بسبب الاستخدام الكثيف لوسائل الاتصال الحديثة.
- من إيجابيات الوسائل التّواصلية الجديدة أنّها تقلّص المسافات بين الأفراد، كما أنها تسهّل تواصلهم الدّائم على مدار اليوم عبر المجموعات والمحادثات وتختصر الجهد والوقت والمسافة فيما بينهم.
- تساهم وسائل التّواصل الحديثة في إشباع حاجات الأفراد ومشاركاتهم المختلفة مع بعضهم، وتلبّي رغباتهم في استطلاع آراء أفراد العائلة عبر التّشاور في موضوع معيّن بالرّسائل الجماعية، وهذا يغرس قيم الحوار الجماعي بين أفراد الأسرة الواحدة.

الدّراسة الثّالثة بعنوان: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية في العلاقات الاجتماعية: الفيسبوك وتوتير نموذجاً)-دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة (Al-Shehri, 2015). ركّزت الدّراسة على الأسباب الكامنة وراء اشتراك الأفراد في موقعي "الفيسبوك" و"تويتر"، بالإضافة إلى التعرّف إلى طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه الوسائط، والكشف عن آثارها الإيجابية والسلبية النّاجمة عن التعرّض لها، معتمدة المنهج المسحي، وتوصّلت الدراسة إلى عدّة نتائج منها:

- سهولة التّعبير عن آراء الطالبات وأفكارهن واتجاهاتهن عبر هذه الوسائط الاتصالية، بل إنّ تلك الوسائط الوسيلة الأولى للتعبير؛ إذ لا تتاح لهن فرصة التعبير عن ذلك صراحة في المجتمع.
- تتيح الوسائط الاجتماعية الانفِتاح الفِكري والثّقافي للطّالبات.
- استفادت الطالبات من تشكيل صداقات جديدة وتعزيز الصداقات القديمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكذا التواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيًا.
- من سلبيات استخدام الشبكات الاجتماعية قلّة التّفاعل الأسري بين الطّالبات وعائلاتهن، وهذا مؤشّر يهدّد قيمهن وثقافتهن الأصيلة الحميدة.
- الإجهاد الجسمي والذّهني للطّالبات بسبب استخدام هذه الوسائط الاجتماعية، فضلا عن العزلة الاجتماعية

الدّراسة الرابعة بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في القيم لدى طلاب الجامعة: تويتر نموذجًا. -دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. (Altayar,2015)**.** انطلقت الدراسة من السؤال التالي: ما أثر شبكات التواصل الاجتماعي" تويتر نموذجاً" في القيم لدى طلاب الجامعة؟ واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، مستعينة بعينة عشوائية قوامها 2274 طالبا من مختلف التخصّصات العلمية، مع استخدام الاستبانة لجمع البيانات، وتوصّلت الدراسة إلى نتائج أبرزها مايلي:

- يسهم تويتر في إطلاع الطلبة على أخبار البلاد، وتعلّم مهارات جديدة من خلال التواصل الاجتماعي، والتّعبير بحرية عن الآراء.
- تخطّي حاجز الخجل وترسيخ القيم والمبادئ والقدوة الحسنة، وزيادة الوعي الدّيني، وتعريف المشتركين في تويتر بالثّقافة السعودية.
- يعزّز استخدام تويتر القيم الاجتماعية لدى الطلاب، ويمكنهم من الجرأة على مخاطبة الجنس الآخر،

- الإبانة عن تناقض القيم الأسرية، والاغتراب في الأسرة الواحدة، وتقليد الحياة الغربية في المظهر كالملبس والمأكل.
- الآثار السّلبية لاستخدام تويتر؛ إذ تمكّن الطلبة من إنشاء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، وإهمال الشّعائر الدينية، كتأخير الصلاة، والعزلة الاجتماعية، وضعف القدرة على التّعبير والهروب من الواقع، ومشكلات مع الوالدين.

التعقيب على الدراسات السابقة

فيما تعلّق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية، تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Surrey, 2008) في تشكيل نمط جديد في التواصل مع المجتمع وخاصة مع العائلة، وهذه النتيجة لا يختلف عليها أحد، وهذا ما يتضح من خلال أنّ إدمان التواصل عبر الإنترنيت قد أوجد هوة بين أفراد العائلة الواحدة مثلما أشارت دراسة (Al-Ahmari, 2014)التي أوضحت أنّ الوقت الذي يقضيه أفراد الأسرة الواحدة أمام الإنترنيت يبعدهم عن التعرّف إلى المشاكل الأسرية والاحتكاك فيما بينهم.

كذلك تتفق نتائج الدراسة الحالية، مع دراسة .(Al-Shehri, 2015) ، وسائل التواصل الاجتماعي وسعت من مساحة حرية تعبير الطالبات عن أفكارهن واتجاهاتهن بصراحة أكثر. وهو الأمر نفسه الذي أشارت إليه دراسة (Al-tayar,2015). التي بينت فضاء الحرية للتعبير عن الآراء الذي تمنحه الشبكات الاجتماعية لطلبة الجامعات.

وفي المقابل، توصلت الدراسة الحالية إلى أن الطالبات في جامعة قطر صرن يستخدمن السنابشات والإنستغرام بما يتلاءم مع اهتماماتهن، وما توفره تلك المنصات من محتويات تلبي اشباع رغباتتهنّ، في فترة الحجر المنزلي بسبب تفشي فيروس كورونا. وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة(Al-Tayar,2015) التي بيّنت أن تويتر أسهم في اطلاع الطلبة على أخبار البلاد، وتعلّم مهارات جديدة من خلال التواصل الاجتماعي. بعكس عينة دراسة (Al-Shehri, 2015) التي أتاحت لها الوسائط الاجتماعية الانفِتاح الفِكري والثّقافي للطّالبات .

ما يميّز الدّراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتميز الدراسة الحالية في تناولها تصفح طالبات جامعة قطر لشبكات التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر المنزلي، وهي تجربة جديدة للتواصل البديل بين الأفراد عن التواصل التقليدي، خاصة في فترة الأزمة الصحية. وأوضحت الدراسة أن الغلق تسبّب في معاناة الطالبات من الضغوطات النفسية كالخوف والقلق جراء الأخبار والأحداث المكثفة حول فيروس كورونا. وقد اعتمدت الدراسة على رصد العمل والدراسة عن بعد الذي بات مفروضًا في المؤسسات التعليمية. وتطرقت إلى اهتمام الطالبات بالمواضيع الترفيهية.

منهج الدراسة

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية. لذا فهي نعتمد المنهج المسحي. الذي يعدّ "الطريقة العلمية التي تمكّن الباحث من التعرّف إلى الظّاهرة المدروسة من خلال العناصر المكوّنة لها والعلاقات السّائدة داخلها كما هي في الحيّز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك "(Al-Atrash, 2014, p. 34). وقد اعتمدت الدراسة هذا المنهج لأنه يمكنها من التعرّف إلى الظّاهرة المدروسة في أصلها الطّبيعي من خِلال جرد المعلومات، والبحث في العلاقات الدّاخلية والخارجية التي تجمعها. (Ben Morsali, 2005 p. 271)

ووفق ما ذكرناه سابقًا، استندنا في الدراسة على مسح عيّنة من الطالبات في جامعة قطر، لأجل التعرّف إلى عاداتهن وأنماط تصفّح مواقع التواصل الاجتماعي لديهنّ، وأيضا معرفة الإشباعات المحقّقة من هذا التصفح خلال فترة الحجر المنزلي لديهن، بالإضافة إلى معرفة أثره على السلوكيات اليومية داخل البيئة الاجتماعية المحدودة في الدراسة. وقد تم استخدام أسلوب مسح العيّنة في اختيار المفردات من مجتمع الدراسة (كلية الآداب والعلوم).

أداة جمع البيانات

تمّ الاعتماد على الاستبانة عبر توزيعها على عينة قوامها (602) من طالبات كلية الآداب والعلوم، في جامعة قطر، وقد تمّت عملية التوزيع عبر شبكة الإنترنت خلال الفترة الزمنية الممتدة من (01 يناير 2020 إلى 01 يناير 2021)، ووقع اختيار مفردات الدراسة باستخدام أسلوب العيّنة العشوائية البسيطة؛ إذ تمّ إرسال الاستبانة عبر البريد الإلكتروني لبعض المجموعات التي استقرّ عليها البحث. وبعد نهاية الفترة الزّمنية المخصّصة لذلك، تم الحصول على العيّنة المذكورة أعلاه.

مجتمع الدراسة وعيّنتها

يتمثّل مجتمع الدراسة في الطالبات اللواتي يدرسن في جامعة قطر (كلية الآداب والعلوم) إذ تضمّ هذه الكلية عدداً معتبراً من الأقسام في تخصّصات العلوم الإنسانية والاجتماعية والتخصّصات العلمية. وقد شملت عيّنة الدّراسة كل الأقسام. وتمّ توزيع (602) من استمارات الاستبانة عن طريق الإنترنت، باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، وتم إرسال الاستمارات لأغلبية الطالبات في مختلف التخصصات. وقد استغرق توزيع الاستبانة سنة كاملة، واكتفى الباحثان بالاستمارات التي وصلتهما عبر البريد الإلكتروني.

المقاربة النّظرية للدّراسة

تم الاعتماد على **نظرية الاستخدامات والإشباعات** التي تعدّ من بين المقاربات النّظرية المهمة في دراسة عادات وأنماط استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي، والوقوف على طبيعة الإشباعات المحققة في أثناء فترة الحجر المنزلي. وعليه، فإننا سنستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات التي يعود تاريخ نشأتها إلى سنوات السبعينيات من القرن الماضي، إذ اهتمت بـ "إشباع المستخدم لوسائل الإعلام"، أو "ما الذي يفعله النّاس بوسائل الإعلام؟" وقد لفت اليهو كاتز (Elihu Katz) –أحد مؤسّسي النّظرية - إلى " ابتعاد النظرية آنذاك عن نظريات التأثير المباشر، وسؤال الأفراد عن طريقة استعمالهم لوسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم وبلوغ أهدافهم بدل مصادر أخرى متوافرة في محيطهم"(Elihu Katz et al,1973, p p509-523).

من جهتهما، اعتبرت الباحثتان أنابل كوان-هاسه Anabel Quan-Haase وأليسن يونغ Alyson L. Young أنّ "نظرية الاستخدامات والاشباعات تتميّز عمّا سبقها من نظريات في الخصائص الثلاث الآتية-أولًا: مَفْهَمَة الجمهور، وثانيًا: ما يقوم به، وثالثًا: الإشباعات التي يحققها مما يقوم به. وهي خصائص جعلتها تنأى عن النزعة الاستخفافية بالجمهور التي تراه كقطيع غنم. (Layadi, 2020, p.3).

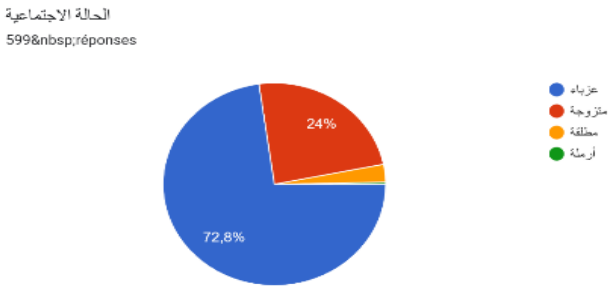
واللاّفت للنّظر، أن هذا المعنى أخذ حيّزًا كبيرًا في الدراسات الإعلامية والاتصالية، خاصة عندما تناول سؤالاً جوهريًا مفاده: ماذا يجني الجمهور من الوسائل المذكورة بدل الانسياق وراء البحث في تأثير وسائل الإعلام الذي تؤكّد أنه تراكمي، ويحصل على المدى الطويل عبر مستويات مختلفة، ولا يحدث بشكل آني ومتزامن مع الاستخدام، ويصعب عزله عن تأثير بقية المؤسّسات الاجتماعية والثقافية؟ (Layadi, 2020: p.4). كذلك اعتمد الباحثان على **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام** التي نشأت في فترة السبعينيات من القرن الماضي؛ إذ تقوم على" وجود علاقة قوية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي" (Makkawi 2005, p. 125).

وتتمثّل هذه النّظرية في أن "استخدام وسائل الاتصال لا يتمّ بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، وأن الطريقة التي تستخدم بها وسائل الاتصال. ويتمّ التفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثّر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه أيضًا من وسائل الاتصال، وأي رسالة نتلقاها قد تكون لها نتائج مختلفة اعتماداً على خبراتنا السابقة عن الموضوع وكذلك على تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة" (Ismail, 2003, pp. 278-279). وتعرف علاقة الاعتماد بأنها" العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدراً، إذ إنّه خلال تحليل هذه العلاقة، يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع، وكذلك على الأفراد". (Bill Rockic, 1976, pp. 485-510)، وبذلك فنظرية وسائل الإعلام

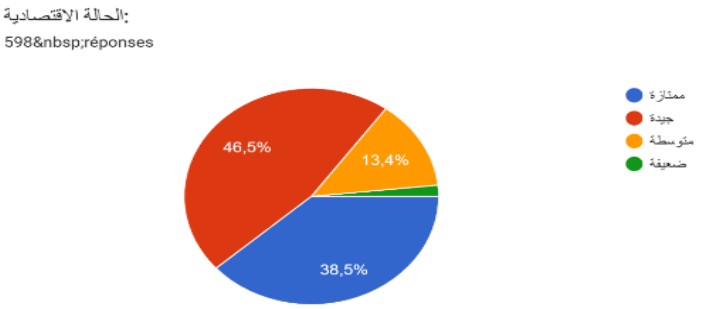
تقوم على " علاقة اعتمادية، بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي وأحد أجزائها" (Abu Asba, 2006, p. 164). ويبرز الشقّ الثّاني من الدّراسة من خلال محاولتنا معرفة مدى اعتماد الطّالبات على مواقع التّواصل الاجتماعي لمعرفة بعض المعلومات المتعلّقة بفيروس كورونا وغيرها من المعلومات التي تسهل لهن فهم الواقع الاجتماعي، خصوصًا في البيئة الافتراضية الجديدة.

نتائج الدراسة وتحليلها

كشفت الدراسة الميدانية أنّ عيّنة البحث اشتملت على طالبات عازبات بنسبة (72.80%)، ومتزوجات بنسبة (24%)، بينما نسبة قليلة من الطالبات مطلّقات وأرامل. وغلبت على عينة الدراسة الطالبات غير المتزوجات، لأن أغلب الطالبات يفضلن الزواج بعد الانتهاء من الدراسة الجامعية من أجل التفرغ لبناء الأسرة، في حين يفضّل بعضهن الزواج ومواصلة الدراسة الجامعية بعد التوقّف لسنوات.



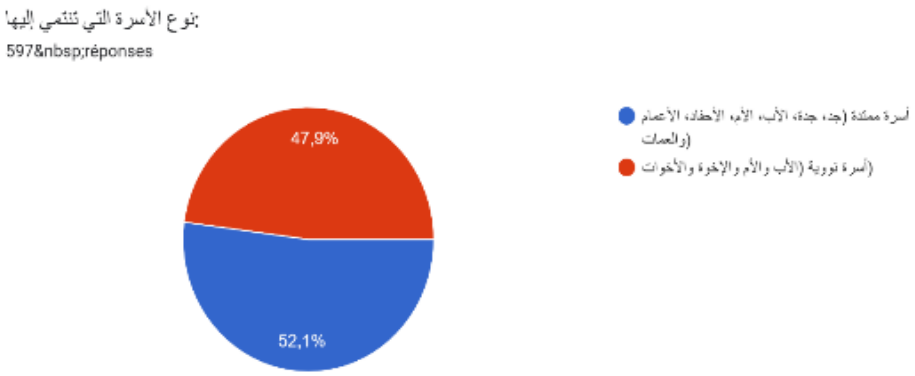
كذلك أظهر العمل الميداني أنّ مفردات الدّراسة أغلبيتهن حالتهن الاقتصادية تتراوح بين جيّدة وممتازة، حيث سُجّلت نسبة (46.5%) من الطالبات اللّواتي وضعهن جيد، و(38.5%) من الطالبات اللواتي وضعهن ممتاز. وهذا يعكس مستوى الدّخل المرتفع لدى الفرد القطري؛ إذ تعدّ دولة قطر من بين الدول العربية التي مستوى الدخل الفردي لديها مرتفع، وهذا حسب تقرير الثروة العالمي لعام 2021 الصادر عن البنك السويسري "كريدي سويس"، فجاءت قطر في المرتبة الأولى خليجياً بمتوسط ثروة لكل فرد مقداره 146.73 ألف دولار.[1]



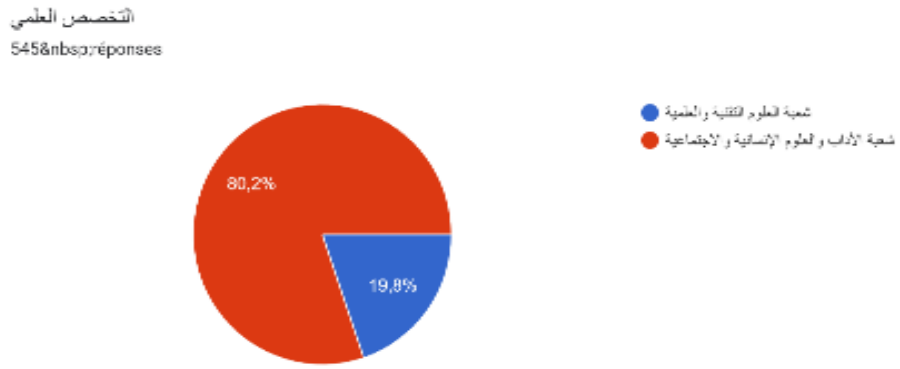
وكشفت الدراسة الميدانية أن أغلبية الطالبات الجامعيات تنتمين إلى أسر ممتدّة، وذلك بنسبة (52.10%)، في حين سجّلت نسبة معتبرة من المبحوثات اللّواتي تنتمين إلى الأسرة النووية (47.90%). ويمكن تفسير هذه النتيجة بطبيعة العادات

[1] https://alkhaleejonline.net/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF/%D9%82%D8%B7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84%D9%89-%D8%AE%D9%84%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D9%8B-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AA%D9%88%D8%B3%D8%B7-%D8%AB%D8%B1%D9%88%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D8%B1%D8%A7%D8%AF-%D8%A8%D9%80146-%D8%A3%D9%84%D9%81-%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1 30-11-2021 (الساعة 11.30)

والتقاليد التي تحكم المجتمع القطري المحافظ؛ إذ لا تزال الأسرة الممتدّة لها دور محوري داخل المجتمع القطري، وهذا يجعل أغلب الأسر القطرية تفضّل نمط الأسرة الكبيرة للعيش وممارسة نشاطاتها اليومية، بالإضافة إلى طبيعة تركيبة المجتمع القطري الذي تعود أصوله إلى البدو الرحل، وهذا يجعل الأسرة الممتدّة لها مكانتها بين أفراده. فعلى الرغم من التطوّرات الكبيرة التي شهدها المجتمع القطري في السنوات الأخيرة بسبب انفتاحه على الثّقافات الأخرى، فإنّه في المقابل لا يزال يحافظ على هويته.

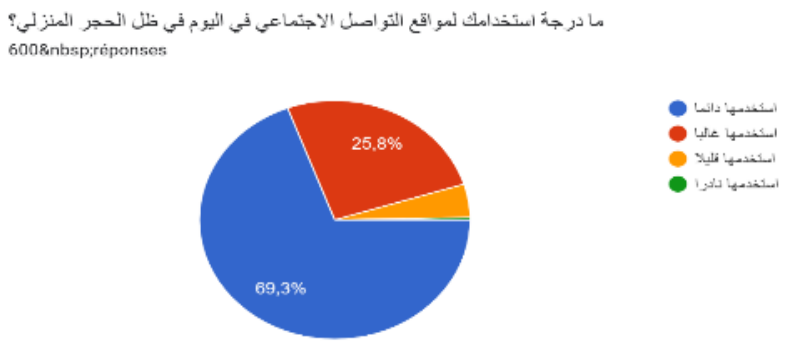


وأوضحت الدراسة الميدانية أنّ عينة الدراسة تغلب عليها الطالبات اللواتي يدرسن في تخصص العلوم الإنسانية والاجتماعية والآداب، وذلك بنسبة (82.20%)، في حين نسبة قليلة من الطالبات يدرسن في تخصص العلوم التقنية والعلمية، وذلك بنسبة (19.80%). وهذا يرجع لطبيعة نوع العيّنة المستخدمة في البحث، المتمثّلة في العيّنة العشوائية البسيطة. إذ تم توزيع الاستبانة بشكل إلكتروني على الطالبات داخل كلية الآداب والعلوم وكلية التربية، وبعد فترة زمنية قدرت بـ (12 شهرًا) تم استرجاع الاستمارات وتفريغها وتحليلها.

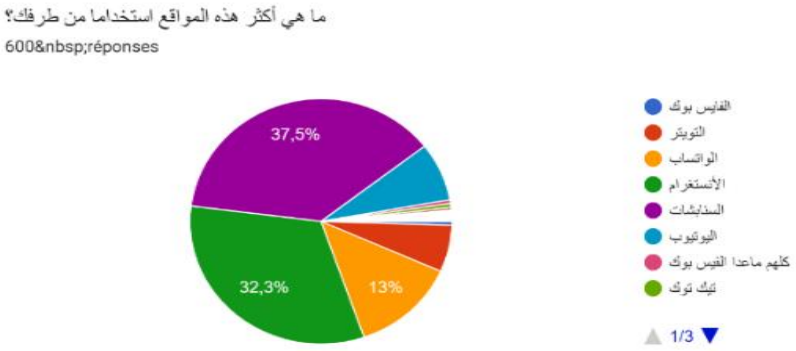


المحور الثاني: عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأنماطه

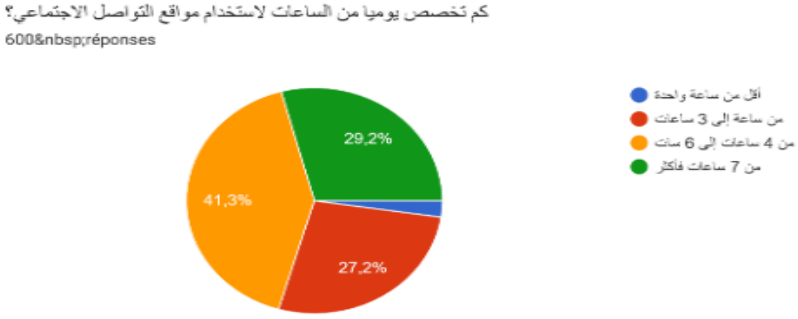
أظهرت نتائج الدّراسة أنّ كل مفردات الدراسة يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متفاوت؛ فقد تمّ تسجيل نسبة (69.30%) يستخدمنها بشكل دائم ومستمرّ، و(25.80%) يستخدمنها غالبًا، والباقيات يستخدمنها نادرًا. ويمكن تفسير زيادة الإقبال على هذه المواقع من قبل الطالبات بوجود وقت الفراغ لديهن، مما يؤدّي إلى كثرة استخدام هذه المواقع في حياتهن اليومية، إضافة إلى أنّ وجود أجهزة الهواتف معهنّ في أغلب الأمكِنة سواء داخل المنزل أو في فضاء الجامعة يعتبر دافعًا قويًا لأجل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. والشّيء نفسه توصّلت له دراسة علمية أنجزت على الطّالبات الجامعيات القطريات؛ إذ تبيّن أنهن يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثّف في حياتهن اليومية (Amina,2021).



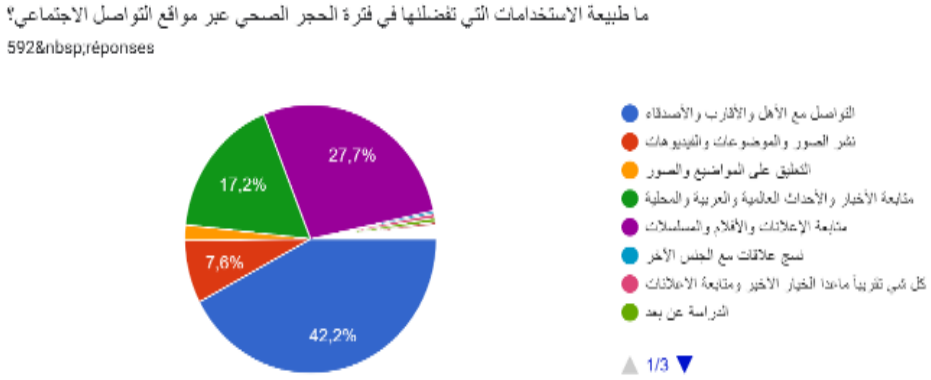
وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن الطالبات الجامعيات يستخدمن موقع السنابشات بشكل مكثّف، وذلك بنسبة (37.50%)، والشّيء نفسه ينطبق على موقع الإنستغرام بنسبة تقدر بـ(32.30%)، مع وجود نسبة قليلة تستخدم موقع الواتساب بنسبة تقدر بـ(13%)، أما موقع الفايسبوك فلا تستخدمه أغلبية الطالبات، في حين سجّلت استخدامات محدودة لبعض المواقع مثل (التويتر، واليوتيوب، وتيك توك). ويرجع استخدام الطالبات لموقعي السنابشات والإنستغرام لطبيعة ومميّزات هذين الموقعين التي تسمح للطالبات بالتّفاعل والدّردشة والحوار ونشر الصّور، وتبادلها، وأيضًا متابعة الإعلانات التجارية والتسوّق. والشّيء نفسه توصّلت له دراسة علمية حول الطالبات الجامعيات في جامعة قطر؛ إذ توصلت إلى أن الطالبات تستخدمن مواقع السنابشات والإنستغرام والتويتر بشكل مكثّف في حياتهن اليومية (Hamdi,2021).



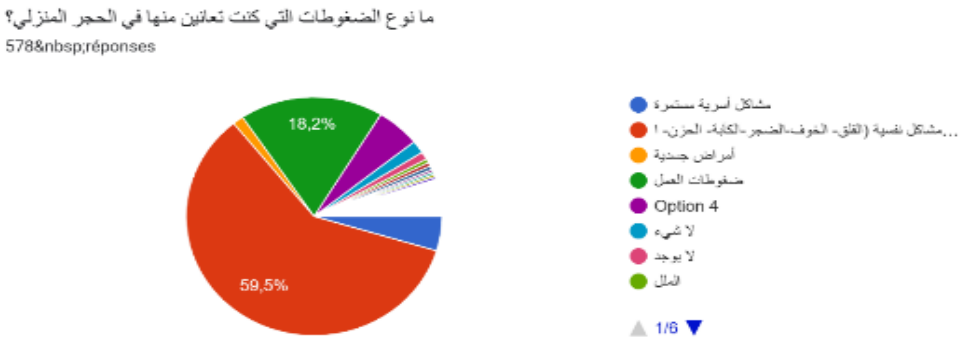
وكشفت الدراسة أنّ الطالبات الجامعيات تستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لفترات زمنية طويلة خلال اليوم؛ إذ تستخدمها فئة من الطالبات ما بين (4 ساعات- 6ساعات) يوميًا، وذلك بنسبة تقدر بـ(41.30%)، وفئة أخرى تستخدمها أكثر من سبع ساعات يوميا بنسبة (29.20%)، و(27.20%) تستخدمنها ثلاث ساعات في اليوم، وهذا يثبت أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة الطالبات يعتبر كبيراً مقارنة بالنّشاطات والأعمال التي لديهن في اليوم، سواء داخل الجامعة أو في المنزل. وهذا مؤشّر دال على أن أوقات الفراغ يتم استغلالها في تصفّح مواقع التواصل الاجتماعي. والشّيء نفسه كشفت عنه دراسة علمية أنجزت على عينة من الطالبات داخل جامعة قطر؛ إذ أظهرت أنّ الطالبات تستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي ما بين ثلاث ساعات وست ساعات يوميًا (Hamdi,2021).



يعتبر التواصل مع الأصدقاء والأهل والأقارب من بين الاستخدامات الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة (42.20%)، تليه متابعة الإعلانات والأفلام والمسلسلات بنسبة (27.70%)، في حين سجّلت نسبة معتبرة تستخدمنها في متابعة الأخبار المحلية والعربية والعالمية تقدّر بـ (17.20%). أما نشر الصور والموضوعات والفيديوهات والتعليق على المواضيع والصور فلم تحظ باهتمام كبير لدى عينة الدراسة. وهذا التنوّع والاختلاف في طبيعة الاستخدامات يمكن تفسيره بالاختلاف المعرفي والفكري بين مفردات عينة الدراسة، لأن طبيعة الاهتمامات والإشباعات لها علاقة كبيرة بالقدرات الإدراكية والمعرفية لكل طالبة، ولهذا نجد نوعًا من التّباين في طبيعة استخدام هذه المواقع. وقد توصلت دراسة عربية إلى نتائج مشابهة لدراستنا، حيث أكدت أنّ الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لغرض التواصل مع الآخرين ونشر ومتابعة الأخبار، وخلق صداقات جديدة، والتنفيس عن الذات، والهروب من مشكلات وضغوط الحياة (Moustafa,2016).



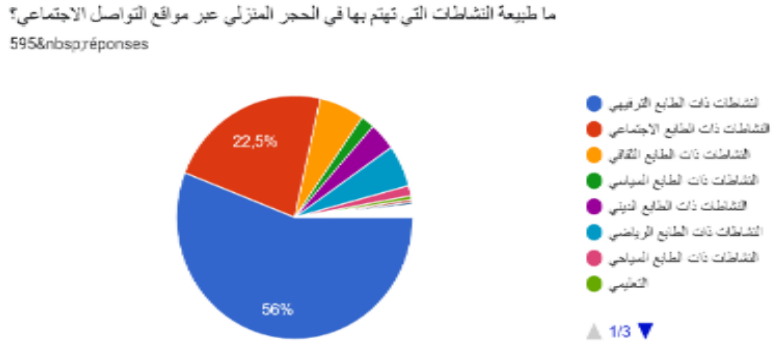
كشفت بيانات الدراسة الميدانية أنّ أغلبية الطالبات الجامعيات تعانين من ضغوطات نفسية حادة في مرحلة الحجر المنزلي، وتمثلت هذه الضغوطات في القلق والخوف والضجر والكآبة والحزن والألم، وذلك بنسبة (59.50%). كذلك سُجّلت فئة قليلة من الطالبات تعانين من ضغوطات العمل عن بعد، وذلك بنسبة (18.20%)، في حين تمّ رصد حالات أخرى -لكنها محدودة- تتمثل في المشاكل الأسرية والأمراض الجسدية. ويعتبر الجلوس في المنزل لساعات طويلة ولأيام متتالية عاملاً من العوامل التي لها تأثير في الحالة النّفسية لكل أفراد الأسرة، وخصوصًا في المجتمعات التي تعوّدت فيها الأسرة على الخروج من المنزل في نهاية الأسبوع، أو على زيارة الأهل والأقارب لأجل الترفيه والتّسلية. كذلك فإنّ العمل من المنزل عن بعد يعدّ عاملاً من العوامل التي تشكّل الضغط على حياة الأسرة، لأن هذا النّمط لم يتعوّد عليه أغلبية الناس، كما أنه متعب نظرًا لطريقة العمل التي تكون عبر الحاسوب فقط، وداخل بيئة مغلقة. وقد توصّلت دراسة علمية عربية إلى التأثيرات التي يحدثها الحجر المنزلي في حياة البشر؛ إذ أكّدت أن الحجر المنزلي يؤدي إلى تشكل رهاب العزلة وظهور أمراض نفسية، مثل الخوف وزيادة الشك في صحة المعلومات، إضافة إلى ظهور اضطرابات الأكل والعدوانية لدى أفراد الأسرة (AL-asmari,2020).



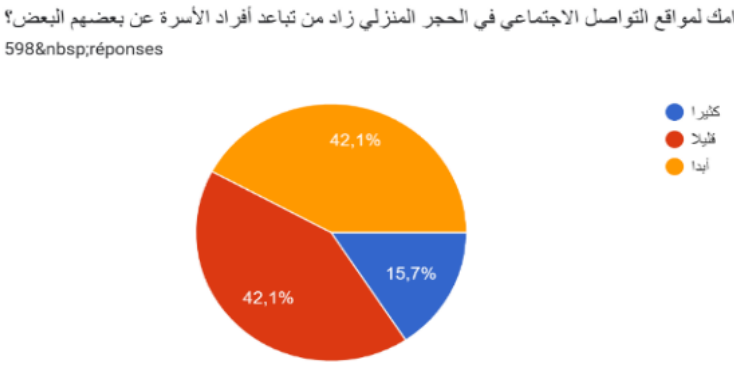
سبّب الحجر المنزلي ضغوطات كبيرة لمختلف الأسر، ولكن في المقابل هناك من استغلّها في أمور كثيرة. وقد كشفت الدراسة الميدانية أن أغلبية الطالبات الجامعيات استغللن وقت الحجز المنزلي في الاستمتاع بالأمور التي تدخل على نفسياتهن المتعة والفرح والبهجة والسرور، من خلال متابعة المسلسلات والأفلام والبرامج الترفيهية والتواصل مع الأهل، وذلك بنسبة

(56%). في حين سجّلت نسبة قليلة من الطالبات قدرت بـ(22.50%) ممّن عملن على ممارسة النشاطات ذات الطابع الاجتماعي عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي لأجل تجاوز ضغوط فترة الحجر المنزلي.

وسجلت الدراسة ممارسة أقلية من الطالبات لبعض الأنشطة الأخرى، مثل ممارسة بعض النشاطات الثقافية والرياضية من أجل تجاوز أزمة تلك المرحلة الصّعبة. ويمكن القول إنّ فترة الحجر المنزلي دفعت بمختلف فئات المجتمع للبحث عن فضاءات جديدة لأجل قضاء وقت الفراغ، ومحاولة التغلّب على الضغوطات التي تشكّلت بسبب الجلوس في المنزل، وقد أكدت دراسة علمية عربية أنّ النتائج نفسها التي توصلنا إليها، حيث أكدت الباحثة هبة عبد الرحمن أن فترة الحجر المنزلي كانت لها آثار اجتماعية ونفسية وخيمة على الأسرة القطرية نتيجة الجلوس في المنزل لفترة زمنية طويلة، ورأت بأن هذا النمط المعيشي جديد على الأسرة القطرية وقد أحدث ذلك تغيرات كبيرة في العلاقات الاجتماعية، وكان له أثر سلبي من الناحية النفسية (Mohammed,2021) .



كشفت الدراسة الميدانية أنّ استخدام مواقع التّواصل الاجتماعي في زمن الحجر المنزلي أدى إلى ابتعاد أفراد الأسرة عن بعضهم بعضا بدرجات متفاوتة، فمن الطالبات يعتقدن بأنها أدّت إلى تباعد قليل ومحدود وذلك بنسبة تقدر بـ(42.10%)، و(15.70%) من أفراد العيّنة يعتقدن أنّها باعدت بينهن وبين الأسرة بشكل كبير، في حين سجّلت نسبة تقدر بـ(41.10%) تعتقد أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لم يؤثر نهائيًا على علاقاتهن بأفراد الأسرة. ويمكن تفسير النتيجة الأولى بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة حسب ما كشفت عنه الدراسات سيؤدي حتمًا إلى إيجاد عزلة اجتماعية بين أفراد الأسرة، لأن الطالبات يفضلن وجودهنّ عبر البيئة الافتراضية بشكل مكثف لأجل الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ. والشيء نفسه توصلت له دراسة علمية عربية؛ إذ أثبتت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدّى إلى إضعاف الترابط الأسري، وخلق عزلة بين أفراد الأسرة، وسبب الابتعاد عن التعامل المباشر مع أفراد الأسرة (Ahmed,2020).



بيّنت النتائج أنّ استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تقليص حجم المطالعة بشكل متفاوت بين أفراد عينة الدراسة؛ إذ ترى نسبة (40.30%) من مفردات الدراسة أنّ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثر بشكل سلبي على مطالعة الكتب، فلم تعد المطالعة تهم فئة الطالبات الجامعيات بسبب زيادة عدد ساعات تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، لأن هذه المواقع تتميّز بخصائص وسمات متعدّدة تجعل المستخدم مدمنًا عليها، في حين سجّلت نسبة تقدر بـ(36.70%) تعتقد

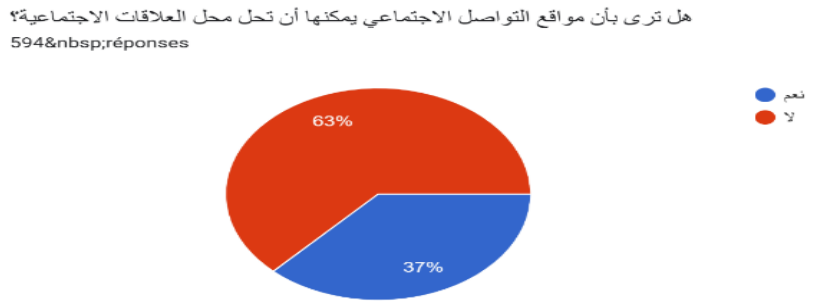
أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أثّرت بشكل محدود في مطالعة الكتب الورقية. ويمكن القول إنّ انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي سيشكّل تحدّيًا كبيراً أمام مختلف فئات المجتمع. والشّيء نفسه أكّدته دراسة علمية عربية بينت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة له أثر مباشر في عادات وأنماط القراءة (Aiman,2016-2017) .

أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة أبعد أغلبية مفردات الدراسة عن متابعة مختلف وسائل الإعلام التّقليدية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون في زمن الحجر المنزلي، وذلك بدرجات متفاوتة؛ إذ سجّلت نسبة (50.80%) أبعدتها بشكل كبير، و(33%) أبعدتها بشكل محدود. وهذا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أقرب وسيلة للمستخدم، حيث يمكن لكل متصفح لمواقع التواصل الاجتماعي من جهاز الهاتف الذكي متابعة مختلف وسائل الإعلام، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محتوياتها متنوعة ومتناسبة مع مختلف فئات المجتمع. وبينت دراسة علمية أنّ وسائل الإعلام التقليدية أصبحت تستعين بمختلف مواقع التواصل الاجتماعي لبث بعض برامجها والتفاعل مع جمهورها، ولهذا سيجد الجمهور نفسه أمام وسائل إعلام جديدة بمحتويات تبث عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية (Talla,2019) .

بيّنت النتائج المسجلة أنّ أغلبية الطالبات الجامعيات تؤكدن أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي من خلال حضور الندوات العلمية والورشات التدريبية ومتابعة اللقاءات والحوارات التي تبث عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ساعدهن في تطوير قدراتهن الذاتية بشكل متفاوت، حيث أكدت نسبة (47%) من عينة الطالبات أنهن استفدن منها قليلاً، و(31.40%) استفدن منها كثيراً، في حين سجّلت نسبة (21.60%) لم يستفدن من هذه الورشات والندوات والحوارات، وإنما كان استخدامهن لهذه المواقع يتمركز حول الترفيه والتسلية. ويمكن القول أنّ ما يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي من برامج وحوارات وندوات وورشات تدريبية يعتبر ذا قيمة علمية كبيرة إذا تمّت الاستفادة منها من طرف الطلبة الجامعيين. وقد توصّلت دراسة علمية عربية إلى أن انتقاء المحتويات عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد يساهم بشكل فعّال في تطوير الذات، خصوصا إذا ركّز المستخدم على المضامين التي تثري معارفه الفكرية (Atman,2021).

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أنّ استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحجر المنزلي سبب لهن مشكلة الإدمان عليها، وذلك بدرجات متفاوتة؛ فقد سجّلت نسبة (36%) من الطالبات أدمنّ عليها بشكل قليل ومحدود، في حين سجلنا نسبة (29.80%) أدمنّ على استخدامها بشكل كبير، وهذا يرجع إلى الظرف الصحي الطّارئ الذي ألزمهن البقاء في فضاء مغلق مما دفعهن إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتمضية وقت الفراغ، واللاّفت أن هذا الاستخدام غير العقلاني لهذه المواقع قد يؤدي إلى مشكلة الإدمان عليها، وقد يسبّب لهن ذلك أزمات نفسية وصحية في المستقبل. وقد أكدت دراسة علمية عربية أنّ الاستخدام العشوائي لمواقع التواصل الاجتماعي خلال فترات الفراغ قد يؤدي إلى الإدمان (Sabah، 2018).

توصّلت الدراسة الميدانية إلى أن العلاقات الاجتماعية بين الناس في العالم الواقعي لا يمكن أن تعوّضها استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بأي شكل من الأشكال، وقد أكدت ذلك أغلبية الطالبات الجامعيات بنسبة تقدر بـ(63%). وهذا يفيد أنّ وسائل الاتصال سواء كانت تقليدية أو جديدة دورها يقتصر على تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الناس نتيجة التباعد الموجود بينهم، وأيضا نظرا لتعقّد المجتمعات وتمدّدها، ممّا يضطرّ الكثيرُ من النّاس إلى البحث عن بديل للتّواصل والدّردشة والتّفاعل اليومي، خصوصًا إذا كانت هذه الوسائل تعزّز قيمة التّواصل الشّخصي، ولكن لا يمكن للعلاقات الاجتماعية عبر فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي أن تلغي العلاقات الاجتماعية الواقعية، لأن الحياة الاجتماعية قائمة على التّواصل الشخصي بين الناس. ورغم التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فإنها لا يمكن أن تكون بديلاً عن اللّقاءات المباشرة بين الناس. سواء داخل المجتمعات والأسر أو داخل المؤسّسات والجماعات. وقد توصلت دراسة علمية إلى أن العلاقات الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر شكلاً من أشكال بعض العلاقات الاجتماعية التي يصعب عقدها داخل المجتمع، كما أن العلاقات الاجتماعية عبر البيئة الافتراضية باتت متحرّرة من قيود العادات والتّقاليد، ومنفتحة على عادات جديدة. ويعتبر هذا النّمط الجديد في العلاقات خطراً على الأسرة العربية إذا لم يتم وضعه في إطار الاستخدام الإيجابي (ALshahri، 1433-1434).



نتائج الدراسة

- شاركت في هذه الدراسة (602) من الطالبات الجامعيات من كلية الآداب والعلوم، أغلبهن غير متزوجات (72.80%)، و(24%) منهنّ متزوجات. كما سجّلت نسبة عالية من الطالبات اللواتي وضعهن الاقتصادي عالٍ؛ إذ قدّرت نسبة هذه الفئة بـ(83%)، وهذا الوضع الجيّد يعكس الدّخل المرتفع لدى الفرد القطري. أما عن طبيعة الأسرة التي تنتمي إليها عينة الدراسة، فقد سجّلت نسبة كبيرة من الطالبات اللواتي يقمن مع الأسرة الممتدة بنسبة تقدر بـ(52.10%)، بينما نسبة (47.90%) من الطالبات تفضلن نمط الأسرة النووية، وهذا يؤكد أن الأسرة القطرية لا تزال محافظة على الانتماء إلى الأسرة الممتدة رغم التطورات التي عرفتها المجتمعات الإنسانية في أنماط العيش.
- تفرض التغيرات والظروف على الأفراد العيش بعيداً عن الأسرة الكبيرة، مثل (العمل والصراعات، وحجم العائلة، والتعليم، ومتطلبات العائلات، ونمط العيش العصري، والهجرة...).
- تستخدم الطالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي بشكل كبير؛ إذ تركزن كثيراً على موقعي السنابشات والإنستغرام، لأن هذين الموقعين يتلاءمان مع اهتمامات الطالبات الجامعيات، كما يوفّران لهنّ محتويات تلبّي اشباعاتهن ورغباتهن المتعدّدة. أما باقي المواقع الأخرى فاستخدامها متفاوت لديهن وحسب الحاجة وحسب درجة تفاعل الأصدقاء مع المحتويات.
- تتصفّح الطّالبات الجامعيات مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي لساعات طويلة تتراوح بين أربع ساعات وستّ ساعات بشكل يومي، وقد يتجاوز التصفح في أغلب الأحيان، لأن فترة الحجر المنزلي تدفع بالطالبات إلى الوجود على البيئة الافتراضية، ويرجع سبب ذلك لكثرة وقت الفراغ.
- تستخدم الطالبات مواقع الشّبكة الاجتماعية في أثناء الحجر المنزلي في التواصل مع الأهل والأصدقاء، وفي متابعة الأفلام والمسلسلات، ومتابعة الأخبار العالمية والعربية والمحلية. وهذا التنوع في الاستخدام يرجع إلى وجود اختلاف في الاهتمامات والإشباعات لدى عينة الدراسة.
- أبرز الضّغوطات التي عانت منها الطالبات في الحجر المنزلي الضغوطات النفسية منها، القلق والخوف، والكآبة والحزن، وهذا بسبب التناول الإعلامي المكثّف للأحداث المتعلّقة بفيروس كورونا، ونشر الأخبار المرعبة المؤلمة التي تؤدي إلى زيادة الضغوط النفسية على عينة الدراسة، وإلى جانب تلك الضغوط سجّلت وجود مجموعة من مفردات عينة الدراسة عانت من كثرة ضغوط العمل عن بعد في فترة الحجر المنزلي إضافة إلى ضغوطات أخرى كشفتها الدراسة مثل الأمراض الجسدية والمشاكل الأسرية اليومية.
- كشفت الدراسة أنّ الطالبات تركّزن بشكل كبير في أثناء تصفّح مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي على المواضيع ذات الطابع التّرفيهي والتسلية، لأنّ هذه المواضيع خفيفة وممتعة لأجل تمضية أوقات الفراغ، كما تتصفّحن المواضيع ذات الطابع الاجتماعي بشكل أقل. أما المواضيع الأخرى فتصفحها محدود نظراً لطبيعة المضامين التي يتم تداولها على موقعي السنابشات والإنستغرام ويغلب عليها الطابع الترفيهي والاجتماعي والثقافي.
- أغلبية الطالبات يشعرن بأن تصفّح مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي قد أدى بهن إلى الابتعاد عن أفراد الأسرة بدرجات متفاوتة، وهذا بسبب زيادة عدد ساعات تصفّح هذه المواقع في اليوم تجاوزت ستّ ساعات حسب الأرقام المسجّلة، وهذا يكون على حساب الأوقات التي تسخّرها الطالبات للعائلة و الجلوس معها، لأن تصفح هذه المواقع يتطلّب نوعًا من العزلة

داخل المنزل لأجل متابعة المحتويات والتفاعل مع العالم الخارجي، كما سجّلت نسبة معتبرة ترى أنّ استخدام هذه المواقع لم يؤثّر في الحوار الأسري، ويمكن إرجاع ذلك إلى تنظيم الوقت المخصّص للشّبكة الاجتماعية لدى هذه الفئة من الطّالبات.

- توصّلت الدّراسة إلى أن أغلبية الطّالبات الجامعيات يؤكدّن أنّ تصفّح مواقع التّواصل الاجتماعي في فترة الحجر المنزلي أدّى إلى زيادة التّواصل مع الأهل والأقارب بدرجات متفاوتة؛ إذ لم تعد هناك زيارات في المواسِم والأعياد والمناسبات ونهاية الأسبوع، فقد أصبحت مواقع التّواصل الاجتماعي بديلاً لأجل التّواصل مع الأقارب ومعرفة أحوالهم.
- تصفّح الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة في اليوم أدى بهنّ إلى الابتعاد عن مطالعة الكتب، وأصبح تركيزهن على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ما عدا فئة قليلة تخصص ساعات لأجل المطالعة. ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميّز بنوع من الإغراء والتّشويق مما يجعل الطالبات لا ينقطعن عن استخدامها. أما مطالعة الكتب فقد أصبح الإقبال عليها ضئيلاً في زمن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، مما يتطلّب البحث عن حلول لتشجيع الشباب على القراءة.
- بيّنت النتائج أن تصفح الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي قد أدى بهن إلى عدم مشاهدة التلفزيون وعدم الاستماع إلى الإذاعة أو قراءة الصحف والمجلات والكتب، وهذا يؤكد أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الوسيلة الأكثر قربًا من الطالبات، لأن لديهن الهواتف الذكية المزودة بشبكة الإنترنت، مما يسمح لهن بمتابعة كل المضامين بشكل منفرد وبعيداً عن أعين الآخرين، وهذه البيئة الجديدة تتيح فرصا جديدة لحرية التعبير والتواصل والدردشة والتفاعل مع الآخرين، عكس وسائل الإعلام الأخرى التي يحكمها حراس البوابات الإعلامية.
- تصفّح الطالبات لمواقع التّواصل الاجتماعي بشكل يومي في فترة الحجر المنزلي خفّف عليهن ضغط الحجر، ولكن بدرجات متفاوتة، لأن البقاء في المنزل لساعات طويلة يتطلّب البحث عن وسائل لأجل قضاء وقت الفراغ. وقد أصبحت هذه المواقع الافتراضية بمثابة البيئة الجديدة التي يتفاعل داخلها كل من لديه حساب على هذه المواقع، وقد يؤدي الفرد أدواراً جديدة تختلف عن دوره داخل البيئة الواقعية.
- فترة الحجر المنزلي كانت لها فوائد كبيرة في تطوير القدرات الذاتية لمفردات عينة الدراسة، عبر متابعة العديد من الدورات والبرامج التدريبية التي تعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بدرجات متفاوتة؛ فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة مناسبة لأجل تطوير قدرات الشباب الجامعي، من خلال متابعة المحتويات الجادة والمفيدة.
- توصّلت الدراسة إلى أن أغلبية مفردات الدراسة يشعرن بأنهن وصلن لمرحلة الإدمان على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بسبب البقاء في المنزل خلال فترة الحجر، وذلك بدرجات متفاوتة، وهذا الإدمان سيكون له أثر سلبي في حياة الطالبات في المستقبل. لأن الارتباط المكثّف بالوسيلة قد يؤدي إلى فصل الفرد عن عالمه الواقعي والعيش داخل عالم افتراضي لا يعكس وضعية الحياة الطبيعية، وقد يسبّب مشاكل للفرد على مستوى الإدراك والاتجاهات والسّلوك إذا لم تتمّ معالجة الأمر قبل تفاقم الأزمة.
- أغلبية الطّالبات لا يمكن لهنّ الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي بعد رفع الحجر المنزلي، لأن هذه الوسائل الجديدة أصبحت جزءاً من حياتهن اليومية، كما أن قضاء الكثير من الأمور يكون عبر هذه المواقع، بالإضافة إلى أن هذه المواقع تتميز بخصائص تجعلها تصنّف ضمن الوسائل الاتّصالية الأكثر قربًا من الإنسان، لأنّها تمنحه فضاءً يستطيع من خلاله التّعبير عن أفكاره، وإثبات ذاته، والبحث عن بعض الأمور التي قد يجد صعوبة في تحقيقها على أرض الواقع. في حين سجّلت فئة معتبرة ترى أنّ الابتعاد عن مواقع التواصل الاجتماعي أمر ممكِن لأنّها مجرّد وسيلة للتّواصل والتّفاعل.
- أوضحت النتائج أنّ العلاقات الاجتماعية التي تنسج بين الأفراد في العالم الواقعي لا يمكن أن تعوّضها تلك العلاقات التي تنسج عبر فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا أكّدته أغلبية مفردات عينة الدراسة، لأن ما يبنى من علاقات داخل البيئة الافتراضية قد يتمّ هدمه في أي لحظة من اللّحظات إذا لم يترجم في علاقات اجتماعية على أرض الواقع، والدليل الكثير من المشاريع نجحت عبر فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي وفشلت عندما تُرجمت على أرض الواقع. ولهذا لا يمكن مقارنة ما يتشكل من علاقات داخل البيئة الإفتراضية بما يتشكّل داخل مؤسّسات المجتمع مثل الأسرة والمسجد والمدرسة والجامعة، لأنه لا بديل عن العلاقات الإنسانية الواقعية، وتبقى وسائل التواصل الاجتمعي ذات أهمية في تعزيز العلاقات الاجتماعية.

The role of Social Networks in Influencing the Behavior of University Students during the Period of Home Quarantine during the Spread of the Corona Pandemic

Mohamed Alfateh Hamdi and Fatiha Zemmamouche
Departement of Media,Quatar University, Quatar
Departement of Media, Menouba University,Tunisa

Abstract

This study aimed to identify the effect of the use of social networking sites on the behavior of university students at Qatar University during the period of home quarantine, It relied on the media survey method through a simple random sample of female students at Qatar University (College of Arts and Sciences) (602) questionnaire forms were distributed via the Internet. The study relied on the theory of uses and gratifications and the theory of media dependence as a theoretical input.

The results of the study found that the students' behavior changed during the quarantine period, as the hours of browsing social - networking sites increased, because these sites are characterized by multiple characteristics that make the user addicted to using them. The study also resulted in the period of university students reading books and magazines becoming limited or non-existent due to the extended time of using social- networking sites. The results also showed that the use of social-networking sites for long hours distanced the majority of the study sample from following various traditional media such as newspapers, radio and television during the time of home garantine We recorded a percentage of (50.80%) that excluded traditional media a large way and (33%) that excluded traditional media in a limited way.

Keywords: Browsing, Female students, Social networking sites, Home quarantine, Corona epidemic, Impact, Behavior.

المراجع العربية

الأحمري، فاطمة بنت محمد. (2014). **أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري: الهاتف الجوال والشبكة العنكبوتية في الإنترنيت، دراسة مطبقة على عينة من الأسر السعودية بمدينة الرياض-.** رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك سعود، قسم الدراسات الاجتماعية، الرياض، المملكة العربية السعودية.

أحمد، عبير. (2020). **العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية**.23 ,52

أبو إصبع، صالح خليل. (2010). **الاتصال الجماهيري.** عمان، دار البركة للنشر التوزيع

الأسمري، سعيد.(2020). مهددات الصحة النفسية المرتبطة بالحجر المنزلي إثر فيروس كورونا المستجد (COVID-19). **المجلة العربية للدراسات الأمنية** .doi:https://doi.org/10.26735/WPWB2520, *02*, 265-278

الأطرش، فطوم. (2014). **استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرَسمي للجامعة والاشباعات المحقّقة منه.** (رسالة ماجستير اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة/ الجزائر. https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk03so0EZGQ8MRsH6wejYipu-HPFY0A%3A1615291671436&source، تاريخ الدخول: 21 نوفمبر 2021

إيمان، مزراق. (2017). **العوامل المؤثرة على ثقافة المطالعة لدى الطالب الجامعي.** جامعة البويرة، الجزائر Retrieved from http://dspace.univbouira.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/465/1/%D9%85%D8%B2%D8%B1%D8%A7%D9%82%20%D8%A5%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%AB%D8%B1%D8%A9%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%AB%D9%82

بلحي، محمد. (2015). **توظيف الوسائط المتعدّدة في الإعلام الإلكتروني**. ص ص 27-28، رسالة ماجستير، جامعة باتنة، الجزائر (2015-2016)

بلخيري، رضوان. (2014). **مدخل إلى الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، الجزائر، جُسور للنشر والتوزيع.

بن مرسلي، أحمد. (2005)، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.** ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

بوبصلة، أمينة وآخرون. **(2021) .** زمن تصفح الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأزمنة ممارسة نشاطاتهن اليومية .**مجلة المعيار**.528 ,55 ,

حامد، عمار. (2001). **الجامعة بين الرّسالة والمؤسسة**. مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، مصر.

حسن، إسماعيل محمود. (2003). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير.** القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

حمدي، محمد الفاتح وآخرون. (2021). زمن تصفح الطالبات الجامعيات لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأزمنة ممارسة نشاطاتهن اليومية . **مجلة المعيار**528.555 ,

دليو، فضيل وآخرون. (2006). **المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة**. مخبر علم الاجتماع والاتصال، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة قسنطينة، الجزائر.

ساري، حلمي خضر. (2008). تأثير الاتصال عبر الأنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري**. مجلة جامعة دمشق**، المجلد 24، العددان الأول والثاني، دمشق، سوريا.

الشامي، عبد الرحمن وآخرون. (2017). **استخدامات قادة الرأي العام الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي، في: سلطة الإعلام الاجتماعي- تأثيراته في المنظومة الإعلامية التقليدية والبيئة السياسية**، مركز الجزيرة للدراسات.

الشهري، حنان بنت شعشوع. (2015). **أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: الفيس بوك وتوتير نموذجًا -دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة**، رسالة ماجستير. كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة. المملكة العربية السعودية.

الشهري، حنان. (1433-1434). Retrieved from https://home.moe.gov.om/file/mwatna/pdf/1.pdf .

صباح، عائشة وآخرون .(2018) .أثر إدمان مواقع التواصل الاجتماعي علي التطرف الفكري لدى طلبة الجامعة. **مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية** doi:https://www.iasj.net/iasj/download/a20ef0e75900e5f0, 4, 253

طالة، لامية .(2019) .نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية. **مجلة دراسات إنسانية واجتماعية** Retrieved from file:///C:/Users/mh18412/Downloads/نظريات%20شبكات%20التواصل%20الاجتماعي%20وأثرها%20على%20وسائل%20الإعلام%20التقليدية_%20دراسة%20في%20النماذج%20الإعلامية, 10, 193.

الطيار، فهد بن علي .(2015). شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة - تويتر نموذجًا؛ دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود. **المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب**، المجلد 31، العدد 61، ص ص193-226، الرياض.

عبد الرحمن، هبة محمد. (2021). **الآثار الاجتماعية والنفسية لجائحة الكوفيد 19 في دول المجلس التعاون الخليجي** .المنتدى الدولي الرابع. جامعة قطر: كلية الآداب والعلوم.

عثمان، إسلام. (2021) . الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها النفسية والاجتماعية. **المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري**، 1، 83. doi:https://mebp.journals.ekb.eg/issue_23418_23419_.html,

علي، بوهيدل. (2018). **تعديل وبناء السلوك الإنساني للعاديين وذوي الاحتياجات الخاصة. مركز المعاقين حركيًا بزرالدة، الجزائر العاصمة**. رسالة ماجستير علم نفس سلوكي غير منشورة، جامعة بوزريعة 2، الجزائر 2018/2017.

عوض، حسني. (2013). أثر برنامج تدريبي لتنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك - تجربة مجلس شباب علار أنموذجًا. **مجلة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلد 10، العدد 2، ديسمبر 2013، ص 102.

عيساني، الطيب رحيمة. (2005). دور الإنترنيت وتطبيقاتها في نشر الشائعات. **مجلة الباحث الإعلامي**، مجلة فصلية محكمة تصدر عن كلية جامعة بغداد، العدد 28، ص 171.

لعياضي، نصر الدين .(2020). **التفكير في عدّة التّفكير.** مركز الجزيرة للدّراسات، 25 ديسمبر 2020، الموقع الإلكتروني :https://studies.aljazeera.net/ar/article/4876، تاريخ الدّخول:17 فيفري 2021

مصطفى، أسماء محمد. (2016). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على تشكيل قيم الشباب الجامعي. **المجلة العلمية لباحثو الصحافة**

Retrieved from (https://sjsj.journals.ekb.eg/article_91098_39922a43cc7a4bff155d655f08179d12.pdf), 08, 275.

المقدادي، خالد غسان يوسف. (2013). **ثورة الشّبكات الاجتماعية**. الأردن، دار النفائس، ط1.

مكاوي، حسن عماد. (2005)، **الإعلام ومعالجة الأزمات.** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

يعلى، فريد آيت. (2016). **الشّبكات الاجتماعية والمراهق: دراسة على عينة من الرياضيين في الثانوية الرياضية بدرارية بالجزائر العاصمة.** رسالة ماجستير تربية رياضية، جامعة دالي إبراهيم الجزائر 3، الجزائر.

Arabic References in English

Abu Osbaa, Salih Khalil. (2010). *mass communication*. Amman, Dar Al-Baraka for publishing, distribution

Ahmed, Abeer. (2020). The relationship between the use of social networking sites and social problems among university youth). *Journal of Studies in Social Work and Human Sciences*, 52, 23.

Al-Ahmari, Fatima bint Muhammad. (2014). *The effect of using modern means of communication on family dialogue: mobile phone and the World Wide Web on the Internet, -a study applied to a sample of Saudi families in Riyadh*. Master's thesis in Sociology, King Saud University, Department of Social Studies, Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia.

Al-Asmari, Said. (2020). Mental health threats associated with home quarantine due to the emerging corona virus (COVID-19). *Arab Journal of Security Studies*, 02, 265-278. doi: https://doi.org/10.26735/WPWB2520

Al-Atrash, Fattoum. (2014). *Students' use of the official website of the university and the satisfactions achieved from it*. Master's thesis in communication and public relations, unpublished, University of Mohamed Kheidar Biskra / Algeria. https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk03so0EZGQ8MRsH6wejYipu-HPFY0A%3A1615291671436&source, accessed November 21, 2021

Al-Miqdadi, Khaled Ghassan Youssef. (2013). *Social Networking Revolution*. Jordan, Dar Al-Nafees, 1st edition.

Al-Shami, Abdel-Rahman, and others. (2017). *Uses of Social Networks by Gulf Public Opinion Leaders, in: The Authority of Social Media - Its Effects on the Traditional Media System and the Political Environment*, Al Jazeera Center for Studies.

Al-Shehri, Hanan Bint Shashou. (2015). *The effect of using electronic communication networks on social relations: Facebook and Twitter as a model - a field study on a sample of female students at King Abdulaziz University in Jeddah.* MA. Thesis. College of Arts and Human Sciences, Department of Sociology and Social Work, King Abdulaziz University, Jeddah. Kingdom of Saudi Arabia .

Al-Shehri, Hanan. . (1433-1434). Retrieved from https://home.moe.gov.om/file/mwatna/pdf/1.pdf

AL-Tayar, Fahd bin Ali. (2015). Social networks and their impact on values among university students - Twitter as a model; an applied study on King Saud University students. *The Arab Journal for Security Studies and Training*, Volume 31, Issue 61, pp. 193-226, Riyadh.

Awad, Hosni. (2013). The effect of a training program for the development of social responsibility among young people using social networking sites, Facebook - the experience of the Allar Youth Council as a model. *Sharjah Journal of Humanities and Social Sciences*, Volume 10, Issue 02, December 2013, p. 102.

Balhi, Muhammad. (2015). *Employment of multimedia in electronic media*. pp. 27-28, Master Thesis, University of Batna, Algeria (2015-2016)

Belkhiri, Radwan. (2014). *Introduction to New Media - Concepts, Methods and Applications*, Algeria, Jusoor for Publishing and Distribution.

Ben Marsali, Ahmed. (2005). *Scientific Research Methods in Media and Communication Sciences*. University Publications Office, Algeria.

Boubasala, Amina et al.. (2021). The time of university students browsing social networking sites and its relationship to the times of their daily activities. *Standard Journal*, 55, 528.

Buhaidel, Ali. (2018). *Modifying and building human behavior for ordinary people and people with special needs. The Physically Handicapped Center in Zeralda, Algiers*. Unpublished Master's Thesis in Behavioral Psychology, University of Bouzareah 2, Algeria 2017/2018.

Daleo, Fadil et al. (2006). *Democratic participation in the management of the university*. Laboratory of Sociology and Communication, Laboratory of Psychological and Educational Applications, University of Constantine, Algeria.

Hamid, Ammar. (2001). *University between the message and the institution*. Arab House Bookshop, Cairo, Egypt.

Hamdi, Mohammed Al-Fateh, and others. (2021). The time of university students browsing social networking sites and its relationship to the times of practicing their daily activities. *Standard Journal*, 55, 528.

Hamdi, Mohammed Al-Fateh, and others. (2021). The time of university students browsing social networking sites and its relationship to the times of practicing their daily activities. *Criterion Journal* 555, 5

Hassan, Ismail Mahmoud. (2003). *Principles of communication science and theories of influence*. Cairo: International House for Publishing and Distribution.

Issani, Rahima al-Tayyib. (2005). The role of the Internet and its applications in spreading rumors. *The Journal of the Media Researcher*, a quarterly peer-reviewed journal published by the College of the University of Baghdad, Issue 28, p. 171.

Layady, Nasreddin. (2020). *Thinking about the number of thinking*. Al Jazeera Center for Studies, December 25, 2020, website: https://studies.aljazeera.net/ar/article/4876, accessed: February 17, 2021

Makkawi, Hassan Imad. (2005). *Media and crisis management*. Cairo: The Egyptian Lebanese House.

Mezrag, Iman. (2017). *Factors affecting the reading culture of university students*. Bouira University, Algeria. Retrieved from http://dspace.univ-bouira.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/465/1/%D9%85%D8%B2%D8%B1%D8%A7%D9%82%20%D8%A5%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%AB%D8%B1%D8%A9%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%AB%D9 82%

Othman, Islam. (2021). Recent trends in research using social networking sites and their psychological and social effects. *The Egyptian Journal for Mass Communication Research*, 1, 83. doi: https://mebp.journals.ekb.eg/issue_23418_23419_.html

Sari, Helmy Khadr. (2008). The impact of Internet communication on social relations: a field study in Qatari society. *Damascus University Journal*, Volume 24, Issues One and Two, Damascus, Syria.

Yaala, Fred Ait. (2016). *Social networks and the adolescent: a study on a sample of athletes in the Sports Secondary School in Draria, Algiers*. Master's thesis in Physical Education, University of Daly Ibrahim Algiers 3, Algeria.

English References

Cetron, M., and Landwirth J.,(2005). *Public health and ethical considerations in planning for quarantine*. Yale J Biol Med; 78: 329–334.

Elihu Katz, et al., "*Uses and Gratifications Research*," Public Opinion Quarterly, Vol. 37, Issue 4, (Winter 1973): 509–523

Wilder-Smith A and Freedman DO, 2020: *Isolation, quarantine, social distancing and community containment: pivotal role for old-style public health measures in the novel coronavirus* (2019-nCoV) outbreak. J Travel Med: 1–4

توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية: دراسة ميدانية

حاتم علاونة * وتسنيم جدوع *

تاريخ الاستلام 2022/03/29 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.7 تاريخ القبول 2022/07/18

الملخص

هدفت الدراسة إلى التَعرف إلى كيفية توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية بالاعتماد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وتكوّن مجتمع الدراسة من الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، وذلك بالتطبيق على عيّنة مكونة من (256) مفردة، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحثان على الاستبانة أداةً لجمع البيانات. وقد توصّلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن طبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية هي (تحرير ونشر المضامين) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (0.63)، وبينت الدراسة أن (الأخبار) أكثر الفنون الصحفية إنتاجاً عبر الموبايل، كما كشفت أنَ دافع (سهولة حمل الموبايل وإمكانية الحركة بسرعة) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.93)، وأظهرت النتائج أن أكثر الصعوبات التي تواجه الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية (حداثة صحافة الموبايل) حيث جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ(2.55)، وتوصلت الدراسة إلى أن (سهولة الحركة) أكثر الإيجابيات لتوظيف صحافة الموبايل، حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.94)، وأن أبرز تطبيقات الموبايل التي تدعم العمل الصحفي Voice recorder و ++Cameera بمتوسط حسابي بلغ (.0.48) لكل منهما.

الكلمات المفتاحية: صحافة الموبايل، غرف الأخبار، المواقع الإخبارية الأردنية.

المقدمة

قاد التطور التكنولوجي الذي شهده العالم إثر ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الأفراد للاعتماد على الوسائل التكنولوجية بشكلٍ كبير، حيث أُطلق على العصر الحالي" عصر السرعة"؛ نظراً لسرعة بثّ المعلومات بواسطة الأدوات التكنولوجيّة، دون التقيد بحدودٍ زمانية أو مكانية، فضلاً عن إتاحته إمكانية وصول الأفراد للمعلومات التي يريدونها، والرجوع إليها في أي وقت.

وقد انعكس هذا التطور على مجال الإعلام، حيث أدخلته العديد من المؤسسات الإعلامية في مجالات عملها لتخرج عن النطاق المألوف، خاصة أنَ ما أحدثته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لم تقتصر انعكاساته على مرحلة معينة من مراحل الاتصال، وإنَما اتسعت لتشمل المراحل كافة. حيث برزت في آلية تجميع ومعالجة وبث المواد المتنوعة التي أصبح يتناولها الإعلام لتتناسب مع التطور الجديد (أبو وردة،2015:3)؛ (Abowardeh,2015:3)

واستجابةً لهذا التطور، ونظراً للتنوع في الأدوات المستخدمة لتوصيل الرسالة الإعلامية بأسرع الطرق وأبسطها، تم إدخال الهواتف الذكية لمجال الإعلام، حتى أصبحت وسيلة معتمدة داخل غرف الأخبار وخارجها لنقل الحدث من موقعه مباشرة، وذلك انها تتيح إرسال الرسائل وتصوير مقاطع الفيديو والتقاط الصور الفوتوغرافية بجودة عالية، وغير ذلك من الإمكانات التي يوفرها الموبايل لمستخدميه.

وتُبين دراسة (الدعمي،411:2019)؛(Al-Daami,2019:411) تقسيم استخدام الموبايل إلى خمس مراحل، حيث تمثلت المرحلتان الأولى والثانية في اعتبار الموبايل وسيلةً لإرسال واستقبال المكالمات فقط، أمَا في المرحلتين الثالثة والرابع، فقد

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* كلية الاعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

أصبح الموبايل وسيلة مُجهزة لالتقاط الصور وإرسالها، وكذلك تبادل مقاطع الفيديو، ونقل الحدث من موقعه؛ فبالتالي أصبحت أجهزة الموبايل وسيطاً اتصالياً. وفي المرحلة الخامسة التي تعتبر بمثابة نقلة نوعية في تاريخ الموبايل، وأصبح الموبايل غرفه أخبار كاملة يتم من خلاله إنتاج المحتوى الصحفي بصورة متكاملة شاملة عناصر المادة الصحفية كافة، من محتوى مكتوب ومُصوَر وغير ذلك.

وفيما يتعلق بالمرحلة الأخيرة، فقد بحثت المؤسسات الإعلامية في استخدام الموبايل كأداة إعلامية وكذلك تقديم المحتوى الصحفي باستخدام هذه التقنية، وتوصّلت إلى أن ما تتمتع به هذه التقنية من مميزات سواء في سرعة الإنجاز أو في الخدمات التي تتيحها، ساهم في نجاح الموبايل كوسيلة للإنجاز الصحفي. ففي عام 2007 قامت صحيفة (Dagens) والتي تعد أكبر صحيفة سويدية باستخدام هذه التقنية بواسطة أجهزة (Nokia)، حيث تم الحصول على اشتراك بسعر ثابت بالتعاون مع مشغل اتصالات أوروبا (Telenor)، وتم بواسطة هذا الاشتراك تزويد المشتركين الذين يقومون بعملية الطباعة بزر خاص مجرد الضغط عليه سيتيح للمستخدم الوصول لهاتفه المحمول. وبعده ذلك بعام، قامت صحيفة(Aftonbladet) بتوظيف العديد من العاملين في حقل الإعلام؛ من أجل تطوير وتحسين إدارة المحتوى بواسطة الهاتف المحمول، وكان أبرز ما أحدثوه ترميز (QR Code) والذي يسهم في وصول القارئ للمحتوى المحدث بمجرد قيامه بأخذ صورة لهذا الترميز عن طريق موبايله الخاص (Westlund,2012:10).

وتُشير دراسة (بوريك،36:2020)(borek,2020:36) إلى أنّه تزامن الاعتماد على الموبايل كوسيلة للحصول على المعلومات مع الغزو الأمريكي على العراق عام (2003). فقد اُعتمد على المضامين المُسجلة على الموبايل كمصدرللأخبار. كذلك ظهرت أهمية هذه التقنية عام 2005 في ظل تفجير لندن؛ فقد اعتمدت المؤسسات الإعلامية نتيجة لصعوبة وصول كوادرها لمكان الحدث بسرعة على صحافة المواطن للحصول على اللقطات الخاصة بالحدث.

وقد قامت صحيفة نيويورك تايمز عام (2010) بنشر قصة مصورة بواسطة الموبايل للجنود الأمريكان في أثناء تأديتهم لمهامهم العسكرية في أفغانستان، وكان اللافت في الموضوع ليس المحتوى الذي تم إنتاجه؛ وإنَما الوسيلة التي أُنتج بها. كذلك تم الاعتماد على الموبايل في تغطية الأحداث التي رافقت ما يسمى الربيع العربي في العديد من الدول العربية كمصر وسوريا وغيرهما من الدول العربية (إبراهيم وحسين،129:2019)، (Ibrahim&Hussein,2019:129).

ونظراً لضرورة استخدام التقنيات الحديثة في العمل الصحفي لتحقيق عنصر الآنية في ظل الانتشار الواسع لوسائل الإعلام والقيم الخبرية التي يحققها استخدام الموبايل من حيث سرعة نقل الحدث، وإمكانية نشره بصورة بسيطة دون اللجوء للأجهزة المعقدة، وما يمكن أنَ تضيفه هذه التقنية على العمل الصحفي وكذلك على أداء الصحفيين، فقد جاءت هذه الدراسة لتوضيح كيفية استخدام الموبايل داخل غرف الأخبار التابعة للمواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، بالإضافة لمعرفة دوره في تطوير العمل الصحفي، وانعكاساته على المحتوى الصحفي في المواقع الإلكترونية.

مشكلة الدراسة

أدّت التعديلات والتطورات التي أُدخلت على الموبايلات إلى جعلها أدوات سهلة الاستخدام، يمكن من خلالها إنجاز العديد من المهام، نتيجة لتعددية الخيارات المتاحة أمام مستخدم هذه التقنية لإنجاز مهامه . ولم يقتصر استخدامه فقط على الأفراد، وإنّما اتجهت المؤسسات للاستفادة من هذا التطور وتوظيف الموبايل كأداة مساعدة لها في عملها.

ومن الملاحظة الشخصية في أحد المواقع الإخبارية الأردنية؛ فقد تمت الاستفادة من هذه التقنية، وإدخالها في العمل الإعلامي؛ نظراً لأهمية عنصر الآنية في هذا المجال، والحاجة لنقل الحدث بأسرع وقت ممكن، وهذا يمكن القيام به بواسطة الموبايل، بالإضافة لإتاحته الفرصة لإنتاج مواد صحفية متكاملة بطريقة سهلة ابتداءً من مرحلة الحصول على المعلومات وتجميعها، وصولاً للمرحلة الأخيرة وهي النشر. وعليه فقد تبلورت مشكلة الدراسة في التعرف إلى توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية، وانعكاسها على العمل الصحفي، بالإضافة إلى معرفة إيجابيات وسلبيات توظيف هذه التقنية في المجال الصحفي.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في الجانبين العلمي والتطبيقي.

الأهمية العلمية

تعود أهمية الدراسة في المجال العلمي إلى عدة أسباب، وهي كالآتي:

1. تبرز أهمية الدراسة من ندرة الدراسات التي تناولت الحديث عن صحافة الموبايل وأثر استخدامها في غرف الأخبار، وفي المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية تحديداً.
2. يعتبر موضوع الدراسة من الموضوعات الحديثة التي تناولت توظيف الموبايل في العمل الصحفي، ودراسة انعكاساته على الوسيلة وأداء العاملين في الوسائل الإعلامية الأردنية.
3. من شأن هذه الدراسة إثراء المكتبة العربية، وفتح المجال أمام الباحثين للاهتمام بموضوع الدراسة مستقبلاً.

الأهمية العملية

أمّا في المجال التطبيقي، فتعود أهمية الدراسة لعدة أسباب، وهي كالآتي:

1. ضرورة الاستفادة مما أنتجته التكنولوجيا الحديثة، والتنوع في الأدوات المستخدمة لإنتاج المواد الصحفية.
2. أهمية إدخال الموبايل في العمل الصحفي؛ باعتباره تقنية سهلة الاستخدام لإنجاز المواد الصحفية ومتاحاً للجميع.
3. معرفة التحديثات التي يتم إدخالها للموبايل، وانعكاس ذلك على صناعة المحتوى الصحفي داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية.
4. إفادة الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية بالأدوات والوسائل الحديثة المستخدمة في إنتاج المضامين الصحفية، وآلية استخدامها وتوظيفها.
5. إفادة الصحفيين بالأشكال الصحفية التي يمكن إنتاجها عن طريق الموبايل.
6. تحفيز المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية على مواكبة التطورات التكنولوجية في الإنتاج الإعلامي.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

المواقع الإخبارية إجرائياً: المساحة المتاحة لنشر المحتوى الصحفي عن طريق شبكة الإنترنت، بحيث تكون مصممة لتتضمن عناصر الثقل التي تغني المادة الصحفية من فيديوهات وصور ورسوم بيانية، ويُقصد بها في هذه الدراسة المواقع الإخبارية الأردنية.

غُرف الأخبار إجرائياً: مساحات معينة داخل المؤسسات الإعلامية، مجهزة بكل ما يلزم لإنجاز المحتوى الإخباري وبثّه، ويُقصد بها في هذه الدراسة الغرف الإخبارية التي يعمل بها الصحفيون الأردنيون في المواقع الإخبارية الأردنية.

صحافة الموبايل إجرائياً: توظيف الموبايل واستخدامه في إنتاج المواد الإعلامية بأشكالها المختلفة، إبتداءً من مرحلة الإعداد، وصولاً لعملية البث.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف إلى كيفية توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية كهدفٍ رئيس، يتفرع منه عدد من الأهداف الفرعية، المتمثلة في:

1. التعرف إلى أبرز التقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون في غرف الأخبار.
2. التعرف إلى طبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين الأردنيين في غرف الأخبار.
3. معرفة أبرز تطبيقات الموبايل المستخدمة في العمل الصحفي من قبل الصحفيين الأردنيين.
4. الكشف عن أكثر المواد الصحفية انتاجاً عن طريق الموبايل في غرف الأخبار التابعة للمواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية.

5. تسليط الضوء على ما أحدثته صحافة الموبايل على المحتوى الصحفي.
6. الكشف عن دوافع توظيف صحافة الموبايل في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية.
7. معرفة الصعوبات التي يواجهها الصحفيون العاملون في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية.
8. معرفة التأثيرات الإيجابية التي أحدثها توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية.
9. معرفة التأثيرات السلبية التي أحدثها توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية.

تساؤلات الدراسة

يتمثل التساؤل الرئيس للدراسة في ؛كيف يتم توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟ ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما التقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون في غرف الأخبار؟
2. ما طبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية؟
3. ما أبرز تطبيقات الموبايل المستخدمة في العمل الصحفي من قبل الصحفيين الأردنيين؟
4. ما أكثر المواد الصحفية انتاجاً عن طريق الموبايل في غرف الأخبار التابعة للمواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية؟
5. ما انعكاسات توظيف الموبايل في العمل الصحفي على طبيعة المحتوى؟
6. ما دوافع توظيف صحافة الموبايل في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية؟
7. ما الصعوبات التي يواجهها الصحفيون العاملون في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية؟
8. ما التأثيرات الإيجابية التي أحدثها توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية؟
9. ما التأثيرات السلبية التي أحدثها توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية؟

الدراسات السابقة

لقد اطلع الباحثان على عددٍ من الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية، وتم اتباع التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم في عرضها، على النحو التالي:

الدراسات العربية

- دراسة نور(2020) بعنوان: " استخدام الهاتف المحمول في إثراء محتوى الإعلام: الجزيرة أنموذجاً".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التغيرات التي أحدثها استخدام الموبايل في العمل الإعلامي، وكذلك معرفة أبرز الفنون الصحفية التي يمكن إنتاجها عن طريقه، بالإضافة لمعرفة الأسباب التي تقف وراء استخدام الموبايل في العمل الإعلامي .واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداتي المقابلة والملاحظة لجمع البيانات من عينة الدراسة المتمثلة في العاملين في شبكة الجزيرة الإعلامية (من مدربين في صحافة الموبايل ومنتجين وناشرين). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :أن استخدام الموبايل أحدث تغييراً في معالجة المحتوى، حيث تم إنتاج مواد صحفية جديدة اعتمدت أسلوب السرد القصصي، كما أوضحت النتائج أن استخدام الموبايل في العمل الصحفي تمثل في التقاط الصور وتحرير الفيديوهات، وإنتاج الإنفوجرافيك، والتدوين والنشر المباشر . وأشارت أيضاً إلى أن أبرز الأسباب التي تدفع لاستخدام الموبايل تمثَلت في انخفاض التكلفة وسهولة الاستخدام.

- دراسة التوام (2018) بعنوان: "استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي".

سعت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول، وأثر هذا الاستخدام على الأداء الصحفي، وكذلك المعوقات التي تواجه الصحفيين عند استخدامهم للهاتف في العمل الصحفي، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداتي الاستبانة ومجموعات التركيز لتحقيق أهداف الدراسة .أمّا مجتمع الدراسة فقد تمثَل في الصحفيين

المصريين، على عينة مكونة من (187) مفردة من الصحفيين العاملين في الصحافة الورقية والمواقع الإلكترونية لأربع صحف هي(الأخبار والأهرام والمصري اليوم واليوم السابع)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :إن أكثر تطبيقات الهاتف المحمول استخداماً في العمل الصحفي هو التطبيق الخاص بالتقاط الصور بما نسبته (80.2%)، وإن ما نسبته (41.2%) يستخدمون تطبيق آي موفي لتحرير الفيديوهات. وبينت النتائج أيضاً أن أبرز الأسباب التي تدفع الصحفيين لتوظيف الهاتف في العمل الصحفي هي سرعة متابعة الأحداث بما نسبته (68.4%) أمّا المعدات الملحقة بالهاتف التي يستخدمها الصحفيون فهي الشواحن والميكرفونات والسماعات الخارجية ومعدات الكاميرا، وأظهرت النتائج أيضا أن ضعف البنية الأساسية لخدمات الإنترنت في موقع الحدث كان من أبرز معوقات استخدام الموبايل في العمل الصحفي.

- دراسة شاهين (2018) بعنوان: "صحافة المحمول وانعكاساتها على الممارسة الإعلامية".

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دور صحافة المحمول في تطوير أداء الصحفيين لمهنتهم والمهارات المطلوبة لإنجازها، ومعرفة انعكاسات صحافة المحمول على أساليب التغطية الصحفية والتحول الذي أحدثته في غرف الأخبار .واعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات، وتمثّل مجتمع الدراسة في الإعلاميين العرب العاملين في المؤسسات الإعلامية بدولة الإمارات العربية المتحدة، وتكوّنت عينة الدراسة من (100) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أن (87%) من أفراد العينة أكدوا أن صحافة المحمول زادت عبء العمل على الصحفيين المحترفين، كما أكدت وجود علاقة ارتباطية بين استخدام المحمول وتطور الأداء الصحفي من حيث سرعة الوصول للحدث، بالإضافة لكون صحافة المحمول ساهمت في حصول الصحفيين على ردود فعل الأفراد حول تقاريرهم الإعلامية، مما ينعكس بصورة إيجابية على العمل الصحفي. وبينت النتائج أنّ السبب الرئيس لاستخدام الهاتف المحمول في الصحافة كان من أجل تسجيل التغطيات وبثها لاحقاً بما نسبته (85%)، تلاه استخدام المحمول في جمع الأخبار من المصادر الإعلامية بما نسبته (83%). وفي المرتبة الأخيرة جاء استخدام الهاتف المحمول من أجل اللايف أو بث الحدث من موقعه بما نسبته (77%).

- دراسة صلاح (2017) بعنوان: "استخدام الهاتف الذكي في الصحافة".

سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور الهواتف الذكية في العملية الصحفية، وتأثير استخدامها على عمل الصحفيين والعملية الإعلامية. واستخدم الباحث المنهج الكيفي من أجل شرح وتفسير استخدام الهاتف في العملية الإعلامية .أمّا مجتمع الدراسة فقد تكون من الصحفيين في إقليم كردستان شمال العراق. وقد استخدم الباحث مجموعة من أدوات المنهج الكيفي لجمع البيانات من عينة الدراسة المكونة من (25) مفردة؛ حيث استخدم الملاحظة والمقابلة ومجموعات التركيز. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :أن ما ساهم في جعل الهواتف الذكية أدوات إعلامية قوية ميزانيتها المنخفضة مقارنة بالمعدات الثمينة المستخدمة في العمل الصحفي، بالإضافة للحرية التي يتيحها الموبايل للعاملين في حقل الإعلام، وأوضح المبحوثون أنّ صغر حجم الموبايل ساعد في جعله أداة سهلة الحمل، ويمكن استخدامها في المناطق التي من الصعب تأدية المهمة الصحفية فيها بسهولة.

- دراسة الحنبلي (2013) بعنوان: " الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور المحمول في إنتاج المحتوى الإعلامي، وتجربة المؤسسات الإعلامية المصرية في إنتاج المحتوى عبر الوسائط المحمولة . وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي .وتمثّل مجتمع الدراسة في العاملين في المؤسسات الإعلامية المصرية، واعتمد الباحث على الملاحظة والمقابلات المعمقة والاستبيان غير المقنن أدوات لجمع البيانات من عينة الدراسة التي تكونت من (4) أفراد عاملين في القنوات الفضائية التلفزيونية الخاصة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :أن استخدامات الوسائط المحمولة في العمل الصحفي تمثّلت في إرسال خدمات الأخبار العاجلة عبر الهاتف المحمول، بالإضافة لاستخدامه من قبل الصحفيين كوسيلة لنشر الحدث من موقعه. وأوضحت النتائج أنّ أهم دوافع استخدام الصحفيين للموبايل هي الفورية في نقل الأحداث، والحصول على تغذية راجعة من الجمهور نتيجة التفاعلية التي يضفيها المحمول على العمل الصحفي.

الدراسات الأجنبية

- Jamil & Adjei (2019) :"Journalism in the Era of Mobile Technology: The Changing Pattern of News production and the Thriving Culture, of Fake News in Pakistan and Ghana.

الصحافة في عصر تكنولوجيا الهاتف المحمول، والأنماط الجديدة في إنتاج الأخبار في الباكستان وغانا.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى إنتاج المحتوى الإخباري داخل المؤسسات الإعلامية عن طريق الهاتف المحمول بما يتناسب مع استراتيجيات هذه الوسائل، وكيفية تعزيز إنتاج هذه الأخبار .وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية، واستخدم الباحثان المقابلة أداة لتحقيق أهداف الدراسة، وتكوّن مجتمع الدراسة من أعضاء المؤسسات الإعلامي، بما في ذلك جميع الصحف الباكستانية ومجلس محرري الصحف (CPNE)، ورابطة صحفيين التلفزيون (ATJ)، بالإضافة للهيئة الوطنية للإعلام وجمعية الصحفيين الغانيين. وتوصّلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :أنَ الهاتف المحمول أحدث ثورة في الإعلام وغيّر في عملية إنتاج الأخبار وتوزيعها. وأشارت النتائج إلى أنَ الغالبية الوسطى للمنظمات الإعلامية الممثلة لمجتمع الدراسة تعتمد بشكل كبير على تغطية الهاتف الذكي للأحداث نتيجة أربعة أسباب تتمثل في إمكانية التنقل والإنتاج والتوزيع السريع للمعلومات من خلال الرسائل القصيرة والواتس آب، وكذلك تقنية البريد الإلكتروني، ثم التكلفة المنخفضة المتعلقة بالطاقم والأدوات، وأخيراً إمكانية البث المباشر من موقع الحدث.

- Dubey, R. (2018):" Potential of Mobile Journalism In Indian Media Industry".

إمكانات صحافة الموبايل ودورها في صناعة الإعلام في الهند.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التحول الذي طرأ على غرف الأخبار منذ إدخال الموبايل في العمل الصحفي، وكذلك أثَر استخدامه على الممارسات الإعلامية .وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية وفيما يتعلق بالأدوات المستخدمة لجمع البيانات من عينة الدراسة وظف الباحث ثلاث أدوات للدراسة؛ تمثلت في الملاحظة والمقابلة ودراسة الحالة. أمّا مجتمع الدراسة فقد تمثَل في ثلاث وسائل إعلامية هي (Indian Today TV) كإعلام مسموع و(Hindustan Times) كوسيلة إعلام مطبوعة و (Quint) كموقع ويب. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أبرزها: أنَ اعتماد صحافة الموبايل على الإنترنت يُقلل من اعتماد البعض عليها نتيجة عدم توفر البنية التحتية وضعف الوصول للإنترنت. وبينت النتائج أنَ المؤسسات الإعلامية التي تستخدم الموبايل في عملها ستشهد تحولاً في غرف الأخبار، حيث سيؤدي توظيف الموبايل في غرف الأخبار لتغيير بعض الأنماط والعادات فيها من ناحية المعدات المستخدمة وأساليب التحرير وطرق البث أيضاً. وأشارت النتائج إلى استخدام الصحفيين العاملين في الوسائل المذكورة للموبايل لالتقاط الصور في الأماكن التي يصعب استخدام معدات ثقيلة فيها. كذلك فإن فكرة توظيف الموبايل في الصحافة أدت لاختلاف عملية جمع الأخبا، وأصبح الجمهور يسهم في المحتوى..

- Chadwick. (2014): Revolutionizing the Newsroom: How Online and Mobile Technologies Have Changed Broadcast Journalism.

الثورة التكنولوجية في غرفة الأخبار :كيف غيَرت المحمول الصحافة التلفزيونية.

هدفت الدراسة إلى معرفة الآلية التي غيَرت بها تقنيات الإنترنت والهواتف المحمولة الصحافة التلفزيونية، واستشراف مستقبل الصحافة التلفزيونية. واستخدم الباحث المقابلات الشخصية أداة لجمع البيانات، حيث أجرى مقابلات مع (13) صحفياً من مختلف وسائل الإعلام في جميع أنحاء الولايات المتحدة .وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :أن المراسلين يلجأون لاستخدام الموبايل في عملية بث الحدث من موقعه نظراً لسرعة عملية البث، بالإضافة إلى أن استخدام الموبايل في العمل الصحفي يسهم في تحقيق سبق صحفي. وكشفت النتائج أن توظيف الموبايل في العمل الصحفي أدى لوجود صحفيين مختصين لإنتاج المحتوى المنشور عبر الإنترنت وإدارته لمعرفة المشاهدات التي حققتها القصص الإخبارية المنشورة، ومعرفة ما هو مهم بالنسبة للجمهور.

- **Koponen and Vaataja (2009): "Early Adopters' Experiences of Using Mobile Multimedia Phones in News Journalism".**

استخدام خبرات الهواتف المحمولة في الصحافة الإخبارية.

هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب استخدام الصحفيين للهواتف المحمول، بالإضافة إلى كيفية استخدامها. وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية، حيث اعتمد الباحثان على المقابلة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة التي تمثلت في (6) رواد في المؤسسات الإخبارية الفنلندية. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أبرزها :أن الصحفيين استطاعوا الحصول على فوائد شخصية من استخدام الهاتف المحمول في العمل الصحفي، كتوفير الوقت، لكنهم لم يكونوا راضين عن جودة الصوت في الهواتف المحمولة، ولكن هذه الأداة مناسبة لالتقاط الصور وإنتاج مقاطع فيديو قصيرة على الإنترنت.

- **Bivens (2008):" The Internet, Mobile Phones and Blogging: How New Media Are Transforming Traditional Journalism.**

كيف غيَر الإعلام الجديد المتمثل في الإنترنت والهواتف المحمولة والمدونات الإعلام التقليدي.

هدفت الدراسة إلى معرفة التغيرات التي طرأت على الممارسة الصحفية التقليدية التي نتجت عن استخدام وسائل الإعلام الجديد بين كل من الصحفيين والجمهور .واعتمد الباحث المنهج الكيفي، تمثَل مجتمع الدراسة في الصحفيين التابعين لثماني مؤسسات رئيسية في المملكة المتحدة و

كندا (BBC, Sky, Channel 4, ITV, APTN,CBC, CTV,and Global). وتكونت عينة الدراسة من (40) صحفياً من الصحفيين العاملين في المؤسسات المذكورة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها :التدفق العام للأخبار عبر الهواتف المحمولة يختلف عن تدفق الأخبار التقليدية، وهذا يتطلب من الصحفيين أن يكونوا أكثر فاعلية نظراً للسرعة في تدفق الأخبار بصورة تفوق الشكل التقليدي. وعليه، فقد قام الصحفيون بتعديل الروتين اليومي لهم تماشياً مع متطلبات الإعلام الجديد، وأصبحوا يعتمدون على المواقع الإلكترونية لتحقيق التفاعلية والشفافية في العمل الصحفي.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الباحثين للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، تبين ما يلي:

1- ركزت بعض الدراسات السابقة على استخدام الجمهور لصحافة الموبايل، والاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومة، كما في دراسة (2009)Koponen, vaataja.

2- اعتمدت بعض الدراسات على المنهج الكيفي، كما في دراسة نور (2020)، ودراسة الحنبلي (2013)، وعدد من الدراسات الأجنبية؛ كدراسة (2019) Jamil &Adjei، ودراسة (2018) Dubey، ودراسة (2009) Koponen & Vaataja ودراسة (2008) Bivens.

3- تشابهت الدراسة في موضوعها إلى حدٍ كبير مع دراسة (2019) Jamil &Adjei، ودراسة (2014) Chadwick، ودراسة صلاح (2017)، ودراسة الحنبلي (2013)، ودراسة شاهين (2018) ، ودراسة نور(2020)، حيث ركزت هذه الدراسات والدراسة الحالية على استخدام الموبايل داخل غرف الأخبار، وإدخال التقنيات المتاحة في الموبايل في العمل الصحفي، ومعرفة انعكاسات تلك التقنية على مفهوم غرف الأخبار وكذلك المحتوى الذي يتم إنتاجه داخلها.

4- تناولت بعض الدراسات السابقة الحديث عن استخدام الشباب للهواتف الذكية في الحصول على المعلومة، أو استخداماته في الصحافة بشكل عام. وهناك عدد من الدراسات التي قامت بالتطبيق على الوسائل الإعلامية المرئية والمسموعة بالإضافة للإعلام المكتوب المتمثل بالصحف الورقية، بينما تميزَت الدراسة الحالية بالحديث عن انعكاسات استخدام الموبايل في غرف الأخبار الخاصة لمواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام الجديد. وتعد الدراسة الحالية من الدراسات الأردنية النادرة التي تناولت هذا الموضوع.

نظرية الدراسة

ظهرت نظرية الحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام لتوضيح العلاقة بين الإعلام والتكنولوجيا، خاصة أن ثورة الاتصالات ظهرت انعكاساتها على المجالات كافة. وتفترض هذه النظرية أنَ التكنولوجيا هي الأساس في تغيير المجتمعات، حيث أوضح العالم (ثورستين فيبلين) الرابط بين التكنولوجيا والمجتمع. وعليه، فإنَ التغيرات الاجتماعية هي النتيجة الحتمية للتطور التكنولوجي والمعلوماتي، حيثُ عُرفت الحتمية التكنولوجية بأنّها تعزيز العلاقة بين التكنولوجيا والمحيط؛ فكلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه (Hauer,2017:1).

وقد تم تحديد مجموعة أدوار تقوم بها الوسائل الحديثة، وتختلف بها عن الوسائل التقليدية، حيث تحددت تلك الأدوار بما يلي (شاهين،24:2018) ؛ (Shaheen,2018: 24):

1- أن تقوم الوسيلة الحديثة بتحديث الوسيلة التقليدية، وذلك بإدخال تقنيات وتحديثات جديدة على عملها.

2- أن تعمل الوسيلة الحديثة على إلغاء الوسيلة التقليدية.

3- ربما تقوم الوسيلة الحديثة بإعادة دور وأهمية وسيلة تقليدية تراجع دورها في فترة من الفترات.

وهذا ما أكده (ماكلوهان) الذي قدّم تصورات حول تأثير الوسائل التكنولوجية في تطور المجتمعات؛ فهو يرى أنّ الإنسان مقيد بالتكنولوجيا، بل أصبح تابعاً لها. وتقوم فكرة ماكلوهان على أن (الرسالة هي الوسيلة)، وهذا يعني أنّه لا يمكن الاهتمام بما تقدمه وسائل الإعلام من مضامين دون الالتفات إلى الكيفية التي تقدم بها تلك الوسائل رسالتها، حيث أثرت التقنيات الحديثة التي ظهرت في مجال الاتصال في أشكال المواد الصحفية ومضامينها (أبو عرقوب، 11:2019)؛ (Abu Arqoub,2019:11).

وفي سياق الدراسة، عمل الباحثان على الاستفادة من نظرية الحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام، من خلال توظيفها في منهجية الدراسة لرصد أبرز التقنيات التي تم إدخالها للعمل الصحفي في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، وكذلك انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة على المضمون الصحفي في تلك المواقع.

كما عكس الباحثان النظرية في كتابة وبلورة مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، وتم الاعتماد على فرضياتها عند صياغة أداة الدراسة (الاستبانة) للحصول على المعلومات من أفراد العينة.

الإعلام الجديد

يؤدي الإعلام دوراً كبيراً في المجتمعات، حيث يعتبر الوسيلة التي يلجأ إليها الأفراد في الحصول على المعلومات نظراً للوظيفة الأساسية التي يقوم بها المتمثلة في الإخبار، بالإضافة للوظائف الأخرى كتشكيل الرأي العام والتسلية وغيرها.

وقد زادت أهمية الإعلام في الفترة الأخيرة تحديداً نظراً لطبيعة الأحداث التي يشهدها العالم، وكذلك ظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتبر منصات لتداول الأخبار، فكان على وسائل الإعلام أنَ تواكب تلك التطورات بإدخال التكنولوجيا إلى لعمل الصحفي، حيث ظهرت المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تتيح للفرد الحصول على الأخبار التي يريد بصورة سهلة وسريعة.

وفيما يتعلق بمفهوم الإعلام الجديد، فقد تعددت الآراء حول إعطاء تعريف محدد. ومن بين التعريفات الخاصة بالإعلام الجديد القول إنه مجموعة من الممارسات الإعلامية التي أحدثتها عملية إدماج التكنولوجيا في الإعلام (الراوي، 10:2011) (Alrawey,2011:10). ومن الباحثين من أطلق على الإعلام الجديد مسمى " الإعلام التفاعلي" كما في دراسة (قدواح،228:2015)؛ (Kedouah,2015:228).

وقد عرَف الباحثان الإعلام الجديد على بأنَه شكل مستحدث من أشكال الإعلام، يختلف عن الإعلام التقليدي من ناحية الأداة المستخدمة سواء في الحصول على المعلومة أو في أسلوب المعالجة والبث، ويتميز بعدم تقييد جمهوره بمكان وزمان معينَين لمتابعة المحتوى، وإنما يمكن الرجوع إليه في أي وقت، بالإضافة إلى سرعة الحصول على التغذية الراجعة وإمكانية متابعة ردود الأفعال حول ما يُبث.

أهمية توظيف الإنترنت في العمل الصحفي

أحدث استخدام شبكة الإنترنت والاستعانة بها في العمل الصحفي تغييرات لا يمكن إنكاره، سواء على المضمون الصحفي أو بالنسبة للعاملين في وسائل الإعلام. ففي الجانب الأول، ساهمت الشبكة في تطوير شكل المادة الصحفية؛ حيثُ أصبحت مُدعمة بروابط تتيح للقارئ الوصول لمواد أخرى ذات صلة بالموضوع المطروح، بالإضافة إلى اعتماد عدد من المواقع الإخبارية وغيرها من وسائل الإعلام على الرسوم البيانية وتوظيف الإنفوجراف والفيديو جراف بشكلٍ غير مسبوق.

ويرى العاملون في المجال الصحفي من صحفيين وأكاديميين أنَه نتيجةً للتغيرات الطارئة على إنتاج الأخبار والمواد الصحفية بشكل عام، لابد من أن تتضمن وسائل الإعلام الجديد من مواقع وصحف إلكترونية أموراً معينة تتمثل في تعدد الطرق الاتصالية واستخدام العديد من الوسائط، بالإضافة إلى زيادة إقبال الجمهور ومتابعته للمحتوى المنشور نتيجة الديناميكية التي يتمتع بها، ولجوء هذه المواقع للتخصصية من خلال التركيز على جوانب وزوايا معينة من الحدث وتناولها بصورة متكاملة (Acosta,2004:38).

النماذج الإعلامية المتاحة على شبكة الإنترنت

تنعكس التطورات التي تشهدها شبكة الإنترنت وما يُضاف إليها من مميزات وتحديثات على المحتوى الذي يتم إنتاجه من خلالها، وتتمثل النماذج الإعلامية المتوفرة على شبكة الإنترنت في: (صابر وغزالي،2017: 46-49)؛ (Saber& Ghazali,2017: 46-49).

الصحافة الإلكترونية: ويتمثل هذا الشكل الجديد للصحافة في إدخال الإنترنت في العمل الصحفي ونشر المحتوى بواسطتها.

- توظيف الهواتف المحمولة في العمل الإخباري :فقد تمت الاستفادة من الخدمات التي تقدمها الهواتف المحمولة نظراً لإمكانية ربطها بشبكة الإنترنت، مما جعلها وسيلة لتلقي الأخبار واستقبال الرسائل، بالإضافة لالتقاط وعرض الصور، وإنتاج المقاطع المدعّمة بالصوت والصورة.
- النشر الإلكتروني :ظهر هذا النموذج كرد فعل على تناقص أعداد قُرَاء الصحف المطبوعة، حيث بدأت الصحف بإنشاء مواقع خاصة بها على الشبكة.

صحافة الموبايل

اقتصرت مهمة الموبايلات عند بداية ظهورها على إرسال واستقبال المكالمات وإرسال الرسائل النصية القصيرة، ولكن بعد إدخال التحديثات عليها وظهور الموبايلات بكاميرات ذات جودة تصوير عالية تُمكِن مستخدميها من التقاط الصور وتصوير الفيديوهات وغيرها من المهام التي يتم إنجازها بواسطتها، فقد تعددت استخداماتها بتعدد التحديثات التي طرأت عليها.

ونظراً لهذه التحديثات وما تتميز به الموبايلات من ميزات، تم إدخاله العمل الصحفي لتحرير المواد الصحفية، وكذلك التقاط الصور وتحرير الفيديوهات، ليصبح الموبايل أداة إعلامية متكاملة يمكن من خلاله الجمع والتحرير والبث.

وتعدّدت الآراء حول إعطاء تعريف معيّن لصحافة الموبايل؛ فقد تم تعريفها بأنها " عملية الحصول على الأخبار أو جمعها بجودة عالية، وكذلك القيام بعمل التقارير الميدانية بصورة احترافية استناداً إلى هذه الوسيلة (Cameron,2009:1).

وأول من اهتم بوضع تعريف لصحافة الموبايل الباحثان (غوين وبروم) فقد عرّفا هذا الشكل من أشكال الصحافة بأنّه نمط حديث لإعداد المواد الصحفية على اختلاف أشكالها، وتقديمها بواسطة الموبايل؛ إمّا على شكل فيديو أو تقارير صوتية أو مصورة بالاستعانة بشبكة الإنترنت (شاهين،95:2018).

وبناءً على التعريفات السابقة، واتفاق الباحثين على أنَ الوسيلة هي أساس التسمية فإنهما يريان أن صحافة الموبايل هي عملية تجميع ومعالجة وبث المواد الصحفية بأشكالها المختلفة (المكتوب والمرئي والمسموع وصحافة البيانات) عن طريق الموبايل.

وتبعاً للمفهوم السابق المتعلق بصحافة الموبايل، فقد تم تقسيمها لأنواع، بحسب الهدف من استخدامها، كالتالي(شاهين،2018:ص24-25)(Shaheen,2018:p24-25):

- اعتبارها أداة متابعة واستمرارية :وفي هذه الحالة، يستخدم الموبايل من جهة جمهور وسائل الإعلام للتصفح والمداومة على متابعة المضامين الصحفية.
- اعتبارها أداة تفاعلية :فقد يُعتبر المواطن شريكا في صناعة المحتوى الصحفي، وتبادل المضامين بواسطة التطبيقات الموجودة في الموبايل.
- اعتبارها وسيلة لتجميع المعلومات الخاصة بموضوع معين ومعالجتها، حيث يستخدم الموبايل من قبل العاملين في المؤسسات الإعلامية لأغراض متعددة، فقد يستخدمون الموبايلات لأخذ الصور وتركيبها وإضافة مقاطع صوتية عليها، وغير ذلك من التعديلات لتصبح مادة إعلامية متكاملة جاهزة للنشر.

مزايا صحافة الموبايل

لاشك في أنَ توظيف الموبايل في العمل الصحفي انعكست مزاياه على من يقومون بإنجاز المواد من صحفيين ومحررين إضافة إلى العاملين في مجال السوشال ميديا، فضلاً عن انعكاساتها فيما يتعلق بالمضمون.

وفي هذا الإطار، فقد اختزلت دراسة (العامري، 7:2019)؛(Al-Ameri,2019:7) هذه المزايا بمجموعة نقاط أولها قلة التكلفة، حيث يعود السبب في ذلك إلى أنَ الموبايل وسيلة منتشرة ومتوفرة لدى للجميع، بالإضافة لكون هذا النوع من الصحافة لا يحتاج لكادر عمل كبير، كما يُمكن الصحفيين من التنقل بسهولة ويُسر؛ فالموبايل بما يتضمنه من تطبيقات وميزات يُغني الصحفي عن عدد كبير من المعدات الثقيلة والتنقل بها من مكان لآخر لإنتاج محتوى معين، إضافة إلى سرعة نقل الحدث؛ إذ يستطيع الصحفي باستخدام الموبايل أن يُوصل المعلومة للعاملين في غرف الأخبار، أو القيام ببثّ المادة على الصفحات الخاصة بالمؤسسة الإعلامية بصورة فورية.

وقد أُضيفت مزايا أخرى للعمل بصحافة الموبايل إلى جانب المزايا السابقة، تمثّلت في: (التوام، 582:2018)؛ (al_twam,2018:582)

1. التصوير بدقة : فقد ظهرت الموبايلات المُطورة التي يمكن من خلالها نقل المشهد بصورة تُشعر المشاهد كما لو أنَه في مكان وقوع الحدث؛ فقد أصبحت إصدارات أجهزة الآيفون تصور الآن بتقنية الدقة الفائقة (4K).
2. السلامة :تبرز أهمية استخدام الموبايل في العمل الصحفي عند الحاجة لنقل الحدث دون لفت أنظار الموجودين في موقع الحدث.
3. الإبداع والتجريب :تتيح صحافة الموبايل للصحفيين التعرف إلى التحديثات والتقنيات الجديدة التي من الممكن أن تُحسن جودة العمل الصحفي، ويستطيعون أيضاً التعرف إلى أساليب جديدة في إنتاج المضامين الصحفية.

تطبيقات الموبايل المستخدمة في العمل الصحفي

منذ أنَ وُجد الهاتف المحمول وحتى هذه اللحظة، ما زالت التطورات والتحديثات ملازمة له، ليصبح أداة صحفية متكاملة تُقدم المحتوى على أكمل صورة فقد تم تزويده بمجموعة من التطبيقات التي تفي بهذا الغرض، منها ما هو خاص بالصور والتعديل عليها، وكذلك البرامج الخاصة بتحرير الفيديوهات وما يرافقه من قص وتعديل وإضافة..

وفيما يلي استعراض لأبرز تطبيقات الموبايل المستخدمة في العمل الصحفي: (أبو عرجة وعبدالله،2020: 226-229)؛ (Abu arja& Abdullah,2020: 226-229)

1. Cameera++: يتيح هذا التطبيق إمكانية التقاط صور ذات جودة عالية.
2. تطبيق آي موفي : حيث يسمح للصحفيين بالقيام بعملية المونتاج التي تتضمن إضافة تأثيرات معينة لمقاطع الفيديو أو حذف جزئية معينة من الفيديو، وكذلك إمكانية التحكم بالصوت سواء برفعه أو خفضه أو إضافة مؤثرات عليه.
3. تطبيق مسجل الصوت :يتيح هذا التطبيق إمكانية تسجيل والتقاط الأصوات دون التقيد بمدة زمنية محددة، كما يمكن من خلال هذا التطبيق إرفاق صور أو كتابة ملاحظات للتسجيل.
4. تطبيق بيريسكوب : يندرج هذا التطبيق ضمن فئة النقل المباشر أو اللايف عبر الإنترنت، فيتيح نقل الحدث من موقعه، ويستطيع من يقوم بالبث المباشر معرفة عدد المشاهدين والتعليقات على اللايف، بالإضافة لتفاعلات المتابعين عليه.

محددات الدراسة

تتحدد نتائج هذه الدراسة من خلال صدق الأداة، ودرجة الثبات المتوفرة فيها، كذلك لا تعمم النتائج إلا على المجتمع الذي أخذت منه عينة الدراسة، والمجتمعات المماثلة، كما ستحدد النتائج في ضوء صدق المستجيبين وموضوعيتهم عند الإجابة على فقرات الأداة المستخدمة في الدراسة.

منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة المنهج المسحي للتعرف إلى ما أحدثته التكنولوجيا الحديثة من تغييرات في مجال الإعلام عامة، والمواقع الإلكترونية الإخبارية كشكل من أشكال الإعلام الجديد بشكلٍ خاص، من خلال جمع البيانات من عينة الدراسة واستخراج النتائج وتفسيرها لتحقيق أهداف الدراسة..

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية حيث يبلغ عدد تلك المواقع بحسب مديرة الاستثمار في هيئة الإعلام الأردنية (133) موقعاً إخبارياً.

عينة الدراسة

قام الباحثان باختيار(256) صحفياً من العاملين في غرف الأخبار، بالاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة..

أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، تم تطوير استبانة لقياس مدى توظيف صحافة الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، وتكوّنت الاستبانة من عدد من المحاور الخاصة بالتقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون في غرف الأخبار، وطبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين الأردنيين في غرف الأخبار، وكذلك دور الموبايل وانعكاسه على إنتاج المحتوى الإخباري داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية، بالإضافة لمعرفة دوافع توظيف صحافة الموبايل في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية، والقيم الإخبارية التي أضافها الموبايل على الأخبار، وأخيراً إيجابيات وسلبيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية.

صدق الأداة

تم التحقق من الصدق الظاهري للمقياس ومجالاته بعرضه بصورته الأولية على مجموعة من المحكّمين مكوّنة من (5) محكّمين من ذوي الخبرة والاختصاص، لإبداء آرائهم حول دقة وصحّة محتوى الأداة من حيث درجة انتماء الفقرة للمجال ووضوح الفقرات، والصياغة اللغوية؛ ومناسبتها لقياس ما وضعت لأجله، أو إضافة أو تعديل أو حذف ما يرونه مناسباً على المجالات أو الفقرات.

ثبات أداة الدراسة

استخدم الباحثان اختبار الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ لقياس مدى التناسق في إجابات المبحوثين عن الأسئلة الموجودة في المقياس.

الجدول (1): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

محاور الدراسة	قيمة الثبات
انعكاسات استخدام الموبايل على إنتاج المحتوى داخل غرف الأخبار	0.81
دوافع توظيف الموبايل في غرف الأخبار	0.76
الصعوبات التي تواجه عملية توظيف الموبايل في غرف الأخبار	0.79
إيجابيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإخبارية	0.76
سلبيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإخبارية	0.73
الثبات العام	**0.80**

تشير بيانات الجدول (1) إلى القيم التي حصلت عليها محاور أداة الدراسة، حيث تراوحت قيم ألفا كرونباخ لفقرات أداة الدراسة الحالية بين (0.73-0.81)، وعند حساب الثبات العام حصلت الأداة على قيمة (0.80)، وهي نسب تُشير إلى ثبات الأداة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة

اعتمد الباحثان على برنامج التحليل الإحصائي SPSS لتفريغ البيانات ومعالجتها وتحليلها، وذلك باللجوء إلى المُعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

1. التكرارات والنسب المئوية.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
3. اختبار درجة الثبات(ألفا كرونباخ) لإيجاد معامل الاتساق الداخلي.

وصف خصائص عينة الدراسة

للوصول إلى وصف دقيق لخصائص عينة الدراسة، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، حيث كانت الخصائص متمثلة في البيانات الشخصية والوظيفية، وتشمل: النوع الاجتماعي،و العمر، والمستوى التعليمي، والتخصص، والخبرة، وطبيعة العمل وذلك على النّحو التالي:

أولاً :الخصائص الديموغرافية لعيّنة الدراسة

***سؤال متعدد الإجابات**

الجدول (2): الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة%
الجنس	ذكور	151	59
	إناث	105	41
العمر	30 سنة فأقل	97	37.9
	من 31 إلى 40 سنة	80	31.3
	41 سنة فأكثر	79	30.8
المستوى التعليمي	توجيهي فما دون	9	3.5
	دبلوم متوسط	21	8.2
	بكالوريوس	156	61
	دراسات عليا	70	27.3
التخصص	إعلام	156	60.9
	الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات	35	13.7
	لغات	24	9.4
	إدارة	13	5.1
	علوم سياسية	8	3.1
	أخرى	20	7.8
الخبرة	10 سنوات فأقل	143	55.9
	من 11 إلى 20 سنة	71	27.7
	21 سنة فأكثر	42	16.4
طبيعة العمل	محرر الكتروني	109	42.6
	مصور	22	8.6
	مدير محتوى	53	20.7
	صحفي	72	28.1
المجموع	---	**256**	**100%**

تظهر بيانات الجدول (2) أنّ نسبة الذكور من الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية الإخبارية بلغت (59%) مقابل (41%) للإناث، وحصلت الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) على أعلى نسبة من الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، حيث بلغت (37.9%)، وجاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية (من 31 الى أقل من 40 سنة) بنسبة (31.3%).

ويُظهر الجدول أنّ الحاصلين على البكالوريوس حازوا المرتبة الأولى بنسبة (61%) في المستوى التعليمي، وجاء في المرتبة الثانية الحاصلون على (دراسات عليا) بنسبة (27.3%) يليهم الحاصلون على دبلوم متوسط بنسبة (8.2%).

ويبين الجدول أنّ تخصص (إعلام) حاز المرتبة الأولى بنسبة (60.9%)، فيما جاء في المرتبة الثانية (الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات) بنسبة (13.7%)، ثم (لغات) بنسبة (9.4%).

أما فيما يتعلق بالخبرات لدى العاملين من الصحفيين في المواقع الإلكترونية الإخبارية، فيبين الجدول أن سنوات الخبرة (10 سنوات فأقل) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (55.9%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية سنوات الخبرة من (11-20 سنة) بنسبة (27.7%).

ويشير الجدول الى أن طبيعة عمل الصحفيين في مواقع الإلكترونية الإخبارية جاءت كالتالي: (محرر إلكتروني) في المرتبة الأولى بنسبة (42.6%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية (صحفي) بنسبة (28.1%)، يليها (مدير محتوى) بنسبة (8.6%).

ثانياً :التقنيات المستخدمة

- ما التقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون في غرف الأخبار؟
- سؤال متعدد الإجابات
- تم استخدام أوزان تراوحت بين (0-1)،وهي(أستخدم/لا أستخدم).

الجدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون في غرف الأخبار.

الأداة / التقنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
الحواسيب المحمولة	0.70	0.458	1
الحواسيب المكتبية	0.59	0.492	2
الحواسيب اللوحية (الآيباد)	0.27	0.443	3
الكاميرات الرقمية	0.27	0.447	3

تشير بيانات الجدول (3) إلى التقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون العاملون في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث جاءت (الحواسيب المحمولة) في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ(0.7). وتختلف هذه النتيجة مع دراسة التوام (2018) التي أفادت أنّ من المعدات والتقنيات التي يستخدمها الصحفي الشواحن في المرتبة الأولى تليها السماعات الخارجية ثم معدات الكاميرا.

وجاءت في المرتبة الثانية (الحواسيب المكتبية) بمتوسط حسابي بلغ (0.59)، وفي المرتبة الثالثة جاءت كل من (الحواسيب اللوحية، والكاميرات الرقمية) بمتوسط حسابي بلغ (0.27).

ويرى الباحثان أن هذه النتيجة قد تعود إلى أنّ الإمكانيات التي يقدمها الحاسوب المكتبي والحاسوب المحمول من الصعب الاستغناء عنها حتى الآن؛ لما تحتويه من برامج احترافية لتعديل الصوت أو الصورة، ومونتاج الفيديو، إضافة إلى تحرير النصوص ومعالجتها.

ثالثاً : طبيعة استخدامات الموبايل

- ما طبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين الأردنيين في غرف الأخبار؟
- تم استخدام أوزان تراوحت بين (0-1) وهي (أستخدم/لا أستخدم).

الجدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لطبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين

الاستخدام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
البث المباشر	0.38	0.487	3
تحرير ونشر المضامين	0.63	0.321	1
التقاط الصور	0.42	0.494	2
مونتاج الفيديوهات	0.23	0.424	4
متابعة الأخبار	0.03	0.174	5

تُشير بيانات الجدول (4) إلى أن طبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية هي (تحرير ونشر المضامين) في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (0.63) .وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نور (2020) والتي أفادت أن استخدام الموبايل في العمل الصحفي تمثّل في التدوين والنشر المباشر، وتختلف مع دراسة شاهين (2018)، ودراسة Jamil&Adjei (2019)، ودراسة Chadwick (2014)، والتي أفادت جميعها أن الصحفيين يستخدمون الهاتف المحمول لغايات عدة منها البث المباشر، وفي المرتبة الرابعة جاء (مونتاج الفيديوهات) بمتوسط حسابي بلغ (0.23)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Koponen(2009) والتي بينت أن الصحفيين اعتبروا الهواتف المحمولة مناسبة لالتقاط الصور وإنتاج مقاطع فيديو قصيرة على الإنترنت.

ويرى الباحثان أن استخدام الصحفي للموبايل في التحرير والنشر والتقاط الصور ومونتاج الفيديوهات، قد يعود إلى أن الصحفيين يتجهون إلى مفهوم الصحفي الشامل القادر على امتلاك المعلومة وتحريرها ونشرها وتدعيمها بالصورة والفيديو.

رابعاً :أبرز تطبيقات الموبايل

ما أبرز تطبيقات الموبايل التي تدعم العمل الصحفي؟

- تم استخدام أوزان تراوحت بين (0-1) وهي(أستخدم/لا أستخدم).

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز تطبيقات الموبايل التي تدعم العمل الصحفي.

	التطبيق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	++Camera	.48	.501	1
2	Periscope	.29	.456	5
3	Voice recorder	.48	.500	1
4	Instagram	.10	.303	10
5	iMovie	.36	.480	4
6	Gravie	.09	.281	11
7	Hyper Lapse	.05	.228	13
8	Evernote	.11	.308	9
9	Vyclone	.27	.443	6
10	Drop Box	.04	.194	15
11	Snapchat	.05	.228	13
12	Skype	.46	.499	3
13	Seene	.03	.163	16
14	JamSnap	.17	.378	8
15	Google Voice	.22	.414	7
16	social media	.07	.256	12
17	Other	.03	.163	16

تُشير بيانات الجدول (5) إلى أن أبرز تطبيقات الموبايل التي يستخدمها الصحفيون العاملون في المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تدعم عملهم (++Camera)و(Voice recorder)، في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (0.48). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة التوام (2018) التي بينت أن أبرز تطبيقات الهاتف المحمول استخداماً في العمل الصحفي هو التطبيق الخاص بالتقاط الصور(++Camera). وفي المرتبة الثالثة جاء تطبيق (Skype) بمتوسط حسابي بلغ (0.46) وفي المرتبة الرابعة جاء تطبيق (iMovie) بمتوسط حسابي بلغ (0.36)، وفي المرتبة الخامسة جاء (Periscope) بمتوسط حسابي بلغ (0.29)

ويرى الباحثان أن أغلب التطبيقات التي يعتمد عليها الصحفيون في غرف الأخبار هي تطبيقات متعلقة بالتصوير والتعديل والمونتاج وتسجيل الصوت، إضافة إلى تطبيقات التواصل. وقد يدل ذلك على أنّ الموبايل بتطبيقاته ومميزاته قادر على تقديم البديل للتقنيات المستخدمة في العمل الصحفي، حيث يعتبر الدور الذي يقدّمه من خلال هذه التطبيقات متكاملاً إلى حدّ بعيد، ابتداءً من الإعداد والمقابلة والتقاط الصور وحتى النشر.

خامساً: الفنون الصحفية

- ما أبرز الفنون الصحفية التي يتم إنتاجها باستخدام الموبايل؟
- تم استخدام أوزان تراوحت بين (0-1)، وهي (أستخدم/لا أستخدم).

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز الفنون الصحفية التي يتم إنتاجها باستخدام الموبايل.

	الاستخدام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	الأخبار	.75	.432	1
2	التقارير	.61	.490	2
3	المقابلات	.59	.492	3
4	التحقيقات	.26	.438	5
5	الإنفوجرافيك	.21	.406	7
6	الفيديو جرافيك	.31	.463	4
7	الكاريكاتير	.06	.235	8
8	الإعلان	.26	.438	5

تشير بيانات الجدول (6) إلى الفنون الصحفية التي ينتجها الصحفيون باستخدام الموبايل في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية، فقد جاءت (الأخبار) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (0.75) كأكثر الفنون الصحفية إنتاجاً عبر الموبايل، وجاءت في المرتبة الثانية (التقارير) بمتوسط حسابي بلغ (0.61)، فيما جاءت في المرتبة الثالثة (المقابلات) بمتوسط حسابي بلغ (0.59)، وفي المرتبة الرابعة (الفيديو جرافيك) بمتوسط حسابي بلغ (0.31)، أما في المرتبة الخامسة فجاء كل من (التحقيقات والإعلان) بمتوسط حسابي (0.26) وجاءت في المراتب الأخيرة على التوالي (الانفوجرافيك، الكاريكاتير) بمتوسطات حسابية بلغت (0.21) (0.06).

ويعني ذلك أن استخدام صحافة الموبايل في غرف الاخبار لم ينتج أشكالاً صحفية جديدة، بل عزز استخدام فنون كانت تستخدم في الأصل، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة نور (2020)، التي أفادت أنّ استخدام الموبايل أحدث تغييراً في معالجة المحتوى، حيث تم إنتاج أشكال صحفية جديدة اعتمدت على أسلوب السرد القصصي.

ويرى الباحثان أنّ اعتماد الصحفيين الأردنيين على إنتاج الأشكال الصحفية التقليدية عبر الموبايل ربما يعود إلى افتقارهم إلى الاحترافية في استخدام الموبايل وتطبيقاته التي تساهم في إنتاج أشكال صحفية جديدة.

سادساً: انعكاسات استخدام الموبايل

- ما دور الموبايل وانعكاسه على إنتاج المحتوى الإخباري داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية؟

الجدول (7): التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور الموبايل وانعكاسه في إنتاج المحتوى.

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف
	N	%	N	%	N	%	الحسابي	المعياري
الخروج عن الإطار التقليدي في إنتاج المضامين	206	80.5	35	13.7	15	5.8	2.75	0.555
زيادة الاهتمام بالإعلام الرقمي	215	84.0	13.3	13.3	7	2.7	2.81	0.456
سرعة الإنجاز	220	85.9	24	9.4	12	4.7	2.81	0.497
اعتماد أساليب جديدة في عرض المضامين	201	78.5	36	14.1	19	7.4	2.71	0.596
مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى	166	64.8	55	21.5	35	13.7	2.51	0.725
نقاء وزيادة جودة الصورة	141	55.1	80	31.3	35	13.7	2.41	0.720

تُشير بيانات الجدول (7) إلى انعكاسات استخدام الموبايل في إنتاج المحتوى من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وجاءت كل من (زيادة الاهتمام بالإعلام الرقمي) و(سرعة الإنجاز) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي(2.81)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة التوام (2018) والتي أفادت أن الهاتف المحمول ساهم في سرعة وسهولة إنجاز المهام، كما وافقت دراسة Jamil& Adjei(2019) التي أفادت أنّ غالبية العاملين في المؤسسات الصحفية يعتمدون على الهاتف في التغطية لعدة أسباب، منها التوزيع السريع للمعلومات. ويرى الباحثان أنّ انعكاس استخدام الموبايل المتجلي في الالتفات لأهمية الإعلام الرقمي وسرعة الإنجاز من خلاله قد يعود إلى أنّ الصحفي بات ملزماً بهذا النمط الإعلامي الجديد والتكنولوجيا الإعلامي

والتفاعل المستمر، ليكون قادراً على المنافسة.

وجاءت في المرتبة الثالثة (الخروج عن الإطار التقليدي في إنتاج المضامين) بمتوسط حسابي بلغ (2.75)، وجاءت في المرتبة الرابعة (اعتماد أساليب جديدة في عرض المضامين) بمتوسط حسابي بلغ (2.71)، وتتفق هذه النتيجة ودراسة Chadwick(2014) التي أفادت أن توظيف الموبايل في العمل الصحفي أدى لوجود صحفيين مختصين في إنتاج المحتوى المنشور عبر الإنترنت وإدارته.. وجاءت في المرتبة الخامسة (مشاركة الجمهور في صناعة المحتوى) بمتوسط حسابي بلغ (2.51)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Dube (2018) التي أفادت أن توظيف الموبايل في الصحافة أدى لاختلاف عملية جمع الأخبار بحيث أصبح الجمهور يسهم في المحتوى.

سابعاً: دوافع توظيف الموبايل

- ما دوافع توظيف صحافة الموبايل في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

الجدول (8): التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدوافع توظيف الموبايل في غرف الأخبار

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف
	N	%	N	%	N	%	الحسابي	المعياري
إمكانية التحكم والسيطرة على تدفق الأخبار	166	64.9	63	24.6	27	10.5	2.54	0.679
تحقيق سبق صحفي	203	79.3	40	15.6	13	5.1	2.74	0.542
سهولة حمل الموبايل وإمكانية الحركة بسرعة	241	94.1	12	4.7	3	1.2	2.93	0.299
إنتاج محتوى متكامل عن طريق الموبايل فقط	131	51.2	79	30.8	46	18.0	2.33	0.764
أرشفة المعلومات وإمكانية الرجوع إليها وتعديلها	166	64.8	61	23.9	29	11.3	2.54	0.691

تُشير بيانات الجدول (8) إلى أن دافع (سهولة حمل الموبايل وإمكانية الحركة بسرعة) جاء في المرتبة الأولى من بين دوافع توظيف الموبايل من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية، بمتوسط حسابي بلغ(2.93)، وتختلف هذه النتيجة وكُلاً من دراسة التوام (2018) التي أفادت أن دوافع استخدام الصحفيين للموبايل هي سرعة متابعة الأحداث. وتختلف كذلك مع دراسة الحنبلي (2013) والتي بينت أن أهم دوافع استخدام الصحفيين للموبايل الفورية في نقل الأحداث، والحصول على تغذية راجعة من الجمهور نتيجة التفاعلية التي يضفيها المحمول على العمل الصحفي. ويرى الباحثان أنّ هذه النتيجة قد تعود إلى أنّ المحمول يحتوي على العديد من التطبيقات التي قد يحتاجها الصحفي في عمله مما يمكنه من أداء عمله بشكل سهل وسريع، دون الحاجة الى معدات ثقيلة قد تعرقل عمله كما كان يحدث في السابق في أثناء تغطية الأحداث العاجلة.

وجاء في المرتبة الثانية دافع (تحقيق سبق صحفي) بمتوسط حسابي بلغ (2.74). وتتفق هذه الدراسة مع دراسة Chadwick (2014) التي أفادت أن استخدام الموبايل في العمل الصحفي يُسهم في تحقيق سبق صحفي. وفي المرتبة الثالثة جاء كل من دافع (أرشفة المعلومات وإمكانية الرجوع إليها وتعديلها، وإمكانية التحكم والسيطرة على تدفق الأخبار بمتوسط حسابي بلغ (2.54)، أمّا في المرتبة الأخيرة، فقد جاء دافع (إنتاج محتوى متكامل عن طريق الموبايل فقط) بمتوسط حسابي بلغ (2.33).

ثامناً :الصعوبات التي تواجه عملية توظيف الموبايل

- ما الصعوبات التي تواجه الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية الإخبارية في استخدامهم الموبايل في العمل الصحفي؟

الجدول (9): التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للصعوبات التي تواجه الصحفيين في استخدامهم الموبايل في العمل الصحفي.

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف
	N	%	N	%	N	%	الحسابي	المعياري
عدم اهتمام العاملين في المواقع بصحافة الموبايل	126	49.2	82	32.0	48	18.8	2.30	0.768
عدم وجود كوادر صحفية مدرّبة	162	63.3	63	24.6	31	12.1	2.51	0.703
حداثة صحافة الموبايل	175	68.4	47	18.3	34	13.3	2.55	0.718
صعوبات تتعلق بالجانب المادي	137	53.5	74	28.9	45	17.6	2.36	0.764
عدم وضوح الرؤية حول مستقبل صحافة الموبايل	144	56.3	71	27.7	41	16.0	2.40	0.750

تشير بيانات الجدول (9) إلى أن (حداثة صحافة الموبايل) أكثر الصعوبات التي تواجه الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.55) وتختلف هذه النتيجة مع دراسة التوام (2018) التي أفادت أن من أكثر المعيقات للصحفيين (ضعف البنية التحتية لخدمات الإنترنت في موقع الحدث.

وجاء في المرتبة الثانية (عدم وجود كوادر صحفية مدربة) بمتوسط بلغ حسابي بلغ (2.51)، بينما جاء في المرتبة الثالثة (عدم وضوح الرؤية حول مستقبل صحافة الموبايل) بمتوسط حسابي بلغ (2.40)، وفي المرتبة الرابعة (صعوبات تتعلق بالجانب المادي) بمتوسط حسابي بلغ (2.36). أما في المرتبة الأخيرة جاء (عدم اهتمام العاملين في المواقع بصحافة الموبايل) وبمتوسط حسابي بلغ (2.30).

ويرى الباحثان أن هذه الصعوبات المتجلية في حداثة صحافة الموبايل وعدم وجود كوادر مدربة قد تكونت نتيجة لتغير الممارسات التكنولوجية للعمل الصحفي، وبالتالي التغير في الصحافة التقليدية من حيث الأدوات والأساليب. وربما يعود ذلك إلى اعتقاد البعض أن صحافة الموبايل تتعلق باستخدام هاتف محمول واقتنائه فقط، وأن الأمر لا يتعلق بمدى إدراكهم وقدرتهم على القيام بالمهام المختلفة باستخدام تطبيقاته.

تاسعاً :إيجابيات توظيف الموبايل

- ما إيجابيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

الجدول (10): التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإيجابيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار .

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف
	N	%	N	%	N	%	الحسابي	المعياري
زيادة التنافسية بين وسائل الإعلام	225	87.9	23	9.0	8	3.1	2.85	0.439
تنوع المضامين	197	77.0	45	17.5	14	5.5	2.71	0.561
التغطيات التفسيرية للأحداث	146	57.0	69	27.0	41	16.0	2.41	0.751
زيادة المصداقية التي تضيفها خدمة البث المباشر	181	70.7	44	17.2	31	12.1	2.59	0.698
التحديث المستمر للأخبار	233	91.0	19	7.4	4	1.6	2.89	0.355
قلة التكلفة	219	85.5	30	11.7	7	2.7	2.82	0.414
التصوير بتقنية الدقة الفائقة	143	55.9	74	28.9	39	15.2	2.41	0.740
التفاعلية	216	84.4	31	12.1	9	3.5	2.81	0.475
سهولة الحركة	241	94.1	14	5.5	1	4.	2.94	0.258
إتاحة المجال للصحفيين لاكتشاف مهاراتهم في كتابة القصص وبثها بشكل فوري	170	66.4	60	23.4	26	10.2	2.56	0.672
التحول من الإعلام النصي للإعلام متعدد الوسائط	213	83.2	40	15.6	3	1.2	2.83	0.445
تحول غرف الأخبار من غرف تقليدية إلى غرف رقمية	204	79.7	42	16.4	10	3.9	2.76	0.513

تُظهر بيانات الجدول (10) أن (سهولة الحركة) تُعد أكثر الإيجابيات لصحافة الموبايل بالنسبة للصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.94)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة صلاح (2017) التي أفادت أن صغر حجم الموبايل ساعد في جعله أداة سهلة الحمل ويمكن استخدامها في المناطق التي من الصعب تأدية المهمة الصحفية فيها بسهولة. وجاء في المرتبة الثانية (التحديث المستمر للأخبار) بمتوسط حسابي بلغ (2.89)، وفي المرتبة الثالثة جاءت (زيادة التنافسية بين وسائل الإعلام) بمتوسط حسابي بلغ (2.85)، وفي المرتبة الرابعة (التحول من الإعلام النصي للإعلام متعدد الوسائط) بمتوسط حسابي بلغ (2.83)، وفي المرتبة الخامسة جاءت (قلة التكلفة) بمتوسط حسابي بلغ (2.82). وتتفق هذه النتيجة مع كُل من دراسة صلاح (2017) ودراسة Chadwick(2019)، اللتين أظهرتا أن الصحفيين يستخدمون الهاتف المحمول لميزانيته المنخفضة.

وجاءت في المرتبة السادسة (التفاعلية) بمتوسط حسابي بلغ (2.81)، تلاها (تحول غرف الأخبار من غرف تقليدية إلى غرف رقمية، تنوع المضامين، وزيادة المصداقية التي تضفيها خدمة البث المباشر) في المراتب من السابعة حتى التاسعة على التوالي وبمتوسطات حسابية تراوحت بين (2.76-2.59)، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة (التغطيات التفسيرية للأحداث، والتصوير بتقنية الدقة الفائقة) بمتوسط حسابي بلغ (2.41). ويرى الباحثان أن استخدام الهاتف في التغطية التفسيرية للأحداث قد لا يعتبر قيمة مضافة للموبايل، والسبب يعود لطبيعة هذه التغطية، والتي تحتاج إلى الفهم المتعمق للأحداث؛ إضافة إلى التحليل والربط، وهذا على عكس طبيعة صحافة الموبايل، التي تعتمد على السرعة في كتابة الأخبار ونقلها .كذلك فإن التصوير بتقنية الدقة العالية قد لا توفره معظم الهواتف الذكية كما في الكاميرات الرقمية والاحترافية.

عاشراً :سلبيات توظيف الموبايل

- ما سلبيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية؟

الجدول (11): التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لسلبيات توظيف الموبايل داخل غرف الأخبار.

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف
	N	%	N	%	N	%	الحسابي	المعياري
أزمة المصداقية الناتجة عن تقليل الشواغر للعاملين في غرف الأخبار	147	57.4	68	26.6	41	16.0	2.41	0.751
ضعف المحتوى المقدم نتيجة لزيادة الضغط على العاملين في تلك الغرف	138	53.9	71	27.7	47	18.4	2.36	0.774
فتح المجال لغير الصحفيين لممارسة المهنة (دخلاء المهنة)	202	78.9	36	14.1	18	7.0	2.72	0.587
عدم القدرة على استخدام الموبايل بحرفية	135	52.7	60	23.5	61	23.8	2.29	0.827
احتمالية فقدان المحتوى	151	59.0	64	25.0	41	16.0	2.43	0.753

تُشير بيانات الجدول(11) إلى أن (فتح المجال لغير الصحفيين لممارسة المهنة) من أكثر سلبيات صحافة الموبايل بالنسبة للصحفيين العاملين داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية من عينة الدراسة، حيث جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.72)، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة شاهين (2018) التي بينت أن صحافة المحمول زادت عبء العمل على الصحفيين المحترفين..

ويرى الباحثان أن الموبايل بتطبيقاته الحديثة خلق ما يسمى صحافة المواطن التي ربما فتحت المجال للهواة للدخول إلى مهنة الصحافة. ويعتقد الباحثان أنّ التحديثات الجديدة لما يسمى الإعلام الجديد (إعلام مواقع التواصل الاجتماعي) قد يكون أرضاً خصبة لدخلاء المهنة، مما يساهم في افتعال الشائعات والأخبار المغلوطة.

وقد جاءت في المرتبة الثالثة (احتمالية فقدان المحتوى) بمتوسط حسابي بلغ (2.43)، تلتها (أزمة المصداقية الناتجة عن تقليل الشواغر للعاملين في غرف الأخبار) بمتوسط حسابي بلغ (2.41). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علواني (2019) التي بينت أن من مشاكل صحافة الموبايل أزمة المصداقية نتيجة وجود أخبار مجهولة المصدر. وفي المرتبة الأخيرة جاء (عدم القدرة على استخدام الموبايل بحرفية) بمتوسط حسابي بلغ (2.29).

النتائج والتوصيات

فيما يلي أبرز النتائج التي توصّلت لها الدراسة:

- أنّ أهم التقنيات الحديثة التي يستخدمها الصحفيون العاملون في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية هي (الحواسيب المحمولة) التي جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ(0.7).
- أفادت النتائج أنّ طبيعة استخدامات الموبايل من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية تكمن في (تحرير ونشر المضامين) الذي احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (0.63).
- أكدت النتائج أنّ أبرز تطبيقات الموبايل التي يستخدمها الصحفيون من أفراد العينة وتدعم عملهم (Camera++) و Voice recorder) وقد احتل هذان التطبيقان المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (0.48)

- أظهرت النتائج أنّ الأخبار جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (0.75)، كأكثر الفنون الصحفية إنتاجاً عبر الموبايل.
- بينت النتائج أنّ دور الموبايل وانعكاسه على إنتاج المحتوى الإخباري داخل غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية تمثل في (زيادة الاهتمام بالإعلام الرقمي، سرعة الإنجاز)، فيالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ(2.81).
- أوضحت النتائج أنّ دافع سهولة حمل الموبايل وإمكانية الحركة بسرعة يعد من الدوافع الرئيسية لتوظيف الموبايل من قبل الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية..
- كشفت النتائج أنّ حداثة صحافة الموبايل أكثر الصعوبات التي تواجه الصحفيين العاملين في غرف الأخبار في المواقع الإلكترونية الإخبارية حيث جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.55).
- أفادت النتائج أنّ أهم إيجابيات صحافة الموبايل بالنسبة للصحفيين من عينة الدراسة سهولة الحركة حيث جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (2.94).
- أكدت النتائج أنّ أكثر السلبيات لصحافة الموبايل بالنسبة للصحفيين من عينة الدراسة تمثلت في فتح المجال لغير الصحفيين لممارسة المهنة (دخلاء المهنة).

التوصيات

وفي ضوء النتائج التي توصّلت إليها الدراسة، فإن الباحثين يوصيان بما يلي:

- الاهتمام بتدريب الصحفيين الأردنيين العاملين في غرف الأخبار وغيرها من المواقع داخل المؤسسات الإعلامية على اختلافها على صحافة الموبايل؛ لما لها من أثر على الأداء الصحفي.
- الاهتمام بتغيير طبيعة العمل الإعلامي في غرف أخبار وسائل الإعلام عموماً، وفي غرف الأخبار في المواقع الإخباريةخصوصا، بما يوائم التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام نظراً لتميز الوسائل الحديثة وانخفاض تكلفتها وسرعتها في نقل الحدث من الموقع.
- ضرورة استخدام الصحفيين للتقنيات الحديثة في العمل الصحفي، ومواكبة التطورات التي رافقت مجال الإعلام.
- الاهتمام بإنتاج أشكال صحفية متميزة تتماشى مع طبيعة صحافة الموبايل؛ كالسرد القصصي الرقمي، والفيديو جراف وغيرهما بما يعكس التميز في الطرح لدى الجمهور.
- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي وتدريسه لطلبة الصحافة والإعلام باعتباره شكلاً جديداً في مجال الصحافة، وذلك لمواكبةالتطورات في المؤسسات الإعلامية والصحفية.
- إن غياب الثقة في الإعلام يجعل الجمهور يفتش عن البديل. لذلك فإن على المؤسسات الصحفية والإعلاميةالعمل على كسب ثقة الجماهير من خلال الطرح المتسم بالمصداقية والشفافية لمنع غير الممارسين للمهنة من اعتلاء منصة الإعلام.
- إخضاع الممارسين للعمل الصحفي لدورات تدريبية، خاصة في مجال أخلاقيات العمل الصحفي؛ لمعرفة ما يجب وما لا يجب نشره.
- أهمية دعم المؤسسات الإعلامية بكوادر متمرسة وقادرة على تلبية متطلبات الإعلام الجديد، ودعمها مادياً لتغطية نقص المعدات الحديثة والتي لها أثرها الإيجابي في العمل الصحفي.
- القيام بدراسات حول أثر استخدام الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي في الإنتاج الإخباري.
- دراسة مدى تأثر الصحافة الورقية عن صحافة الموبايل، وكيفية تطويعه لخدمتها والحفاظ عليها.

Employment of Mobile Journalism within News Rooms on Jordanian News Electronic websites: A Field Study

Hatem Al-Alwneh and Tasneem Jaddou

Faculty of Media, Yarmouk University, Irbid, Jordan

Abstract

This study aimed to know how to use mobile journalism within news room on news websites, depending on the descriptive and analytical survey method. The study population consisted of journalists working within news rooms on news websites, by applied to a sample consists of (256) individuals; to achieve the goals of the study, the researcher relied on data-collection instrument, such which was questionnaire. The study reached several finding, most importantly: the nature of mobile uses by journalists working within newsrooms in news websites is (editing and publication) in the first place; with arithmetic mean of (0.63), and the study showed that (news) is the most productive art of journalism on mobile. The study revealed that the motive (ease of carrying a mobile phone and the ability to move quickly)came in the first place, with arithmetic mean of (2.93). the results showed that the most difficulties facing journalists working within news rooms in online news sites (newness of mobile journalism), as it came first with an arithmetic mean of (2.55). the study found that (ease of movement) is the most positive for mobile journalism for working journalists from sample study, as it came first; with arithmetic mean of (2.94) and the most obvious mobile applications that support journalism are)Voice recorde(Camera ++) in the first place, with an arithmetic mean of (0,48)

Keywords: Mobile and journalism, News websites, Newsrooms.

قائمة المراجع

المراجع العربية

إبراهيم، سعد، وحسين، حيدر (2019). دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة. **مجلة الدراسات الإعلامية**، ع(6)، العراق.

أبو عرجة، تيسير، وعبد الله، نسرين (2020)**." التحرير الصحفي الإخباري الورقي والإلكتروني"** ط (1).عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

أبو عرقوب، عمر (2019). **نموذج غرف الأخبار الذكية واستخدام الوسائل الاتصالية الحديثة فيه**. ورقة بحثية، معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، قطر.

أبو وردة، أمين.(2008). **أثر المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية على التوجه والانتماء السياسي** :طلبة جامعة النجاح أنموذجاً.رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

اسماعيل، بشرى.(2011). **مدخل الإعلام الجديد - المفهوم والنماذج**.مجلة الباحث العلمي، ع(14).بغداد.

بريك، أيمن.(2020)." دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا". **مجلة البحوث الإعلامية**، المجلد(6)، ع(54)، الرياض.

التوام، إبراهيم (2018). استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي.**المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ع(13)، مصر.

الحنبلي، وسام.(2013). الاستخدامات الإعلامية للوسائط المحمولة في مصر. **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، ع(1)، مصر.

الدعمي، غالب.(2019). دور صحافة الموبايل في تزويد الجمهور بالأخبار العاجلة، دراسة مسحية على جمهور مدينة بابل". **مجلة الباحث الإعلامي**.ع(31).العراق.

شاهين، سناء.(2018).دور صحافة المحمول في تطوير الممارسة الصحفية، **مجلة الدراسات الإعلامية**، ع(3)، السودان.

صابر، لامية، وغزالي، محمد.(2017).**دراسات في الإعلام الجديد** ط(1).عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

عامري، أحمد.(2019). " صحافة الموبايل"، (تاريخ الدخول: 15 كانون الأول 2020): RG.2.2.31942.11843/10.13140

العلواني، فاطمة، وآخرون.(2019). **دور صحافة الهاتف المحمول في رصد أخبار الأزمات**. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

قدواح، منال.(2015). الإعلام الجديد: خطوات واعدة نحو بروز مفهوم جديد للديموقراطية وآليات ممارستها رقمياً. **مجلة العلوم الإنسانية**، ع(43)، الجزائر.

نور، عزيزة.(2020). **استخدام صحافة المحمول في إثراء محتوى الإعلام**: الجزيرة أنموذجاً. **ورقة بحثية**، معهد الجزيرة للإعلام.قطر.

Arbic References in English

Ibrahim, Saad, and Hussein, Haider. (2019). *The role of mobile journalism in the shift towards consumption of mobile news. Journal of Media Studies*, p. (6), Iraq.

Abu Arja, Tayseer, and Abdullah, Nasreen. (2020). *Newspaper and electronic press editing, Vol*. (1). Amman: *Dar Al Masirah for publishing*, distribution and printing.

Abu Warda, Amin. (2008). *The impact of Palestinian news websites on the political orientation and affiliation of An-Najah University students as a model.* Unpublished Master's Thesis, College of Graduate Studies, An-Najah National University, Nablus.

Ismail, Bushra. (2011). *New media entrance concept and models*. *The Scientific Researcher*, p. (14), Baghdad.

Brik, Ayman. (2020). *The role of mobile phone journalism in educating the Saudi public about the developments of the Corona pandemic crisis. Journal of Media Research*, Volume (6), p (54), Riyadh

Al-Tawam, Ibrahim. (2018). *Egyptian journalists' use of mobile phone applications and its impact on their journalistic performance*. The Scientific Journal of Press Research, p.(13), Egypt.

7-Hanbali, Wissam. (2013). *Media uses of portable media in Egypt*. The Arab Journal of Media and Communication Research, p. (1), Egypt.

Al-Daami, Ghaleb. (2019). *The role of mobile journalism in providing the public with breaking news*, "a survey study on the audience of the city of Babylon". Journal of Media Researcher. P (31), Iraq.

Shaheen, Sana. (2018). *The role of mobile journalism in developing journalistic practice, Journal of Media Studies*, p (3), Sudan.

Saber, Lamiya, and Ghazali, Muhammad. (2017*). Studies in New Media*, i (1). Amman: *Dar Al-Alam Al-Alamy* for publishing and distribution.

Amri, Ahmed. (2019). *"Mobile Journalism"* (Accessed Date: December 15, 2020): 10.13140/RG.2.2.31942.11843

Al-Alwani, Fatima, and others. (2019). The *role of mobile phone journalism in monitoring crisis news*. *Unpublished Master's Thesis, Faculty of Social Sciences and Humanities*, University of Mohamed Boudiaf, Algeria.

Ghazi, Khaled. (2016). *The electronic press, commitment and looseness in discourse and subtraction*. (I 1). Arab Press Agency. Cairo: Egyptian Book House.

Kadwah, Manal. (2015*). The new media: promising steps towards the emergence of a new concept of democracy and the mechanisms for practicing it digitally*. Journal of Human Sciences, p (43), Algeria.

Noor, Aziza. (2020). *Using mobile journalism to enrich media content* - Al Jazeera as a model. Research paper, Al Jazeera Media Institute, Qatar.

English references

Acosta, S. A. (2004). *Latin American online journalism: An exploratory web-based survey for identifying international trends in print-affiliated sites*.

Bivens, R. K. (2008). The Internet, mobile phones and blogging: How new media are transforming traditional journalism. *Journalism Practice*, 2(1), 113-129.

Cameron , David.(2009). *"Mobile journalism: A snapshot of current research and practice".* From https://www.researchgate.net/publication.

Chadwick, N. (2014). Revolutionizing the newsroom: How online and mobile technologies have changed broadcast journalism. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 5.(1).

Dubey, R. (2018). Potential of Mobile Journalism in Indian Media Industry. *International Journal on Transformations of Media, Journalism & Mass Communication* (Online ISSN: 2581-3439), 3.(1)

. Hauer,T.(2017). Technological determinism and new media. *International Journal of English Literature and Social Sciences*,2(2),239174

Jamil, S., & Appiah-Adjei, G. (2019). Journalism in the era of mobile technology: The changing pattern of news production and the thriving culture of fake news in Pakistan and Ghana. World of Media: *Journal of Russian Media and Journalism Studies,* (3), 42-64.

Koponen, T., & Väätäjä, H. (2009, September). Early adopters' experiences of using mobile multimedia phones in news journalism. In: European Conference on Cognitive Ergonomics: Designing beyond the Product Understanding Activity and User Experience in Ubiquitous Environments (p. 2). VTT Technical Research Centre of Finland.

Westlund, O. (2013). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. Digital Journalism, 1(1), 6-26.

قائمة بأسماء المحكمين

اسم المحكم	الرتبة	الجامعة
أ.د علي نجادات	استاذ	كلية الإعلام/ جامعة اليرموك
د.أمجد القاضي	أستاذ مساعد	كلية الإعلام/ جامعة اليرموك
د.كامل خورشيد	أستاذ مشارك	كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط
أ.على الزينات	مدرس	كلية الإعلام/ جامعة اليرموك
أ.أحمد غنيم	صحفي	سكرتير تحرير الموقع الإلكتروني لصحيفة الغد

واقع الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وفق نموذج هوفستيد السداسي: دراسة حالة المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول

محمد أكلي علي عدمان * و مينة سليمان الوناس شهري * و مريزق محمد أرزقي عدمان *

تاريخ الاستلام 2021/07/11 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.8 تاريخ القبول 2021/11/10

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى الممارسات الثقافية السائدة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهدافها، وعلى استبانة النموذج السداسي لهوفستيد (الفعالية التنظيمية، الإطار المرجعي، فلسفة المنظمة، الانضباط الداخلي، التوجه نحو العملاء، الألفة) للإجابة عن أسئلتها، وعلى الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بنسخته (21) لتحليل بياناتها. أما بالنسبة لعينة الدراسة، فهي عينة عشوائية بسيطة تمثلت في (300) موظف من مجتمع بحث حجمه (1162) موظفا ينتمي إلى المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول بالجزائر. وكشفت النتائج عن وجود مستويات مختلفة للممارسات الثقافية وفقًا للأبعاد الستة المكونة للثقافة التنظيمية لنموذج هوفستيد، وكان أهمها بعد الانضباط الداخلي، يليه مباشرة بعد الفعالية التنظيمية. وأكدت النتائج كذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha\leq0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى الممارسات الثقافية السائدة في المؤسسة تعزى إلى المتغيرات (الجنس، والمؤهل العلمي، والخبرة)، في حين لم يسجل متغير (العمر) أي فروق تذكر. وفي الأخير، قدمت الدراسة مجموعةً من التوصيات أهمها ضرورة مواءمة أبعاد الثقافة التنظيمية مع التوجهات الاستراتيجية للمؤسسة، آخذين بعين الاعتبار توجهات الموظفين فيها.

الكلمات المفتاحية: الثقافة التنظيمية، نموذج هوفستيد السداسي، المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

المقدمة

تطورت نظرية المنظمة منذ بداية أعمال تايلور وإلى غاية الثمانينيات من القرن الماضي، مركّزةً على الجانب العقلاني الذي ما لبث أن ظهرت نقائصه مع بروز ظواهر تنظيمية لم يتمكن الباحثون من تفسيرها. وانتقل بعدها التحليل ليشمل أحد المفاهيم الأنثربولوجية التي تتلخص في مفهوم الثقافة التي اتخذتها المقاربة الموقفية كعامل من عوامل التأثير في النظرية التنظيمية للمنظمة دون أن توضح مدى تأثير هذا العامل بالضبط.

لهذا ركزت نظرية المنظمة بعد تبني مفهوم الثقافة على مفهوم جديد هو الثقافة التنظيمية، وعلى أثارها التأسيسية فيما يتعلق بالحياة الداخلية لأعضاء المؤسسة، والمعاني التي ينسبونها إلى الحياة التنظيمية، وبناء وصيانة الهياكل الاجتماعية داخلها؛ إذ يتلخص الهدف الرئيسي وراء اعتماد نظرية المنظمة لهذه المقاربة المبنية على مفهوم الثقافة في ضبط طريقة تفكير وسلوك الأفراد داخل المؤسسة، والوصول بهم إلى مرحلة يكون فيها سلوكهم منسقًا ومنظمًا لا إراديًا في مواجهة مختلف المواقف اليومية.

كذلك فإن دراسة السمات والأبعاد الرئيسية لأي ثقافة تنظيمية تعتمد على مدخلين هما: **المدخل الكيفي:** الذي يعكس بصورةٍ أساسية وجهة نظر أعضاء المؤسسة؛ فالباحث في المدخل الكيفي للثقافة يرتكز عمله أساسًا على الملاحظة المعمقة لسلوك الموظف، التي تؤدي إلى فهم التفاصيل الدقيقة للحياة اليومية داخل المؤسسة، لكن يتميز هذا المدخل بنقاط ضعف

© جميع الحقوق محفوظة لمجلة أبحاث اليرموك، "سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية"، جامعة اليرموك،2022.

* المدرسة العليا للتجارة (القليعة)، الجزائر.

أبرزها أن الأبعاد الثقافية التي تحدد بيئةً تنظيمية معينة تكون ذات خصائص مميزةٍ لها فقط ولا يمكن ربطها مع بيئة أخرى. كما أن هذا المدخل لا يسمح بتقديم معلومات عن العلاقة القائمة بين الثقافة التنظيمية ومتغيراتٍ أخرى داخل البيئة الداخلية للمؤسسة مثل الأداء التنظيمي والسلوك التنظيمي، بالإضافة إلى عدم إمكانية تعميم النتائج المتوصل إليها، وحصرها في المؤسسة محل الدراسة فقط، وأهم نقطة ضعف هي أن هذا المدخل يستهلك الكثير من الوقت والتكاليف في سبيل جمع المعلومات وتحليلها. أما **المدخل الكمي**: فيعتمد أساسًا على الاستمارة أو ما يسمى بالإستبيان كأداة أساسية لدراسة الأبعاد الثقافية في المؤسسة، ما يسمح بتعميم النتائج المتوصل إليها، وكذا إجراء مقارنةٍ بينها وبين المؤسسات الأخرى، بالإضافة إلى التوصل لفهم العلاقات القائمة بين الثقافة في المؤسسة والمتغيرات الأخرى، كما أنه يعطي فرصةً لاختبار الفرضيات والمقارنة بينها لكن، وبالرغم من أن المدخل الكمي يقدم نتائج متميزةً لكل باحثٍ يسعى لدراسة الثقافة التنظيمية، فإنه يملك جملةً من نقاط الضعف أهمها أنه يسعى لتصنيف الثقافة وليس للفهم المعمق لها، وكذا فإنه يفتقر لفرصة تطوير نظرياتٍ جديدةٍ في مجال الثقافة.

وقد أكدت العديد من الدراسات والأبحاث النظرية والتطبيقية على أهمية العلاقة الرّابطة الموجودة بين الثقافة التنظيمية والأداء الوظيفي والنجاح المؤسسي، من منطلق فكرة رئيسية مفادها أن الثقافة التنظيمية يمكن أن تكون أكثـر من مجرد وسيلة تأثيرية على المنظمات والمؤسسات الإنتاجية والخدمية، و إنما يمكن لها أن تكون رصيداً استراتيجيًا قيمًا يزيد من القدرة التنافسية، بدلالة كونها آليةً من آليات البناء المنظمـي الفعال الذي يساهم بشكل كبير في تعزيز علاقتها بالمستفيديـن وتطويـر عملياتها الداخلية، ثم مواجهة التغيـرات البيئية الخارجية بنجاح واقتناص فرصها وعليه يمكن القول إن تحسين أداء المنظمة يخضع للعديد من المتغيرات التي تتحكم بصياغته، ومن أبرزها الثقافة التنظيمية التي تشكل عنصراً فعالًا في بناء وتعزيز أداء المؤسسة. ناهيك عن أن فهم أهم الممارسات الثقافية السائدة في المؤسسة يعبّد الطريق أمام الإدارة العليا من أجل خلق النموذج الاستراتيجي المناسب الذي يلائم المؤسسة ويقويها، كما أن فهم أبعاد وسمات الثقافة التنظيمية يمكّن من إعادة توجيهها بما يناسب المؤسسة ومكانتها في السوق بغض النظر عن نوعها وحجمها (Al-Taie, 2017). وبناءً على هذا الأساس، جاءت هذه الدراسة لتحاول التعرف إلى أهم الممارسات الثقافية السائدة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وبالتحديد واقع الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول التي تعد واحدة من بين أهم وأنجح المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الناشطة في القطاع الخاص، وفرعًا من فروع مجمع سيفيتال الذي يضم عدة مؤسساتٍ تنشط في قطاعاتٍ مختلفة وتعتبر المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول اليوم من بين أوائل المؤسسات الإفريقية الرائدة في صناعة الزجاج؛ إذ فرضت نفسها سريعًا في عالم صناعة الزجاج ابتداءً من أول سنة لإنشائها الذي كان في عام 2007. فقد نقلت الجزائر من بلد مستورد للزجاج المسطح بنسبة 100% إلى بلد مصدر لهذه المادة، مع تغطية للطلب المحلي تفوق نسبة 90%. ولأنّها ركزت في إنتاجها على نوعين رئيسيين من الزجاج هما الزجاج الموجه للبناء والأشغال الكبرى، والزجاج الموجه لإنتاج الأدوات الكهرومنزلية، فإن هذا الأمر جعلها رائدة على الساحة الدولية، وخاصة الإفريقية، من خلال زيادة نشاطاتها التصديرية إلى الدول المغربية كتونس والمغرب وليبيا، وكذا إلى الدول الجنوب أوروبية كإسبانيا وإيطاليا وفرنسا والبرتغال. كما تجدر الإشارة إلى أن المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول قد حضيت بقفزة نوعية في مستوى صادراتها، وبالتالي أرباحها، ابتداءً من سنة 2017 بسبب فتح خطوط بحرية جديدة للشحن تزامنت مع زيادة الطلب على منتجاتها التي تميزت بجودتها العالية وأسعارها المنافسة.

إشكالية الدراسة

وعليه، وأخذًا بعين الاعتبار للمكانة المميزة التي تحظى بها المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول اليوم على الساحة الوطنية والدولية، والتي وصلت إليها كنتيجة طبيعية لامتلاكها للقوة التنافسية والمؤهلات الضرورية لتذليل التحديات اليومية، فإن الباحثين اتجهوا لجعلها وجهة دراسية لفهم حيثيات وتفاصيل ثقافتها التنظيمية، وبشكل خاص فهم ماهية التصرفات والممارسات والسلوكيات اليومية التي ينتهجها العاملون فيها حتى استطاعوا إيصالها إلى هذا المستوى من التفوق والنجاح، وبالتالي العمل على تعميم تجربتها لتشمل غيرها من المؤسسات الخاصة والعامة، الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، ولتحقيق ذلك، قرر الباحثون الاستعانة بنموذج هوفستيد السداسي لقياس الثقافة التنظيمية باعتباره واحدا من أهم النماذج على الساحة

العلمية والأكاديمية؛ فهو يساعد على كشف وفهم السلوكيات والممارسات الثقافية داخل الأماكن المهنية. وبناءً على ذلك، قرر الباحثون طرح الإشكالية الموالية:

هل يمكن للنموذج السداسي لجيرت هوفستيد أن يساعدنا في رصد واقع الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول؟

أسئلة الدراسة

انطلاقا من إشكالية الدراسة، تم اشتقاق الأسئلة التالية:

- ما مستوى الممارسات الثقافية السائدة في **المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول** باستخدام نموذج هوفستيد السداسي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارستهم أبعاد الثقافة التنظيمية في **المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول** تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية: (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة)؟

أهداف الدراسة

- تسليط الضوء على مفهوم الثقافة التنظيمية في أوساط المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وذلك بالاعتماد على النموذج السداسي لـ هوفستيد.
- التعرف إلى مستوى ممارسة العاملين في **المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول** لأبعاد الثقافة التنظيمية حسب النموذج السداسي لـ هوفستيد.
- التعرف إلى الاختلافات في تقدير المبحوثين (العمال) للممارسات الثقافية السائدة في **المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول** باختلاف المتغيرات الشخصية والوظيفية: (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة).

أهمية الدراسة

- تكتسب هذه الدراسة أهميةً خاصةً على المستوى النظري؛ لأنها تعد واحدةً من الدراسات القليلة في الجزائر (حسب علم الباحثين) التي تناولت موضوع الثقافة التنظيمية بالاعتماد على النموذج السداسي للثقافة التنظيمية المقترح من طرف هوفستيد، والذي يتناول موضوع الثقافة التنظيمية من خلال دراسة وتحليل الممارسات التي يُظهرها الأفراد العاملون داخل المنظمة، وليس من خلال قياس قيمهم واتجاهاتهم التي جلبوها معهم من مجتمعهم، من منطلق أن الممارسات عادةً ما تكون واضحةً ومرئيةً، ويمكن السيطرة عليها وتوجيهها بسهولةٍ، مقارنةً بالقيم والتوجهات غير المرئية التي عادةً ما يصعب السيطرة عليها أو تغييرها.
- كما تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية القطاع الذي تناولته، وهو قطاع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛ فقد اختار الباحثون واحدةً من بين أهم مؤسسات القطاع الخاص، وهي المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول، التي تعد رائدةً في هذا المجال على مستوى السوق الجزائري والدولي، مما يُسهم في رفع الصادرات خارج نطاق المحروقات، وبالتالي الزيادة في الدخل القومي الوطني.
- تسعى الدراسة لمحاولة لفت أنظار المسؤولين في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمراعاة وفهم سلوكيات وردود أفعال العمال فيها، من خلال الكشف عن الثقافة التنظيمية السائدة لديهم والمتغيرات الشخصية والوظيفية المؤثرة فيها، وبالتالي إمكانية توجيه سلوكهم للسبل التي تؤدي إلي تحسين فعالية وكفاءة أدائهم وتحقيق أهداف مؤسساتهم.
- تقدم هذه الدراسة للمسؤولين إطاراً نظرياً يمكن من خلاله الإلمام بالمتغيرات المرتبطة بالثقافة التنظيمية، وذلك بالاعتماد على النموذج السداسي للثقافة التنظيمية المقترح من طرف هوفستيد.

- تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة العربية بموضوع جديد ومفيد لمتخذي القرار والباحثين الأكاديميين والطلبة الجامعيين باعتبارها استجابةً لما أوصى به كثيرٌ من الباحثين السابقين في مجال الثقافة التنظيمية.
- تفيد هذه الدراسة متخذي القرارات، وتزودهم بالمعلومات اللازمة لتحسين نوعية قراراتهم بشكل يحسن من ثقافة العاملين لديهم ويزيد من مستوى ولائهم لمؤسساتهم وحتى أدائهم فيها.

حدود الدراسة

- **الحدود الموضوعية**: اقتصرت الدراسة الحالية في جمع البيانات الأولية على أداة الاستبانة.
- **الحدود المكانية:** تم تطبيق هذه الدراسة على المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول في الجزائر.
- **الحدود البشرية**: امتدت الدراسة لتشمل العاملين كافة في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول.
- **الحدود الزمنية**: تم تطبيق هذه الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2019.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

البعد الأول: الفعالية التنظيمية (Organizational Effectiveness)

يتعلق هذا البعد بمدى تحقيق المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول لأهدافها من خلال تطبيق استراتيجيتها، ويظهر من خلال تركيزها على إنجاز أعمالها وتحقيق نتائجها المسطرة في الآجال المحددة.

البعد الثاني: الإطار المرجعي (Focus)

يتعلق هذا البعد بالأساليب والقناعات التي يستخدمها الأفراد العاملون داخل المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول في التعامل مع بعضهم البعض ومع عملائهم؛ وإلى أي مدى يمكن أن يتمسكوا بالمهنية والرسمية عند اتخاذ قراراتهم وتعاملاتهم الوظيفية دون التأثر بمشاعرهم ومرجعيتهم الدينية العقائدية.

البعد الثالث: فلسفة المنظمة (Management Philosophy)

يتعلق هذا البعد بالفلسفة الإدارية داخل المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول، التي تتبناها الإدارة العليا في كيفية التعامل مع الموظفين والعمل، والتي تظهر من خلال مدى توجه المسؤولين لديها إلى الاهتمام بالموظفين وتحفيزهم إلى جانب الأخذ بآرائهم وإشراكهم في القرارات التي تخص عملهم.

البعد الرابع: الانضباط الداخلي (Control)

يتعلق هذا البعد بمقدار تقيد وتمسك الأفراد العاملين في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول بقواعد وإجراءات نظام الرقابة الداخلي، الذي يظهر من خلال قبولهم واحترامهم لجميع الإجراءات والقواعد والأساليب والطرق التي تنفّذ بها المهام والأعمال بشكل دقيق.

البعد الخامس: التوجه نحو العملاء (Customer Orientation)

يتعلق هذا البعد بكيفية تفاعل المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول مع طلبات العملاء، وإلى أي مدى هي قادرة على أن تكون مبادرة ومبدعة وديناميكية لتواكب حاجات وطلبات عملائها، من أجل تحقيق ميزتها التنافسية، وبالتالي المحافظة على أسبقيتها في السوق.

البعد السادس: الألفة (سهولة الوصول) (Approachability)

يتعلق هذا البعد بمقدار الألفة داخل المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول التي تظهر من خلال مدى اعتبار الموظفين أن المؤسسة بيتهم الثاني وأن الرابط الذي يعزز تماسكهم معها ومع زملائهم هو الثقة المتبادلة، وسهولة حصولهم على المساعدة والدعم والتوجيه المناسب.

الإطار النظري

ماهية الثقافة التنظيمية

لقد اهتم الباحثون بموضوع الثقافة التنظيمية لأكثر من (60) عاماً. و رغم ذلك، لا يزال مجال دراستها مثيراً للاهتمام إلى يومنا هذا. ويرجع السبب في ذلك إلى مفهوم الثقافة في حد ذاته، الذي يعتبر مفهوماً قابلاً لإعادة التشكل ليخص كل مؤسسة على حِدة، حيث يسمح بفهم جانبها البشري الذي يشكّلها ويميزها عن بقية المؤسسات. و يعد (Jaques) أول باحث اعتنى بمفهوم الثقافة في إطار المنظمة من خلال دراسة تطورات الحياة الاجتماعية فيها ضمن المجتمع الصناعي وفهم دوره في تشكيل الثقافة السائدة في المنظمة وبالتالي تحديد أثرها على الإنتاجية (Kassem & Ajmal, 2019) ، لتليه بعد ذلك دراسات بحثية وتحليلية مكثفة وعديدة عن مفهوم الثقافة داخل المنظمة فاق عددها (4600) بحث منشور بين سنتي (-2011 1980) فقط (Hartnell & Kinicki, 2011). وهذا ما جعل الباحثين يستمرون في تقديم التعريفات وتطوير التفسيرات الجديدة للثقافة التنظيمية وتصورها بطرق مختلفة؛ بداية من (Pettigrew) الذي اعتبارها جزءً رئيسيا من النسيج الاجتماعي بحيث تشكل نظاماً ذا معنى مقبول علناً وبشكل جماعي يعمل لصالح مجموعة معينة في وقت معين (Kassem & Ajmal, 2019)، ليليه (Schein) الذي أوضح أن الثقافة التنظيمية ما هي إلا نمط من المعايير والقيم والمعتقدات والافتراضات والمواقف التي يتشارك فيها أعضاء التنظيم وتؤثر على سلوكهم داخل المنظمة (Schein, 2017)، وصولا إلى (Hofstede) الذي ذهب أبعد من ذلك، حيث وصف الثقافة التنظيمية بأنها برمجة ذهنية جماعية مشتركة تميز أفراد منظمة ما عن غيرها، اكتسبها أعضاؤها في أثناء معالجة مشاكل التكيف الخارجي والتكامل الداخلي، و تسهم في توجيه تفكيرهم وإدراكهم وشعورهم وسلوكهم وممارساتهم عند التفاعل مع بعضهم البعض ومع العملاء ومع أصحاب المصالح (Hofstede, 2004).

وفي هذا السياق، يفرق (Hofstede) بين الثقافة التنظيمية (Organizational Culture) والثقافة الوطنية (National Culture) باعتبارهما ظاهرتين متمايزتين. فعلى المستوى القومي، تتمثل الفروق بين دولة وأخرى في القيم(Values)، بينما تعكس الممارسات (Practices) الفروق بين منظمة وأخرى؛ أي أن قيم العاملين في منظمات الأعمال ترتبط إلى حد كبير بثقافاتهم الوطنية، بينما ترتبط ممارسات العمل لديهم بالثقافة التنظيمية لتلك المنظمات. ومن هذا المنظور، يحصر هوفستيد (Hofstede) التأثير الرئيسي لقيم مؤسسي منظمات الأعمال وقادتها الرئيسيين، التي تلعب دورا في تشكيل الثقافات التنظيمية لهذه المنظمات وتظهر بشكل جلي في الممارسات المشتركة (Shared Practices) لعمالها، وليس في قيمهم (Adel,2004).

نجد عند رجوعنا للأدبيات المتعلقة بالثقافة التنظيمية أن أغلب الباحثين اتفقوا على وجود أربعة مكونات أساسية لها هي؛ الرموز (صور، كلمات، إيحاءات، لباس)، والأشخاص المؤثرون (الأشخاص ذوو المكانة الذين يمثلون قدوة ونموذجا للأخرين)، والطقوس (أنشطة مميزة ذات أثر اجتماعي ثقافي جوهري)، وأخيرا القيم (وهي تصورات من شأنها أن تفضي إلى سلوك تفضيلي، كما تعتبر بمثابة معايير للاختيار من بين البدائل السلوكية المتاحة للفرد في موقف ما).

وعلى العكس من ذلك، نجد أن الباحث (Hofstede) كان المعارض الوحيد لذلك التقسيم، حيث أكد أن الثقافة التنظيمية لا تضم (القيم)، وإنما تقتصر في تكوينها فقط على الممارسات التي تظهر بشكل جلي في (الرموز، والأبطال، والطقوس)، ولهذا تعد الثقافة التنظيمية الجزء المرئي من الثقافة، بينما تمثل (القيم) الجزء غير المرئي من الثقافة (Adel, 2004). وبناءً على هذا التفسير، اتجه الباحث (Hofstede) إلى إبراز الدور المركزي والرئيسي للممارسات في بناء مفهوم الثقافة التنظيمية، الأمر الذي جعله يعارض بشكل واضح وصريح الإتجاه العام والسائد في الأدبيات الإدارية المعتقد بأن (القيم المشتركة) هي محور الثقافة التنظيمية.

ومن هذا المنطلق، أكد (Hofstede) أن القيم هي أكثر تجذرا من الممارسات لدى الأفراد العاملين، لهذا يصعب تغييرها أو التعامل معها، في الوقت الذي يمكن فيه التدخل في الممارسات والتصرفات وإحداث تغييرات فيها فقط بتطبيق خطة مرتبة وممنهجة تستوعب كل مكوناتها وتطال كل أبعادها (Hofstede, 2004).

لهذا يمكن أن نقول إن الثقافة التنظيمية تعطي للمؤسسة صبغة خاصة تجعلها تختلف عن المؤسسات الأخرى، كونها (أي الثقافة التنظيمية) نتاج ما اكتسبه الأفراد من أنماط سلوكية وطرق تفكير وقيم وعادات واتجاهات ومهارات تقنية (يكتسبونها من الثقافة السائدة في المحيط الخارجي) قبل انضمامهم للمؤسسة التي ينتمون إليها، ثم تضفي المنظمة على ذلك النسق الثقافي لمنسوبيها من خصائصها واهتماماتها وسياساتها وأهدافها وقيمها، الأمر الذي يحدد شخصية المنظمة، ويميزها عن المنظمات الأخرى.

نماذج هوفستيد الثقافية

تدور فكرة نموذج هوفستيد حول البحث عن وصفٍ أكثر شمولية وواقعية للثقافة السائدة في المنظمة، حيث يرى أن ثقافة المنظمة هي تمثيل لثقافة المجتمع الذي توجد فيه التي أطلق عليها اسم الثقافة الوطنية. لهذا يرى أن الثقافة الوطنية تؤثر في سلوك المنظمات، وبالتالي في ثقافتها التنظيمية؛ إذ بيّن أن هناك خصائص ثقافية تسود المنظمات وتميزها عن باقي المنظمات في البلدان والقوميات الأخرى و ترتبط بشكل مباشر بقيم مجتمعاتها، في حين توجد ممارسات ثقافية أخرى تسود المنظمات وتفرقها عن باقي المشروعات في نطاق البلد والقومية الواحدة، وتكون عادةً أكثر وضوحاً وتظهر في شكل الرموز والشخصيات المؤثرة (الأبطال) والطقوس (Hofstede, 2001). وانطلاقًا من هذا الأساس، طوّر هوفستيد مع زملائه سنة (1980) مقياسًا للثقافة الوطنية تكون من خمسة أبعاد رئيسية هي؛ بعد تباعد السلطة، وبعد تجنب عدم اليقين، وبعد الجماعية والفردية، وبعد الذكورة والأنوثة، وأخيرا بعد التوجه طويل الأجل وقصير الأجل. وأتبعه لاحقا سنة (1990) بمقياس أخر أسماه **مقياس الثقافة التنظيمية** (وهو الأداة المستعملة في هذه الدراسة) ويتكون من ستة أبعاد رئيسية أخرى مختلفة هي؛ بعد الفعالية التنظيمية، وبعد الإطار المرجعي، وبعد فلسفة المنظمة، وبعد الانضباط الداخلي، وبعد التوجه نحو العملاء، وبعد الألفة وسهولة الوصول (Hofstede, 2010).

أبعاد هوفستيد للثقافة التنظيمية

توصل (Hofstede) وزملاؤه إلى بناء نموذج كامل يصف الثقافة داخل المنظمة، من خلال ستة أبعاد مستقلة تصف الممارسات التنظيمية في المنظمات، وذلك بعد دراسة ميدانية مطولة وواسعة شملت (20) وحدة تنظيمية في عشر منظمات أعمال هولندية ودنماركية. وفيما يلي توضيح مختصر لتلك الأبعاد (Hofstede, 1990).

البعد الأول: الفعالية التنظيمية (Organizational Effectiveness)

يتعلق هذا البعد بكيفية تحقيق المنظمة لأهدافها واستراتيجيتها، ويظهر سواءً في اهتمام الإدارة العليا بكيفية وطريقة تنفيذ العمل (عمليات وخطوات وطرق)، أو في اهتمامها بما ينجز في العمل (نتائج). لهذا فإن هذا البعد يتعلق بشكل مباشر بمدى كون المؤسسة ذات فعالية تنظيمية من عدمه.

البعد الثاني: الإطار المرجعي (Focus)

يتعلق هذا البعد بالأساليب والقناعات التي تستخدمها المنظمة في التعامل مع بيئتها وعملائها؛ بمعنى آخر الطريقة التي يتعامل بها الأشخاص في المؤسسة مع العالم الخارجي بشكل عام. لهذا فإن هذا البعد يتعلق بشكلٍ مباشر في كيفية النظر للعالم الخارجي؛ هل هو مثير للاهتمام أم مصدر للتهديد؟

البعد الثالث: فلسفة المنظمة (Management Philosophy)

يتعلق هذا البعد بالفلسفة الإدارية داخل المنظمة التي تتبناها الإدارة العليا في كيفية التعامل مع الموظفين والعمل؛ بمعنى آخر الفلسفة التي تتبناها المؤسسة في مسألة تحقيق التوازن بين الحياة الشخصية والحياة المهنية. لهذا فإن هذا البعد يتعلق بشكل مباشر بفلسفة المؤسسة وعقليتها.

البعد الرابع: الانضباط الداخلي (Control)

يتعلق هذا البعد بمقدار تقيّد وتمسّك المنظمة بقواعد وإجراءات نظام الرقابة الداخلي، ويظهر من خلال اهتمام الإدارة بجميع الإجراءات والقواعد والأساليب والطرق التي تنفَّذ بها المهام والأعمال، والتركيز على مدى تطابقها مع الإجراءات والقواعد والأساليب والطرق المعتمدة لهذا فإن هذا البعد يتعلق بشكلٍ مباشرٍ بمدى التوجه نحو التمسك بقواعد وأسس الضبط الداخلي من عدمه.

البعد الخامس: التوجه نحو العملاء (Customer Orientation)

يتعلق هذا البعد بكيفية تفاعل المنظمة مع طلبات العملاء و يتحقق بالمعرفة الحقيقية لهم من خلال الفهم العميق لحاجاتهم ورغباتهم وحتى توقعاتهم الحالية والمستقبلية والتصرف وفقا لها لهذا فإن هذا البعد يتعلق بشكلٍ مباشرٍ بمدى التوجه نحو العملاء من عدمه.

البعد السادس: الألفة (سهولة الوصول) (Approachability)

يتعلق هذا البعد بمقدار الألفة داخل المنظمة التي تدرك من خلال إمكانية وسهولة الوصول إلى قادة ومديري وموظفي المؤسسة من قبل الغرباء، سواء الوافدين الجدد أو الزوار أو الزبائن لهذا فإن هذا البعد يتعلق بشكلٍ مباشرٍ بمدى انفتاح المنظمة من عدمه.

الدراسات السابقة

أشارت نتائج المسح المكتبي للأدبيات والدراسات السابقة ندرة وجود الدراسات المركّزة على **نموذج هوفستيد السداسي للثقافة التنظيمية** بشكل مباشر لذلك حاولنا توظيف ما جاء في الدراسات السابقة القريبة من موضوع الدراسة قدر الإمكان لتحقيق أهدافها. وفيما يلي عرض موجز لأهم الدراسات العربية والأجنبية المتوفرة.

الدراسات العربية

- دراسة **(Al Mheiri & Zakaria, 2014)** سعت إلى استكشاف تأثير الثقافة التنظيمية على سلوك مشاركة وتبادل المعرفة، وذلك بتطبيق الدراسة في هيئة المياه والكهرباء في إمارة دبي. وقد تناولت هذه الدراسة العديد من الأبعاد الثقافية المختلفة التي تم تقديمها بواسطة هوفستيد وقد توصلت الدراسة إلى اكتشاف أبعاد الثقافة التنظيمية التي يمكن أن تقدم رؤى نظرية لسلوكيات مشاركة المعرفة بين الموظفين في المنظمات. كما اقترحت الدراسة سمات وممارسات للثقافة التنظيمية تسهل مشاركة المعرفة على أفضل وجه من جهة، وأخرى تُعيقها من جهة أخرى.

- هدفت دراسة **(Adel, 2004)** إلى بلورة أنماط الثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال الأردنية استناداً إلى منهجية هوفستيد التي تقيس إدراك العاملين للممارسات التنظيمية الفعلية. وشملت الدراسة 15 منظمة أعمال رئيسة موزعة بالتساوي بين القطاعات الثلاثة (الخدمات، والبنوك، والصناعة)، حيث بلغ حجم عينة الدراسة 368 فرداً. وقد بينت النتائج أنه يغلب في نمط الثقافة التنظيمية السائد في منظمات الأعمال الأردنية التركيز على النتائج، والوظيفة، والمهنة، والانفتاح، والرقابة المحكمة، والسلوك البراغماتي. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين لأبعاد الثقافة التنظيمية تعزى لكل من الجنس، والعمر، والتعليم، والتخصص العلمي، والخبرة، والمستوى الإداري، وحجم المنظمة وعمرها، لكن بدرجات متفاوتة في القطاعات الثلاثة. كذلك أكدت الدراسة أنه توجد أوجه من التشابه في الممارسات التنظيمية في منظمات الأعمال الأردنية في القطاعات الثلاثة. أما التوصيات، فقد ركزت على السبل التي تمكن منظمات الأعمال الأردنية من مواءمة ثقافاتها التنظيمية لتلائِم بناء استراتيجياتها وتطوير تنظيماتها ومواكبتها التطورات المعاصرة.

الدراسات الأجنبية

- هدفت دراسة **(Ariunaa, 2018)** إلى قياس أبعاد الثقافة التنظيمية في أولان باتور عاصمة جمهورية منغوليا، وذلك اعتماداً على النموذج السداسي لـ هوفستيد. وقد شملت الدراسة 1106 موظفين من 21 مؤسسة في ثلاثة قطاعات خدمية بمنغوليا (**قطاع الاتصالات الخلوية، وقطاع التعليم، والقطاع المصرفي**). وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تحديد الخصائص الثقافية للمنظمات المنغولية من خلال تحديد نقاط القوة لقطاعات الخدمات الثلاثة سابقة الذكر في منغوليا.

- رمت دراسة **(Zeqiri et al., 2016)** إلى دراسة أبعاد الثقافة التنظيمية وفق النموذج السداسي لـ هوفستيد لدى أعضاء هيئة التدريس في كلية الاقتصاد وإدارة الأعمال في جامعة الجنوب الشرقي الأوروبية الخاصة بجمهورية مقدونيا. وقد كشفت النتائج أنه لا يمكن تكوين ثقافة جامعية من قبل الأفراد، وإنما يتم تشكيلها بشكل جماعي من خلال قبول القيم التي تلعب دوراً حاسماً في خلق وبناء ثقافة جامعية أولا وقبل كل شيء. كما كشفت النتائج فيما يخص بعد الفعالية التنظيمية أن الجامعة تركز بشكل أكبر على تحقيق أهداف ونتائج محددة. أما فيما يخص بعد التوجه نحو العملاء، فقد تبين أن الجامعة تسعى إلى تحقيق الرضا بين أعضاء هيئة التدريس، بالإضافة إلى تلبية توقعات الطلاب. أما في بعدي الإطار المرجعي والألفة، فقد أكدت النتائج أن ثقافة الجامعة تركز على الاحترافية وتؤكد على النظام المفتوح؛ إذ يتم الترحيب بالوافدين الجدد على الفور لديها. أما فيما يخص بعد الانضباط الداخلي، فقد تبين أن الثقافة التنظيمية السائدة تتسم بالمرونة تجاه المواعيد النهائية وانتشار الصفة غير الرسمية في مكان العمل، بحيث يشعر الموظفون بالراحة والاسترخاء في أماكن عملهم. لكن بينت النتائج كذلك أن الجامعة في بعد فلسفة المنظمة تتجه بشكل ملحوظ نحو العمل وليس نحو العامل؛ الشيء الذي لوحظ من خلال تذمر الموظفين لعدم اهتمام الجامعة بمشاكلهم الشخصية.

- سعت دراسة **(Bös & Dauber, 2011)** إلى محاولة تقييم مصداقية أداة قياس الثقافة التنظيمية التي طورها هوفستيد باختبارها من خلال تطبيقها في البيئة النمساوية؛ إذ تم توزيعها على 275 موظفا نمساويا. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المقياس الذي طوره هوفستيد سنة 1990 لا يمكن تكراره إلا جزئيًا في البيئة النمساوية، وذلك نتيجة انتماء الممارسات والقيم إلى بناءين ثقافيين مختلفين؛ أي أن اختلاف الثقافة الوطنية النمساوية عن نظيرتها الهولندية كان له التأثير الواضح على صحة مقياس الثقافة التنظيمية في البيئة النمساوية. لهذا أوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في المقياس الذي طوره الباحث هوفستيد، والعمل على إعادة صياغة فقراته قبل استخدامه في أي بيئة جديدة؛ لضمان تحقيق نتائج أكثر مصداقية وموثوقية.

- سعت دراسة **(Maggie & Sixsmith, 2008)** إلى استكشاف أبعاد الثقافة التنظيمية للموظفين والعاملين في قسم تكنولوجيا المعلومات ومقارنتها بالثقافة التنظيمية الكلية للمنظمة ضمن مشروعين مختلفين، حيث نُفذت الدراسة الأولى في شركة نفطية متعددة الجنسيات مقرها الأساسي في مدينة لندن ببريطانيا، في حين نُفذت الدراسة الثانية في مؤسسة بنكية في مدينة سيدني الأسترالية، وذلك من خلال الإعتماد على أبعاد هوفستيد الستة للثقافة التنظيمية. وقد أظهرت النتائج أنه بالنسبة للمؤسسة البنكية، كانت الثقافة التنظيمية الكلية على نفس مسار الثقافة التنظيمية الفرعية لقسم تكنولوجيا المعلومات. أما فيما يخص الشركة النفطية؛ فلم تكن الثقافة التنظيمية الكلية على نفس مسار الثقافة التنظيمية الفرعية لقسم تكنولوجيا المعلومات، وكان التباين ظاهراً في عددٍ من الأبعاد.

- هدفت دراسة **(Hofstede & Sanders, 1990)** إلى قياس الثقافة التنظيمية باستخدام مجموعة من الأساليب الكمية والكيفية وتطبيقها في عشرين وحدة تنظيمية منتمية إلى عشر مؤسسات مختلفة في الدنمارك وهولندا. وقد توصلت الدراسة إلى أن النتائج المجمعة على مستوى الوحدة تكوّن جزءاً كبيراً من الاختلافات بين هذه الوحدات العشرين، وهذا يمكن تفسيره من خلال ستة عوامل تتعلق بالمفاهيم الراسخة من علم الاجتماع التنظيمي التي تمت الاستعانة بها لقياس ثقافة المنظمة من خلال الاعتماد على ستة أبعاد مستقلة. ومنه، وعلى غرار الدراسات التي تصر على أن القيم المشتركة تمثل جوهر ثقافة المنظمة، فإن الدراسة توصلت إلى أن التصورات المشتركة للممارسات اليومية هي جوهر الثقافة التنظيمية.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تمتاز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة بكونها تنتمي إلى الدراسات القليلة، حسب علم الباحثين، التي أخذت بعين الاعتبار أبعاد هوفستيد الثقافية الستة مجتمعة. وهذا للتعرف إلى خصائص الثقافة السائدة في المنظمة، في حين أن أغلب الدراسات العربية والأجنبية تستخدم مقياس هوفستيد للثقافة الوطنية لقياس الثقافة التنظيمية. كما أن الدراسة الحالية أجريت على واحدة من أهم المؤسسات الصناعية الخاصة في الجزائر، الأمر الذي سيساعدنا في التعرف إلى خصائص الثقافة التنظيمية التي كانت السبب في تحقيق ذلك النجاح.

الطريقة والإجراءات

منهجية الدراسة

تعددت مناهج دراسة الثقافة التنظيمية، انطلاقًا من المنهج الكيفي الذي يركز بالأساس على الملاحظة المعمقة لسلوك الموظفين داخل المؤسسة، لكن نجده يعجز عن تقديم الربط اللازم لهذه الثقافة مع متغيرات أخرى داخل المؤسسة، كما أنه يستهلك الكثير من الوقت والجهد والتكاليف في سبيل جمع المعلومات وتحليلها. بالمقابل، يركز المنهج الكمي على الاستمارة أو ما يسمى بالإستبانة كأداة تحليل، مما يعطي فرصة أكبر أمام الباحثين لاختبار مختلف الفرضيات، وكذا إنشاء علاقات الارتباط بين المتغيرات. وعليه، اعتمد الباحثون في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الثقافة التنظيمية، من خلال إجراء مسح ميداني بالاعتماد على أداة الاستبانة.

مجتمع الدراسة وعينتها

لقد سعت الدراسة الحالية لكي تكون المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول إطارا لبحثها، وذلك من خلال جعل كل موظفيها (إطارات المؤسسة، وأعوان التنفيذ، وكذا العمال في خط الإنتاج) مجتمعا لدراستها وقد وصل عددهم إلى 1162 موظفا إلى غاية نيسان2019. أما عينة الدراسة فقد كانت عينة بسيطة عشوائية حدد حجمها بالاستناد إلى القوانين الرئيسية لحساب حجم العينات المعبرة، من خلال تطبيق معادلة "ستيفن ثامبسون" لحساب حجم العينات المعبّر، كالتالي:

$$n = \frac{N \times P(1-p)}{\left[\left((N-1)\times\left(d^2 \div z^2\right)\right)\right] + p(1-p)}$$

N: تمثل حجم المجتمع.

Z: تمثل الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95، وتساوي 1.96.

D: نسبة الخطأ، وتساوي 0.05.

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة، وتساوي 0.50.

وعليه، نتحصل على حجم عينة مقداره n= 288.89 . وبالتقريب ينتج حجم عينة نهائي قدره n= 289.

وبالتالي، قمنا بتوزيع (600) استبانة بطريقة عشوائية على أفراد مجتمع الدراسة، ومن ثم استرداد (396) استبانة، واستبعاد (96) استبانة لعدم اكتمالها، وإحصاء 204 استبانات فارغة، ليكون عدد الاستبانات التي شملها التحليل (300)؛ استبانة أي ما نسبته (50%) من مجموع الإستبانات الموزعة و (25.81%) من مجموع أفراد المجتمع، وهي نسب مقبولة إحصائيا.

المعالجة الإحصائية

بعد التأكد من استيفاء الاستبانة البيانات المطلوبة كافة تم تفريغها ومعالجتها بواسطة برنامج التحليل الإحصائي (**SPSS**) (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) بنسخته (21) من خلال استخدام اختبار الثبات المتمثل في معامل الاتساق الداخلي (Cronbach's Alpha)، إلى جانب الأساليب الإحصائية الوصفية كالتكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بالإضافة إلى الاختبارات المستعملة للمقارنة بين المتوسطات الحسابية كاختبار (**One sample T-test**) واختبار(**One way ANOVA**) واختبار (**Independent Sample T-test**)، وكذا اختبار المقارنات البعدية (**Scheffe**).

مقياس التحليل

عمل الباحثون على استخدام مقياس (**ليكرت الخماسي**) للإجابة عن الأسئلة المتعلقة بالثقافة التنظيمية. وقد تم حساب المتوسط الحسابي الكلي لكل بعد ومن ثم تمت مقارنته بمقياس التحليل المستخدم ولحساب طول خلايا مقياس ليكرت (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى (5-1=4)، ثم تم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح؛ أي (4/5=0.8). بعد ذلك تمت إضافتها إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي "واحد")، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية (Croasmun & Ostrom, 2011). والجدول (1) يوضح مقياس الدراسة ومجالات المتوسطات الحسابية مع مستوى التقييمات المعتمدة.

الجدول (1): مقياس الدراسة.

المجال	[1.79 – 1.00]	[2.59 – 1.80]	[3.39 – 2.60]	[4.19 – 3.40]	[4.00 – 4.20]
المستوى	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

أداة الدراسة ومتغيراتها

سعت الدراسة الحالية إلى الكشف عن مستوى ممارسة الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول من وجهة نظر عمالها، من خلال الاستعانة بالاستبانة المقترحة في نموذج هوفستيد السداسي كأداة للقياس، التي أطلق عليها اسم استبانة ثقافة مكان العمل (Workplace Culture Questionnaire)(Hofstede, 1990) وتتكون من جزأين أساسيين كما هو مبين في الجدول (2).

الجدول (2): أداة قياس الثقافة التنظيمية.

الجزء الاول		الجزء الثاني	
المتغير	المستوى	أبعاد أداة الدراسة	ترتيب فقرات البعد
1. الجنس	ذكر أنثى	الفعالية التنظيمية	9 - 5
		الإطار المرجعي	14 - 10
2. العمر	25 ≥ 45 ≥ - 25 > 45	فلسفة المنظمة	19 - 15
3. المؤهل العلمي	ليسانس مهندس تكوين مهني	الانضباط الداخلي	24 - 20
		التوجه نحو العملاء	29 - 25
4. الخبرة	5 ≥ 10 ≥ - 5 >10	الألفة (سهولة الوصول)	34 - 30

صدق أداة الدراسة وثباتها

عُرضت أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال البحث العلمي والعلوم الإدارية؛ بهدف التأكد من صدق محتواها الظاهري إلى جانب مراجعة فقراتها من حيث الدقة والوضوح ومدى ملاءمتها للبعد الذي تنتمي إليه. وفي الأخير، تم الأخذ بكل التعديلات والاقتراحات الممكنة حتى تخرج أداة الدراسة بصورتها النهائية. أما فيما يخص الثبات، فقد تم التأكد من ذلك من خلال تطبيق معادلة معامل الاتساق الداخلي (Cronbach Alpha) على أداة الدراسة، وقد أشارت النتائج إلى وجود درجة ثبات عالية قدرت بـ 92.7 % لاستجابة المبحوثين وهذا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)، وهي نسبة مقبولة في بحوث العلوم الإنسانية، كما هو مبين في الجدول (3).

الجدول (3): نتائج اختبار ألفا كرومباخ لأبعاد الدراسة منفردة ومجتمعة.

رقم البعد	أبعاد أداة الدراسة	معامل الثبات الداخلي
1	الفعالية التنظيمية	%89.1
2	الإطار المرجعي	%96.8
3	فلسفة المنظمة	%89.9
4	الانضباط الداخلي	%90.4
5	التوجه نحو العملاء	%89.2
6	الألفة (سهولة الوصول)	%89.8
	أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة	**%92.7**

إجراءات تطبيق الدراسة

بعد التحقق من توافر جميع الشروط اللازمة لإجراء الدراسة بالصورة المناسبة، ابتداءً من إعداد أداة الدراسة، والتأكد من صدقها وثباتها، وصولا إلى تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، عملنا على توزيع الاستبانات بطريقة مباشرة على أفراد العينة الذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية من عمال المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول خلال الفترة الزمنية الممتدة من شهر نيسان (2018) إلى نهاية شهر حزيران (2019). وقد ارفقت بالاستبانة رسالة تضمنت إرشادات توضيحية لأهمية البحث وأهدافه، و كيفية الإجابة عن فقراتها. وقد تم استرداد الاستبانات وفرزها وتفريغها، وإدخال بياناتها في الحاسوب، تمهيدا لإجراء المعالجة الإحصائية اللازمة لها ومن ثم تحليلها.

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

يقدم الجدول (4) عرضًا لتوزيع بيانات أفراد عينة الدراسة، وذلك تبعًا للمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة). والمكونة من (300) موظف من المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول موضوع الدراسة. وتظهر البيانات المعروضة في الجدول (4) نتائج خصائص عينة مجتمع الدراسة، حيث تبين أن أكثرية أفراد عينة الدراسة هم من الذكور ويمثلون ما نسبته (85.4%)، في حين كانت نسبة الإناث (14.6%). وهذا ما يتفق مع معظم الدراسات التي تمت في المجتمع العربي، وخاصة في المجال الصناعي يضاف إلى ذلك أن المجتمع الذكوري السائد في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول راجع إلى أن طبيعة العمل في المجمّعات الصناعية تستهوي الذكور خلافا للإناث كما تبين أن غالبية الأفراد المبحوثين هم من ذوي الأعمار الشابة (45 سنة فأقل) الذين يمثلون ما نسبته (94%) من مجموع عينة الدراسة، في حين جاءت الفئة (45 سنة فأكثر) بنسبة (6%) فقط وعليه، فإن الفئة السائدة هي الفئة العمرية الشابة من الذكور، التي تتوافق مع طبيعة البنية العمرية السكانية الفتية للمجتمع الجزائري، إلى جانب أنها تتفق مع طبيعة العمل في خطوط الإنتاج التي تستلزم أحياناً جهداً عضلياً يتوافر عند الشباب من الذكور دون الإناث وكبار السن.

الجدول (4): توزيع أفراد العينة تبعا إلى المتغيرات الشخصية والوظيفية.

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية(%)
الجنس	ذكر	256	85.4
	أنثى	44	14.6
	المجموع	**300**	**100**
العمر	25 ≥	27	9
	25 - 45 ≥	255	85
	45 <	18	6
	المجموع	**300**	**100**
المؤهل العلمي	ليسانس	72	24
	مهندس	30	10
	تكوين مهني	198	66
	المجموع	**300**	**100**

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية(%)
الخبرة	5 ≥	157	52.3
	5 - 10 ≥	107	35.7
	>10	36	12
	المجموع	**300**	**100**

وبالنظر إلى المؤهلات العلمية التي يحملها أفراد عينة الدراسة، يمكننا القول إن ما نسبته (10%) من المبحوثين فقط هم من يحملون الدرجة العلمية (مهندس)، بينما بلغت نسبة حملة درجة (الليسانس) (24%)، في حين أن غالبية الافراد المبحوثين هم من حاملي درجة (تكوين مهني) بنسبة بلغت (66%)، وتعتبر هذه النسبة عادية جداً كون المؤسسة قيد الدراسة هي مؤسسة صناعية وترتكز أساسًا في إنتاجها على عمّال خطوط الإنتاج، الأمر الذي يوضّح ضرورة توفر مناصب مهنية. أما فيما يخص سنوات الخبرة، فقد تبين أن ما نسبته (52.3%) من أفراد عينة الدراسة تقل خبرتهم العملية عن 5 سنوات، ويعود ذلك إلى إرتفاع نسبة التعيينات وحاجة المؤسسة المستمرة لليد العاملة الجديدة نتيجة لتوسع وكبر نشاطها في السنوات الأخيرة، بينما بلغت (35.7%) نسبة من خبرتهم العملية تراوحت بين 5 و10سنوات، في حين بلغت (12%) نسبة العمال الذين تفوق سنوات خبرتهم 10 سنوات.

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما مستوى الممارسات الثقافية السائدة في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول باستخدام نموذج "هوفستيد" السداسي؟

وللإجابة عن السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الثقافة التنظيمية، كما تم تطبيق اختبار (**One sample T-test**) للتحقق من معنوية النتائج. والجدول (5) يوضح ذلك.

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مع تطبيق اختبار (One sample T-test) لأبعاد الثقافة التنظيمية.

الرقم	أبعاد الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	T	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية	مستوى التقييم
1	الفعالية التنظيمية	3.28	1.13	2	49.92	299	0.00*	متوسط
2	الإطار المرجعي	3.11	0.63	4	84.46	299	0.00*	متوسط
3	فلسفة المنظمة	3.02	1.25	6	41.85	299	0.00*	متوسط
4	الانضباط الداخلي	3.49	0.87	1	65.60	299	0.00*	مرتفع
5	التوجه نحو العملاء	3.22	1.14	3	48.93	299	0.00*	متوسط
6	الألفة(سهولةالوصول)	3.06	1.01	5	52.06	299	0.00*	متوسط
أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة		**3.20**		-			–	**متوسط**

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.00$).**

يوضح الجدول (5) أن أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة ومنفردة جاءت بدرجات تقييمية مختلفة؛ إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.02 – 3.49). لكن رغم ذلك الاختلاف بين الأبعاد، فإن قيم المتوسطات الحسابية داخل كل بعد من أبعاد الثقافة التنظيمية جاءت متقاربة بشكل ملحوظ، الشيء الذي أكدته الانحرافات المعيارية المنخفضة في استجابات أفراد عينة الدراسة حول توجهاتهم نحو ممارسة أبعاد الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول. وقد تم التحقق من مدى معنويتها من خلال تطبيق اختبار(One sample T-test) على كل بعد من أبعاد الثقافة التنظيمية الذي أظهر أن قيمة (T) لأبعاد الثقافة التنظيمية منفردة كانت محصورة بين (48.93 - 84.46)، وهي قيم دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وبالتالي فإن هذه النتائج تشير إلى وجود تشابه وانسجام في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة ومعنويتها. وقد جاء بعد "**الانضباط الداخلي**" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع (3.49)، ليأتي بعده بعد "**الفعالية التنظيمية**" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي متوسط (3.28)، ثم جاء في المرتبة الثالثة بعد "**التوجه نحو العملاء**" بمتوسط حسابي متوسط (3.22)، في حين جاء بعد "**الإطار المرجعي**" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (3.11)، وبعد "**الألفة**" في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي متوسط (3,06). أما في المرتبة السادسة والأخيرة؛ فقد جاء بعد "**فلسفة المنظمة**"

بمتوسط حسابي متوسط (3,02). وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (Al Mheiri & Zakaria, 2014) وكذا دراسة (Ariunaa, 2018) بالإضافة إلى دراسة (Bös & Dauber, 2011) ودراسة (Hofstede & Sanders, 1990) ودراسة (Maggie & Sixsmith, 2008). ولمزيد من التفصيل، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات لكل بعد من أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة، كما هو مبين في الجداول التالية.

أولا: بعد الفعالية التنظيمية (التوجه نحو الأهداف)

اشتمل هذا البعد على خمس فقرات. والجدول (6) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات ومستوى تقييمها لدى العمال في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول.

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد "الفعالية التنظيمية" (التوجه نحو الأهداف).

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1	الرابط الذي يعزز تماسك المؤسسة هو تحقيق الأهداف.	3.39	1.31	2	مرتفع
2	تسعى المؤسسة إلى النجاح من خلال تحقيق الأهداف المسطرة في الآجال المحددة	3.52	1.20	1	مرتفع
3	تعتبر إدارة المؤسسة مثالا للتنافسية والتركيز على النتائج.	3.03	1.40	5	متوسط
4	تركز المؤسسة على النتائج وتحقيق الأهداف وإنجاز العمل.	3.36	1.32	3	متوسط
5	يسود المؤسسة نمط عمل يتميز بالتنافسية والديناميكية وكذا تحقيق الأهداف.	3.11	1.37	4	متوسط
	بعد "الفعالية التنظيمية" (التوجه نحو الأهداف)	**3.28**	-	-	**متوسط**

يظهر من الجدول (6) أن بعد **"الفعالية التنظيمية"** قد جاء بدرجة تقييمية متوسطة لدى المبحوثين، في حين تراوحت درجة تقييم فقراته منفردة بين المتوسطة والمرتفعة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.52-3.03). وكان أعلاها للفقرة (2) المتعلقة بمدى سعي المؤسسة إلى النجاح من خلال تحقيق الأهداف المسطرة في الآجال المحددة، بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (3.52)، بينما كان أدناها للفقرة (3) التي تشير إلى اعتبار إدارة المؤسسة مثالا للتنافسية والتركيز على النتائج، بمتوسط حسابي بلغ (3.03)؛ أي أن هنالك فعالية تنظيمية متوسطة في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول. وتعني هذه النتيجة أن العمال يرون أن للمؤسسة توجهًا نحو تحقيق الأهداف، وهذا يتفق جزئيًا مع النتيجة التي خلصت إليها دراسة (Zeqiri et al., 2016). وتختلف عن النتيجة التي توصلت إليها دراسة (Adel, 2004). ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العمال في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول على يقين بأن نجاح المؤسسة وتماسكها مبني على تحقيق الأهداف المسطرة في الآجال المحددة؛ لأنها مؤسسة إنتاجية صناعية حديثة أثبتت قدرتها على التصدير إلى الخارج والتربع على عرش السوق الوطني بجدارة، إلا أنهم مدركون في نفس الوقت حقيقة أن المؤسسة جديدة نسبيًا وتسعى بكل قوتها إلى التمسك بالمراتب الأولى في مجال عملها، الأمر الذي أدى بها الى فرض جو من الصرامة والتشدد فيما يخص الالتزام باللوائح والإجراءات والمهام الوظيفية.

ثانيا: بعد الإطار المرجعي (الاحترافية)

اشتمل هذا البعد على خمس فقرات، ويبين الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات ومستوى تقييمها لدى العمال في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول.

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد "الإطار المرجعي" (الاحترافية).

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1	تتصف العلاقات في العمل بالمهنية و الرسمية فقط.	2.93	1.00	4	متوسط
2	يعتمد تقييم الموظفين على أدائهم وإنجازاتهم في العمل فقط.	3.49	1.97	1	مرتفع
3	العادات والتقاليد غير مهمة وغير ضرورية في الحياة المهنية.	3.19	1.03	3	متوسط
4	هنالك فصل بين الجانب الديني والجانب المهني في الحياة العملية.	3.20	1.06	2	متوسط
5	لا تتأثر القرارات الوظيفية بالمشاعر و العواطف.	2.73	1.01	5	متوسط
	بعد "الإطار المرجعي" (الاحترافية)	**3.11**	-	-	**متوسط**

يتجلى من الجدول (7) أن بعد "**الإطار المرجعي**" جاء بدرجة تقييمية متوسطة لدى المبحوثين، في حين تراوحت درجة تقييم فقراته منفردة بين المتوسطة والمرتفعة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.49-2.73). وكان أعلاها للفقرة (2) المشيرة إلى أن تقييم الموظفين يعتمد فقط على أدائهم وانجازاتهم في العمل، بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (3.49)، بينما كان أدناها للفقرة (5) التي تعتبر أن القرارات الوظيفية لا تتأثر بالمشاعر والعواطف الشخصية، بمتوسط حسابي بلغ (2.73). ويتضح من هذه النتائج أن العمال في مؤسسة MFG يرون أن الإطار المرجعي للثقافة السائدة في مكان العمل يميل بشكل متوسط نحو الاحترافية والمهنية. وهذا ما يتفق مع النتيجة التي خلصت إليها دراسة (Zeqiri et al., 2016) و دراسة (Adel, 2004)؛ إذ أكد العمال على أن قراراتهم الوظيفية غالبا ما تتأثر بعواطفهم ومشاعرهم الشخصية، الشيء الذي يفسر عدم الموضوعية الموجودة في حياتهم المهنية وقراراتهم الوظيفية، إلى جانب عدم قدرتهم على الفصل بين الجانب الديني والجانب المهني في الحياة العملية، وذلك على الرغم من أن النتائج تؤكد أن إدارة المؤسسة من جهتها تسعى بكل جهد لانتهاج المسار الاحترافي في الحياة العملية والمهنية، إلا أن وجودها في ثقافة مثل الثقافة الجزائرية سوف يصدمها بواقع صعب؛ ألا وهو خضوع المؤسسة نفسها إلى سيطرة ورقابة خارجية قوية متمثلة في الضغوط الاجتماعية، مثلها مثل أغلب مؤسسات دول العالم الثالث، حيث يتداخل الجانب الشخصي والجانب المهني بشكل رهيب في مجريات الحياة العملية، ما سيجرها مستقبلا إلى مواجهة تحديات حقيقية فيما يخص ترسيخ الجانب الاحترافي والمهني في الثقافة التنظيمية للمؤسسة.

ثالثا: بعد الفلسفة الادارية (العامل)

اشتمل هذا البعد على خمس فقرات. ويبين الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات ومستوى تقييمها لدى العمال في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول.

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد "الفلسفة الإدارية" (العامل).

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1	يسود المؤسسة نمط عمل يتميز بالأمان الوظيفي والاستقرار في العلاقات.	3.16	1.38	2	متوسط
2	تركز المؤسسة على العمل كفريق من خلال المشاركة المستمرة للموظفين.	3.05	1.42	3	متوسط
3	تسعى المؤسسة نحو النجاح من خلال تطوير الموارد البشرية.	3.26	1.37	1	متوسط
4	يتم الاخذ بآراء الموظفين وإشراكهم في عملية تحسين ظروف العمل.	2.91	1.46	4	متوسط
5	تأخذ إدارة المؤسسة مسألة تحفيز الموظفين بعين الاعتبار.	2.72	1.53	5	متوسط
	بعد "الفلسفة الإدارية" (العامل)	**3.02**	-	-	**متوسط**

يظهر من الجدول (8) أن بعد "**الفلسفة الادارية**" جاء بدرجة تقييمية متوسطة لدى المبحوثين، كما جاءت درجة تقييم فقراته منفردة متوسطة كذلك، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.26-2.72). وكان أعلاها للفقرة (3) المشيرة إلى سعي المؤسسة نحو النجاح من خلال تطوير الموارد البشرية، بمتوسط حسابي بلغ (3.26)، بينما كان أدناها للفقرة (5) التي تقول إن إدارة المؤسسة تأخذ مسألة تحفيز الموظفين بعين الاعتبار، بمتوسط حسابي بلغ (2.72). ويتضح من هذه النتائج أن العمال في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول يرون أن الفلسفة الإدارية للثقافة السائدة في مكان العمل تميل بشكل متواضع نحو العامل؛ بمعنى أن الفلسفة الإدارية التي تتبناها المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول في التعامل مع بيئتها الداخلية تميل إلى الاهتمام بعمل وإنجاز الموظفين أكثر بكثير من اهتمامها بالموظفين أنفسهم وهذا يتفق مع النتيجة التي خلصت إليها دراسة (Zeqiri et al., 2016) و دراسة (Adel, 2004)، حيث أكدت آراء العمال أن الإدارة العليا تركز وتهتم بتطوير الموارد البشرية لأن هذا الأخير يصب في مصلحتها؛ إذ يزيد من فعاليتها وقدرتها على تحقيق أهدافها، في حين لا تعطي نفس تلك الأهمية والتركيز للمسائل التحفيزية لأنها مقتنعة بأن الموظفين قد أخذوا كفايتهم ومستحقاتهم من خلال رواتبهم. باختصار، يمكن استنتاج أن الثقافة التنظيمية للمؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول تتمثل في فلسفة إدارية لا توازن بين الحياة المهنية والحياة الشخصية.

رابعا: بعد الانضباط الداخلي (صارم)

اشتمل هذا البعد على خمس فقرات. ويبين الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات ومستوى تقييمها لدى العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول.

الجدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد "الانضباط الداخلي" (صارم).

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1	تعتبر المؤسسة بيئة شديدة الرقابة من خلال إجراءات رسمية صارمة.	3.46	1.28	3	مرتفع
2	تركز المؤسسة على الاستقرار والرقابة.	3.30	1.28	5	متوسط
3	الرابط الذي يعزز تماسك المؤسسة هو القواعد والإجراءات والسياسات الرسمية.	3.44	1.24	4	مرتفع
4	لدينا توجه نحو قبول واحترام القواعد والإجراءات والسياسات.	3.80	1.42	1	مرتفع
5	نظام الاتصال الداخلي في المؤسسة محدد بشكل دقيق.	3.49	0.98	2	مرتفع
	بعد "الانضباط الداخلي" (صارم)	**3.49**	-	**-**	**مرتفع**

يظهر من الجدول (9) أن بعد **"الضبط الداخلي"** قد جاء بدرجة تقييمية مرتفعة لدى المبحوثين. أما درجة تقييم فقراته منفردة، فقد تراوحت بين المتوسطة والمرتفعة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.80-3.30). وكان أعلاها للفقرة (4) التي تشير إلى أن الموظفين لديهم توجه نحو قبول واحترام القواعد والإجراءات والسياسات، بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (3.80)، بينما كان أدناها للفقرة (2) التي كان محتواها أن المؤسسة تركز على الاستقرار والرقابة، بمتوسط حسابي بلغ (3.30). ويتضح من هذه النتائج أن العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول يرون أن الانضباط الداخلي للثقافة السائدة في مكان العمل يميل بشكل كبير نحو الصرامة؛ بمعنى أن الانضباط الداخلي الذي تمارسه المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول عند الرقابة على سير مجريات العمل عال جدا. وجاءت هذه النتيجة معاكسة تماما لما توصلت إليه دراسة (Zeqiri et al., 2016) ودراسة (Adel, 2004). حيث أكدت آراء العمال في المؤسسة أن الإدارة العليا توفر بنية تنظيمية شديدة الرقابة والصرامة؛ اذ تمارس سيطرة عالية على الموظفين من خلال التمسك الشديد بالقواعد والإجراءات والسياسات الرسمية. وقد يعود السبب الأول في ذلك إلى طبيعة العمل الغالب في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول المتمثل في خطوط الإنتاج التي تغلب عليها الرتابة والروتينية من جهة والأعداد الكبيرة من العمال من جهة أخرى. أما السبب الثاني فهو جعل الموظفين جادين وصارمين في أثناء إنجاز عملهم، لأنهم واعون جدا لتكلفة عدم الالتزام بالقوانين وأسس الانضباط الداخلي، خاصة على مستوى خطوط الإنتاج؛ فكل تهاونٍ في احترام القواعد يؤدي إلى التسبب في حوادث عمل قد يصل بعضها إلى الوفاة. هذا في حين تمثل السبب الثالث والأهم في القدرة على خلق بيئة تنظيمية أكثر تحكماً والتزاماً واستقراراً وسهولةً في التنبؤ. كما كشفت النتائج أن العمال أنفسهم لديهم توجه كبير جدا نحو قبول واحترام قواعد وأسس الانضباط الداخلي، ويمكن أن يرجع السبب في ذلك إلى الاعتقاد السائد أن الانضباط الصارم يبقيهم في دائرة الأمان ويبعدهم عن المساءلة.

خامسا: بعد التوجه نحو العملاء (داخلي)

اشتمل هذا البعد على خمس فقرات. ويبين الجدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات ومستوى تقييمها لدى العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول.

الجدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد "التوجه نحو العملاء" (داخلي).

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1	تسعى المؤسسة إلى النجاح من خلال تحقيق ميزة تنافسية تجعلها ذات أسبقية في السوق.	3.53	1.21	1	مرتفع
2	الرابط الذي يعزز تماسك المؤسسة هو الإبداع والتطوير.	3.19	1.36	3	متوسط
3	تركز المؤسسة على الإبداع والتطوير وانتهاز الفرص.	3.02	1.35	4	متوسط
4	تسعى المؤسسة نحو النجاح من خلال العمل على إنتاج منتجات متميزة وإبداعية.	3.38	1.28	2	متوسط
5	تعتبر المؤسسة بيئة ديناميكية تشجع الإبداع وتحفز المبادرة.	3.00	1.43	5	متوسط
	بعد "التوجه نحو العملاء" (داخلي)	**3.22**	-	**-**	**متوسط**

يظهر من الجدول (10) أن بعد "**التوجه نحو العملاء**" قد جاء بدرجة تقييمية متوسطة لدى المبحوثين، أما درجة تقييم فقراته منفردة فقد تراوحت بين المتوسطة والمرتفعة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.53-3.00). وكان أعلاها للفقرة (1) المشيرة إلى سعي المؤسسة إلى النجاح من خلال تحقيق ميزة تنافسية تجعلها ذات أسبقية في السوق، وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ (3.53)؛ بينما كان أدناها للفقرة (5) التي تقول أن المؤسسة تُعتبر بيئةً ديناميكيةً تشجع الإبداع وتحفز المبادرة، بمتوسط حسابي بلغ (3.00). ويتضح من هذه النتائج أن العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول يرون أن التوجه نحو فهم طلبات العملاء في الثقافة السائدة في مكان العمل جاء مدفوعًا بشكل متوسط من الداخل؛ بمعنى أن الطريقة التي تتبناها المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول في التعامل مع حاجات ورغبات وتوقعات عملائها وفهم وتقييم طلباتهم لا تخضع فقط للمعايير والقواعد التي تضعها الإدارة العليا للمؤسسة (داخليًا)، وإنما تخضع كذلك لرأي جهات خارجية أخرى (عملاء). هذا جاء مطابقا ولو بشكل جزئي لما خلصت إليه دراسة (Zeqiri et al., 2016)، حيث أكدت آراء العمال أن الإدارة العليا في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول على دراية كاملة ومسبقة بتوجهات عملائها من حاجات ورغبات وحتى توقعات و رغم ذلك فهي تهتم كثيراً بالإنصات لآرائهم، لأن هذا يصب في مصلحة المؤسسة ومصلحتهم؛ إذ يحقق لها الريادة من خلال إكسابها الميزة التنافسية من جهة، ويزيد من قدرتها على إرضاء عملائها في تلبية طلباتهم لإنتاج منتجات جديدة متميزة وإبداعية من جهة أخرى. الشيء الذي شوهد حقيقة على أرض الواقع من خلال فتح المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول سنة 2016 لخطها البحري الثاني للرفع من قدرتها الإنتاجية للزجاج المصقول، حيث جاء كردة فعل لطلب السوق العالمي المتنامي على منتجاتها، الأمر الذي كان نتيجة لقدرتها على إنتاج منتجات متنوعة تستجيب لحاجات العملاء وتضمن تلبية معايير الجودة الأكثر صرامة كشهادات المطابقة **(ISO 9001, ISO 14000, OHSAS 18001).**

سادسا: بعد الألفة وسهولة الوصول (منفتح)

اشتمل هذا البعد على خمس فقرات. ويبين الجدول (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات ومستوى تقييمها لدى العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول.

الجدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات بعد "الألفة"(منفتح).

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	مستوى التقييم
1	تعتبر المؤسسة كعائلة موسعة.	3.17	1.48	2	متوسط
2	الرابط الذي يعزز تماسك المؤسسة هو الثقة المتبادلة.	3.10	1.47	3	متوسط
3	تتم الثقة بالآخرين بكل سهولة.	2.76	0.95	5	متوسط
4	تعتبر إدارة المؤسسة مثالا للتوجيه والتسهيل والتعليم.	2.90	1.39	4	متوسط
5	تتميز المؤسسة بنظام العمل الجماعي ومشاركة المعرفة والمعلومات والافكار	3.36	1.29	1	متوسط
	بعد "الألفة" (منفتح)	**3.06**	-	-	**متوسط**

يظهر من الجدول (11) أن بعد "**الألفة**" قد جاء بدرجة تقييمية متوسطة لدى المبحوثين. أما درجة تقييم فقراته منفردة، فقد جاءت كذلك بدرجة تقييمية متوسطة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.36-2.76). وكان أعلاها للفقرة (1) المشيرة الى أن المؤسسة تتميز بنظام عمل جماعي وبمشاركة المعرفة والمعلومات والأفكار، بمتوسط حسابي متوسط بلغ (3.36)، بينما كان أدناها للفقرة (3) التي تقول إن الثقة بالآخرين تتم بكل سهولة، بمتوسط حسابي بلغ (2.76). ويتضح من هذه النتائج أن العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول يرون أن الألفة في مكان العمل متوسطة إلى ضعيفة؛ أي أن ثقافة الانفتاح ليست هي السائدة. هذه النتيجة جاءت معاكسة تماما لتحليل بعد الألفة في دراسة (Zeqiri et al., 2016) و دراسة (Adel, 2004)، حيث أكدت آراء العمال في المؤسسة أن الإدارة العليا توفر بيئةً تنظيميةً قليلة الثقة؛ إذ تفرض على الموظفين الجدد التكيف وإثبات أنفسهم قبل أن يتم قبولهم، الأمر الذي يستهلك وقتا طويلًا لاندماجهم والشعور بأنهم في عائلتهم الموسعة، لكن بمجرد استحقاقهم للثقة يتم ضمهم للعمل الجماعي ومشاركة المعرفة والمعلومات والأفكار. وقد يعود السبب الأول وراء عدم وجود الألفة اللازمة لنشوء الثقافة المنفتحة في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول إلى البيئة العامة التي تنشط فيها، وهي المجتمع الجزائري، حيث تؤثر الثقافة الوطنية بشكل مباشر في المؤسسات. أما السبب الثاني فيتمثل في إمكانية تأثر أفراد الإدارة العليا ببعض مظاهر البيروقراطية التي من شأنها أن تلقي بظلالها على بعض زوايا المؤسسة.

وبالتالي، انطلاقا من مناقشة وتحليل نتائج السؤال الأول، تم التوصل إلى أن هناك تباينا في أراء الموظفين حول ممارستهم لأبعاد الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارستهم أبعاد الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة)؟

وللإجابة عن السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعةً تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية سابقة الذكر، والجدول (12) يوضح ذلك.

الجدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة تبعا للمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة).

المتغير	المستوى	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الجنس	ذكر	256	3.20	0.93
	أنثى	44	3.00	0.46
العمر	25 ≥	27	2.83	0.67
	25 - 45 ≥	255	3.21	0.89
	45 <	18	3.13	0.86
المؤهل العلمي	ليسانس	72	2.80	0.75
	مهندس	30	3.63	0.93
	تكوين مهني	198	2.96	0.60
الخبرة	5 ≥	157	2.89	0.69
	5 - 10 ≥	107	3.67	0.98
	10<	36	2.89	0.59

أولا: حسب متغير الجنس

تم استخدام اختبار **(Independent sample Test)** على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعاً لمتغير الجنس، ويوضح الجدول (13) ذلك.

الجدول (13): نتائج اختبار (Independent sample Test) على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير الجنس.

المصدر	أبعاد الدراسة	درجات الحرية	T	الدلالة الإحصائية
الجنس	الفعالية التنظيمية	1	1.83	0.00*
	الإطار المرجعي	1	-1.16	0.06
	فلسفة المنظمة	1	0.86	0.00*
	الانضباط الداخلي	1	2.17	0.00*
	التوجه نحو العملاء	1	1.84	0.00*
	الألفة (سهولة الوصول)	1	0.90	0.00*
	أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة.	1	1.38	0.00*

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).**

يظهر من البيانات الواردة في الجدول رقم (13) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارسة الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول تعزى لمتغير الجنس؛ إذ كانت قيم (T) لأبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). ولمعرفة مصدر الفروق، تم الرجوع إلى الجدول (12)، حيث تبين أن الفروق كانت لصالح الذكور بمتوسط حسابي (3.20)، بينما بلغ المتوسط الحسابي للإناث (3.00). من جانب أخر؛ تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين لبعد "**الإطار**

المرجعي" تبعا لمتغير الجنس؛ إذ بلغت قيمة (T) (1.168-) وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وتعني هذه النتيجة أن مستوى إدراك وتقييم العاملين لدرجة ممارستهم الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول يختلف باختلاف الجنس، وكان ذلك لصالح العمال الذكور. وهي النتيجة التي تتفق جزئيا مع ما توصلت إليه دراسة (Adel, 2004) المنجزة ضمن البيئة الأردنية في قطاعات مختلفة (خدمات، وبنوك، وصناعة).

ويعني ذلك أنه في الوقت الذي تقيّم فيه العاملات ممارستهن للثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول بالمتوسطة، فإننا نجد أن العمال قد اختلفوا بإعطائهم تقييما مرتفعا لممارستهم لأبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة ومنفردة، إلا في بعد **"الإطار المرجعي"** فقد اتفقوا معهن. وقد يرجع السبب في ذلك إلى وجود المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول في بيئة أعمال تنتمي إلى مجتمع عربي قائم في الغالب على عدم تكافؤ الفرص بين النساء والرجال، خاصة في مؤسسة مثل المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول، حيث تغلب فيها النشاطات والأعمال التي تعتمد أساسا على الرجال أما فيما يخص توافق تقييم العاملين من الرجال والنساء في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول لبعد **"الإطار المرجعي"**، فقد يرجع السبب إلى أن العاملين والعاملات يتبنون نفس القناعات ويستخدمون نفس الأساليب في التعامل مع بيئتهم وعملائهم نتيجة نشوئهم وترعرعهم في نفس المجتمع واكتسابهم نفس الثقافة.

ثانيا: حسب متغير العمر

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (**One-way ANOVA**) على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير العمر، ويوضح الجدول (14) ذلك.

الجدول (14): نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير العمر.

المصدر	أبعاد الدراسة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة الإحصائية
العمر	الفعالية التنظيمية	388.37	299	3.60	2.80	0.06
	الإطار المرجعي	121.61	299	0.43	1.05	0.34
	فلسفة المنظمة	468.14	299	2.25	1.44	0.23
	الانضباط الداخلي	230.84	299	0.49	0.63	0.52
	التوجه نحو العملاء	390.40	299	5.58	4.37	0.13
	الألفة (سهولة الوصول)	309.88	299	2.13	2.07	0.12
	أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة	232.72	299	1.77	2.30	0.10

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).**

يتبين من البيانات الواردة في الجدول (14) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارسة الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول تعزى لمتغير العمر؛ إذ كانت قيم (F) لأبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وتعني هذه النتيجة أن مستوى إدراك وتقييم العاملين لدرجة ممارستهم للثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول لا تختلف باختلاف العمر. بمعنى آخر إن العاملين في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول باختلاف أعمارهم يتفقون في رؤيتهم وتقييمهم المتوسط فيما يخص ممارستهم الثقافة التنظيمية و تختلف هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (Adel, 2004) المنجزة ضمن البيئة الأردنية في قطاعات مختلفة (خدمات، وبنوك، وصناعة) التي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير العمر و تعد هذه النتيجة منطقية لأن العاملين في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول مهما تفاوتت أعمارهم عند استلامهم لمناصبهم، فإن ذلك لا يلغي حقيقة أنهم في الأصل ينتمون لنفس المجتمع ويمثلون شريحة مهمة من أفراده، الشيء الذي مكنهم من تكوين وجهة نظرهم الحالية من خلال ملاحظتهم المستمرة لسلوكياتهم وأنشطتهم اليومية في حياتهم العملية.

ثالثا: حسب متغير المؤهل العلمي

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي **(One-way ANOVA)** على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير المؤهل العلمي، والجدول (15) يوضح ذلك.

الجدول (15): نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير المؤهل العلمي.

المصدر	أبعاد الدراسة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة الإحصائية
المؤهل العلمي	الفعالية التنظيمية	388.37	299	31.74	29.02	0.00*
	الإطار المرجعي	121.61	299	12.32	15.89	0.00*
	فلسفة المنظمة	468.14	299	37.68	28.49	0.00*
	الانضباط الداخلي	230.84	299	20.33	31.76	0.00*
	التوجه نحو العملاء	390.40	299	36.17	33.77	0.00*
	الألفة (سهولة الوصول)	309.88	299	25.41	29.13	0.00*
	أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة	232.72	299	21.55	33.76	0.00*

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).**

يظهر من البيانات الواردة في الجدول (15) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارسة الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول تعزى لمتغير المؤهل العلمي؛ إذ كانت قيم (F) لأبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعةً دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). و تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (Adel, 2004) المنجزة ضمن البيئة الأردنية في قطاعات مختلفة (خدمات، وبنوك، وصناعة). ولمعرفة مصادر الفروق، تم استخدام اختبار (Scheffe)، ويوضح الجدول (16) ذلك.

الجدول (16): نتائج تطبيق اختبار (Scheffe) على أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعةً تبعا لمتغير المؤهل العلمي.

الثقافة التنظيمية	المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ليسانس	مهندس	تكوين مهني
الأبعاد مجتمعة	ليسانس	2.80	—	0.00*	0.38
	مهندس	3.63	0.00*	—	0.00*
	تكوين مهني	2.96	0.38	0.00*	—

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).**

يتجلى من الجدول (16) أن مواقع الفروق في أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة كانت بين المؤهل العلمي (ليسانس) والمؤهل العلمي(مهندس) لصالح المؤهل العلمي (مهندس) بمتوسط حسابي (3.63)، بينما بلغ المتوسط الحسابي للمؤهل العلمي (ليسانس) (2.80). كما تبين كذلك وجود فروق بين المؤهل العلمي (تكوين مهني) والمؤهل العلمي (مهندس) لصالح المؤهل العلمي (مهندس) بمتوسط حسابي (3.63)، بينما بلغ المتوسط الحسابي للمؤهل العلمي (تكوين مهني) (2.96).

وتعني هذه النتيجة أن مستوى إدراك وتقييم العاملين لدرجة ممارستهم الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول يختلف باختلاف مؤهلهم العلمي، وكان ذلك لصالح العمال الحاملين للمؤهل العلمي (مهندس)؛ بمعنى أن العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول باختلاف مؤهلاتهم العلمية يتفقون في رؤيتهم وتقييمهم المتوسط فيما يخص ممارستهم للثقافة التنظيمية، في حين اختلف رأي العمال الحاملين للمؤهل العلمي (مهندس)، حيث تأكد أنهم أعطوا تقييما مرتفعا لممارستهم للثقافة التنظيمية. وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن أغلب العاملين الذين يملكون المؤهل العلمي (مهندس) هم في الحقيقة أفراد يشغلون مناصب قيادية ذات سلطة ومسؤولية أكثر من باقي العاملين الحاملين للمؤهلات العلمية الأخرى، مما يجعلهم يحظون بفرصةٍ أكبر من الآخرين في القدرة على المشاركة والتأثير في الحياة العملية والممارسات اليومية التي تتم داخل المؤسسة.

رابعا: حسب متغير الخبرة

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (**One-way ANOVA**) على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير الخبرة، والجدول (17) يوضح ذلك.

الجدول (17): نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) على أبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة تبعا لمتغير الخبرة.

المصدر	أبعاد الدراسة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة الإحصائية
الخبرة	الفعالية التنظيمية	388.37	299	33.11	30.53	0.00*
	الإطار المرجعي	121.61	299	0.34	0.83	0.43
	فلسفة المنظمة	468.14	299	42.70	33.14	0.00*
	الانضباط الداخلي	230.84	299	17.95	27.36	0.00*
	التوجه نحو العملاء	390.40	299	34.36	31.72	0.00*
	الألفة (سهولة الوصول)	309.88	299	29.36	34.72	0.00*
	أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة	232.72	299	20.71	32.16	0.00*

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).**

يظهر من البيانات الواردة في الجدول (17) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارسة الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول تعزى لمتغير الخبرة؛ إذ كانت قيم (F) لأبعاد الثقافة التنظيمية منفردة ومجتمعة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (Adel, 2004) المنجزة ضمن البيئة الأردنية في قطاعات مختلفة (خدمات، وبنوك، وصناعة). ولمعرفة مصادر الفروق، تم استخدام اختبار (Scheffe)، والجدول (18) يوضح ذلك من جانب أخر، تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير المبحوثين لبعد **"الإطار المرجعي"** تبعا لمتغير الخبرة، إذ بلغت قيمة **(F)** (0.83) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$).

الجدول (18): نتائج تطبيق اختبار (Scheffe) على أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة تبعا لمتغير الخبرة.

الثقافة التنظيمية	الخبرة	المتوسط الحسابي	5 ≥	10 ≥ - 5	>10
الأبعاد مجتمعة	5 ≥	2.89	—	0.00*	0.99
	10 ≥ - 5	3.67	0.00*	—	0.00*
	>10	2.89	0.99	0.00*	—

*** دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).**

يظهر من الجدول (18) أن مواقع الفروق في أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة كانت بين مدتي الخبرة (أقل من5 سنوات) و (من 5 حتى 10سنوات) لصالح مدة الخبرة (من 5 حتى 10سنوات) بمتوسط حسابي (3.67)، بينما بلغ المتوسط الحسابي لمدة الخبرة (أقل من5 سنوات) (2.89). كما تبين كذلك وجود فروق بين مدتي الخبرة (من 5 حتى 10سنوات) و (أكثر من 10سنوات) ولصالح مدة الخبرة (من 5 حتى 10سنوات) بمتوسط حسابي (3.67)، بينما بلغ متوسط الحسابي لمدة الخبرة (أكثر من 10سنوات) (2.89).

وتعني هذه النتيجة أن مستوى إدراك وتقييم العاملين لدرجة ممارستهم الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول يختلف باختلاف عدد سنوات الخبرة، وكان ذلك لصالح العمال الذين يمتلكون مدة خبرة (من 5 حتى 10سنوات)؛ بمعنى أن العمال في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول باختلاف مدة خبرتهم يتفقون في رؤيتهم و تقييمهم المتوسط فيما يخص ممارستهم للثقافة التنظيمية، على عكس العمال الذين يمتلكون مدة خبرة (من 5 حتى 10سنوات)، حيث تأكد أنهم اختلفوا مع باقي العمال وأعطوا تقييما مرتفعا لممارستهم لأبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة ومنفردة، إلا في بعد **"الإطار**

المرجعي" فقد اتفقوا معهم. وقد يرجع السبب في ذلك إلى شعور العاملين بالاستقرار والتعود والإحساس بالأمان الوظيفي داخل أسوار مؤسستهم بعد إثبات قدرتهم وجدارتهم واستحقاقهم لمنصبهم وعملهم لمدة فاقت خمسة سنوات، ما يجعلهم أكثر قدرة ومعرفة بحيثيات الممارسات اليومية العملية. كما أن طول مدة العمل في المؤسسة يسمح للثقافة والممارسات الثقافية بالرسوخ أكثر في العادات الوظيفية للفرد داخل المؤسسة أما فيما يخص توافق تقييم العاملين باختلاف مدة خبرتهم في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول لبعد **"الإطار المرجعي"**، فقد يرجع السبب في ذلك إلى أن العاملين يتبنون نفس القناعات ويستخدمون نفس الأساليب في التعامل مع بيئتهم وعملائهم نتيجة نشوئهم وترعرعهم في نفس المجتمع واكتسابهم نفس الثقافة.

انطلاقا من مناقشة وتحليل نتائج السؤال الثاني، تم التأكد من وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارستهم أبعاد الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول تعزى فقط للمتغيرات الشخصية والوظيفية التالية (الجنس، والمؤهل العلمي، والخبرة)، في حين لم يسجل متغير (العمر) أي فروق تذكر.

ملخص النتائج

- توصلت الدراسة إلى أن هناك تباينا في تقييم الموظفين لممارستهم لأبعاد الثقافة التنظيمية في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول وفق النموذج السداسي لـ "هوفستيد".

- تصدر بعد **"الانضباط الداخلي"** المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع (3.49)، ثم بعد **"الفعالية التنظيمية "** الذي جاء في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي متوسط (3.28). أما بعد " **التوجه نحو العملاء"**؛ فقد جاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي متوسط (3.22)، في حين جاء بعد **"الإطار المرجعي"** في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي متوسط (3.11)، ليليه بعد بعد **"الألفة وسهولة الوصول"** في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي متوسط (3.06)، بينما جاء في المرتبة السادسة والأخيرة بعد " **الفلسفة الإدارية** " بمتوسط حسابي متوسط منخفض (3.02).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لمستوى ممارستهم لأبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة تعزى إلى متغير الجنس لصالح الذكور، باستثناء بعد الإطار المرجعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لتوجهاتهم نحو أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة تعزى إلى متغير العمر.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لتوجهاتهم نحو أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة تعزى إلى متغير المؤهل العلمي لصالح المؤهل العلمي (مهندس).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في تقدير المبحوثين لتوجهاتهم نحو أبعاد الثقافة التنظيمية مجتمعة تعزى إلى متغير الخبرة ولصالح مدة الخبرة (من 5 حتى 10سنوات).

- يتجه عمال المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول إلى اعتبار أن الفعالية التنظيمية للمؤسسة تتجه نحو تحقيق الأهداف أكثر من التركيز على النتائج.

- يرى العمال في المؤسسة المتوسطة للزجاج المصقول أن الإطار المرجعي للثقافة السائدة في مكان العمل يميل بشكل متوسط نحو الاحترافية والمهنية.

- تميل الفلسفة الإدارية للثقافة السائدة في مكان العمل بشكل متواضع نحو العامل؛ بمعنى أن الفلسفة الإدارية التي تتبناها المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول في التعامل مع بيئتها الداخلية تميل إلى الاهتمام بعمل وإنجاز الموظفين أكثر بكثير من اهتمامها بالموظفين أنفسهم.

- يعتبر الانضباط الداخلي للثقافة السائدة في مكان العمل صارماً؛ بمعنى أن الانضباط الداخلي الذي تمارسه المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول عند الرقابة على سير مجريات العمل عال جدا.

- أكدت آراء العمال أن الإدارة العليا في المؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول على دراية كاملة ومسبقة بتوجهات عملائها من حاجات ورغبات وحتى توقعاتهم، و رغم ذلك تهتم كثيرا إلى الإنصات لآرائهم.

- جاءت الألفة في مكان العمل متوسطة إلى ضعيفة؛ أي أن ثقافة الانفتاح ليست هي السائدة، حيث أكدت آراء العمال في المؤسسة أن الإدارة العليا توفر بيئة تنظيمية قليلة الثقة؛ إذ تفرض على الموظفين الجدد التكيف وإثبات أنفسهم قبل أن يتم قبولهم.

التوصيات

على ضوء النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، يقترح الباحثون التوصيات الموالية:

- التركيز على مواءمة الثقافة التنظيمية للمؤسسة المتوسطية للزجاج المصقول مع توجهاتها الاستراتيجية، أخذاً بعين الاعتبار توجهات الموظفين وتأثير البيئة الخارجية.

- على المؤسسة التركيز على الفعالية التنظيمية من خلال الاستمرار في الإهتمام بالنتائج المتوصل إليها والعمل على تحقيق الأهداف؛ الأمر الذي يخفض من مستوى الروتين اليومي لدى الموظفين ويدفعهم نحو تحديات جديدة.

- ضرورة التوجه نحو الموظفين من خلال إشراكهم في عملية اتخاذ القرار ومناقشة الأهداف، وكذا منحهم المجال للإبداع وإظهار طاقاتهم، بالإضافة إلى تحقيق التوازن الفعلي بين الحياة الشخصية والحياة العملية للموظفين، الأمر الذي يرفع من تركيز الموظفين في إنجاز أعمالهم ويزيد من التزامهم نحو المؤسسة.

- التركيز على الثقافة المدفوعة من الخارج؛ أي أن تقتنع المؤسسة بأن الزبائن هم من يعرفون توجهاتهم وعلى دراية كاملة بحاجاتهم ورغباتهم. لذا وجب على المؤسسة العمل على الإنصات لهم وتلبية طلباتهم وتحقيق تطلعاتهم من أجل تحقيق رضاهم.

- العمل على تكريس مناخ يدعم الثقافة المنفتحة التي من بين خصائصها الرضا الكبير عن بيئة العمل، واحتواء الموظفين الجدد.

الاقتراحات لدراسات مستقبلية

يقترح الباحثون إجراء المزيد من الدراسات حول الثقافة التنظيمية باستخدام النموذج السداسي لهوفستيد لقياس الثقافة التنظيمية، والتوسع كذلك في استخدام نموذج هوفستيد لقياس الثقافة الوطنية، حتى يتوصل الباحثون إلى صورة واضحة أكثر حول واقع المنظمات الثقافي، وذلك من خلال تطبيق النموذج على أكثر من قطاع.

The Reality of the Organizational Culture in the Algerian Economic Institution According to the Hofstede Hexagonal Model.

(Case Study on the Mediterranean Float Glass Foundation)

Mohamed Akli Admane, Mina Sliman Cheh, and Merizek Mohamed Admane

Higher School of Commerce (Kolea), Algeria.

Abstract

This study aimed to reveal the level of cultural practices prevailing in the Algerian economic institution. The study relied on the descriptive analytical approach to achieve its objectives and on implementing the hexagonal model of Hofstede (organizational effectiveness, focus, management philosophy, control, customer orientation, approachability) to answer its questions. Descriptive and evidentiary statistical methods were used through the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) program version 21 to analyze the data collected from the sample of the study , which was a simple random sample consisting of (300) employees from a research community of 1,162 employees belonging to the Mediterranean Float Glass Foundation in Algeria. The results revealed different levels of cultural practices in accordance with the six dimensions that make up the organizational culture of the Hofstede model, the most important of which was internal discipline , immediately followed by organizational effectiveness, The results also confirmed statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) in the respondents ' estimates of the level of cultural practices prevailing in the institution due to variables (sex , scientific qualification and experience) , while the (age) variable recorded no significant differences . Finally , the study made a set of recommendations , the most important of which was the need to align the dimensions of the organizational culture with the strategic directions of the organization , taking into account the attitudes of its staff.

Keywords: Organizational culture, Hofstede hexagonal model, Mediterranean Float Glass Foundation, Algerian economic foundation**.**

المراجع العربية

عادل، محمود الرشيد، (2004)، الثقافة التنظيمية في منظمات الأعمال الأردنية: إستخدام منهجية هوفستيد المستندة إلى إدراك العاملين لممارسات العمل. **أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، مج 20، ع 3، ص ص 1638-1678.

الطائي، منى حيدر، (2017)، دور الثقافة التنظيمية في بناء المنظمة الفاعلة. **المجلة العربية للإدارة**، مج 37، ع 3، ص ص 59-79.

Arabic References in English

Adel, Mahmoud Al-Rasheed. (2004). Organizational Culture at Jordanian Business Organizations : Using Hofstede's Method in Measuring Employees' Perception of Work - related Practices. *Abhath Al-Yarmouk - Humanities and Social Sciences Journal*, Vol.20, N°.3, pp. 1638-1678.

Al-Taie, M. H. (2017). The Role of Organizational Culture in Building an Effective Organization. *Arab Journal of Administration,* Vol. 37, N°. 3.

English References

Al Mheiri, H., & Zakaria, N.(2014). Understanding Organizational Culture for Effective Knowledge Sharing Behaviors in the Workplace. *Organizational Cultures:An International Journal*,Vol.13,N° .3, pp. 33-52.

Ariunaa, Kh. (2018). Measuring organizational culture: An empirical assessment of the hofstede questionnaire in a Mongolian setting. *Proceedings of the Mongolian Academy of Sciences*, Vol.58, N°.1, pp. 140–159.

Bös, B., Dauber, D., & Springnagel, M. (2011). Measuring organizational culture: An empirical assessment of the Hofstede questionnaire in an Austrian setting. *In IACCM 10th Annual Conference and 3 rd CEMS CCM/IACCM Doctoral Workshop*, University of Ruse, Bulgaria–2011 Cultural Aspects of Cross-border Coperation: Competencies and Capabilities, Ruse, Bulgaria, p.107.

Croasmun, J., & Ostrom, L. (2011). Using Likert-type scales in social sciences. *Journal of Adult Education*,Vol. 40, N° .1, pp. 19- 22.

Hartnell, C., & Kinicki, A. (2011). Organizational Culture and Organizational Effectiveness: A Meta-analytic Investigation of the Competing Values Framework's Theoretical Suppositions. *Journal of Applied Psychology*, Vol.96, pp. 677-694.

Hofstede, G.. Ohayv, D., & Sanders, G. (1990). Measuring Organizational Culture: A Qualitative and Quantitative Study across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*,Vol. 35, pp.286–316.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviours, Institution, and Organizations across Nations.* Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Second Edition.

Hofstede , G. (2004) . *Cultures and Organizations : Software for the Mind.* McGraw – Hill.

Hofstede, G.(2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind- Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival.* The McGraw-Hill Companies, New York City, USA.

Kassem, R., & Ajmal, M. (2019). *Organizational culture and achieving business excellence: Emerging research and opportunities*. Business Science Reference/IGI Global.

Maggie, B., & Sixsmith,A. (2008), Dimensions of Culture: A Project Perspective. *Communications of the International Business Information Management Association (IBIMA).* Vol.5, ISSN : 1943-7765.

Schein, E. (2017). *Organizational culture and leadership*. John Wiley & Sons ,New Jersy,p.13.

Zeqiri, J., & Alija, S,(2016). The Organizational Culture Dimensions : The Case of an Independent Private University In Macedonia. *Studia Universitatis Babes-Bolyai, Oeconomica, Romania,* Vol.61,N°.3, pp. 20-31.

Spithoven, A., Clarysse, B., & Knockaert, M. (2010). Building absorptive capacity to organize inbound open innovation in traditional industries. *Technovation,* 30(2), 130-141. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.08.004

Svetina, A. C., & Prodan, I. (2008). How Internal and External Sources of Knowledge Contribute to Firms' Innovation Performance. *Managing Global Transitions,* 6(3), 277-299.

Szijarto, B., Milley, P., Svensson, K., & Cousins, J. B. (2018). On the evaluation of social innovations and social enterprises: Recognizing and integrating two solitudes in the empirical knowledge base. *Evaluation and Program Planning*, 66, 20-32. https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2017.08.010

Teigland, R., & Wasko, M. (2009). Knowledge transfer in MNCs: Examining how intrinsic motivations and knowledge sourcing impact individual centrality and performance. *Journal of International Management,* 15(1), 15-31. https://doi.org/10.1016/j.intman.2008.02.001

Thomson, A. J. (2005). Indicator-based knowledge management for participatory decision-making. *Computers and Electronics in Agriculture,* 49(1), 206-218. https://doi.org/10.1016/j.compag.2005.02.013

Uotila, J. (2018). Exploratory and Exploitative Adaptation in Turbulent and Complex Landscapes. *European Management Review*, 15(4), 505-519. https://doi.org/10.1111/emre.12140

Venkitachalam, K., & Willmott, H. (2017). Strategic knowledge management:Insights and pitfalls. *International Journal of Information Management,* 37(4), 313-316. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.02.002

von Krogh, G., Ichijo, K., & Nonaka, I. (2000). *Enabling Knowledge Creation: How to Unlock the Mystery of Tacit Knowledge and Release the Power of Innovation.* Oxford University Press. https://books.google.jo/books?id=V-ZDdXl15UYC

Waal, A. D. (2017). Evaluating High Performance the Evidence-based Way: The Case of the Swagelok Transformers. *SAGE Open,* 7(4), 1-15. https://doi.org/10.1177/2158244017736801

Wong, K. Y., Tan, L. P., Lee, C. S., & Wong, W. P. (2015). Knowledge management performance measurement: Measures, approaches, trends and future directions. *Information Development*, 31(3), 239-257. https://doi.org/10.1177/0266666913513278

Yusof, N. A., Kamal, E. M., Kong-Seng, L., & Iranmanesh, M. (2014). Are Innovations Being Created or Adopted in the Construction Industry? Exploring Innovation in the Construction Industry. *SAGE Open,* July-September, 1-9. https://doi.org/10.1177/2158244014552424

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization and Extension. *The Academy of Management Review*, 27(2), 185-203. https://doi.org/10.2307/4134351

McFadyen, M. A., & Cannella, A. A. (2005). Knowledge creation and the location of university research scientists' interpersonal exchange relations within and beyond the university. *Strategic Organization,* 3(2), 131-155. https://doi.org/10.1177/1476127005052207

Milley, P., Szijarto, B., Svensson, K., & Cousins, J. B. (2018). The evaluation of social innovation: A review and integration of the current empirical knowledge base. *Evaluation,* 24(2), 237-258. https://doi.org/10.1177/1356389018763242

Nair, S. R., Demirbag, M., & Mellahi, K. (2015). Reverse Knowledge Transfer from Overseas Acquisitions: A Survey of Indian MNEs. *Management International Review,* 55, 277-301. https://doi.org/10.1007/s11575-015-0242-y

Nonaka, I., & Krogh, G. V. (2009). Tacit Knowledge and Knowledge Conversion: Controversy and Advancement in Organizational Knowledge Creation Theory. *Organization Science,* 20(3), 635-652. https://doi.org/10.1287/orsc.1080.0412

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.

Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. *Long Range Planning,* 33(1), 5-34. https://doi.org/10.1016/S0024-6301(99)00115-6

Patton, M. Q. (2012). *Essentials of utilization-focused evaluation.* Los Angeles, CA: Sage.

Popadiuk, S., & Choo, C. W. (2006). Innovation and Knowledge Creation: How Are These Concepts Related? *International Journal of Information Management,* 26(4), 302-312. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2006.03.011

Ramírez, A. M., García-Morales, V. J., Morales, G., & Martín-Rojas, R. (2011). Knowledge Creation, Organizational Learning and Their Effects on Organizational Performance. *Engineering Economics,* 22(3), 309-318. https://doi.org/10.5755/j01.ee.22.3.521

Rasmussen, L., & Hall, H. (2016). The adoption process in management innovation: A knowledge management case study. *Journal of Information Science*, 42(3), 356-368. https://doi.org/10.1177/0165551515625032

Rašula, J., Vukšić, V. B., & Štemberger, M. I. (2012). The impact of knowledge management on organizational performance. *Economic and Business Review*, 14(2), 147-168.

Rippa, M. G. P. (2011). An AHP-based framework for selecting knowledge management tools to sustain innovation process. *Knowledge and Process Management,* 18(1), 45-55. https://doi.org/10.1002/kpm.365

Russo, A., & Vurro, C. (2010). Cross-boundary ambidexterity: Balancing exploration and exploitation in the fuel cell industry. *European Management Review*, 7(1), 30-45. https://doi.org/10.1057/emr.2010.2

Sankowska, A. (2013). Relationships between organizational trust, knowledge transfer, knowledge creation and firm's innovativeness. *The Learning Organization*, 20(1), 85-100. https://doi.org/10.1108/09696471311288546

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research methods for business: A skill-building approach.* John Wiley & Sons.

Seleim, A. A. S., & Khalil, O. E. M. (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: A two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital,* 12(4), 586-614. https://doi.org/10.1108/14691931111181742

Shin, M., Holden, T., & Schmidt, R. A. (2001). From knowledge theory to management practice: Towards an integrated approach. *Information Processing & Management,* 37(2), 335-355. https://doi.org/10.1016/S0306-4573(00)00031-5

Smart, P. A., Maull, R. S., Karasneh, A. A.-F., Radnor, Z. J., & Housel, T. J. (2003). An approach for identifying value in business processes. *Journal of Knowledge Management,* 7(4), 49-61. https://doi.org/10.1108/13673270310492949

Kim, J.-A. (2006). Measuring the Impact of Knowledge Management. *IFLA Journal,* 32(4), 362-367. https://doi.org/10.1177/0340035206074075

Kotabe, M., Jiang, C. X., & Murray, J.Y. (2011). Managerial ties, knowledge acquisition, realized absorptive capacity and new product market performance of emerging multinational companies: A case of China. *Journal of World Business,* 46(2), 166-176. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2010.05.005

Krogh, G. V., Nonaka, I., & Aben, M. (2001). Making the Most of Your Company's Knowledge: A Strategic Framework. *Long Range Planning,* 34(4), 421-439. https://doi.org/10.1016/S0024-6301(01)00059-0

Kuah, C. T., Wong, K. Y., & Wong, W. P. (2012). Monte Carlo Data Envelopment Analysis with Genetic Algorithm for Knowledge Management Performance Measurement. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 9348-9358. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.02.140

Laeeque, S. H., & Babar, S. F. (2017). Knowledge Creation and Firm Performance: Is Innovation the Missing Link? *Pak J Commer Soc Sci.,* 11(2), 505-523.

Lavie, D., & Rosenkopf, L. (2006). Balancing Exploration and Exploitation in Alliance Formation. *Academy of Management Journal,* 49(4), 797–818. https://doi.org/10.5465/amj.2006.22083085

Liao, S.-H., Wu, C.-C., Hu, D.-C., & Tsuei, G. A. (2009). Knowledge Acquisition, Absorptive Capacity and Innovation Capability: An Empirical Study of Taiwan's Knowledge-intensive Industries. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* 3(5), 338-345.

Lin, H.-F. (2007). A stage model of knowledge management: An empirical investigation of process and effectiveness. J*ournal of Information Science,* 33(6), 643-659. https://doi.org/10.1177/0165551506076395

Liu, M.-S., & Liu, N.-C. (2008). Sources of knowledge acquisition and patterns of knowledge-sharing behaviors: An empirical study of Taiwanese high-tech firms. *International Journal of Information Management,* 28(5), 423-432. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2008.01.005

Lopez-Nicolas, C., & Soto-Acosta, P. (2010). Analyzing ICT adoption and use effects on knowledge creation: An empirical investigation in SMEs. *International Journal of Information Management*, 30(6), 521-528. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.03.004

Lopez, V. W. B., & Esteves, J. (2013). Acquiring external knowledge to avoid wheel re-invention. *Journal of Knowledge Management,* 17(1), 87-105. https://doi.org/10.1108/13673271311300787

Lyu, H., Zhou, Z., & Zhang, Z. (2016). Measuring Knowledge Management Performance in Organizations: An Integrative Framework of Balanced Scorecard and Fuzzy Evaluation. *Information,* 7(2), 29. https://doi.org/10.3390/info7020029

Marra, M. (2004). The Contribution of Evaluation to Socialization and Externalization of Tacit Knowledge: The Case of the World Bank. *Evaluation,* 10(3), 263-283. https://doi.org/10.1177/1356389004048278

Martins, F. S., Santos, E. B. A., & Vils, L. (2017). Organizational Creativity in Innovation: A Multicriteria Decision Analysis. *Independent Journal of Management & Production,* 8(4), 1223-1245. https://doi.org/10.14807/ijmp.v8i4.643

Massingham, P., & Holaibi, M. A. (2017). Embedding Knowledge Management into Business Processes. *Knowledge and Process Management,* 24(1), 53-71. https://doi.org/10.1002/kpm.1534

Matusik, S. F., & Heeley, M. B. (2005). Absorptive Capacity in the Software Industry: Identifying Dimensions That Affect Knowledge and Knowledge Creation Activities. *Journal of Management,* 31(4), 549-572. https://doi.org/10.1177/0149206304272293

McAdam, R. (2000). Knowledge management as a catalyst for innovation within organizations:A qualitative study. *Knowledge and Process Management,* 7(4), 233-241. https://doi.org/10.1002/1099-1441(200010/12)7:4<233::AID-KPM94>3.0.CO;2-F

Business School, UK. https://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/conf/olkc/archive/olkc6/papers/ideasa.pdf

Fakhrorazi, A., Osman, M., & Hazril, I. (2013). Knowledge acquisition among engineers in MNCs. *Independent Journal of Management & Production,* 4(1), 19-35. https://doi.org/10.14807/ijmp.v4i1.52

Fischer, M. M. (2001). Innovation, knowledge creation and systems of innovation. *The Annals of Regional Science,* 35(2), 199-216.

Fourcade, M. (2010). The Problem of Embodiment in the Sociology of Knowledge: Afterword to the Special Issue on Knowledge in Practice. *Qual Sociol.,* 33, 569-574. https://doi.org/10.1007/s11133-010-9173-x

Gholami, M. H., Asli, M. N., Nazari,S., S. & Noruzy, A. (2013). Investigating the Influence of Knowledge Management Practices on Organizational Performance: An Empirical Study. *Acta Polytechnica Hungarica,* 10(2), 205-216.

González, L. M., Giachetti, R. E., & Ramirez, G. (2005). Knowledge management-centric help desk: Specification and performance evaluation. *Decision Support Systems,* 40(2), 389-405. https://doi.org/10.1016/j.dss.2004.04.013

Gupta, A. K., Smith, K. G., & Shalley, C. E. (2006). The Interplay between Exploration and Exploitation. *Academy of Management Journal,* 49(4), 693-706. https://doi.org/10.5465/amj.2006.22083026

Guyadeen, D., & Seasons, M. (2016). Evaluation Theory and Practice: Comparing Program Evaluation and Evaluation in Planning. *Journal of Planning Education and Research,* 38(1), 98-110. https://doi.org/10.1177/0739456X16675930

He, Q., Ghobadian, A., & Gallear, D. (2013). Knowledge acquisition in supply chain partnerships: The role of power. *International Journal of Production Economics,* 141(2), 605-618. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2012.09.019

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*, (12th edn.). Cengage Learning. https://books.google.jo/books?id=gc84CgAAQBAJ

Hsu, R.-C., Lawson, D., & Liang, T.-P. (2007). Factors affecting knowledge management adoption of Taiwan small and medium-sized enterprises. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 4(1), 30-51. https://doi.org/10.1504/IJMED.2007.011454

Jackson, T., Shen, J., Nikolic, S., & Xia, G. (2020). Managerial factors that influence the success of knowledge management systems: A systematic literature review. *Knowledge and Process Management,* 27(2), 77-92. https://doi.org/10.1002/kpm.1622

Jiang, M.S., Jiao, J., Lin, Z. *et al.* (2021). Learning through observation or through acquisition? Innovation performance as an outcome of internal and external knowledge combination. *Asia Pac. J. Manag.,* 38, 35–63. https://doi.org/10.1007/s10490-018-9592-x

Karasneh, A. A.-F. (2002). A*n integrated model of knowledge management systems* [Doctoral Thesis, University of Exeter]. Exeter, UK. https://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.246392

Karasneh, A. A.-F. (2019). Reinforcing Innovation through Knowledge Management: Mediating Role of Organizational Learning. *Interdisciplinary Journal of Information*, *Knowledge and Managemen*t, 14, 235-252. https://doi.org/10.28945/4427

Karasneh, A. A.-F. (2020). Revitalizing the BSC through knowledge management: The mediating role of intellectual capital. *J. Public Affairs,* e2359. https://doi.org/10.1002/pa.2359

Karasneh, A. A.-F., & Al-Khalili, S. (2009). Knowledge Management Components: Analytical study at Jordanian Ministry of Education. *Jordan Journal of Business Administration,* 5(3), 293-329.

Karasneh, A. A.-F., & Al-zoubi, M. (2019). Factors affecting knowledge sharing in special education—A Jordanian study. *Knowl Process Manag,* 26(1), 41-50. https://doi.org/10.1002/kpm.1588

Acknowledgment

The author would like to thank the chief officers of MNCs operating in Jordan for their highly moral and proper contribution in this research.

Conflict of Interest

I certify that there are no conflicts of interest associated with the work described in the article

References

Ahn, J. H., & Chang, S. G. (2004). Assessing the contribution of knowledge to business performance: The KP3 methodology. *Decision Support Systems*, 36(4), 403-416. https://doi.org/10.1016/S0167-9236(03)00029-0

Andone, I. I. (2009). Measuring the Performance of Corporate Knowledge Management Systems. *Informatica Economica,* 13(4), 24-31.

Bharadwaj, S. S., Chauhan, S., & Raman, A. (2016). Impact of Knowledge Management Capabilities on Knowledge Management Effectiveness in Indian Organizations. *The Journal for Decision Makers*, 40(4), 421-434. https://doi.org/10.1177/0256090915613572

Bloom, B. S. (Ed.). (1956). T*axonomy of Educational Objectives, Handbook 1: Cognitive Domain.* Longmans, Green. https://books.google.jo/books?id=rJNqAAAAMAAJ.

Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., & Lee, J. N. (2005). Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces and Organizational Climate. *MIS Quarterly*, 29(1), 87-111. https://doi.org/10.2307/25148669

Brix, J. (2017). Exploring knowledge creation processes as a source of organizational learning: A longitudinal case study of a public innovation project. *Scandinavian Journal of Management*, 33, 113-127.

Bryant, S. (2005). The Impact of Peer Mentoring on Organizational Knowledge Creation and Sharing: An Empirical Study in a Software Firm. *Group & Organization Management*, 30(3), 319-338. https://doi.org/10.1177/1059601103258439

Chen, C. J., & Huang, J. W. (2007). How organizational climate and structure affect knowledge management: The social interaction perspective. *International Journal of Information Management,* 27(2), 104-118. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2006.11.001

Chen, M. Y., & Chen, A. P. (2006). Knowledge management performance evaluation: A decade review from 1995 to 2004. *Journal of Information Science,* 32(1), 17-38. https://doi.org/10.1177/0165551506059220

Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1989). Innovation and Learning: The Two Faces of R & D. *The Economic Journal*, 99(397), 569-596. https://doi.org/10.2307/2233763

Cousins, J. B., Goh, S. C., Clark, S., & Lee, L. E. (2004). Integrating evaluative inquiry into the organizational culture: A review and synthesis of the knowledge base. *Canadian Journal of Program Evaluation,* 19(2), 99-141.

Dul, J., Ceylan, C., & Jaspers, F. (2011). Knowledge Workers' Creativity and the Role of the Physical Work Environment. *Human Resource Management,* 50(6), 715-734. https://doi.org/10.1002/hrm.20454

Duncan, D. H., & Wintle, B. A. (2008). Towards Adaptive Management of Native Vegetation in Regional Landscapes. Inc. Pettit, W. Cartwright, I. Bishop, K. Lowell, D. Pullar, & D. Duncan (Eds.), Landscape Analysis and Visualisation. *Lecture Notes in Geoinformation and Cartography.* Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-69168-6_9

Easa, N. F. (2011). Knowledge creation process and innovation in Egyptian banking sector, The Organization Learning, Knowledge and Capabilities (OLKC) Conference 2011, Hull University

their influence on knowledge evaluation at MNCs operating in Jordan. Briefly, this study revealed evidence between knowledge creation, knowledge adoption, knowledge adaptation, knowledge embodiment, and knowledge evaluation at the surveyed corporations. It is valuable to indicate that the KM literature consists of little investigation (Lin, 2007). This study offers various contributions to the literature. First, it advocates and validates the KM model. The empirical evidence that emerges from this study proves that knowledge evaluation is a core factor in the KM dilemma. Secondly, the study results bridge the gap in the literature review embodied in the dearth of an appropriate KM model that organizations can utilize to evaluate their practices. To Add, the current paper introduces a conceptual model, which has been tested and validated in MNCs based in Jordan. The academic significance of this research lies in its contribution to the existing literature by linking several knowledge management variables (i.e., creation, adoption, adaptation, and embodiment) and integrating these variables with knowledge evaluation. Lastly, although this research does not develop a completely novel idea, it motivates researchers and specialists to tackle issues and problems within the work environment differently. The main implication for practitioners is that the findings of this study enable them not to reinvent the wheel but to re-evaluate their existing KM practices to obtain insights into the type of productive practices required in today's world. This model enables corporations to gain, create, adopt, adapt, conserve, and evaluate their knowledge.

Upon analysis, the author recommends that decision makers in MNCs ought to define a strategy for KM factors' influence on knowledge evaluation to avoid re-inventing the wheel. Along this strategy, it is strongly recommended to focus on environments where knowledge management practice evaluation is part of their basic culture and is viewed as a formal norm.

دور تقييم المعرفة في تعزيز استراتيجية إدارة المعرفة

عبدالفتاح كراسنة

كلية الأعمال، قسم ادارة الأعمال، جامعة اليرموك، إربد، الأردن

الملخص

على الرغم من أن مفهوم إدارة االمعرفة قد تمت مناقشته على نطاق واسع في الأدبيات الحالية، فهو لا يزال يتطور، فهناك عدد كبير من النماذج والمفاهيم. وقد أدت هذه الوفرة إلى وجود إختلافات في المفهوم. يستقصي النموذج المقدم في هذه الدراسة العلاقة بين تقييم المعرفة وعوامل إدارة المعرفة (خلق المعرفة، وتبني المعرفة، وتكييف المعرفة، وتجسيد المعرفة) التي من المفترض أن تتخذها المنظمات لتحقيق ميزة تنافسية.

تم تطوير استبيانة لجمع البيانات. وتكون مجتمع الدراسة من خمس شركات عالمية كبيرة الحجم تعمل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن. وقد تم توزيع الاستبانة على العاملين في الشركات المبحوثة واسترداد (93) استجابة صالحة للتحليل، وثبت أن الاستبيانة موثوقة وصالحة.

أظهرت النتائج أن عاملي إدارة المعرفة (خلق المعرفة، وتبني المعرفة) مهمات ولهما تأثير قوي على تقييم المعرفة، بينما كان عاملا إدارة االمعرفة (تكييف المعرفة، وتجسيد المعرفة) غير مهمين ولهما تأثير سلبي على تقييم المعرفة في الشركات التي شملتها الدراسة. وتمت مناقشة النتائج وتقديم الاقتراحات والتوصيات وآفاق البحوث المستقبلية.

الكلمات المفتاحية: خلق المعرفة، تبني المعرفة، تكييف المعرفة، تجسيد المعرفة، تقييم المعرفة، الشركات متعددة الجنسيات، الأردن

Jordan should develop an appropriate and organized organizational memory for adapted knowledge to enable employees to assess, customize, interpret and use knowledge. Nonaka et al. (2000) defined the Ba concept as "a shared context in which knowledge is shared, created and utilized". Chen & Huang (2007) identify organizational climate as "common practices, shared beliefs, and value systems that an organization follows".

Although the study results are embarrassing and confusing, the author tries to rationalize those results as appropriate as possible. Thus, further investigation is represented in the form of informal interview with four MNCs chief officers separately.

The author started with acquainting the officers with the study results (i.e., MNCs adopt knowledge more than creating it; MNCs do not evaluate adapted knowledge; MNCs do not evaluate embodied knowledge) that previously surprised the author. They indicated that for MNCs to sustain and achieve a competitive advantage, they need to rely not only on their capability to create needed knowledge, but also to acquire or adopt external knowledge as well as to keep up to date with the market's competition. The evaluation of either created knowledge or adopted best practice knowledge is indispensable. Concerning knowledge adaptation evaluation, all the interviewed chief officers confirmed that the culture and structure of the organization play a crucial role as the adaptation mission is the responsibility of external experts and/or consultations to reduce expenditure. As for knowledge embodiment evaluation, all the interviewed chief officers confirmed that the infrastructure also plays a critical role in distributing and transferring the adapted knowledge to employees. In fact, the companies are not able to cope with the dynamic nature of knowledge and technology infrastructure, as it is costly. One interviewee attributes the insignificant result of knowledge embodiment evaluation to failure in applying knowledge adaptation properly. Therefore, he criticizes his organization for not applying the concept of adaptive management (Duncan & Wintle, 2008). In fact, the concept of adaptive management stresses the significance of "learning by doing a structured iterative process of decision making with the capacity to gradually reduce uncertainty through system monitoring".

Limitations and Further Work

The data for this study is collected from a sample of MNCs operating in Jordan. Different organizational contexts may affect the results. Further study may examine the proposed KM model to include different industries (e.g., chemical, electrical, electronic, and construction) to understand the current study results amongst various productions. That is, of course, keeping in mind that each industry has its own special cases, and then setting up a comparison between the results of each industry in order to see whether or not knowledge evaluation impacts the processes of knowledge management. Moreover, the sample of this study is limited to (93) respondents in the ICT industry; a larger sample may allow for more advanced and robust statistical analysis that facilitates generalization. Furthermore, cultural differences may play a crucial role in affecting the results; hence, testing a sample from other countries would increase organizations' awareness.

Conclusions, Implications and Recommendations

In the dynamic world of today, organizations are forced to realize that KE is an indispensable factor that all organizations ought to manage when initiating the knowledge management strategy within their workplace. Moreover, they ought to develop a knowledge management system that consists of knowledge creation, knowledge adoption, knowledge adaptation, and knowledge embodiment based on a knowledge evaluation factor incorporated alongside each factor. This strategy is expected to enable organizations to achieve a competitive advantage. This study identifies the influence of knowledge creation, knowledge adoption, knowledge adaptation, and knowledge embodiment on knowledge evaluation endeavours at MNCs based in Jordan. The author foresees that the study results may offer useful mechanisms for organizations and decision makers to achieve and sustain a successful knowledge management system.

In order to apply knowledge effectively, KE plays a key role in validating the applications of knowledge management factors. In this paper, the author investigated different KM factors and tested

The current study sets the basis of an empirical test highlighting the relationship between knowledge evaluation and knowledge management factors. Study results reveal that knowledge creation and adoption have a significant relationship with knowledge evaluation. While knowledge adaptation and knowledge embodiment have an insignificant relationship with knowledge evaluation.

Even though knowledge creation regression's result (p-value=0.045) reveals a positive relationship with knowledge evaluation, it is still beyond expectation. Similarly, knowledge adoption regression's result (p-value=0.006) also reveals a positive relationship with knowledge evaluation which happens to be surprising in the case of MNCs.

Knowledge creation result indicates that MNCs operating in Jordan encourage and utilize brainstorming and know-how of employees to generate novel ideas. The study further reveals that knowledge creation/knowledge evaluation relationship plays a moderate role in MNCs. Knowledge creation is found to be positive among the factors contributing to knowledge evaluation in this study. This result is consistent with (Gholami et al., 2013; Laeeque & Babar, 2017; Marra, 2004; Nonaka et al., 2000; Szijarto et al., 2018). As stated earlier, knowledge creation in MNCs needs to be supported and encouraged by top management of MNCs to be significantly recognized at (p-value=0.000) and/ or to be significantly better than knowledge adoption. It is crucial for MNCs to initiate an organizational capability which can be significantly recognized.

Marra (2004) states that "evaluation can align knowledge across different organizational layers, functions, and roles. This process is in itself an endogenously produced knowledge system, whose specific components and properties enable managers to create an organizational advancement strategy to exploit actual and future sources of competitive advantage". Karasneh & Al-zoubi (2019) indicate that it is important for organizations to initiate and facilitate a specific context that builds in self-determination and freedom in order to create novel ideas.

Knowledge adoption is found to have a significant relationship with knowledge evaluation. This result is consistent with (González et al., 2005; Hsu et al., 2007; Lopez-Nicolas & Soto-Acosta, 2010; Patton, 2012). From the organizational knowledge perspective, adopting best practices knowledge is critical for sustaining and achieving a competitive advantage. Patton (2012) states that "best practices have become the most sought-after form of knowledge not just effective practices; or decent practices or better practices—but best". Adopting best practices knowledge benefits organization members, supporting organizational survival and competitiveness (Fakhrorazi et al., 2013), avoiding wheel re-invention (Lopez & Esteves, 2013), enabling direct or indirect interaction with a knowledge source (He et al., 2013). Thus, MNCs based in Jordan ought to sustain and safeguard knowledge adoption strategy to compete and excel.

Knowledge adaptation is found to have a negative relationship with knowledge evaluation. This result is inconsistent with (Karasneh & Al-Khalili, 2009; Rasmussen & Hall, 2016). Knowledge adaptation negative β value suggests that the relationship between knowledge adaptation and knowledge evaluation may be contingent on other factors, such as knowledge creation and knowledge adoption. Thus, MNCs should get the best out of the knowledge evaluation factor in order to cope with the ever-changing business environment.

The dynamic and turbulent business environment of Information and Communication Technology (ICT) in which MNCs engage rigorously requires such organization apply the concept of adaptive knowledge management (i.e., to develop, modify and adapt their strategies and work application). Bloom (1956) refers to adaptation as "well developed skills that the individual can modify the movement patterns of to fit special requirements". Thomson (2005) states that "adaptive knowledge management, is characterized by communication programs that are designed to experimentally compare selected policies or practices, by testing alternative hypotheses about the communication process".

Knowledge embodiment was found to be insignificant. This result is inconsistent with (Fourcade, 2010; Karasneh & Al-Khalili, 2009; Rippa, 2011). Contrary to what is expected, knowledge embodiment and knowledge evaluation do not complement one another. Therefore, MNCs based in

Table 2. Reliability analysis summary (N= 93).

KM constructs	No. of Items	Excluded items	Cronbach's α
KC	5	0	0.91
Kadopt.	6	0	0.93
Kadapt.	5	0	0.89
Kembody	6	0	0.93
KE	6	0	0.91

Regression analysis was carried out to answer the four research hypotheses. Table (3) shows the results of multiple regression analysis summarizing the relationship between KE as a dependent variable and KM components (i.e., KC, Kadopt, Kadapt, and Kembody) as independent variables.

Table 3. Multiple regression results (N= 93).

KM constructs	Beta	t-value	p-value
KC	0.258	2.032	0.045
Kadopt.	0.361	2.798	0.006
Kadapt.	- 0.007	- 0.047	0.962
Kembody	0.116	0.794	0.429

Note: Dependent Variable: KE.

The values of (Beta) show that there are only two factors that affect KE (i.e., KC and Kadopt). The regression results of the KC variable show that (Beta = 0.258, t- value = 2.032, p- value = 0.045). These results indicate a significant impact of KC on KE in MNCs based in Jordan. Similarly, the regression results of the Kadopt variable show that (Beta = 0.361, t- value = 2.798, p- value = 0.006) indicating a significant impact of Kadopt on KE in MNCs based in Jordan. Moreover, an initial screening of Table (3) indicates that factors (i.e., Kadapt and Kembody) have no significant impact on KE in MNCs. These results have encouraged the researcher to carry out further investigations to identify first, whether or not these variables are present in the surveyed corporations' environment and then explain to what extent each of the two significant factors (i.e., creation and adoption) explain the variation in the KE environment in MNCs. To do so, stepwise regression was conducted as appears in Table (4).

Table 4. Stepwise regression (N= 93).

KM constructs	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.
KC	0.618	0.381	0.375	0.48359	56.117	0.000
Kembody	0.653	0.427	0.414	0.46802		

Note: Dependent Variable: KE.

The results reveal that insignificant factors (i.e., adaptation and embodiment) have been excluded, which indicates that these factors are not present and hence do not affect KE in MNCs based in Jordan. Moreover, the results assert that creation and adoption have a significant impact on MNCs' KE. Interestingly, R^2 shows the variance in the dependent variable (KE) which is predictable by the two independent factors (creation and adoption). The R^2 value is 0.427, which indicates that the research model explains 42.7% of the variance in KE. The overall regression model is significant ($F= 56.117$ and $p \leq 0.000$).

Based on the regression analysis, we can only accept the following hypotheses:

H1: Knowledge creation has a positive relationship with knowledge evaluation.

H2: Knowledge adoption has a positive relationship with knowledge evaluation.

Discussion

The relationship between knowledge evaluation and the KM dimensions (i.e., knowledge creation, knowledge adoption, knowledge adaptation, and knowledge embodiment) that organizations are supposed to take to achieve a competitive advantage and excel is still inexplicit. It is important to know that a dearth of empirical investigation regarding such components exists.

Method

The data for this research were collected from MNCs, which are thought to be a highly "knowledge-intensive industry" that offers diverse innovative products and services (Seleim & Khalil, 2011). The population of this study is made up of all managerial levels who were randomly selected from MNCs based in Amman, Jordan. The managerial staff is divided into five categories (i.e., chief officers, directors, managers, team leaders and supervisors). Five large global Information and Communication Technology (ICT) MNCs operating in Jordan were selected. Generally, it is believed that MNCs utilize and engage in KM tools more than local corporations.

A questionnaire instrument was designed based on an extensive investigation of theoretical and empirical studies relating to the constructs of the research with some amendments to satisfy the requirements of the research (Table 1). The questionnaire comprises five KM constructs: KC, Kadopt., Kadapt. Kembody, and KE.

The questionnaire first draft was validated through pilot testing on (10) managerial staff working in Orange Group headquarter. The final edited version of the questionnaire was emailed to the managers after contacting the general manager of each corporation and getting a list of the managers' emails. A total of 150 questionnaires were distributed via email, of which 93 were returned, with a response rate of 62 percent. Respondents were fit in terms of implementing knowledge, which is essential for KC and usage.

The questionnaire was designed based on prior content validity studies, as stated earlier. The items of the questionnaire were assessed on a 5-point Likert- scale ranging from (1) to (5) representing (1) as "minimal" to (5) as "extensive". The internal consistency of the items was evaluated by Cronbach's alpha coefficient.

Table 1. Research constructs.

Research constructs	No. of Items	References
KC	5	(Ahn & Chang, 2004; Bryant, 2005; Chen & Huang, 2007; Karasneh, 2019; Kuah et al., 2012)
Kadopt.	6	(González et al., 2005; Hsu et al., 2007; Lopez-Nicolas & Soto-Acosta, 2010; Patton, 2012)
Kadapt.	5	(Karasneh, 2002; Karasneh, 2019; Russo & Vurro, 2010; Uotila, 2018)
Kembody	6	(Andone, 2009; Karasneh, 2019; Karasneh & Al-Khalili, 2009; Kuah et al., 2012)
KE	6	(Guyadeen & Seasons, 2016; Rašula et al., 2012; Shin et al., 2001)

Data Analysis and Results

The Statistical Package for Social Sciences (SPSS Version 23) program was utilized to analyze the questionnaire of participants to test the demographic factors of the questionnaire items (i.e., 93). The respondents profile consists of male (71.0 %); above 40-49 years age group (32.3 %); education bachelor's degree (50.5 %); above 10-years' experience group (37.6 %). The analysis of targeted group is as follows: Supervisors (47.3 %); Directors (23.7 percent); Managers (12.9 %); Team leaders (11.8 %); and Chief officers (04.3 %).

Alpha reliability estimates were used to measure the internal consistency of the questionnaire items. Sekaran & Bougie (2013) state that " the reliability of a measure is an indication of the stability and consistency with which the instrument measures the concept and helps assess the -goodness of a measure". Table (2) shows the results of questionnaire reliability. Cronbach's alpha reliability estimates were as follows: KC (0.91), Kadopt. (0.93), Kadapt. (0.89), Kembody (0.93), and KE (0.91). The highest alpha value is (0.93) and it refers to Kadopt. and Kembody, while the minimum value is (0.89) and it refers to Kadapt. All of these estimates are close to (1). In general, Sekaran and Bougie (2013) state that "the closer Cronbach's alpha is to 1, the higher is the internal consistency reliability".

changes. This balance also has been recognized by several authors (e.g., Gupta et al., 2006; Lavie & Rosenkopf, 2006; Russo & Vurro, 2010; Zahra & George, 2002) in the form of exploration and exploitation strategies. Uotila (2018) defines exploitation as “the organization’s ability to refine and utilize its existing knowledge, competences and opportunities, whereas exploration is the organization’s ability to find completely new knowledge, competences and opportunities”. Thus, the proper exploration-exploitation balance depends, in complex ways, on the pressures for global *versus* local adaptability posed by the interaction of turbulence and complexity.

According to Cohen & Levinthal (1989) absorptive capacity is the ability to learn from external knowledge through processes of knowledge identification, assimilation and exploitation. Authors (i.e., Cohen & Levinthal, 1989; Matusik & Heeley, 2005; Spithoven et al., 2010; Zahra & George, 2002) argue that absorptive capacity is a critical tool for an organizations to adapt external knowledge into its internal context. This tool is a vital vein for organizations when tackling their innovative and competitive abilities (Matusik & Heeley, 2005; Rasmussen & Hall, 2016).

Karasneh & Al-Khalili (2009) refer to adaptation as the customization of adopted knowledge to meet the needs of the organization, as well as the identification of significant knowledge in the organization in order for it to be disseminated and shared among individuals in the organization. They investigate KM’s strategy and the practicing activities at the Ministry of Education in Jordan. They conclude that while there are high-practicing levels of knowledge adoption and knowledge creation, the practicing levels of knowledge adaptation and knowledge embodiment remain medium.

Therefore, in light of the previous literature, the following hypothesis is proposed:

H3: Kadapt. has a positive relationship with KE.

Knowledge Embodiment

Knowledge embodiment may be defined as the ability of the organization to codify, distribute, transfer, and translate the adapted knowledge into practice. According to Nonaka & Takeuchi (1995), organizational knowledge creation is "the capability of a company as a whole to create new knowledge, disseminate it throughout the organization, and embody it in products, services, and systems". This embodiment depends highly on shared organizational context. Karasneh (2020) indicates that embodiment refers to translating data and information into symbols that others can understand. Knowledge embodiment aims at producing a form of organizational knowledge that is easily accessible for those who demand it. Rippa (2011) indicates that Kembody involves applying the knowledge acquired to a range of other domains and contexts, thus expanding the meaning of the knowledge. It is also important at this stage to consider knowledge disposition, validation and evolution after the use of knowledge. Nonaka & Krogh (2009) view embodied knowledge as "intuitive, tied to the senses, and escaping any formal analysis through self-introspection". McAdam (2000) argues that knowledge embodiment can draw on novel knowledge construction and facilitate the fusion of innovation within firms. He further suggests different drivers for enhancing kembody (i.e., the need for embodiment for constructed knowledge, supportive organizational structure, learning networks, open and receptive culture, trust, the role of the knowledge worker, and converting tacit to explicit knowledge). He suggests that the creative application of knowledge embodiment is crucial for a firm's success and competitiveness in the market. Fourcade (2010) defines "embodied knowledge" as a form of knowledge that cannot be easily dissociated from the personal qualities of its bearer and thus becomes legitimate regardless of the conditions under which it is dismissed as irrelevant.

In conclusion, Kembody is held as a chief source of knowledge where individuals can share, assess, customize and use knowledge in light of their previous and adapted knowledge. Therefore, in light of the previous literature, the following hypothesis is proposed:

H4: Kembody has a positive relationship with KE.

the individual, on the social-organizational work environment and on the physical work environment in order to elevate knowledge worker creativity.

Most of the work tackled up to date has been devoted to identifying the relationship between KC and innovation (Easa, 2011; Popadiuk & Choo, 2006), developing knowledge strategies for KC and transfer (Krogh et al., 2001), examining innovation creation and innovation adoption of workers within the workplace (Yusof et al., 2014), knowledge transfer as an enabling role in KC (Fischer, 2001; Nair et al., 2015) and the relationship between KC and organizational learning (Brix, 2017; Ramírez et al., 2011). Sankowska (2013) asserts that KC provides the basis for innovation. She further argues that organizations which implement a KC strategy have higher chances in achieving creativity and process development within the workplace. Therefore, the following hypothesis is proposed:

H1: KC has a positive relationship with KE.

Knowledge Adoption

Generally speaking, as knowledge is required and important for organizations to achieve a competitive advantage (Hsu et al., 2007), the adoption of best practice knowledge has become an alternative vein for organizations. Teigland & Wasko (2009) indicate that knowledge adoption can be seen as an action that organizations carry out to maintain efficiency and effectiveness through utilizing the certainty and clarity of the organization's context. Knowledge adoption requires the organization's capacity to collect and appreciate knowledge of systems and structures.

Knowledge adoption has been perceived by several scholars as knowledge acquisition (Karasneh, 2019), knowledge transfer (McFadyen & Cannella, 2005; Nonaka & Krogh, 2009;) knowledge exchange (Nonaka & Krogh, 2009) to refer to the adoption of knowledge from external sources. These sources have been identified as best practices (Krogh et al., 2001). Authors (i.e., Bock et al., 2005; Liu & Liu, 2008) indicate that knowledge acquisition is the initial premise for knowledge creation.

Kotabe et al. (2011) investigate how the acquired knowledge affects firms' new product market performance. They conclude that knowledge acquisition could only enhance new product market performance in the presence of realized absorptive capacity.

Liao et al. (2009) investigate the relationships between absorptive capacity, knowledge acquisition and innovation capability. They conclude that absorptive capacity is the mediator between knowledge acquisition and innovation capability, and that knowledge acquisition has a positive effect on absorptive capacity. Bharadwaj et al. (2016) examine the effectiveness of various KM entities such as creation, adaptation, storage, distribution, and practice, along with infrastructure entities, on organizational knowledge efficiency. Researchers conclude that firms are developing the awareness to view knowledge as a tactical asset that aids in maintaining their competitive advantage in the market. Svetina & Prodan (2008) explore to what level different knowledge entities contribute to organizations' creativity. Researchers indicate that a certain organization's internal sources positively impact its creative performance. They further conclude that in-house learning is an insufficient method for innovation; thus, firms ought to infuse their internal knowledge with externally applied knowledge practices.

To conclude, (Jiang et al. 2021) indicate that "acquired external knowledge relies on the extent to which firms can break the defensive routine of the existing knowledge system." Therefore, in light of the previous literature, the following hypothesis is proposed:

H2: Kadopt. has a positive relationship with KE.

Knowledge Adaptation

Knowledge adaptation highlights the organization's capability to customize created or adopted knowledge to its needs. This customization entails that the organizational context is well defined for individuals to learn, capture, adjust and adapt knowledge. Nonaka et al. (2000) refer to adaptation as the ability of organizations to balance between order and chaos. This balance entails a minimum of organizational integration and a maximum of organizational adaptation towards environmental

sophistication, timeliness and relevance of which depend on the evaluation processes in place. It also leads to forms of the use of the knowledge produced.

Patton (2012) refers to evaluation's practice as "the systematic collection of information about activities, characteristics and outcomes of programs, personnel and products for use by specific people to reduce uncertainties, improve effectiveness and make decisions with regard to what those programs, personnel or products are doing and affecting". Patton (2012) asserts that "Utilization-Focused Evaluation" begins with the premise that evaluations should be judged by their utility and actual use; therefore, evaluators should facilitate the evaluation process and design any evaluation with careful consideration of how everything that is done, from beginning to end, will affect use. Shin et al. (2001) present a theoretical framework that consists of five main research streams (i.e., culture, knowledge location, awareness, evaluation and absorption). They argue that all components work together in a chain towards achieving a competitive advantage. Within this chain, knowledge evaluation is present between all streams. The absence of KE might thus result in a breakage in this theoretical KM chain. Several authors (e.g., Ahn & Chang, 2004; Liao et al., 2009; Lyu et al., 2016; Milley et al., 2018; Patton, 2012; Shin et al., 2001; Waal, 2017; Wong et al., 2015) identify the significance of knowledge evaluation in assessing the performance of KM in specific organizational context.

Kim (2006) indicates that KM evaluation has been widely investigated using both quantitative and qualitative approaches. Yet, no consensus has been reached. Chen & Chen (2006) explore the development of KM evaluation between 1995 and 2004. They state that the capability to remain dynamic and acquire new insights into the power of effective KM performance evaluation will be the heart of future KM research.

In conclusion, knowledge evaluation is the core of each component of KM model (i.e., creation, adoption, adaptation and embodiment) in which organizations can assess their KM performance.

Knowledge Creation

Nonaka & Takeuchi (1995) and Nonaka & Krogh (2009) exert their efforts to conceptualize knowledge creation as a tactical asset for firms to attain a competitive advantage. They indicate that knowledge creation is "a dialectical process, in which various contradictions are synthesized through dynamic interactions among individuals, the organization and the environment". Further, they assert that organizational knowledge creation is "the capability of a company as a whole to create new knowledge, disseminate it throughout the organization and embody it in products, services and systems".

Nonaka & Takeuchi (1995) argue that organizations create knowledge through a knowledge-creating process in which tacit and explicit knowledge work together to form new knowledge. This process works amongst individuals and cannot be restricted to a single person. According to them, the inter-actions between tacit/explicit knowledge have resulted in four modes of knowledge conversion referred to as (SECI).

Subsequently, researchers of knowledge creation based their work on the theory coined by Nonaka and his colleagues. In fact, most of the academic research that followed Nonaka's theory of knowledge creation focused on analyzing his theories rather than finding a proper application of it for organizations to create knowledge. Bryant (2005) indicates that externalization's strategy is a powerful form of KC and provides a key source of innovation and new ideas in firms. He investigates the relationship between peer mentoring and knowledge creation and sharing. Moreover, he indicates that high levels of KC entail high perceived levels of peer mentoring.

Karasneh (2020) indicate that an organization can achieve a competitive advantage through the implementation of a KC strategy. He further asserts that knowledge creation's strategy enables organizations to develop new products and services through innovation, real-life application and creating consensus amongst working groups within firms. Dul et al. (2011) investigate physical work environment influence on the innovation of knowledge workers, compared with the effects of creative personality and social-organizational work environment. Results support HR practices that focus on

Therefore, this paper investigates and validates the KM model suggested by (Karasneh, 2002) in multinational corporations (MNCs) operating in the Jordanian context. In his model, the author argues that knowledge is the strategy of any organization that seeks to achieve a competitive advantage.

The paper proceeds as follows. The next section presents an overview of the KM model. The overview is followed by the literature review that sets out the hypotheses of this study. Afterwards, the methodology for the study is presented. Then, the paper presents the results of the empirical study in achieving the goals as set out above. In the last section, the paper discusses managerial implications and highlights future research directions.

An Overview of KM Model

The proposed model sheds light on more than one aspect of KM. While knowledge creation (KC) is a significant component of KM, it is only a component. Extensions to this work, postulated by a number of authors, include additional components for a KM model. These may be broadly categorized as "knowledge adoption" (Kadopt.) (including acquisition and transfer of best practice knowledge) (Fakhrorazi et al., 2013; González et al., 2005; Hsu et al., 2007; Karasneh, 2019). Knowledge adaptation (Kadapt.) (including the modification, customization, and identification of substantial knowledge) (Karasneh, 2002; Karasneh & Al-Khalili, 2009; Russo & Vurro, 2010; Uotila, 2018). Knowledge embodiment (Kembody), including the distribution and dissemination of knowledge) (Andone, 2009; Kuah et al., 2012; Martins et al., 2017). Knowledge evaluation (KE) is required to assess knowledge in use (embedded within processes), and knowledge created or acquired, to ensure its quality and appropriateness for purposeful action within each particular context which emerges. The framework presented, incorporating the nucleus of KE, is intended to facilitate future empirical evaluation and testing and to stimulate further academic debate.

The author believes that although knowledge creation is a central part of the conceptual KM model, other crucial sources of knowledge exist, such as knowledge adoption, meaning a certain organization's acquisition of knowledge from other external sources due to any hardships hindering the creation of their own knowledge; and knowledge adaptation (Kadapt.) meaning a certain organization’s effort to customize and fit knowledge according to the internal needs of its organizational environment. As a result, Kadopt. appears to be dependent on Kadapt. It may be even dangerous for an organization to adopt knowledge without proper adaptation. At last, when knowledge has been properly existent within a firm, it is necessary to further embody it within a firm’s processes and organizational environment. Thus, knowledge embodiment can be perceived as the capability of the corporation to codify, distribute, transfer, and translate the adapted knowledge into real practice (Karasneh, 2019; Smart et al., 2003).

All previous steps within KM model demand evaluation at each and every level. This ongoing step (i.e., KE) requires a fertile organizational context in which knowledge sharing and reflection are prevalent to validate the suitability of all KM entities. Therefore, KE is meant for expediting future empirical evaluation and academic debates.

Literature Review and Hypotheses

Knowledge Evaluation

It is valuable to invoke that KE is required as an essential part of each KM component (i.e., KC, Kadopt, Kadapt, Kembody). Merging (i.e., infusing) KE as a component is necessary for testing all forms of knowledge in application within organizations. This is done to validate the suitability of applied knowledge in a certain context as well as developing a sense of empirical evaluation for future requirements. Karasneh (2019) defines KE as a review of knowledge from various sources, both internal and external, for an intended purpose within a specific context. It can be seen as the organization’s capability to assess the amount of knowledge available and accessible in the organisation. Cousins et al. (2004) define evaluation as a “systematic inquiry leading to judgements about program (or organisation) merit, worth, significance and support for program (or organizational) decision-making”. They argue that evaluation leads to knowledge production, the validity, credibility,

The Role of Knowledge Evaluation in Reinforcing Knowledge Management Strategy

Abed Al-Fatah Karasneh*

Received on: 04/01/2021 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.9 Accepted on: 10/05/2021

Abstract

Although the concept of KM has been broadly discussed in the present literature, it is still progressing and a plethora of models as well as concepts exist. This plethora has resulted in KM concept fragmentation. The presented model investigates the relationship between knowledge evaluation and KM factors (i.e., knowledge creation, knowledge adoption, knowledge adaptation, and knowledge embodiment) that organizations are supposed to take to achieve a competitive advantage. A questionnaire was developed to collect data. The population of this study consists of five large global Information and Communication Technology MNCs operating in Jordan, resulting in (93) individual questionnaires for analysis. The questionnaire was shown to be reliable and valid. The results reveal that KM factors (i.e., knowledge creation and knowledge adoption) are significant and have a strong influence on knowledge evaluation, while KM factors (i.e., knowledge adaptation and knowledge embodiment) are insignificant and have a negative influence on knowledge evaluation at the surveyed corporations. Implications, recommendations, and future research are also discussed.

Keywords: Knowledge creation, Knowledge adoption, Knowledge adaptation, Knowledge embodiment, knowledge evaluation, MNCs, Jordan.

Introduction

The concept of knowledge management (KM) is still evolving and attracting academic scholars and managers of business organizations alike. Strategies to attain (or maintain) a competitive advantage are increasingly being determined by the development or realization of distinct organizational capabilities (Hitt et al., 2016) that emerge from strategic insights (Venkitachalam & Willmott, 2017). The foundations of these competencies are knowledge assets, which, when harnessed and managed effectively, provide "core competencies" which are difficult to imitate. Accordingly, knowledge and its assets initiate the basis of a novel form of competitive distinction that relies on the content found in the modern world (Massingham & Holaibi, 2017). This content may be found in products, services, or even rooted within certain operations and procedures that offer outstanding services. The rationale for a focus on "knowledge" and its management has been addressed by many scholars. Although many of the initial research endeavours were hindered by attempts to "define" knowledge and KM, substantial progress is evident in the area of knowledge creation (Nonaka & Takeuchi, 1995; von Krogh et al., 2000). For the purpose of this paper, the author defines KM as the accumulation of processes that lead to the creation, adoption, adaptation, and embodiment of knowledge. This definition suggests that KM is a set of combined activities for knowledge utilization to reinforce competitive advantage.

Although the concept of KM has been broadly discussed in the present literature, it is still progressing and a plethora of models, as well as definitions, exist. This plethora has resulted in KM concept fragmentation and lack of consensus (Jackson et al., 2020). Thus, the presented model aims at creating a basis for future empirical research within the concept of KM. It also aims at enriching our understanding regarding the value of endogenous and exogenous knowledge to enhance the capability of organizations.

© 2022 AYHSS Publishers / Yarmouk University, Irbid, Jordan. All Rights Reserved.

* Faculty of Business, Dep. of Business Administration, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
Email: akarasneh@yu.edu.jo

Poornima, S. and Remesh, A. (2015). Construction of optimal portfolio using Sharpe's single-index model: A study with reference to banking & IT sectors. *International Journal of Applied Research*; 1(13): 21-24.

Ramanathan, K. V. and Jahnavi, K. N. (2014). Construction of optimal equity portfolio using the Sharpe index model with reference to banking and information technology sectors in India from 2009 to 2013. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 2(3): 122-131.

Roll, R. (1992). A mean/variance analysis of tracking error. *Journal of Portfolio Management,* 18(4): 13-22.

Sarker, M. R. (2013). Optimal Portfolio Construction: Evidence from Dhaka Stock Exchange in Bangladesh. *World Journal of Social Sciences*, 3(6): 75-87.

Shah, C. (2015). Construction of Optimal Portfolio Using Sharpe Index Model & CAPM for BSE Top 15 Securities, *IJRAR- International Journal of Research and Analytical Reviews*, 2(2): 168-178.

Sharpe, W. F. (1963). A Simplified Model for Portfolio Analysis. *The Journal of the Institute of Management Science,* 9(2): 277-293.

Singh, S. and Gautam, J. (2014). The Single-index Model & the Construction of Optimal Portfolio: A Case of Banks Listed in NSE India. *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 4(2): 110-115.

Sinha, P., Chandwani, A. and Sinha, T. (2015). Algorithm of construction of optimum portfolio of stocks using genetic algorithm. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 6(4): 447–465.

Solimanpur, M. Mansourfar, G. and Ghayour, F. (2015). Optimum portfolio selection using a hybrid genetic algorithm and analytic hierarchy process. *Studies in Economics and Finance*, 32(3): 379-394.

Strong, R. (2008), *Portfolio Construction, Management and Protection*. 5th Edition. South Western College.

Zaimović, A., Arnaut Berilo, A. and Mustafić, A. (2017). Portfolio Diversification in the South-East European Equity Markets. *The South-East European Journal of Economics and Business,* 12(1): 126-135.

بناء المحفظة المثلى باستخدام نموذج شارب للمؤشر الواحد: دراسة حالة لبورصة عمان للأوراق المالية

ديما وليد الربضي، سعيد سامي الحلاق و عرين غالب بني حمد

كلية الاعمال، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى اختبار قدرة نموذج شارب للمؤشر الواحد في بناء المحفظة المثلى. تستخدم هذه الدراسة العوائد اليومية للشركات المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية للفترة من 1/كانون الثاني 2013 حتى 31/ كانون الأول 2017. إن النموذج المقترح مبني على حساب نقطة قطع ومن ثم اختيار الأسهم التي تزيد قيمة نسبة فائض العائد إلى بيتا لها عن هذه النقطة، وحساب أوزان هذه الأسهم في المحفظة المثلى. ثم اختيار عشرة أسهم في المحفظة المثلى من أصل ثلاثين سهماً تمثل عينة الدراسة. تبين النتائج باستخدام نموذج شارب للمؤشر الواحد أن المحفظة المثلى تحقق عائداً يومياً يساوي 0.35% وخطورة يومية تساوي 0.075% مقاسه بتباين العوائد.

الكلمات المفتاحية: بناء المحفظة، نموذج شارب للمؤشر الواحد، المحفظة المثلى، نقطة القطع، بورصة عمان للأوراق المالية.

References

Alrabadi, D. (2016). Portfolio optimization using the generalized reduced gradient nonlinear algorithm: An application to Amman Stock Exchange. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(4):570-582.

Al Saadi, M. (2017). *Optimum portfolio selection using a hybrid genetic algorithm and analytic hierarchy process*. Unpublished Master Thesis, Yarmouk University, Jordan.

Biswas, D. (2015). The Effect of Portfolio Diversification Theory: Study on Modern Portfolio Theory of Stock Investment in the National Stock Exchange. *Journal of Commerce & Management Thought*, 6(3): 445-455.

Chou, Y., Kuo, S. and Lo, Y. (2017). Portfolio Optimization Based on Funds Standardization and Genetic Algorithm. *IEEE Access*, 5: 21885 – 21900.

Das, S. and Agarwal, A. (2014). Construction of Optimal Portfolio of Banking Stocks:A Diversification Strategy. *International Journal of Financial Management, 3*(2): 1-6.

Kevin, S. (2006). *Portfolio Management*. 2nd Edition, Prentice-Hall of India.

Mandal, N. (2013). Sharpe's Single-index Model and its applications to construct optimal portfolio: An empirical study. *Great Lakes Herald*, 7(1): 1-22.

Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *Journal of Finance*, 7(1): 77-91.

Mary, J. Francis and Rathika, G. (2015). The Single-index Model and the Construction of Optimal Portfolio with CNX PHARMA Scrip, *International Journal of Management (IJM)*, 6(1): 87-96.

Mrcela, L., Mercep, A., Begusic, S. and Kostanjcar, Z. (2017). Portfolio optimization using preference relation based on statistical arbitrage. *International Conference on Smart Systems and Technologies (SST),* Osijek. pp. 161-165.

Mroua, M. and Abid, F. (2014). Portfolio revision and optimal diversification strategy choices. *International Journal of Managerial Finance*, 10(4):537-564.

of view. This study used Monte Carlo method to introduce the concept of portfolio resampling and apply statistical inferences methodology to construct the sample acceptance regions and confidence regions for the resampled portfolios needing revision. The findings present that through TEEF, the dynamic analysis indicates that domestic dynamic diversification outperforms international major and emerging diversification strategies. Portfolio revision appears to be of no systematic benefit. Solimanpur *et al*. (2015) in their study aimed to construct optimal portfolios using a hybrid genetic algorithm (HGA) and analytic hierarchy process (AHP). The attempted mathematical model includes two objective functions; namely, risk and return. The proposed GA results in several non-dominated portfolios being in the efficient frontier. A decision-making approach based on AHP is then used to select the portfolio from among the solutions obtained by GA. 12 non-dominated portfolios are obtained. The annual return of optimal portfolios varies between 6.75 and 9.15 percent, while their risk measured by the standard deviation of returns changes between 7.79 and 9.35 percent. Al Saadi (2017) investigated the ability of a hybrid genetic algorithm (HGA) and analytic hierarchy process (AHP) in selecting the optimal portfolio. The data was adopted from Amman Stock Exchange for the year 2015. Using HGA to solve the Markowitz portfolio optimization problem, 10 portfolios are obtained. The annual portfolio return of optimal portfolios varies between 10.552% and 13.429%, while their risk changes between 0.646% and 0.818% measured by the standard deviation of the returns. Alrabadi (2015) found an optimal portfolio that maximizes return while keeping risk to a minimum. This study applied the portfolio optimization concept of Markowitz (1952) and the GRG nonlinear algorithm. It constructed six portfolios with different weights consisting of the 30 leading stocks from the three different sectors in Amman Stock Exchange over the period from 2009 to 2013. The selected portfolios achieve a monthly return of 5 percent while keeping risk measured by standard deviation of the returns at minimum. However, if the short-selling constraint is relaxed, the monthly return will be 9 percent.

Conclusion

This study aims to construct an optimal portfolio by using Sharpe's SIM. The study applies Sharpe's model using daily returns of the companies listed in Amman Stock Exchange over the period of January 1, 2013 to December 31, 2017. Findings can be summarized as follows:

1. Constructing an optimal portfolio using SIM is useful, convenient for investors and simpler than that constructed using Markowitz's Mean-variance Model.
2. According to Sharpe model, optimal portfolio daily return is 0.35%, which means that the investor will get 0.35% daily returns by holding a portfolio containing 10 securities from the three sectors of ASE. In against, the investor will bear a portfolio daily risk of 0.075% measured by the variance of return.
3. The optimum portfolio in ASE over the study period is consisting of (2.77%) of investment made in Jordan Islamic Bank, (10.16%) of investment made in the Housing Bank for Trade and Finance, (7.85%) of investment made in Arab Bank, (3.69%) of investment made in Jordanian Duty-Free Shops, (12.46%) of investment made in Union Land Development Corporation, (0.65%) of investment made in Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects, (5.69%) of investment made in the Arab Potash, (49.83%) of investment made in Al-Eqbal Investment Company , (4.76%) of investment made in Hayat Pharmaceutical Industries and (2.15%) of investment made in Jordan Petroleum Refinery
4. The highest proportion in the optimal portfolio is for Al-Eqbal Investment Company with 49.83% and the smallest proportion is for Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects with 0.65%.
5. Jordanian Duty-Free shops company has the highest mean return of 2.28% and the highest variance of 5.71%, while Al-Bilad Medical Services company has the lowest mean return of -1.02% and the Housing Bank for Trade and Finance has the lowest variance of 0.02%.

Table (6) continuous

	Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	The Arab Potash	Al-Eqbal Investment Company, LTD	Hayat Pharmaceutical Industries Co.	Jordan Petroleum Refinery
Jordan Islamic Bank	-0.5420	0.5519	0.5568	0.1885	-0.1031
The Housing Bank for Trade and Finance	-0.8930	0.6885	0.7062	0.1820	-0.3305
Arab Bank	0.5985	-0.4667	-0.5930	-0.3347	0.4592
Jordanian Duty-Free Shops	0.0639	-0.1910	0.0882	0.0187	-0.1242
Union Land Development Corporation	-0.6123	0.7870	0.6934	0.4608	-0.3938
Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	1.0000	-0.7011	-0.7840	-0.2141	0.4861
The Arab Potash	-0.7011	1.0000	0.7752	0.2508	-0.3367
Al-Eqbal Investment Company, LTD	-0.7840	0.7752	1.0000	0.2804	-0.6380
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	-0.2141	0.2508	0.2804	1.0000	-0.2773
Jordan Petroleum Refinery	0.4861	-0.3367	-0.6380	-0.2773	1.0000

Discussion

This study aims to use Sharpe's Single-index Model to construct an optimal portfolio by using daily data from Amman Stock Exchange for the period from 2013 to 2017. The portfolio consists of 10 stocks that have excess return to beta ratio higher than the cut-off point. We find that according to Sharpe's model, the optimum portfolio daily return is 0.35%, while its risk is 0.075%.

Our results are similar to those of previous studies that constructed an optimal portfolio by using Sharpe's Single-index Model, such as (Mandal, 2013; Sarker, 2013; Ramanthan and Jahnavi, 2014; Singh and Gautam, 2014; Mary *et al.,* 2015; Poormina and Remesh, 2015; Shah, 2015). All securities which have excess return to beta ratio greater than the cut-off point are included in the portfolio. Such portfolio is the optimum portfolio and the securities included in the portfolio are the most efficient securities. Sarker (2013) constructed an optimal portfolio consisting of 33 securities (out of a sample of 164 securities) listed in Dhaka Stock Exchange (DSE), over the period from July 2007 to June 2012. The study found that the framework of Sharpe's single-index model for optimal portfolio construction is very simple and useful. Portfolio monthly return and portfolio risk measured by the standard deviation of returns have been found out to be respectively 6.17% and 8.76%. Shah (2015) built an ideal portfolio using Sharpe Index Model and CAPM model for BSE Top 15 securities and compared the portfolios prepared through Sharpe Index Model &CAPM. The researcher collected monthly data on BSE top 15 securities on basis of market capitalization from January 2000 to March 2015. According to Sharpe model, portfolio monthly return is 1.89%, while portfolio risk is 8.86% measured by the standard deviation of returns and 78.43% measured by the variance of returns. Biswas (2015) evaluated the performance of some selected diversified and non-diversified portfolios with respect to risk and return. Each of these portfolios consists of 6 securities that have been randomly selected. According to his study, diversified portfolio return was 8.98%, which is higher than that of the non-diversified portfolio. The return of non-diversified portfolio was 8.38%. Also, risk of the diversified portfolio was 1.47, which is lower than that of the non-diversified portfolio which was 1.55 measured by the standard deviation of returns. The study of Mroua and Abid (2013) aimed to investigate the performance of a revision procedure for domestic and international portfolios and provide an empirical selection strategy for optimal diversification from an American investor's point

Table (5): Return and risk of the optimal portfolio

	Xi * Ri	Xi * beta i	Xi² *unsystematic risk
Jordan Islamic Bank	-2.05608E-06	0.02097696	2.21663E-07
The Housing Bank for Trade and Finance	4.25062E-05	0.03482767	2.21973E-06
Arab Bank	4.56691E-05	0.07964443	8.20371E-06
Jordanian Duty-Free Shops	0.000842475	0.02599312	7.78105E-05
Union Land Development Corporation	8.83662E-05	0.20740404	2.84092E-05
Jordan Masaken for Land &Industrial Development Projects	9.18793E-05	0.00042279	7.84847E-07
The Arab Potash	0.000491057	0.08776874	0.00010245
Al-Eqbal Investment Company, LTD	0.001828241	0.91818485	0.000484398
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	1.64219E-05	0.02579473	1.53557E-06
Jordan Petroleum Refinery	2.29062E-05	0.02874717	5.02242E-06
Total	**0.003467466**	**1.42976451**	**0.000711055**
Portfolio return Rp=Sum(Xi * Ri **)**	**0.35%**		
Portfolio variance $\sigma^2p = Bp^2*\sigma m^2 + \sigma ep^2$ $\sigma p^2 = (1.42976451)^2 * 0.0000186797+0.000711055$	**0.075%**		

Table 6 shows the correlation between securities returns in the optimal portfolio. It shows that each two stocks can be positively correlated or negatively correlated. A positive correlation indicates that the two securities returns move in the same direction; if one security return increases, the other increases as well. Negative correlation indicates that the two securities returns move in opposite directions; if one security return increases, the other decreases. A correlation coefficient of 1 means that for every positive increase in one security return, there is a positive increase of the same proportion in the other. According to modern portfolio theory, diversified portfolio will be benefited if the correlation coefficient between the selected stocks for portfolio is negative.

Table (6): The correlation between securities in the optimal portfolio.

	Jordan Islamic Bank	The Housing Bank for Trade and Finance	Arab Bank	Jordanian Duty-Free Shops	Union Land Development Corporation
Jordan Islamic Bank	1.0000	0.4752	-0.2055	-0.0573	0.4416
the Housing Bank for Trade and Finance	0.4752	1.0000	-0.4141	-0.0973	0.5548
Arab Bank	-0.2055	-0.4141	1.0000	-0.5467	-0.6380
Jordanian Duty-Free Shops	-0.0573	-0.0973	-0.5467	1.0000	0.0142
Union Land Development Corporation	0.4416	0.5548	-0.6380	0.0142	1.0000
Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	-0.5420	-0.8930	0.5985	0.0639	-0.6123
The Arab Potash	0.5519	0.6885	-0.4667	-0.1910	0.7870
Al-Eqbal Investment Company, LTD	0.5568	0.7062	-0.5930	0.0882	0.6934
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	0.1885	0.1820	-0.3347	0.0187	0.4608
Jordan Petroleum Refinery	-0.1031	-0.3305	0.4592	-0.1242	-0.3938

	Excess return to beta ratio	R*B/ σ²ei	B²/σ²ei	C*
Jordan Press Foundation/Al-RA'I	-0.01337	-0.12145	9.082807	
Al-Tajamouat for Touristic Projects Co., PLC	-0.00181	-1.5745	870.2277	
Jordanian Duty-Free Shops	0.032411	0.281435	8.683178	
The Arab International for Education & Investment	-0.00905	-0.24879	27.49879	
Union Investment Corporation	-0.00063	-1.22465	1940.631	
Union Land Development Corporation	0.000426	0.645127	1514.175	
Arab East Investment	-0.00314	-1.72673	550.4951	
Al-Dawliyah for Hotels & Malls	-0.00255	-0.27623	108.4706	
Jordan Telecom	-0.0009	-0.19542	216.3017	
Alia- the Royal Jordanian Airlines PLC.	-0.00468	-2.92214	624.9621	
First Jordan Investment Company PLC	-0.00342	-0.45217	132.0362	
Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	0.217314	0.049495	0.227758	
Afaq for Energy Co., PLC	-0.00094	-1.12583	1201.208	
Dar Al Dawa Development & Investment	-0.00241	-1.77477	735.549	
Jordan Phosphate Mines	-0.00186	-0.97472	525.0524	
The Jordan Cement Factories	-0.00429	-0.66411	154.8415	
The Arab Potash	0.005595	0.420689	75.19161	
Al-Eqbal Investment Company, LTD	0.001991	3.46546	1740.434	
Universal Modern Industries	-0.03332	-0.4388	13.16897	
Union Tobacco & Cigarette Industries	-0.00295	-0.43089	146.0206	
The Arab Pesticides & Veterinary Drugs MFG Co.	-0.00096	-0.27324	284.0533	
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	0.000637	0.275857	433.3024	
United Cable Industries	-0.00175	-3.21688	1840.689	
Jordan Petroleum Refinery	0.000797	0.13111	164.542	

Table 4 shows the proportion of investment to be made in each security. From Table 4, it can be observed that the highest proportion is for Al-Eqbal Investment Company, LTD with 49.83% and the smallest proportion is for Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects with 0.65%.

Table (4): Calculations of the weights of securities selected in the optimal portfolio.

	z value	Weight
Jordan Islamic Bank	0.2127897	0.02774
The Housing Bank for Trade and Finance	0.7790582	0.1015606
Arab Bank	0.6020409	0.078484
Jordanian Duty-Free Shops	0.2832165	0.036921
Union Land Development Corporation	0.9558461	0.1246073
Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	0.0495418	0.0064584
The Arab Potash	0.436119	0.0568539
Al-Eqbal Investment Company, LTD	3.8226095	0.498328
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	0.3647734	0.0475531
Jordan Petroleum Refinery	0.1648749	0.0214936

Table 5 shows the calculations for return and variance of the optimal portfolio. It is seen that the portfolio daily return is 0.35%. This means that the investor will get 0.35% return from investing in a portfolio consisting of 10 securities having excess return to beta ratio higher than the cut-off rate. In against, he/she will afford 0.075% portfolio risk.

	Avg. daily return	Standard deviation	Variance	Beta	Systematic risk ($\beta^2\sigma^2rm$)	Unsystematic risk (σ^2ei)
The Arab International for Education & Investment	-0.0060	0.1260	0.0159	0.6606	8.15E-06	0.0159
Union Investment Corporation	-0.0011	0.0412	0.0017	1.7815	5.93E-05	0.0016
Union Land Development Corporation	0.0007	0.0434	0.0019	1.6645	5.18E-05	0.0018
Arab East Investment	-0.0037	0.0507	0.0026	1.1824	2.61E-05	0.0025
Al-Dawliyah for Hotels & Malls	-0.0013	0.0145	0.0026	0.5270	5.19E-06	0.0026
Jordan Telecom	-0.0010	0.0779	0.0061	1.1436	2.44E-05	0.0060
First Jordan Investment	-0.0065	0.0555	0.0031	1.3806	3.56E-05	0.0030
Company PLC	-0.0027	0.0677	0.0046	0.7765	1.13E-05	0.0046
Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	0.0142	0.1372	0.0188	0.0655	8.01E-08	0.0188
Afaq for Energy Co., PLC	-0.0014	0.0445	0.0020	1.5249	4.34E-05	0.0019
Dar Al Dawa Development & Investment	-0.0020	0.0307	0.0009	0.8279	1.28E-05	0.0009
Jordan Phosphate Mines	-0.0033	0.0771	0.0060	1.7590	5.78E-05	0.0059
The Jordan Cement Factories	-0.0023	0.0438	0.0019	0.5448	5.54E-06	0.0019
The Arab Potash	0.0086	0.1782	0.0317	1.5438	4.45E-05	0.0317
Al-Eqbal Investment Company, LTD	0.0037	0.0449	0.0020	1.8425	6.34E-05	0.0020
Universal Modern Industries	0.0040	0.0332	0.0011	0.1204	2.71E-07	0.0011
Union Tobacco & Cigarette Industries	-0.0023	0.0659	0.0043	0.7948	1.18E-05	0.0043
The Arab Pesticides & Veterinary Drugs MFG Co.	-0.0005	0.0335	0.0011	0.5634	5.93E-06	0.0011
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	0.0003	0.0262	0.0007	0.5424	5.5E-06	0.0007
United Cable Industries	-0.0022	0.0296	0.0009	1.2487	2.91E-05	0.0008
Jordan Petroleum Refinery	0.0011	0.1044	0.0109	1.3375	3.34E-05	0.0109
Market	0.0001	0.0043	0.0000			

Table 3 shows the calculations of the cut-off rate. It can be noticed from Table 3 that the unique cut-off has been derived as -0.00021. Thus, only 10 securities having excess return to beta ratio above -0.00021 are qualified to the optimum portfolio. These securities are: Jordan Islamic Bank, the Housing Bank for Trade and Finance, Arab Bank, Jordanian Duty-Free Shops, Union Land Development Corporation, Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects, the Arab Potash, Al-Eqbal Investment Company , Hayat Pharmaceutical Industries and Jordan Petroleum Refinery.

Table (3): Calculations of cut-off rate.

	Excess return to beta ratio	R*B/ σ^2ei	B^2/σ^2ei	C*
Jordan Islamic Bank	-9.8E-05	-0.19458	1985.144	**-0.00021**
Jordan Kuwait Bank	-0.0017	-2.48109	1458.875	
The Housing Bank for Trade and Finance	0.00122	0.666923	546.447	
Bank of Jordan	-0.00142	-0.20184	142.5972	
Return Arab Bank	0.000573	0.443372	773.2154	
Al-Bilad Medical Services	-0.0137	-0.59406	43.37373	

	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
Union Land Development Corporation	0.0007	0.0000	0.7017	-0.1380	0.0434
Arab East Investment	-0.0037	0.0000	0.2076	-0.8837	0.0507
Al-Dawliyah for Hotels & Malls	-0.0013	0.0000	0.0335	-0.1118	0.0145
Jordan Telecom	-0.0010	0.0000	1.8822	-0.3189	0.0779
Alia- The Royal Jordanian Airlines PLC.	-0.0065	0.0000	0.0690	-1.1763	0.0555
First Jordan Investment Company PLC	-0.0027	0.0000	0.1625	-1.4816	0.0677
Jordan Masaken for Land & Industrial Development Projects	0.0142	0.0000	1.9347	-0.3830	0.1372
Afaq for Energy Co., PLC	-0.0014	0.0000	0.0932	-1.0315	0.0445
Dar Al Dawa Development & Investment	-0.0020	0.0000	0.0834	-0.3049	0.0307
Jordan Phosphate Mines	-0.0033	-0.0031	1.9390	-0.2726	0.0771
The Jordan Cement Factories	-0.0023	0.0000	0.3086	-0.6140	0.0438
The Arab Potash	0.0086	0.0000	3.6490	-0.1245	0.1782
Al-Eqbal Investment Company, LTD	0.0037	0.0000	0.2906	-0.5533	0.0449
Universal Modern Industries	0.0040	0.0000	0.2850	-0.1771	0.0332
Union Tobacco & Cigarette Industries	-0.0023	0.0000	0.8868	-0.4515	0.0659
The Arab Pesticides & Veterinary Drugs MFG Co.	-0.0005	0.0000	0.0694	-0.6396	0.0335
Hayat Pharmaceutical Industries Co.	0.0003	0.0000	0.1232	-0.1671	0.0262
United Cable Industries	-0.0022	0.0000	0.0813	-0.2274	0.0296
Jordan Petroleum Refinery	0.0011	0.0000	2.7166	-0.3502	0.1044
Market	0.0001	0.00	0.0209	-0.0198	0.0043

Table 2 shows the variables needed to construct the optimal portfolio using SIM. Several statistics such as average daily return, variance, standard deviation of daily return, standard deviation of market return, beta, systematic risk and unsystematic risk of all the thirty sampled securities have been calculated on the basis of the collected data. Table 2 shows that Al-Bilad Medical Services has the lowest daily mean return of -0.0102 and Jordanian Duty-Free Shops has the highest mean return of 0.0228**,** the variances ranging from 0.0002 for the Housing Bank for Trade and Finance to 0.0571 for Jordanian Duty-Free Shops, standard deviation ranging from 0.0145 for Al-Dawliyah for Hotels & Malls to 0.2389 for Jordanian Duty-Free Shops. This table also shows the beta values of the sampled securities. Al-Eqbal Investment Company LTD has the highest beta value of 1.8425, which means that it is highly volatile. Universal Modern Industries has a negative beta of -0.1204, which represents lower volatility.

Table (2): Variables needed to construct optimal portfolio using Sharpe's single-index model.

	Avg. daily return	Standard deviation	Variance	Beta	Systematic risk ($\beta^2\sigma^2rm$)	Unsystematic risk (σ^2ei)
Jordan Islamic Bank	-0.0001	0.0173	0.0003	0.7562	1.07E-05	0.0003
Jordan Kuwait Bank	-0.0012	0.0191	0.0004	0.7206	9.7E-06	0.0004
The Housing Bank for Trade and Finance	0.0004	0.0147	0.0002	0.3429	2.2E-06	0.0002
Bank of Jordan	-0.0009	0.0541	0.0029	0.6450	7.77E-06	0.0029
Return Arab Bank	0.0006	0.0368	0.0014	1.0148	1.92E-05	0.0013
Al-Bilad Medical Services	-0.0102	0.1127	0.0127	0.7419	1.03E-05	0.0127
Jordan Press Foundation/Al-RA'I	-0.0034	0.0846	0.0072	0.2550	1.21E-06	0.0072
Al-Tajamouat for Touristic Projects Co., PLC	-0.0014	0.0259	0.0007	0.7592	1.08E-05	0.0007
Jordanian Duty-Free Shops	0.0228	0.2389	0.0571	0.7040	9.26E-06	0.0571

The value of C* is computed from the attributes of all securities that belong to the optimum portfolio. For a portfolio of i stocks, C_i is given by:

$$C_i = \frac{\sigma_m^2 \sum_{i=1}^{n} \frac{(R_i - R_f)\beta_i}{\sigma_{ei}^2}}{1 + \sigma_m^2 \sum_{i=1}^{n} \left(\frac{\beta_i^2}{\sigma_{ei}^2}\right)} \quad (4)$$

After determining the qualified securities to be selected, the investor should find out how much should be invested in each security, The percentage invested in t^{th} security is denoted by X_i and is calculated using the expression:

$$X_1 = \frac{z_i}{\sum_{i=,}^{N} zj} \quad (5)$$

where,

$$Z_i = \frac{\beta_i}{\sigma_{ei}^2}\left(\frac{R_i - R_f}{\beta_i} - C^*\right) \quad (6)$$

The first expression indicates the weights on each security and they sum up to one. The second expression determines the relative investment in each security.

Finally, expected return of the optimum portfolio *Rp* is calculated using the following equation (Strong, 2008):

$$Rp = \sum_{i=1}^{N} XiRi \quad (7)$$

Portfolio variance $\sigma^2 p$ is calculated using the following equation (Strong, 2008):

$$\sigma^2 p = (\sum_{i=1}^{N} Xi\beta i)^2 \sigma^2 m + \sigma^2 ep \quad (8)$$

Results of Analysis

Table (1) shows the descriptive statistics of the returns of sample companies (mean, median, maximum, minimum and standard deviation). It shows that the market return has a daily mean of 0.0001, a median of 0.0000, a maximum of 0.0209, a minimum of -0.0198 and a standard deviation of 0.0043 over the period of (2013-2017).

Table (1): Descriptive statistics of the returns of sample companies.

	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
Jordan Islamic Bank	-0.0001	0.0000	0.0796	-0.1945	0.0173
Jordan Kuwait Bank	-0.0012	0.0000	0.0715	-0.1961	0.0191
The Housing Bank for Trade and Finance	0.0004	0.0000	0.0716	-0.2351	0.0147
Bank of Jordan	-0.0009	0.0000	0.2121	-1.2917	0.0541
Arab Bank	0.0006	0.0000	0.8685	-0.1495	0.0368
Al-Bilad Medical Services	-0.0102	0.0000	0.0813	-1.5488	0.1127
Jordan Press Foundation/Al-RA'I	-0.0034	0.0000	1.6386	-0.3399	0.0846
Al-Tajamouat for Touristic Projects Co., PLC	-0.0014	0.0000	0.1054	-0.1719	0.0259
Jordanian Duty-Free Shops	0.0228	0.0000	3.2171	-0.0777	0.2389
The Arab International for Education & Investment	-0.0060	0.0000	0.0720	-2.4400	0.1260
Union Investment Corporation	-0.0011	0.0000	0.2458	-0.6749	0.0412

Stock's return

$$R_{it} = Ln\left(\frac{p_{it}}{p_{i,t-1}}\right) \quad (1)$$

where

R_{it} is the return of stock i on day t.

p_{it} is the closing price of stock i on day t.

$P_{i,t-1}$ the closing price of stock i on day t-1.

Market return

$$R_{mt} = Ln\left(\frac{Index_t}{Index_{t-1}}\right) \quad (2)$$

where

R_{mt} is the market return on day t.

$Index_t$ is the general free float index value on day t.

$Index_{t-1}$ is the general free float index value on day t-1.

The Construction of the Optimal Portfolio

The first step to construct an optimum portfolio using Sharpe's Single-index Model is to select securities on the basis of the following criteria:

- The return on the investment is greater than the risk-free return.
- The beta value for that security is positive.

For each security selected in the portfolio, return is then calculated following Equation (1).

After selecting these securities in the portfolio, the next step is to construct an optimal portfolio. The construction of an optimal portfolio is a simple function if a single number gauges the desirability of including a security in the optimal portfolio. For Sharpe's Single-index Model, such a number exists. In this case, the desirability of any security is directly related to its "excess return-to-beta" ratio given by the following equation:

$$\text{Excess return-to-beta ratio} = \frac{R_i - R_f}{\beta_i} \quad (3)$$

where

R_i is the return on stock i

R_f is the risk-free rate of return

β_i is a constant that measures the expected change in R_i given a certain change in R_m.

So, "excess return-to-beta" ratio is calculated for each security in the portfolio. This ratio measures the additional return on a security (excess of the riskless assets return) per unit of systematic risk or non-diversifiable risk. Securities are ranked in descending order (from highest to lowest), according to their "excess return-to-beta" ratio. Further, the number of stocks selected in the optimum portfolio depends on a unique cut-off rate C* such that all stocks with "excess return-to-beta" ratios greater than or equal to this unique cut-off C*are included and all stocks with lower ratios are excluded.

other stocks in the portfolio, where Dish TV company yields lower return among other companies. The study also found that media and entertainment industry is the growing and emerging sector in the securities market under investigation.

Chou *et al.* (2017) used GA combined with the Sharpe ratio to find the best portfolio which has low risk and high return and utilized a novel method, funds standardization, to calculate portfolio risk. Moreover, this paper used sliding windows to avoid the over-fitting problem. The source of stock prices in the study is the Taiwan Economic Journal (TEJ) during the period from 2010 to June 2016. The constituent stocks of Taiwan 50 ETF are chosen as investment target. The experimental results showed that the portfolio can spread the risk effectively and that the portfolio risk can be assessed accurately by utilizing the funds standardization. Comparing with the traditional method, this method can identify the optimal portfolio efficiently and establish a portfolio that has lower risk and stable return.

In the Jordanian context, Alrabadi (2016) utilized the mean-variance optimization framework of Markowitz (1952) and the generalized reduced gradient (GRG) nonlinear algorithm to find the optimal portfolio that maximizes return while keeping risk at minimum. This study applied the portfolio optimization concept of Markowitz (1952) and the GRG nonlinear algorithm to a portfolio consisting of the 30 leading stocks from the three different sectors (industrial, services and financial) in Amman Stock Exchange over the period from 2009 to 2013. The study found that the selected portfolio achieves a monthly return of 5 percent whilst keeping risk at minimum. However, if the short-selling constraint is relaxed, the monthly return will be 9 percent. Moreover, the GRG nonlinear algorithm enables to construct a portfolio with a Sharpe ratio of 7.4.

Al Saadi (2017) investigated the ability of a hybrid genetic algorithm (HGA) and analytic hierarchy process (AHP) in selecting the optimal portfolio. The study used daily returns of the companies listed in Amman Stock Exchange over the period from January 1, 2015, to December 31, 2015. The study used the following variables in order to achieve the purpose of the study: return, risk, beta, liquidity ratio, Sharpe ratio, Treynor's ratio and Jensen's alpha. The attempted mathematical model includes two objective functions; namely, return and risk of a portfolio. The study found that HGA can identify portfolios that are on the efficient frontier. HGA has no restrictions on the number of assets. It also found that AHP can select the optimum portfolio among the portfolios obtained by HGA.

Overall, previous studies have developed many techniques of portfolio optimization in different stock markets around the world. The optimal portfolio construction using Sharpe's single-index model is found to be simple and effective in developed and emerging stock exchanges. Thus, simplicity and efficiency at the same time are what distinguishes it from other more sophisticated models. To the best of the authors' knowledge, this is the first study in Jordan that uses this model in order to find the optimum portfolio in ASE using daily data over the period (2013-2017). The results of this study are expected to be vital to both academicians and investors in ASE.

Data and Methodology

The study population consists of all securities listed in Amman Stock Exchange (ASE) during the period of January 1, 2013 to December 31, 2017. The sample consists of the largest 30 companies in ASE according to their market capitalization. The choice of the largest companies is based on including the blue-chip stocks in the constructed portfolio and excluding the small companies. Stocks are selected from the three different sectors (industrial, services and financial), 10 stocks each. The data is collected on a daily basis over the study period.

To attain the objective of the study, we use two main variables; the return of individual stocks (R_{it}) and market return (R_{mt}).

limited diversification benefit from spreading out the investments from the SEE markets to the world leading capital markets, or *vice versa*, due to the high integration of the SEE market with leading world markets. National capital markets are quite inefficient from the mean-variance standing point of view, while the Macedonian capital market was the best performing in the observed period.

Mrcela *et al*. (2017) proposed a new algorithm for portfolio optimization, based on statistical arbitrage, that uses a multi-criteria decision-making approach to obtain the most preferred assets. A preference flow graph of financial assets is constructed at each time step, with the aid of statistical arbitrage algorithm that describes preferences among the assets. Then, the individual preferences for each asset are obtained by using the potential method and the most preferred assets are selected into the portfolio in accordance to them. A consistency measure of the preference flow graph is also obtained using the same method and it measures the reliability of the decision-making. The proposed method has been tested on a selection of S&P 500 constituent stocks from 1980 to 2004. The results indicate that the proposed method performs well in the considered market, which is indicated by high Sharpe ratios of the constructed portfolios. The algorithm performs better when provided with a larger number of assets, showing that the increased number of considered assets provides more insight into the market behavior.

Studies in emerging markets also used the SIM. Mandal (2013) investigated the idea hidden in Single-index Model (SIM) and constructed an optimal portfolio using this model, basing on daily stock prices of ten selected public-sector enterprises along with daily indices of BSE Sensex as market performance index for the period from April 2001 to March 2011. After formulating the cut-off rate, securities with "excess-return to beta" ratio values greater than or equal to the cut-off point were selected. Then, to arrive at the optimal portfolio, the proportion of investment in each of the selected securities in the optimal portfolio was computed on the basis of beta value, unsystematic risk, excess return to beta ratio and the cut-off rate of the security concerned. The study found that Sharpe's Single-index Model gives an easy mechanism to construct an optimal portfolio of stocks and simplifies the portfolio problems found in Markowitz's model. The results also indicated that there is a significant difference between the total risk of the optimal portfolio under SIM and that under Markowitz's model.

Sarker (2013) studied the applicability of using Single-index Model in constructing an optimal portfolio, considering a sample of monthly prices of 164 companies listed in Dhaka Stock Exchange (DSE) and DSE all-share price index over the period of July 2007 to June 2012. The study found that portfolio beta is considerably lower than the market beta and portfolio return is much higher than the portfolio variance. The framework of Sharpe's single-index model for optimal portfolio construction is found to be very simple and useful. Portfolio return and portfolio risk have been found out to be, respectively, 6.17% and 8.76%.

Das and Agarwal (2014) concentrated on the construction of an optimal portfolio of banking stocks using Sharpe's index model. The data has been collected from the website of National Stock Exchange and Reserve Bank of India over the period (2009 - 2014). The sample size under this study is limited to twelve stocks. The twelve companies are ranked on the basis of excess return to beta ratio. The cut-off point is calculated for each stock and the highest value of cut-off point was taken into calculations in determining the percentage of money to be invested in each banking stock. The outcomes of this study guide investors in their decision of selecting best banking stocks from the Bank Nifty Index.

Ramanathan and Jahnavi (2014) constructed an optimal equity portfolio using Sharpe's index model taking media and entertainment sector into consideration for constructing the optimum portfolio. The data of the study consists of twenty Indian companies over a period of 5 years from April 2007 to March 2013. Excess return to beta ratio has been calculated and the companies are ranked based on that ratio. The cut-off point is calculated based on the highest value and cut-off point is used to calculate the proportion of money to be invested in each stock. The study concluded that the industry is performing well over the period of the study. In the securities market, stock with high risk will yield high return. Thus, PVR Company has high risk and yields higher return compared to the

finding is that the global portfolio diversification benefits exist for domestic investors, in both the mean-variance analysis and tracking error analysis. Through TEEF, the dynamic analysis indicates that domestic dynamic diversification outperforms international major and emerging diversification strategies. Portfolio revision appears to be of no systematic benefit.

Sinha *et al.* (2015) developed an algorithm to create an optimum portfolio from a large pool of stocks listed in a single market index S&P 500 Index: USA (for example) using Genetic Algorithm. The algorithm selects stocks on the basis of a priority index function designed on company fundamentals and then genetically assigns optimum weights to the selected stocks by finding a genetically suitable combination of return and risk on the basis of historical data. The effect of genetic evolution on portfolio optimization has been demonstrated by developing a MATLAB code to implement the genetic application of reproduction, crossover and mutation operators. The effectiveness of the obtained portfolio has been successfully tested by running its performance over a six-month holding period. The input shall consist of the stocks from SP 500 Index: US comprising of the daily closing prices, EPS ratios, PEG values, weighted average cost of capital, market capitalization/revenue and return on invested capital in the US Market from the duration December 2011 to December 2012. Based on the inputs from Bloomberg, it is found that genetic algorithm is successful in providing the optimum weights to stocks which were initially screened through a predetermined priority index function. The constructed portfolio beats the market for the considered holding period by a significant margin. The analysis of the portfolio shows an annual average return (AAR) of 26.01% from the historical data (December 2011 to December 2012). When tested for a six-month holding period (Jan. 2013- June 2013), the portfolio performed reasonably well giving a %AAR of 15.98% whereas the market return for the same period was 10.14%. Thus, the above two-stage technique involving genetic algorithm is found to be highly objective, useful and effective for portfolio construction and optimization .

Solimanpur *et al.* (2015) presented a multi-objective model to the optimum portfolio selection using a genetic algorithm and analytic hierarchy process (AHP). The proposed approach solves the problem in two stages. In the first stage, the portfolio selection problem is formulated as a zero-one mathematical programming model to optimize two objectives; namely, return and risk. A genetic algorithm (GA) with multiple fitness functions called as Multiple Fitness Functions Genetic Algorithm is applied to solve the formulated model. The proposed GA results in several non-dominated portfolios are in the efficient frontier. A decision-making approach based on AHP is then used in the second stage to select the portfolio from among the solutions obtained by GA. The GA is applied for data collected from Data Stream, which includes 94 firms of S&P 100 index of the US stock market, during the period (2001-2010). The study finds that the proposed decision-making system enables an investor to find a portfolio which suits his/her expectations at most. The main advantage of the proposed method is to provide preliminary information about the optimal portfolios lying on the efficient frontier and thus help investors decide the appropriate investment alternatives.

Biswas (2015) proposed a multi-objective linear programming portfolio selection model that ensures a no-dominated solution on the efficient frontier based on the outputs of the single-index model. Taking Dow Jones Industrial Average (DJIA) as the market index and considering monthly indices along with the monthly prices of 28 securities over the period March 1999 to March 2015, this model solves a practical portfolio selection problem in a multi-objective framework. The proposed model also shows its superiority over Sharpe's single-index model.

Zaimovic *et al.* (2017) identified the relationships between returns of companies traded in South-East European (SEE) equity markets. A Markowitz mean-variance (MV) portfolio optimization method is used to identify possibilities for diversification among these markets and world-leading capital markets. This research also offers insight into the level of integration of South-East European equity markets. Principal component analysis (PCA) is used to determine components that describe the strong patterns and co-movements of the dataset. The sample of the study consists of 47 stocks and 23 indices observed over the period from 1st January 2006 to 1st April 2016. The findings show that PCA analysis substantially simplifies the asset selection process in portfolio management. There is a rather

data required to perform portfolio analysis. It is also needed in the computational procedure used to select the optimal portfolio. To this direction, in 1963, William F. Sharpe, most noted for his development of the CAPM, developed the Single-index Model (SIM). SIM is a statistical model for representing a return-generating process. It assumes that all the numbers in the covariance matrix can be accounted for by the fact that all the stocks are responding to the pull of a single factor. SIM is the simplest and most widely used simplification and may be considered as being at one extreme of continuum with the Markowitz model at the other extreme point. The primary objective of this study is to construct an optimal portfolio by using Sharpe's Single-index Model and using data of the Jordanian companies listed in Amman Stock Exchange (ASE) over the period (2013-2017). This study is important for investors who are faced with the problem of deciding which securities to hold and how much to invest in each. The importance of this research appears from the importance of optimal portfolio which all investors wish to attain. Also, the study is important for academicians to get a better understanding of the empirical application of SIM and provide suggestions and recommendations for researchers who are interested in this field.

Amman Stock Exchange ASE

ASE is an emerging stock market that has been established in 1976 as Amman Financial Market (AFM). The Securities Law of 1997 separated the functions of the Amman Financial Market (AFM) and created the Jordan Securities Commission (JSC), the Amman Stock Exchange (ASE) and the Securities Depository Center (SDC). Amman Stock Exchange (ASE) has started operations in 1999 as a non-profit independent institution; authorized to function as a regulated market for trading securities in Jordan. The exchange is governed by a seven-member board of directors. A chief executive officer oversees day-to-day responsibilities and reports to the board. The members of ASE are Jordan's 68 brokerage firms. Amman Stock Exchange became a public shareholding company completely owned by the government under the name "The Amman Stock Exchange Company (ASE Company)" on February 20, 2017.

ASE applies an automated order-driven system. Investors cannot trade unless through brokers. The brokers trade on the system remotely (from their offices) or use trading screens located in the ASE headquarters. They trade on behalf of their customers and for their own inventory. Trading takes place on a continuous basis. Specifically, the brokers enter buy and sell orders into the trading system. The system arranges orders according to price/time priority. In particular, bid prices are ordered in priority from highest to lowest, while ask prices are arranged from lowest to highest. Again, the system matches orders and executes them according the price/time priority. Trade size is not a priority in execution. The system keeps the traders anonymous until the order is executed.

Companies in ASE are classified into three main sectors; financial, industrial and services. According to the formal statistics of 2020 as shown on its website, the number of companies in ASE is 179, the market capitalization is 12908 million JD which accounts for 41.5% of the GDP and the trading volume is 1048.8 million JD.

Literature Review

Many studies have investigated the optimal portfolio construction using different techniques in both developed and emerging stock exchanges around the world. Mroua and Abid (2014) investigated the performance of a revision procedure for domestic and international portfolios and provided an empirical selection strategy for optimal diversification from an American investor's point of view. This paper considers the impact of estimation errors on the optimization processes in financial portfolios. It introduces the concept of portfolio resampling using Monte Carlo method. Statistical inferences methodology is applied to construct the sample acceptance regions and confidence regions for the resampled portfolios needing revision. Tracking error variance minimization (TEVM) problem is used to define the tracking error efficient frontiers (TEEFs) referring to Roll (1992). The data analyzed in this paper consists of daily continuously compounded returns, for stocks and market indices in the period from August 3, 1997, to August 31, 2011. Daily closing prices of 27 American stocks obtained from CRSP are used to form various domestic diversified portfolios. The main

Optimal Portfolio Construction Using Sharpe's Single-index Model: A Case Study of Amman Stock Exchange

Dima Waleed Alrabadi*, Said Sami Al-Hallaq* and Areen Ghaleb Bani-Hamad*

Received on: 02/06/2020 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.10 Accepted on: 08/07/2021

Abstract

The main objective of this study is to construct an optimal portfolio using Sharpe's single-index model (SIM). The study generates a portfolio using daily returns of the Jordanians companies listed in Amman Stock Exchange (ASE) over the period of January 1, 2013 to December 31, 2017. The suggested technique formulates a unique cut-off rate, selects stocks having excess return to beta ratio higher than this cut-off point and defines the percentage of investment in each of the selected stocks. Among the thirty sample companies, only ten were selected for optimal portfolio using SIM. The results show that according to Sharpe's model, the optimal portfolio achieves a daily rate of return of 0.35% and a daily risk measured by the variance of returns of 0.075%.

Keywords: Portfolio construction, Sharpe's single-index model, Optimal portfolio, Cut-off rate, Amman Stock Exchange.

Introduction

Securities available to an investor for investment are numerous and of various types. Investing in securities, such as shares, debentures and bonds, is profitable as well as risky. It is rare to find investors investing their entire wealth in a single security. Instead, they hold a group or portfolio of securities. Portfolio construction can be simply viewed as an issue of selecting securities to include in a portfolio and then determining the appropriate weighting: the proportion of each security to be invested in the portfolio. Portfolio selection was introduced first by "Harry Markowitz" in his pioneering work on portfolio analysis described in his (1952) Journal of Finance article, "Portfolio Selection". His method of portfolio selection has come to be known as the Markowitz model. The main assumption underlying the Markowitz model to portfolio analysis is that investors are essentially risk-averse, meaning that given a choice between two securities with equal rates of return, an investor will select the security with the lower level of risk. This implies that investors must be compensated with a higher return in order to accept higher risk. Markowitz (1952) recognized that by combining assets that are not perfectly correlated, an investor could reduce his or her investment risk without reducing the expected returns. He tried to show that the variance of the rates of return is a worthwhile measure of portfolio risk. His work puts emphasis on the importance of diversification to reduce the risk of a portfolio and show how to diversify such risk effectively.

One of the problems with the Markowitz model is the large number of input data required for calculations. An investor must obtain estimates of return and variance of returns for all securities included in the portfolio, where he/she would need N return estimates, N variance estimates and N(N - 1)/2 covariance estimates, resulting in a total of 2N + [N(N-1)/2] estimates. The second difficulty with Markowitz model is the complexity of computations required. The computations required are numerous and complex in nature. With a given set of securities, an infinite number of portfolios can be constructed. The expected returns and variances of returns for each possible portfolio have to be computed. The identification of efficient portfolios requires the use of quadratic programming which is a complex procedure (Kevin, 2006). Due to these difficulties, security analysts do not like to perform their tasks taking a huge load of data-inputs of this model. They seek a more simplified model for conducting their tasks comfortably. Simplification is needed in the amount and the type of input

© 2022 AYHSS Publishers / Yarmouk University, Irbid, Jordan. All Rights Reserved.

* Faculty of Business, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

SVR (Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration) (2019). *Bewegte Zeiten: Rückblick auf die Integrations- und Migrationspolitik der letzten Jahre: Jahresgutachten 2019*. Berlin: SVR, GmbH.

Salikutluk, Z., Giesecke, J., & Kroh, M., (2020). *The situation of female immigrants on the German labour market: A multi-perspective approach*. Berlin: DIW-Berlin, Socio-Economic Panel.

Sansonetti, S., (2016). *Female refugees and asylum seekers: the issue of integration.* European Parliament: Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs.

Steinmann, J.-P., (2018). The paradox of integration: Why do higher educated new immigrants perceive more discrimination in Germany? *Journal of Ethnic and Migration Studies, 45* (9), 1377-1400. https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1480359

Tagay, S., & Lindner, M., Beckmann, M., Krebs, S. Lühr M., Hess, S. Dopatka, F. & Schlottbohm, E. (2013). *EMI Essener Migrations Inventar*. Retrieved from: https://www.uni-due.de/imperia/md/content/rke-pp/projekte/emi_final_21_03_14.pdf

The Federal Government (2007). *Der Nationale Integrationsplan: Neue Wege – Neue Chancen*. Berlin: The Federal Government.

The Federal Government (n.d.). Fachkräftestrategie der Bundesregierung. Retrieved from: https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF-Pressemitteilungen/2018/ fachkraeftestrategie-der-bundesregierung.pdf;jsessionid= B7DD555C8669B75784893DBBD1E2C38A?__blob=publicationFile&v=1

The Federal Government, (2020). Fachkräfteeinwanderungsgesetz: Mehr Fachkräfte für Deutschland. [Press release]. Retrieved from: https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/fachkraeteeinwanderungsgesetz-1563122

Tibubos, A.N., & Kröger, H., (2020). A cross-cultural comparison of the ultra-brief mental-health screeners PHQ-4 and SF-12 in Germany. *Psychological Assessment, 32*(7), 690-697. DOI: https://doi.org/10.1037/pas0000814

Weichselbaumer, D., (2020). Multiple discrimination against female immigrants wearing headscarves. *ILR Review, 73*(3), 600-627. https://doi.org/10.1177/0019793919875707.

Gereke, I., Akbaş, B., Leiprecht, R., & Brokmann-Nooren, C. (n.d.). *Pädagogische Fachkräfte mit Migrationshintergrund in Kindertagesstätten: Ressourcen – Potenziale Bedarfe.* Retrieved from: https://uol.de/fileadmin/user_upload/cmc/download/01NV1112_Schlussbericht uebearb_15.12.14.pdf

Gericke, D, Burmeister, A., Löwe, J., Deller, J., & Pundt, L. (2018). How do refugees use their social capital for successful labor market integration? An exploratory analysis in Germany. *Journal of Vocational Behavior, 105,* 46-61. https://doi.org/10.1016/j.jvb.2017.12.002

German Federal Council, (2011). *Mehr Pflegepersonal mit Migrationshintergrund*. Retrieved from: https://www.bundesrat.de/SharedDocs/pm/2011/052-2011.html

German Federal Government Commissioner for Migration, Refugees and Integration (2019). *Deutschland kann Integration: Potenziale fördern, Integration fordern, Zusammenhalt stärken.* 12th Report. Frankfurt, Germany.

Grünheid, E., & Sulak, H. (2016). *Bevölkerungsentwicklung-2016-Daten-Fakten-Trends-zum-demografischen-Wandel*. Wiesbaden, Germany: Bundesinstitut für Bevölkerungsentwicklung.

Hessian Ministry for Social Affairs and Integration (n.d.). *Sozialwirtschaft integriert: Ausbildung ist der beste Anfang: 10 Projekte, die Chancen schaffen*. Wiesbaden, Germany.

Hombrados-Mendieta, I., Millán-Franco, M., Goméz-Jacinto, L., Gonzalez-Castro, F., Martos-Méndez, M.J., & García-Cid, A., (2019). Positive influences of social support on sense of community, life satisfaction and the health of immigrants in Spain. *Frontiers in Psychology, 10*, 2555. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02555

Jäkel, J., & Leyendecker, B. (2008). Tägliche Stressfaktoren und Lebenszufriedenheit türkischstämmiger Mütter in Deutschland. *Zeitschrift Für Gesundheitspsychologie*, *16*(1), 12–21. https://doi.org/10.1026/0943-8149.16.1.12

James, S., Seidel, F.A., Kilian, J., & Trostmann, J., (2020). Labor market integration of young adult refugees in Germany: Triangulating perspectives toward program development. *Research on Social Work Practice, 30*(5), 553-563. doi:10.1177/1049731519897301.

James, S., Seidel, F.A., & Trostmann, J., (2021). Psychosoziale Belastungen und Ressourcen von Frauen mit Migrationshintergrund in einem städtischen Arbeitsmarkt-Integrationsprojekt. In A. Hollederer (Ed.), *Gesundheit von Arbeitslosen fördern* (2nd edn.) (pp. 365-380). Frankfurt, Germany: Fachhochschulverlag.

Klusemann, S., Rosenkranz, L., & Schütz, J. (2020). *Professionelles Handeln im System*. Gütersloh.

Koopmans, R., Veit, S., & Yemane, R. (2019). Taste or statistics? A correspondence study of ethnic, racial and religious labour market discrimination in Germany. *Ethnic and Racial Studies*, *42*(16), 233–252. https://doi.org/10.1080/01419870.2019.1654114

Leppert, K., Koch, B., Brähler, E., Strauß, B. (2008). Die Resilienzskala (RS)-Überprüfung Langform RS-25 und einer Kurzform RS-13. *Klinische Diagnostik und Evaluation*, *1*(2), 226–243.

Mitchell, P.H., Powell, L., Blumenthal, J., Norten, J., Ironson, G., Rogers Pitula, C., Sivarajan Froelicher, E., Czajkowski, S., Youngblood, M., Huber, M., & Berkman, L.F., (2003). A short social support measure for patients recovering from myocardial infarction: the ENRICHD Social Support Inventory. *Journal of Cardiopulmonary Rehabilitation, 6*(23), 398-403.

Muschalla, B., Fay, D., & Hoffmann, K., (2016). Entwicklung eines Inventars zur Erfassung arbeitsbezogener Copingfähigkeiten und Rückkehrintention (JoCoRi). *Diagnostica*, *62*, 143–156. https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000146

OECD/EU (2018). *Settling in 2018: Indicators of immigrant integration*. Brussels: OECD Publishing/European Union. https://doi.org/10.1787/9789264307216-en

Poulin, J., & Young, T. (1997). Development of a Helping Relationship Inventory for social work practice. *Research on Social Work Practice*, *7*(4), 463–489. https://doi.org/10.1177/104973159700700403

Radtke, R., (2020). Bedarf an Pflegekräften in Deutschland bis 2035. Retrieved from: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172651/umfrage/bedarf-an-pflegekraeften-2025/

References

Abbott, A., (2016). The mental-health crisis among migrants. *Nature, 538,* 158-160.

Aichberger, M.C., Bromand, Z., Rapp, M.A., Yesil, R., Montesinos, A.H., Temur-Erman, S., Heinz, A., & Schouler-Ocak, M., (2015). Perceived ethnic discrimination, acculturation, and psychological distress in women of Turkish origin in Germany. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology, 50*(11), 1691–1700. doi.org/10.1007/s00127-015-1105-3.

Aumüller, J., (2016). *Arbeitsmarktintegration von Flüchtlingen: Bestehende Praxisansätze und weiterführende Empfehlungen.* Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.

Babatunde-Sowole, O.O., DiGiacomo, M., Power, T., Davidson, P.M., & Jackson, D., (2020). Resilience of African migrant women: Implications for mental-health practice. *International Journal of Mental Health Nursing*, *29*(1), 92–101. https://doi.org/10.1111/inm.12663

Bedaso, F., (2021). The labor market integration of refugees and other migrants in Germany. *GLO Discussion Paper, 884*. Essen, Germany: Global Labor Organization (GLO).

Beigang, S., Fetz, K., Kalkum, D., & Otto, M., (2017). *Diskriminierungserfahrungen in Deutschland: Ergebnisse einer Repräsentativ- und einer Betroffenenbefragung [Discrimination experiences in Germany: Findings from a representative sample and a sample of affected persons]*. Berlin, Germany: BIM.

Brell, C., Dustmann, C., & Preston, I., (2020). The labor market integration of refugee migrants in high-income countries. *Journal of Economic Perspectives, 34*(1), 94–121. 212.101.43.42

Castellà, H., (2017). *The situation of refugee women in Europe, the Spanish state and Catalonia: Diagnosis and gaps for Improvement*. Brussels: Centre Maurits Coopieters.

Farrokhzad, S., (2018). Qualifikation und Teilhabe geflüchteter Frauen und Männer am Arbeitsmarkt [Qualification and participation of female and male refugees on the labor market]. In:R.

Ceylan, M. Ottersbach, & P. Wiedemann (Eds.), *Neue Mobilitäts- und Migrationsprozesse und sozialräumliche Segregation* (pp. 157–185). Wiesbaden, Germany: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18868-9_10.

Federal Anti-discrimination Agency. (2020). *Rassistische Diskriminierung auf dem Wohnungsmarkt: Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage [Racist discrimination on the housing market: Findings of a representative study]*. Berlin, Germany: Federal Anti-discrimination Agency.

Federal Ministry of Education and Research. (2018, November 6). *Startschuss für Umsetzung der Fachkräftestrategie gefallen* [Press release]. Retrieved from: https://www.bmbf.de/de/ startschuss-fuer-umsetzung-der-fachkraeftestrategie-gefallen-7259.html.

Federal Ministry for Family, Affairs, Senior Citizens, Women and Youth (2019). *Familien mit Migrationshintergrund.* Retrieved from: https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/familie/ chancen-und-teilhabe-fuer-familien/familien-mit-migrationshintergrund/familien-mit-migrationshintergrund/73588.

Federal Statistical Office. (21.08.2019). *Jede vierte Person in Deutschland hatte 2018 einen Migrationshintergrund: 52% der Menschen mit Migrationshintergrund sind deutsche Staatsangehörige* [Press release]. Retrieved from https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2019/08/PD19_314_12511.html.

Federal Statistical Office. (2020). *Migration und Integration: Bevölkerung nach Migrationshintergrund und Geschlecht.* Retrieved from: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Tabellen/liste-migrationshintergrund-geschlecht.html

Ferenschild, S., (2019). *Vergeudete Talente. Migrantinnen in Deutschland und berufliche Integration [Wasted talents. Female migrants in Germany and professional integration]*. Bonn, Germany: Suedwind e.V.

Flake, R., Kochskämper, S., Risius, P., & Seyda, S. (2018). *IW-Trends 3/2018 Fachkräfteengpass in der Altenpflege*. Cologne, Germany: Institut der deutschen Wirtschaft.

دمج النساء من أصول مهاجرة في سوق العمل: النتائج الأساسية من مشروع نموذجي في ألمانيا

سيغريد جيمس، يوليان تروستمان، وفرانتسيسكا سايدل
جامعة كاسل، المانيا

ملخص

لتعزيز اندماج النساء من أصول مهاجرة في سوق العمل، تم إطلاق مشروع مبتكر في مدينة متوسطة الحجم في ألمانيا في عام 2018. ويتم تنفيذ المشروع لمدة 4 سنوات من قبل فريق من العاملات الاجتماعيات بمساعدة مدربين لدعم دخول النساء المهاجرات إلى سوق العمل, وتعزيز صمودهن واندماجهن الاجتماعي. بعد مرحلة التوجيه، تبدأ النساء، اللائي يدخلن البرنامج بالتسلسل في مجموعات من حوالي 20، التدريب المهني، أو إنهاء المتطلبات التعليمية، أو المشاركة في دورات اللغة. يهدف التقييم المختلط المصاحب إلى وصف الملفات الشخصية للمرأة، وفحص المخاطر النفسية والاجتماعية والعوامل الوقائية المرتبطة بنجاح المشروع واستكشاف دور المدربين. باستخدام تصميم التحكم في الحالات المرتقب، يقوم التقييم بتثليث البيانات من مصادر البيانات المتعددة التي تم جمعها خلال مدة المشروع للإجابة عن الأسئلة ذات الأهمية. تشمل مصادر البيانات بيانات المسح مع النساء المشاركات ومدربيهن، وبيانات من المقابلات النوعية ومجموعات التركيز مع النساء وأصحاب المصلحة الرئيسيين، بالإضافة إلى ملف الحالة والبيانات الإدارية. تقدم هذه الورقة نتائج من بيانات المسح الأساسي التي تم جمعها من النساء المشاركات (وعددهن 98) ومدربيهن (وعددهم 27)، لإنشاء ملفات تعريف أولية وتحديد العوائق المبكرة. تمت مناقشة الآثار المترتبة على تطوير المشروع والتحليل المستقبلي.

الكلمات المفتاحية: الاندماج في سوق العمل، النساء من اصول مهاجرة، الهجرة واللاجئون، برامج الدمج.

Notes

[1] The German name of the project is "*Neue Chancen in der Sozialwirtschaft – Qualifizierungsperspektive für Migrantinnen.*"

[2] A detailed review of the (labor market) integration literature is beyond the scope of this paper, but salient information is synthesized in the literature review above. Variables found to have conceptual or empirical importance for integration outcomes are (among others) educational background, language competency, acculturation level, years in the host country, stress, social support, resilience,… etc.

[3] Almost all women who had been approached to participate in the evaluation agreed to do so. However, some women were not present during the day of data collection and efforts to collect the data afterwards were only partially successful. Nonetheless, the participation rate is very respectable.

[4] Results for this section are not captured in a table, as each instrument uses a different scaling and some measures cannot be reported as a sum score.

[5] A more detailed analysis of women's psychosocial resources and stressors and the predictive value of variables such as experience of stress, resilience and social support has been presented in a German handbook (James et al., 2021). Main findings included: Stress, resilience, and degree of social support were moderately correlated with women with less social support exhibiting higher stress scores ($r=-0.46$; $p<0.01$) and less resilience ($r=0.35$; $p<0.01$), and women with higher stress levels scoring lower on resilience ($r=-0.38$; $p<0.01$). Stress, resilience levels, number of children under the age of twelve and exposure to the project (time) were statistically significant predictors of early dropout in a bivariate context. Multivariate logistic regression analysis found that the odds of early dropout increased for women with higher resilience levels by about eight percent ($OR=1.08$; $p<0.05$) and was cut in half for women with a higher number of younger children ($OR=0.52$; $p<0.01$). The chances of leaving the project decreased by eleven percent for every additional month the woman stayed in the project ($OR=0.89$; $p<0.01$). Findings suggested that women with more psychosocial resources (e.g., more resilience) were more likely to make use of alternative opportunities that opened up for them (e.g., a new job). Conversely, women with higher psychosocial burdens (e.g., more children) were more reliant on the project for support and structure. Similarly, the more time women had invested in the project, the more likely they were to stay. The interpretation of the findings deserve further examination in follow-up analyses.

a vocational training program, were in several cases followed by a disruption due to difficulties experienced. Further data collection and analysis will need to focus on understanding the trajectories of women throughout the project and examine reasons and predictors for observed patterns.

Role of the Coaches. Coaching is conceptualized as a central element in the project, yet the implementation of this element remains largely up to the discretion of the coaches. While data show that coaches generally view the coaching relationship as positive and describe the collaboration with the *SoWi* team and other project partners as supportive, there is also critique about the little time given to coaching and the heavy administrative burden. Data also show a discrepancy between the role expectation of the coaches and the actual work done, and salient elements (such as the duration of the coaching) remain unclear. Some efforts have been made to streamline coaching through three-hour coaching meetings every other month. From an evaluative standpoint the coaching element (like other program elements in the project) would benefit from greater specification in the form of practice guidelines or even a manual. In final analyses, it may be possible to examine the effect of coaching on project outcomes.

Limitations and Strengths

A limitation of the evaluation is the lack of a comparison group, i.e., a similar group of women that is not receiving the *SoWi* project or is receiving different services. However, it is anticipated that some comparative data can be obtained *via* available labor market statistics. Additionally, data on women dropping out of the project may indicate for whom *SoWi* is most likely to work. Other limitations include challenges in the data collection process (e.g., varying language levels of the women, gaining access to women) and dynamic developments in the project concept and its implementation processes. Many of these obstacles are typical for real-world research and are carefully addressed in collaboration with the *SoWi* project team. These efforts have succeeded in obtaining a comparatively high participation rate in the survey of the women. Another strength is the availability of multiple sources of data, which will be used for triangulation and a deepened understanding of the findings.

Conclusion

SoWi constitutes an important and growing project in the spectrum of services offered by the city of Kassel that has the potential to serve as a model for programs with similar objectives. While the project is comparatively young, concepts and methods have notably evolved since its inception. However, there is much room for greater specification of processes, which will be necessary if the project is to develop into a "model" for similar efforts. Yet, even at this early stage, the evaluation of the project provides valuable insights into factors that shape developments and generate hypotheses that will be tested in the second half of this practice-research collaboration. An improved understanding of the characteristics, resources, and challenges of women with migrant background will, no doubt, inform the development of more targeted, and ultimately effective, programs.

Acknowledgement: This evaluation study is being funded by the Hessian Ministry of Social Affairs and Integration in collaboration with the city of Kassel, Germany.

We thank our student-team members – Felia Fromm and Doreen Materne – for their valuable contributions to this evaluation.

coaches value the centrality of their role and feel well embedded in the project. Further analysis is necessary to better understand the relationship between coaches and the women they coach and support.

Discussion

Findings reported in this paper need to be understood as a first attempt to create profiles about the demographic characteristics and psychosocial stressors and resources of women participating in the *SoWi* program. As a practice-research collaboration, an explicit aim is to use data to shape the conceptual development of the project. The insights gained from this descriptive analysis contribute to this objective. Findings further address a gap in the labor market integration literature where little is known about the women participating in labor market integration projects.

The paper addressed several research questions, and findings and their implications will be summarized below.

Women's Expectations. An exploration of women's expectations showed that these were in line with the project's main objectives: Women primarily hoped to enter vocational training and/or find a job. They expressed the value of work to them, not only in terms of making a living but also in terms of their own personal growth. Whether women's expectations and personal goals will change over the course of the project remains to be seen.

Women's Demographic Profiles. Evaluation results show that the project serves a group of women who are highly heterogeneous in terms of age, (German) language level, migration experience, family status and particularly educational background. This heterogeneity presents a challenge for a project such as *SoWi* as it has to cater to women with very different backgrounds. This increases the risk of some women dropping out prematurely. *SoWi* embraces an individualized rather than a standardized approach, which seems sensible given the diverse needs of the women. From an evaluative standpoint, however, the high degree of individualization contributes to a lack of clarity and transparency about processes, timelines, inclusion criteria,… etc. A key question to be analyzed at the end of the evaluation will be for which women the program is most likely to work.

Psychosocial Stressors and Resources. Little information exists to date about the psychosocial stressors and resources of women with migrant background who participate in labor market integration projects. Participating women report high stress levels in select areas but also present with considerable resilience, self-efficacy and social support that position them well as a group to succeed in this project. However, the big standard deviations across most psychosocial dimensions underscore the need to explore in much greater depth factors related to the observed variability. Religion was an important dimension in terms of women's identity and more than half the women reported practicing their religion much or very much. Questions related to acculturation experiences and instances of racism generated responses that need to be clarified and examined in greater depth in qualitative follow-up interviews. A paper that examined the impact of stress, resilience and social support on dropout rates was recently published by the authors (James et al., 2021). It demonstrated that psychosocial factors are in fact associated with project outcomes. Upon completion of data collection, it will be possible to analyze definitively whether psychosocial stressors and resources predict project success or failure. At that time, it may also be possible to determine whether changes in stressors and resources occurred between baseline survey and the second data collection timepoint.

Dropout Rate. Initial findings about the women's status at the midpoint of the evaluation indicate that about one-third of the women in the evaluation sample had dropped out. Rates were higher in the first two cohorts. It is likely that longer stays in the project are associated with an increased risk of dropping out but it is also possible that subsequent cohorts have simply benefited from the experiences and insights gained as the concepts and methods of *SoWi* have evolved. Understanding the timing and the reasons for dropout will be essential in taking measures to reduce the dropout rate and to begin approximating the effectiveness of the project. This will be a focus of further analyses. Analysis at this cross-section underscored that the current status of the women in the project is simply a snapshot. Seeming successes, such as the entry of a woman into

The sample also scored quite high in terms of social support. Women reported feeling supported and having someone they could trust and consult in difficult situations. They also indicated feeling supported by *SoWi* team members.[5]

In terms of cultural identification, women expressed being generally happy to live in Germany and seeing their future there. However, they also reported considerable cultural ambivalence in terms of their sense of belonging. Questions about experiences with racism were answered negatively, raising questions about potential social desirability responses. These sensitive topics will further be pursued in qualitative interviews. A final set of questions asked women about the significance of religion in their lives. In this sample, 56% of the women are Muslims and 30% are Christians. About 60% report practicing their religion "much" to "very much," 31% practice it "little" and 9% "not at all." A question about the centrality of religion for the identity of the women was answered with a mean score of 5.5 (SD=2.1) on a scale from 1 to 7.

Case Status of Women at the Evaluation Midpoint

At this stage, outcome data needs to be considered with great caution given that *SoWi* is only at its midpoint. However, initial outcome data provides a snapshot of where women are in the program and generate hypotheses that can be pursued during the second half of the evaluation (see Table 3).

Table 3. Case Status of Participating Women at the Evaluation Midpoint (n=98)

Case Status	N (%)
In Coaching	65 (66.3)
Dropped out	33 (33.7)
Total	98 (100.0)

According to available administrative data on the 98 women, 65 (66.3%) receive coaching, which indicates an active status in the program. One-third (33.7%) have dropped out of *SoWi.* Women who receive coaching can be in different stages of the program. Some have begun vocational training, thus meeting an initial objective of *SoWi*. A few women have finished a one-year vocational training and have found employment that makes them eligible for federal benefits. Entry into vocational training is counted as success; however, this does not imply that the training will be completed. In several instances, disruptions and breakdowns of vocational training as well as employment have already occurred due to a range of reasons. About fifteen percent of women are in schooling that will prepare and qualify them to enter vocational training; others are in language classes. Further notable is that about one-fifth of women are in transition. This includes women who only receive coaching and do not attend preparatory or qualifying classes. At this point, it remains unclear how long a participant can linger in this transition phase. Reasons for dropping out are also varied and do not necessarily imply "program failure." A few women moved into a different region, some became pregnant and others found work outside of *SoWi*. How to classify program success and failure will be a matter of further discussion but it is apparent from this first round of analyses that a nuanced understanding of either is indicated.

Descriptive Findings – Coaches

The conceptual centrality of the coaches in the project warrants further understanding of their background. All coaches are female. They are on average 44 years old (SD=13.6) and 40% have a migration background themselves. Fifteen have a degree in social work, the remaining obtained degrees in related disciplines. Over half received additional training and certificates in areas of counseling, coaching, therapy, etc. More than half (55.6%) have had coaching experiences, on average three years (SD=1.5).

Although coaches generally feel well prepared for their role in the project, their role expectations have shifted while being part of the project. At the beginning of the project, they saw their tasks as being primarily of a supporting and mentoring nature. This has changed by one point on a scale from one to seven toward a greater administrative emphasis (from M=3.2, SD=1.3 to M=4.2, SD=1.3). This shift is statistically significant ($p<0.05$) and is the cause of some frustration as coaches' express lack of time as one of the primary irritations in the project. Nonetheless, open-ended questions support that

	N (valid %)	M (SD)
Family status (n=97)		
Married, living together	53 (54.6)	
Married, living separately	11 (11.3)	
Single, living with partner	11 (11.3)	
Single	13 (13.4)	
Divorced	9 (9.3)	
Women with Children (n=98)	82 (83.7)	
Women with children under 12 years old (n=79)	71 (89.9)	
Number of children per woman (n=81)		2.3 (1.0)
Highest educational level (n=92)		
University degree	22 (23.9)	
High school (post-secondary qualification)	19 (20.7)	
'Realschule' (10-yr equivalency)	20 (21.7)	
'Hauptschule' (9-yr equivalency)	15 (16.3)	
No diploma / didn't complete school	16 (17.4)	
Completed vocational training or university/college? (n=95)	43 (45.3)	
Years in the labor market (n=54)		7.3 (6.0)

Psychosocial Stressors and Resources[4]

The *Inventory of Daily Stressors* was used to capture experiences of stress. To facilitate comparison with results from Jäkel and Leyendecker's study (2008), which included Turkish mothers, the stress score was calculated based on the same items (M=31.7; SD=8.0; α=0.78). Mothers experience significantly higher stress levels than women without children (t(88)=2.005; p=0.048); however, reported stress is overall lower than in Jäkel and Leyendecker's sample. Following, a new stress score was calculated that included the three self-created items on the care of children, concerns about permanency status and general worries about the future. The total score lies at 38.4 (SD=10.0) and an improved Cronbach's alpha (α=0.84). Particularly high stress was noted in the areas of "distance to friends and family" (M=2.8; SD=1.3), "worry about the future" (M=2.7; SD=1.2) and "problems with work or not having work" (M=2.5; SD=1.3). Differences between high-and low-stress women deserve to be further examined.

Resilience is quite high, both in terms of the total score as well as the two subscale scores (total score: M=74.7, SD=9.2; competence subscale score: M=52.0, SD=7.3; acceptance of self and one's life subscale score: M=22.7, SD=3.9). This implies that 60% of the women can be classified as having high resilience, 24.4% exhibit medium resilience and 15.6% fall into the low range (see Figure 1). Both total score and the two subscale scores have wide ranges and further inquiry differences between women with different resilience levels are indicated. Similarly, items from the job-related coping inventory also suggested comparably high levels of self-efficacy and a locus of control that is not primarily externally oriented.

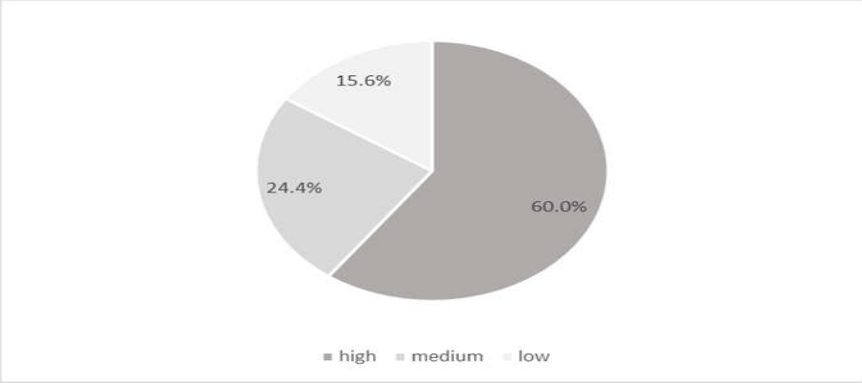


Figure 1. Resilience Classification

Construct & Instrument	Items
Social Support: ENRICHD Social Support Inventory (Mitchell et al., 2003) and Self-constructed Items	Adaptation of 5 items from SSI and 5 self-constructed items; Cronbach's α =0.89
Cultural Identification and Experiences with Racism: Self-constructed	5 items; constructed according to similar questions used in other research on racism and cultural experiences
Religion: Self-constructed	3 items; constructed according to similar questions used to capture the domain religion.

Data Analysis

Data was entered into SPSS 26.0, cleaned and screened for missing data. To construct an initial profile of participating women as well as coaches, extensive descriptive analyses were conducted at this point. Subsequently, more complex analyses are planned to answer the questions guiding the evaluation (e.g., factor analysis, multivariate analysis, repeated measures analysis).

Results

Demographic Characteristics of Participating Women

Table 2 provides an overview of the participating women's demographic characteristics. The 98 women in our sample have a mean age of 34.9 (SD=7.5), ranging from 20 to 53 years old. Women were born in about 31 different countries spanning four continents (Europe, Asia, Africa and North America), with Syria (17.3%) and Afghanistan (9.2%) being the most common places of birth. Seven women were born in Germany. The age at arrival in Germany was on average 27.3 (SD=9.5; range 47[3;50]), and women (not born in Germany) have lived in Germany for 7.4 years (SD=7.4; range 36[2;38]). The residency status includes women with German citizenship (27.5%), citizenship in another EU country (8.8%), unrestricted status (18.7%), and 45.1% with a restricted and time-limited residency status.

Regarding family status, more than a half report being married and living with their spouse. Another 11.3% are married but live separately and 9% are divorced. An additional 11.3% cohabitate with a partner and 13.4% are single. Eighty-two women (83.7%) have children – on average 2.3 (SD=1.0) children – and 90% of mothers have children who are aged 12 years or younger.

In terms of educational and occupational background, a heterogeneous picture emerges. Altogether 45.3% have completed a university/college degree or a vocational training. Close to one-quarter (23.9%) have completed university/college, one-fifth have a high school diploma that would qualify them for postsecondary education. About 17% did not graduate from any formal schooling. On average, women have been in the labor market for 7.3 years (SD=6.0; range 23[0;23]). German language competency is equally diverse (from beginning level to native speaker). It deserves noting in this context that the formal recognition of obtained degrees remains a critical point that frequently slows down women's progression in the program.

Closed and open-ended items show that women are primarily hoping to enter vocational training (25.2%), find work (19.1%) and further their own personal development (13.9%). Women highly endorse the value of work to them and their own development.

Table 2. Demographic Characteristics of Participating Women (n=98)

	N (valid %)	M (SD)
Age (n=95)		34.9 (7.5)
Age at arrival in Germany (n=85)		27.3 (9.5)
Years in Germany (n=92)		9.7 (9.7)
Residency status (n=91)		
German citizenship	25 (27.5)	
Citizenship EU	8 (8.8)	
Unrestricted	17 (18.7)	
Time-limited	41 (45.1)	

Evaluation Methods

Evaluation Design and Data Sources

Within the framework of a prospective design, the formative evaluation triangulates data from multiple data sources gathered over a three-to-four-year period to answer the questions of interest. Data sources include quantitative survey data with participating women and coaches, data from qualitative interviews and focus groups (with women and key stakeholders) as well as case file and administrative data. Due to the COVID-19 pandemic, participating women will be surveyed twice instead of three times as initially planned; coaches will also be surveyed twice (at baseline and after about two years). The evaluation study was approved by the research ethics committee (Ethics Committee FB01) of the University Kassel.

Recruitment and Sample

All women with migrant background entering *SoWi* are eligible to participate in the evaluation and are invited during the orientation phase. To date, women from the first seven cohorts were recruited. Additional cohorts are expected to begin the project, yet data collection has been delayed due to the ongoing COVID-19 pandemic. Of the 132 women who had participated in the orientation phase, 98 (74.2%) took part in the baseline survey.[3]

Similarly, all coaches are eligible to participate. Approximately forty-six coaches were active in the program during summer/fall 2019, of which 33 emails were forwarded to the evaluation team. Twenty-seven coaches filled out the survey.

Instruments and Data Collection

As stated earlier, variables and instruments were chosen carefully based on conceptual and empirical relevance for the questions of interest and the target population (see Table 1 for an overview of the instruments). Questions aimed to capture the women's family situation and migration background, psychosocial stressors and resources, acculturation experiences as well as expectations for participation in the project. The baseline survey instrument for participating women was translated into multiple languages (Easy German, Arabic, English, Farsi, Somali and Tigrinya) and piloted. The final instrument consisted of 97 items and took about 30 to 90 minutes to complete.

A web-based survey of coaches took place during summer 2019. Coaches were recruited into the study at coaching meetings and through newsletters. Questions aimed to profile the coaches background, their expectations about their role in the program, available support and resources,… etc. The *Helping Relationship Inventory* (Poulin & Young, 1997) was used to capture data on the coaching relationship.

Table 1. Instruments for Baseline Survey of Women with Migrant Background

Construct & Instrument	Items
Demographics	Based on categories in Germany's federal statistical database (DESTATIS)
(Job) Expectations for Program: self-constructed	Open questions
Stress: Inventory of Daily Stressors and Life Satisfaction of Migrant (Turkish) Women in Germany (Jäkel & Leyendecker, 2008)	19 items on a Likert scale of 1-4; Cronbach's α = 0.86 3 self-created items to address care of children, worry about permanency status in Germany and general concern about the future
Resilience: Resilience Scale (Leppert et al., 2008)	Short-version with 13 items (dimensions 'personal competency' and 'acceptance of self and life'); Likert scale of 1-7'; Cronbach's α =0.90; test-retest reliability =0.61
Coping: Job-related Coping and Intention to Return (Muschalla et al., 2016)	14 select items in dimensions job coping, self-efficacy, external locus of control and meaning of work; Likert scale of 1-5; Cronbach's α =0.69-0.89
Migration Experiences: Essener Migration Inventory (Tagay et al., 2013)	12 select items on life in Germany and cultural identification; Likert scale of 1-4

private caregivers with no or no recognized professional qualifications are particularly sought out for this project. The project's openness to recruiting a range of participants reflects consideration of individual biographies and thus differs from comparable projects that often have inclusion criteria that are narrower or more specific (e.g., mothers, refugees, young people). The interdisciplinary *SoWi* project team (consisting primarily of female social workers) is responsible for the overall coordination between different organizational entities and social institutions and, additionally, fulfills important support and consulting functions.

In order to guide project participants toward the goal of obtaining necessary vocational qualifications (especially in the areas of early childhood education and elderly care), women may first enroll in schools to receive their secondary school certificate, take language courses, and receive financial and technical support in the recognition process of previous school or training qualifications of their home countries. By participating in the *SoWi* project and actively fostering women's self-efficacy and self-confidence, their social integration and overall resilience are expected to improve.

Interested women either register for *SoWi* on their own or are referred by cooperating agencies or the job center. They enter the project consecutively in cohorts of about 20 women. Women who drop out shortly after signing up may be replaced with new participants. Participation is based on a diagnostic interview and begins for most women with an introductory three-month orientation and activation course. During this phase, previous knowledge, general education, cognitive abilities, professional motivation, behavioral strengths as well as social skills are assessed to optimally position women for an apprenticeship, further education… etc. and to fit their interests with available training sites. An internship is part of the orientation phase and involves further test procedures in areas of vocational aptitude, key qualifications and language level. During this time, women also receive information on relevant occupational fields and topics (e.g. on cultural differences in the field of education, elderly and sick care).

Following the orientation and activation phase, participants are assigned to female coaches from different partner agencies. Modeled after the growing number of other labor market integration projects, coaching constitutes a core element of *SoWi*. It is conceptualized as a resource-oriented method, which is meant to guide and support the successful qualification process of the participant (Hessian Ministry of Social Affairs and Integration, n.d.). However, the specific features of coaching and its implementation at the case level are quite dynamic and may be adapted to the individual needs of the participating women.

Overall Purpose of Evaluation and Aim of Current Analysis

The scientific evaluation of the project commenced shortly after the project began in 2018 and will be ongoing over the course of its duration. Questions of interest for the evaluation were formulated in a cooperative process involving the evaluation team and the leadership of the *SoWi* project team. Beyond the specific aims and outcomes pursued by the project, research questions and the choice of variables were further guided by the conceptual and empirical literature, which points to factors that may affect, moderate, or mediate integration outcomes for individuals with migrant background.[2] Thus, the overall purpose of the evaluation is to collect data to answer the following questions: (1) What are the women's expectations when entering *SoWi* and how do expectations change over time? (2) What are the profiles of the women? What psychosocial stressors and resources can be identified? (3) How many women complete/dropout of the project? (4) What is the role of the coaches? (5) How is the coaching relationship experienced (by women and coaches) and how does it influence project outcomes? (6) What demographic and psychosocial factors predict project success or failure?

As stated in the introduction, the current paper is written at the midpoint of the evaluation and is the first in a series of analyses to be conducted. It uses baseline survey data to address the first four research questions. Thus, participating women's demographic and psychosocial profiles as well as their status in the project will be described and the role of coaches examined. The latter two questions (5, 6) cannot yet be answered as reliable outcome data will only be available once data collection has been completed.

Challenges for Women with a Migrant Background

In 2018, around 20.8 million people with migrant background were living in Germany (Federal Statistical Office, 2020). These include individuals who migrated to Germany or have "at least one parent [who] was not born with German citizenship" (Federal Statistical Office, 2019). Approximately half of them (52%) hold German citizenship or are women (Federal Statistical Office, 2019, 2020). Women with migrant background were either born in Germany as children of immigrants or have themselves undergone the migration process as labor migrants, refugees, or in the context of family reunification. As such, they do not represent a homogenous group.

Various studies stress that women with migrant background are confronted with a range of challenges and different forms of discrimination that require targeted support services (e.g., Castellà, 2017; Koopmanns et al., 2019; Steinmann, 2018). Barriers addressed in the literature include stereotypes, attributions of low qualifications, and discriminatory practices, which hinder access to the labor market and prevent integration in professional life (e.g., Farrokhzad, 2018; OECD/EU, 2018; Salikutluk et al., 2020; Weichselbaumer, 2020). On average, women with migrant background earn less than their German counterparts or men with backgrounds of migration (Federal Anti-Discrimination Agency, 2020). They have an occupational status that often does not correspond with their actual qualifications (Ferenschild, 2019) and experience great difficulties in accessing employment opportunities (Koopmans et al., 2019; Sansonetti, 2016). This lack of access is further undermined by insufficient childcare options (Farrokhzad, 2018; SVR, 2019). Language difficulties, bureaucratic obstacles, and problems with recognition procedures for vocational or educational qualifications acquired in the home country along with other forms of discrimination (e.g., discrimination on the housing market, gender discrimination within the family) further amplify this dire situation (e.g., Beigang et al., 2017; Brell et al., 2020; Salikutluk et al., 2020; Sansonetti, 2016). Lastly, the loss of family and social networks in their home countries along with traumatic experiences are believed to be primary causes for the elevated rates of stress and related mental health problems reported among individuals with migrant background, particularly women (Abbott, 2016; Aichberger et al., 2015; Tibubos & Kröger, 2020).

Yet, the depiction of women with migrant background as a group, singularly at risk for adverse outcomes, does not do this group justice. It needs to be balanced by findings that emphasize the resources and resilience of this group. Several studies have shown that women with migrant background exhibit considerable resilience and coping skills that can moderate psychological stress and mediate the process of integration and acculturation (e.g., Babatunde-Sowole et al., 2020; Gericke et al., 2018; Hombrados-Mendieta et al., 2019). As pointed out by these studies, however, this does not change the fact that, as a group, women with migrant background are structurally disadvantaged and may therefore need specific supports and services.

The Model Project – Concept and Features

The 4-year project to be evaluated – "New Opportunities in the Social Economy - Qualification Perspective for Migrant Women" (abbreviated *SoWi* for its German title) was initiated in 2018 with the overall goal of recruiting skilled workers in social economy professions and promoting women with migrant background (Hessian Ministry of Social Affairs and Integration, n.d.). Funded by the Hessian Ministry of Social Affairs and Integration, it is implemented by the city of Kassel's municipal employment promotion agency. Kassel is a midsize city (population of 201,585 in 2019), located in the geographic center of Germany and the northern part of the state of Hessia. The project builds on concepts and elements that have been identified in the professional and scientific literature as being essential for the success of labor market integration projects with migrant groups, such as focusing on building language competencies, implementing diagnostic procedures to ascertain qualifications and aspirations, supporting the transition into the labor market through structured internships and vocational training, and using coaches for support (e.g. Aumüller, 2016; James et al., 2020).

SoWi's target group are women with migrant background between 18 and 45 years of age who are seeking a (re)entry into working life. For the purposes of the project, "migrant background" captures the existing heterogeneity of this group: women who have had flight experiences, who themselves or their families have immigrated to Germany and EU citizens in general. Mothers, single parents, and

The project under study – "New Opportunities in the Social Economy - Qualification Perspective for Migrant Women"[1] – is an innovative and collaborative effort by the Hessian Ministry of Social Affairs and Integration and the city of Kassel to secure employment or vocational training for women with migrant background who so far have had limited involvement with the German labor market. The aim is for at least 50 women to enter and complete qualified vocational training in the health and/or social-services sector over the course of the project (fall 2018 to summer 2022). Given the typical two- to three-year duration of vocational training in Germany, this goal is ambitious.

The current paper presents first results from a formative evaluation, which accompanies this model project with the aim of undergirding the project concept with empirical data. Following a synthesis of salient literature, the paper provides an overview of the project concept as well as the overall aims and methods of the evaluation. It will then present baseline data on participating women and the coaches that support them in the project. Women's status at the midpoint of the project will also be examined in order to capture early dropout rates. Findings from the evaluation, even early descriptive findings, are intended to guide the conceptual development of the project, as well as to address gaps in the literature about the profiles of migrant women in labor market integration projects.

Background and Previous Research

The Labor Market Situation in Germany

Due to sociodemographic shifts in Germany, an increased demand for skilled workers in healthcare and social-services sectors has emerged over the last decade (Grünheid & Sulak, 2016; Radtke, 2020). The decreasing number of skilled workers had, for instance, contributed to a shortage of around 307,000 nurses by 2013 (Flake et al., 2018). According to the German Federal Government (2020), individuals with migrant background are underrepresented in this occupational group. However, the increasing number of patients as well as caregivers with migrant background point to an urgent need for a skilled and culturally trained workforce. Labor market integration projects play a crucial role in this context, and, as already stated in the introduction, a number of projects and programs have been initiated in recent years to improve the access of individuals with migrant background to the skilled labor market (German Federal Government Commissioner for Migration, Refugees and Integration, 2019). Evaluative data about the success of these various efforts is, however, largely missing to date.

A similar development is taking place in childcare facilities. While the number of children with migrant background has been increasing in daycare centers, kindergartens, and schools, a concomitant development in the childcare workforce cannot be observed (Gereke et al., n.d.). Instead, a shortage of skilled workers is prevalent and staff turnover is frequent (Klusemann et al., 2020). Gereke et al. (n.d.) criticized the lack of diversity in daycare facilities and emphasized that "adequate representation could, for example, help to lower access thresholds faced by immigrant families and increase the care rates of children from immigrant backgrounds in preschools and kindergartens" (p.13; own translation).

The Federal Government's 2018 initiative, referred to in the introduction, is a response to this situation. It aims to attract, foster, and maintain a skilled work force, outlining various goals, funding mechanisms and changes in legislation to be implemented successively (The Federal Government, 2020). The goal is to "establish a new culture of continuing education and training in Germany" as well as "support all those in employment in maintaining their qualifications and skills in the changing world of work (...)" (Federal Ministry of Education and Research, 2018, n.d.). Among other objectives and steps, it also involves the simplification of procedures for the recognition of foreign qualifications, the promotion of job-related language acquisition and focused efforts to coach and support migrants toward greater labor market integration. Furthermore, administrative procedures toward this goal are to be made more efficient and transparent (The Federal Government, n.d.). In line with the integration policies of the federal government and the state of Hessia, the city of Kassel has implemented several model projects in recent years to assist different target groups with migrant background (e.g., James et al., 2020; www.kassel.de/integration). The project that is the focus of this paper is one of them.

Labor Market Integration of Women with Migrant Background: Baseline Findings from a Model Project in Germany

Sigrid James*, Julian Trostmann* and Franziska Seidel *

Received on: 28/04/2021 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.11 Accepted on: 16/11/2021

Abstract

To advance the integration of women with migrant background on the labor market, an innovative project was initiated in a mid-sized city in Germany in 2018. The four-year project is implemented by a team of female (social) workers and aided by coaches to support migrant women's entry into the labor market and foster their social integration. Following an orientation phase, the women, who enter the program sequentially in cohorts of about 20, start apprenticeships, finish educational requirements, or participate in language courses before entering vocational training. The goal is to complete the training and to then enter the skilled labor market. This paper uses baseline survey data, which was collected as part of an ongoing formative evaluation of the project. Descriptive findings are presented on women's (n=98) expectations for project participation, their demographic profiles, psychosocial stressors and resources, and status at the midpoint of the project. Furthermore, the role of coaches (n=27) is examined. Establishing initial profiles and gaining an understanding of the characteristics and experiences of women and coaches serves as the basis for the conceptual development of the project, as well as addressing gaps in the literature. Implications for project development and future analysis are discussed.

Keywords: Labor market integration, Women with migrant background, Migration and refugees, Integration programs.

Introduction

Women and especially mothers play a special role in the context of integration. According to the German Federal Ministry for Family Affairs, Senior Citizens, Women and Youth (2019), the employment of mothers from immigrant families has a positive effect, not only on the integration of the women themselves, but also on the integration of the family and particularly their children. However, women with migrant background are disproportionately affected by (unwanted) unemployment (Bedaso, 2021; Federal Ministry for Families Affairs, Senior Citizens, Women, and Youth, 2019). Promoting the employment of individuals with migrant background, particularly women, is a current objective of the German government and is based on the assumption that integration on the labor market is linked to improved social and cultural integration (The Federal Government, 2007).

A parallel, but interconnected development involves the shortage of skilled workers on the German labor market, specifically in healthcare and social-services sectors (Flake et al., 2018; Klusemann et al., 2020). The federal government's 2018 "strategy for skilled workers" [*Fachkräftestrategie*] responds to this problem by aiming to activate and recruit domestic workers as well as skilled workers from Europe and beyond (The Federal Government, n.d.). Thus, the targeted promotion of women with migrant background as one of the goals of German integration policy must also be understood in relation to the shortage of skilled workers in Germany. To address this multilayered challenge, various labor market integration projects and programs have been initiated in recent years.

© 2022 AYHSS Publishers / Yarmouk University, Irbid, Jordan. All Rights Reserved.

* University of Kassel, Department of Social Work and Social Welfare, Germany.
Email: sigrid.james@uni-kassel.de

Modigliani, F., & Miller, M. (1958, Jun). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261-297. Retrieved 5 14, 2020, from https://www.jstor.org/stable/1809766

Mukherjee, T., & Sen, S. S. (2019). Intellectual capital and corporate sustainable growth: The Indian evidence. *Asian Journal of Business Environment*, 9(2), 5-15. Doi: https://doi.org/10.13106/JBEES.2019.VOL9.NO2.5

Murphy, C. B. (2019, jun 24). *investopedia*. Retrieved from Financial Analysis: https://www.investopedia.com/terms/s/sustainablegrowthrate.asp

Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 187-221. Doi: https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0

Patel, P. C., Guedes, M. J., Soares, N., & Gonçalves, V. (2018). Strength of the association between R&D volatility and firm growth: The roles of corporate governance and tangible asset volatility. *Journal of Business Research*, 282-288. Doi: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.033

Smith , C. (2020, may 15). *Investing for beginners*. Retrieved from Calculating Growth: Internal Growth Rate vs Sustainable Growth Rate

Solomon, Ezra. (1963). Leverage and the Cost of Capital. *The Journal of Finance*, 273-279. Doi: https://doi:10.2307/2977908

Thirumalaisamy, R. (2013). Firm Growth and Retained Earnings Behavior–A Study on Indian Firms. *European journal of business and management,* 5(27), 40-57.

Tran, V., Walle, Y., & Herwartz, H. (2020). *The impact of local financial development on firm growth in Vietnam: Does the level of corruption matter? "The impact of local financial development on firm growth in*. Doi: https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101858

Xu , J., & Wang , B. (2018). *Intellectual Capital, Financial Performance and Companies' Sustainable Growth: Evidence from the Korean Manufacturing Industry. Sustainability*. Doi: https://doi.org/10.3390/su10124651

Choi, J. J., Fabozzi, F., & Yaari. (1989). Optimum Corporate Leverage With Risky Debt: A Demand Approach. *Journal of Financial Research*, 1989. Doi: https://doi.org/10.1111/j.1475-6803.1989.tb00108.x

Choi, l. (1992). Durbin-Hausman Tests for a Unit Root,. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 289-304. Retrieved from URL: https://ideas.repec.org/a/bla/obuest/v54y1992i3p289-304.html

Daoud, J. I. (2017, December). Multicollinearity and regression analysis. *In Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 949, No. 1, p. 012009). IOP Publishing. URL: https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/949/1/012009/meta

Deloitte. (2019, April). *deloitte. Retrieved from deloitte Touche limited*: URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Tax/dttl-tax-jordanhighlights-2019.pdf

Doana, T. T. (2020). *Factors affecting online purchase intention: A study of Vietnam online customers. Management Science Letters*, 849-854. Doi: https://doi:10.5267/j.msl.2019.10.012

Dong, M., Loncarski, I., Horst, J. T., & Veld, C. (2012). *What drives security issuance decisions: Market timing, pecking order, or both?. Financial Management*, 41(3), 637-663.

Elton, E. J. (1999). Presidential address: expected return, realized return, and asset pricing tests. *The Journal of Finance*, 54(4), 1199-1220. DOI: https://doi.org/10.1111/0022-1082.00144

Fan, P. (2019). Debt retirement at IPO and firm growth. Journal of Economics and Business, 1-16. Doi: https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2018.08.004

Guariglia, A. (2008). Internal financial constraints, external financial constraints, and investment choice: Evidence from a panel of UK firms. *Journal of banking & finance*, 32(9), 1795-1809.

Guariglia, A., Liu, X., & Song, L. (2011). Internal finance and growth: Microeconometric evidence on Chinese firms. *Journal of Development Economics*, 96(1), 79-94.

HAYES, A. (2019, jun 30). *investopedia*. Retrieved from URL: https://www.investopedia.com/terms/i/internalgrowthrate.asp

Houston , J. F., & Ryngaert, M. D. (1997). Equity issuance and adverse selection: A direct test using conditional stock offers. *The Journal of Finance*, 197-219. Doi: https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb03813.x

James , H., & Scott , J. (1977). Bankruptcy, Secured Debt, and Optimal Capital Structure. *The Journal of Finance*, 1-19. DOI: https://doi:10.1111/j.1540-6261.1977.tb03237.x

Joher, H., & Ahmed , a. (2008). *The impact of financing decision, dividend policy, and corporate ownership on firm performance at presence or absence of growth opportunity: A panel Data approach Evidence from kualalumpor stock exchange. Corporate Ownership and control*, 485-491. DOI: https://doi:10.2139/ssrn.1246563

Karpavičius, S., & Yu, F. (2019). External growth opportunities and a firm's financing policy. *International Review of Economics,* 287-308. Doi: https://doi.org/10.1016/j.iref.2019.04.007

Kasasbeh, F. I. (2021). Impact of financing decisions ratios on firm accounting-based performance: evidence from Jordan listed companies. *Future Business Journal*, 7(1), 1-10. DOI: https://doi.org/10.1186/s43093-021-00061-0

Khan, M., & Gharaibeh, H. (2007). *Financial Management*. (2nd ed.). Amman.

kimathi, H. M., Galo, M. N., & Melissa, A. G. (2015). Effect of Leverage on Performance of Non-financial Firms Listed at the Nairobi. *Journal of finance and accounting*, 132-139. Doi: https://doi:10.11648/j.jfa.20150305.14

Lee, C.-F., & lee, a. c. (2006). *Encyclopedia of Finance. New York: Business Media*. Retrieved may 10, 2020, from https://books.google.com.tr/books/about/Encyclopedia_of_Finance.html?id=I6BH-RKYVG4C&redir_esc=y

Lee, C.-Y. (2018). Geographical clustering and firm growth: Differential growth performance among clustered firms. Research Policy, 1173-1184. Doi: https://Doi.org/10.1016/j.respol.2018.04.002

Levine, O., & Warusawitharana, M. (2019). Finance and productivity growth: Firm-level evidence. *Elsevier logo*. Doi: https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2019.11.009

Liu, G., & Zhang, C. (2020). Economic policy uncertainty and firms' investment and financing decisions in China. *China Economic Review*, 63, 101279. Doi: https://doi.org/10.1016/j.chieco.2019.02.007

MacKIE-MASON, J. (1990). Do Taxes Affect Corporate Financing Decisions?. *The Journal of Finance*, 1471-1493. Doi: https://doi:10.1111/j.1540-6261.1990.tb03724.x

هل يؤثر قرار التمويل في نمو الشركات؟

عمر بني خلف

قسم المصارف والتمويل، جامعة الشرق الاوسط، عمان، الاردن.

الملخص

تبحث هذه الدراسة في تأثير قرارات التمويل على نمو الشركات الأردنية. تم جمع البيانات من 120 شركة مدرجة في بورصة عمان خلال الفترة 2008-2018. لاختبار العلاقة بين المتغيرات، تم استخدام الاختلاف المكون من خطوتين ونظام GMM. بشكل عام، تتوافق النتائج مع النظرية والنتائج السابقة، مما يؤكد وجود علاقة مهمة بين قرارات التمويل ونمو الشركات الداخلي (المستدام) والخارجي. علاوة على ذلك، تشير نتائج الدراسة إلى أنه يجب على الشركات تعديل مزيج هيكل رأس المال الخاص بها للحصول على أعلى مستوى من المنفعة.

الكلمات المفتاحية: قرارات التمويل، نمو الشركة، GMM، معدل النمو المستدام، معدل النمو الداخلي.

References

Afşar, A., & karaçayir, E. *effect of investment and financing decisions on firm value; example of bist industrial index.* Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2), 13-24. URL: https://dergipark.org.tr/en/pub/usaksosbil/issue/59466/753683

Ahmad, M. M., Hunjra, A. I., Islam, F., & Zureigat, Q. (2021). Does asymmetric information affect firm's financing decisions?. *International Journal of Emerging Markets*. URL:https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOEM-01-2021-0086/full/html?utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_campaign=rss_journalLatest

Aiyagari, S. R., & McGrattan, E. (1998). The optimum quantity of debt. *Journal of Monetary Economics*, 447–469T. Doi: https://doi.org/10.1016/S0304-3932(98)00031-2

Al-Zubaidi, H. M. (2008). *Advanced Financial Management.* (2nd ed.). Amman, Jordan: Al-Warraq Publishing & Distribution.

ARELLANO, M., & BOND, S. (1991). Some Tests of Specification for. *Oxford Journal*, 277-297. Doi: https://doi.org/10.2307/2297968

Baker, M., & Wurgler, J. (2002). Market Timing and Capital Structure. *The Journal of Finance*, 1-32. Doi: https://doi:10.1111/1540-6261.00414

Balakrishnan, S., & Koza, M. (1993). Information asymmetry, adverse selection and joint-ventures: Theory and evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 99-117. DOI: https://doi.org/10.1016/0167-2681(93)90083-2

Baxter, N. (1967). Leverage, Risk of Ruin and the Cost of Capital. *The Journal of Finance*, 395-403. Doi: https://doi:10.2307/2978892

Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of econometrics*, 87(1), 115-143. Doi: https://doi.org/10.1016/S0304-4076(98)00009-8

Brown, J. R., Fazzari, S. M., & Petersen, B. C. (2009). Financing innovation and growth: Cash flow, external equity, and the 1990s R&D boom. *The Journal of Finance*, 64(1), 151-185. Doi: https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2008.01431.x

Canarella, G., & Miller, S. M. (2018). *The determinants of growth in the U.S. information and communication technology (ICT) industry: A firm-level analysis. Economic Modelling*, 259-271. Doi: https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.11.011

Chauvet, L., & Ehrhart, H. (2018). Aid and growth: evidence from firm-level data. *Journal of Development Economics*, 461-477. Doi: https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2018.07.010

CHEN, A. H., & KIM, E. H. (1979). Theories of Corporate Debt Policy: A Synthesis. *The Journal of Finance*, 371-384. Doi: https://doi:10.2307/2326975

Table 4: Findings of the sustainable growth rate and internal growth rate equations

Variables	Difference GMM		System GMM	
	SGR	IGR	SGR	IGR
L1(SGR & IGR)	0.432***(0.181)	0.321**(0.126)	0.431**(0.192)	0.259(0.275)
LDR	-0.323** (0.127)	-0.334**(0.141)	-0.230***(0.021)	-0.122***(0.023)
LVR	0.233 (0.264)	0.312**(0.136)	0.253 (0.424)	0.316**(0.126)
LVT	0.253**(0.115)	0.328**(0.141)	0.512***(0.103)	0.275**(0.117)
LRE	-0.182***(0.016)	-0.278**(0.123)	-0.352**(0.153)	0.592(0.636)
Constant	2.78*** (0.143)	1.26*** (0.161)	2.61*** (0.195)	1.81*** (0.123)
Year	Yes	Yes	Yes	Yes
Arellano-Bond test for AR(1)	0.040	0.016	0.010	0.019
Arellano-Bond test for AR (2)	0.120	0.118	0.120	0.116
Sargan test of overidentification (p-value)	0.284	0.106	0.235	0.296
Hansen test of overidentification (p-value)	0.431	0.107	0.284	0.312

Note: Arellano-Bond tests are represented by AR (1) & AR (2) for serial correlation in residuals. Sargan and Hansen (p-value) refers to the p-value of Sargan and Hansen test to check the overidentification of instruments. Values of standard errors are given in parenthesis. ***, ** and * show the level of significance at 1%, 5% and 10%

The lagged value of debt ratio in all the columns are -0.323, -0.334, -0.230 and -0.122 and are significant at 5% and 10%. These findings suggest that the debt to asset ratio negatively influences both a firm's internal growth rate and sustainable growth rate. For example, a one-unit increase in debt to asset ratio decreases the sustainable growth rate by -0.323 and -0.230, respectively. Similarly, a one-unit increase in debt to asset ratio decreases the internal growth rate respectively by -0.334 in the difference GMM model and by -0.122 in the system GMM model. Voluntary reserve positively influences the sustainable growth rate while influencing negatively the internal growth rate. The results are significant in all cases except for the influence on sustainable growth rate in system GMM. For those firms that save funds for times of financial difficulties, their sustainable growth rate is higher by 0.233 than those that do not save funds for times of financial difficulties. The findings are the same in system GMM for internal growth rate, The opposite holds in the case of the internal growth rate equation in difference GMM.

The larger the value of shares traded in the market, growth rate the better the firm will be in terms of growth rate, both sustainable and internal. These results are significant across the models and the equations used in this study. Firms seeking to grow should invest more and retain less of their earnings (Thirumalaisamy, 2013). Our finding suggests that the higher the retained earnings, the lesser the firm's growth, confirming the theoretical relationship between the two variables. However, the extent of a negative relationship varies across models and growth equations.

Conclusions and Policy Implications

This study examined the impact of financing decisions represented by debt to asset ratio, retained earnings, and value traded along with voluntary reverses on the sustainable growth rate and the internal growth rate of a firm. The study used data for 120 firms listed in the Amman Stock Exchange.

The researcher used the two-step difference GMM and two-step system GMM. In general, results are consistent with the theory and previous findings, confirming a significant relationship between the financing decisions of firms and their performance represented by their growth. However, size and sign are different across the two models and two equations used in the study.

Based on findings, the following suggestions are proposed. First, firms listed in the Amman Stock Exchange to ensure sustainable growth should find alternative sources of financing than use retained earnings. In other words, they should rely less on retained earnings and find alternative source of financing for their operations. Also, firms should increase their sales through various advertising policies and find new markets for their products to have a sound financial base and rely less on debt for operations.

(Daoud, 2017). Two variables are highly correlated if the correlation coefficient is more than 0.95. In our case (see Table 3), correlation coefficient for all the variables involved in this study are far lower than 0.95, confirming the non-existence of the multicollinearity problem. Moreover, it is evident from Table 3 that debt ratio and retained earnings are negatively associated with the firm's sustainable growth rate and the internal growth rate of a firm, which is consistent with the theory. When retained earnings are reinvested into the company's operations, this leads to a high growth rate and *vice versa*.

Table 1: Variables' notations, abbreviations, definitions and sources

Variable	Notation	Description/definition	Data Source
Sustainable growth rate	SGR	Maximum amount of growth with current level of debt	Amman Stock Exchange
Internal growth rate	IGR	Financing with current capital structure	Amman Stock Exchange
Debt ratio	DR	Total liability to total asset	Amman Stock Exchange
Retained earnings	RE	Earnings retained by the firms instead of distributing them	Amman Stock Exchange
Value traded (JD)	VT	The value of shares traded each year	Amman Stock Exchange
Voluntary reserves	VR	Dummy variable = 1, if funds are used in case of financial difficulties and 0 otherwise	

Table 2: Descriptive statistics

	DR	VT	IGR	RE	SGR
Mean	0.449006	17971811	-2.032565	8473426.	1.497464
Std. Dev.	0.287606	62262861	21.90650	38599147	19.10394
Skewness	0.293448	3.690638	-1.17790	0.154863	1.622149
Kurtosis	1.790117	2.1577	2.8010	3.15638	4.89052
Jarque-Bera	51.98761	291362.7	2394925.	76681.76	148889.7
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000

Table 3: Correlation matrix

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) VT	1.000				
(2) DR	0.220	1.000			
(3) RE	0.455	0.277	1.000		
(4) SGR	0.263	-0.825	-0.438	1.000	
(5) IGR	0.934	-0.606	-0.267	0.159	1.000

Empirical methods and results

Findings From the Sustainable Growth Rate and Internal Growth Rate Equations

Table 4 reports results obtained from two different methods, i.e., two-step difference GMM and two-step system GMM. Equations (1) and (2) are obtained while applying the panel data methods mentioned above. As evidenced from table 4, results of difference GMM for the two equations are reported in columns 2 and 3, while the results of system GMM for the same two equations are reported in columns 4 and 5.

The validity of the dynamic models is checked through Sargan and Hansen test. For the serial correlation test in the residuals Arellano-Bond test is used. Since the p-values of Sargan and Hansen and Arellano-Bond AR (2) are well above 10%, the model is validated (Arellano & Bond, 1991; Blundell & Bond, 1998). Also, since the coefficients of the lagged values of both sustainable growth rate and internal growth rates are significant, choosing the dynamic model is correct.

relationship between intellectual capital and sustainable growth rate. They concluded that intellectual capital has a significant impact on firm growth.

Similarly, Xu & Wang (2018) argued that besides the positive impact of intellectual capital on firm performance and sustainable growth, a firm's growth and performance are also affected by physical capital, human capital, and relational capital. Finally, Karpavičius and Yu(2019) studied the relationship between external growth and a firm's financing policy. They found that high-growth companies have higher stock value and lower financial debt.

The productivity growth of firms is determined by many factors, one of which is financial frictions. In this regard, Levine and Warusawitharana (2019) found that the productivity growth of firms is affected by an increase in debt, which in turn will reduce the financial development and growth of firms. Karpavičius & Yu (2019) found that external-growth opportunity is directly associated with higher equity policy of firms, while the inverse is true in the case of higher debt to equity ratio. Similarly Fan (2019) and Doana (2020) concluded that firm growth depends on debt financing being reduced compared to equity financing. Tran et al. (2020) used a heteroscedasticity-based identification strategy to investigate the impact of firm size, local financial development, and corruption on growth. They concluded that financial development and corruption impact a firm's growth, while size does not affect it.

Methodology

This study investigates the impact of financing decisions on firms' growth. Therefore, we followed Ahmad et al. (2021) using two-step difference and system GMM. Dynamic GMM has two advantages. First, it takes the difference of all the variables of a dynamic equation. Second, it is consistent with all non-linear restrictions and is robust to heteroscedasticity and cross-correlation. (Arellano & Bond 1991; Blundell & Bond 1998). A plethora of literature exists that used GMM, including (Brown & Petersen 2009; Guariglia 2008; Guariglia et al. 2011). We use the following econometric equations are used for estimation of sustainable growth rate and internal growth rate:

$$SGR_{i,t} = \alpha_0 + \delta_{sgr} SGR_{i,t-1} + \alpha_1 DR_{i,t} + \alpha_2 LVT_{i,t} + \alpha_3 LRE_{i,t} + \alpha_4 VR_{i,t} + u_{i,t} \quad (1)$$

$$IGR_{i,t} = \alpha_0 + \delta_{sgr} IGR_{i,t-1} + \alpha_1 DR_{i,t} + \alpha_2 VT_{i,t} + \alpha_3 RE_{i,t} + \alpha_4 VR_{i,t} + u_{i,t} \quad (2)$$

SGR represents the sustainable growth rate of the firm. IGR is the internal growth rate of the firm. Similarly, DR measures the debt ratio. LER and LVT are the natural logarithms of the retained earnings and value traded, respectively. Finally, the voluntary reserve (VR) is traced using a dummy variable which equals 1 in case of voluntary reserve and 0 in case of no voluntary reserve.

Data, Results and Discussion.

This study uses county-level data for the 120 firms listed in the Amman Stock Exchange market from 2009 to 2018. The sample consisted of the public shareholder companies and has been chosen according to the availability of information since private firms are not compulsory to announce their financial data to the public. The sample consists of 69 companies. Firms that did not publish their financial data during the sample period were droped. The detail of the data is given in Table 1.

The researcher started with the descriptive statistic presented in Table 2. The first row shows the average value of each variable. The measure in the third column indicates how the actual values of variables have deviated from their mean. In other words, it tells us about the dispersion of the data from their mean value. Skewness and kurtosis explain the distribution of data. The Jarque-Bera test results show that all the variables are normally distributed.

To test the multicollinearity among variables, the correlation matrix was used. The existence of a multicollinearity problem in the data can cause overfitting of the model, and we would then not be able to separate the contribution of each variable in explaining the variation in the dependent variable

purpose, the participation of commissioners and managers in the firm's stock ownership through asset substitution is of utmost necessity.

This study aimed to investigate whether financing decisions affect the growth of 120 firms listed in the Amman Stock Exchange. More specifically, our contribution to the literature is three-fold. To the researcher's limited knowledge, no study investigates the role of the debt ratio, value traded, retained earnings, and voluntary reserves on a firm's growth defined by sustainable growth rate and internal growth rate. This study utilized the latest available data from 120 firms listed in the Amman stock exchange. First, we investigated whether debt ratio, value traded, and retained earnings have any role in explaining a firm's growth. Second, we synthesize the role of voluntary reserves in explaining a firm's growth. Third, we utilized the lasted panel data methods, i.e., the two-step difference GMM and the two-step system GMM, to achieve the earlier mentioned objectives.

The rest of the study is structured as follows. The next section takes insights from the literature review. The study's methodology is then presented, followed by the results and discussion. Conclusion and policy recommendations are in the last section.

Literature review

Financing decisions explain how the company could get the money to support the financing activity. Khan and Gharaibeh (2007) define the financing decision as focusing on a capital structure by determining the percent of debt and contribution capital structure. Mackie-Mason (1990) defined it as decisions that aim to determine the selective capital structure by determining the percent of a mix between the debt and equity to achieve the highest value for companies' share in the financial market.

Though there are different definitions for capital structure, most researchers define it as a mixture of debt and equity to create the highest benefit for all stakeholders as much as possible. So, the choice of funding source between internal and external sources differ for all parties. For example, sometimes, the shareholders may prefer external funding because it is lower cost and has benefits related to taxation. On the other hand, management prefers issuing new shares or using retained earnings as a source of funding since they give more flexibility and avoid restrictions that the debtors could put on the company as a condition for lending. Liu and Zhang (2020) studied the causal relationship between economic uncertainty and financing decisions. They found that economic uncertainty significantly impacts the capital structure by reducing the use of debt. Kasasbeh (2021) studied the impact of capital structuring and investment sources on the performance of companies in Jordan. They used the GMM method to study the relationship between variables. He found that different sources have a different effects on the firm performance. Afşar and Karaçayir (2020) Investigated the relationship between investment, financing decisions, and firm value. They used a fixed-effect model, and they found that the financing decisions have affected the firm's value. Ahmad et al. (2021) studied the relationship between information asymmetry and financing decisions. They found that the asymmetric information effects choosing the financing sources. Moreover, with high information asymmetry, companies resort to relying on debt.

On the other hand, the sustainable growth rate (SGR) indicates that each funding source's percentage will not change while firms finance new projects and investments (Murphy, 2019). According to sustainable growth rate, firms can use debt and retained earnings, but what is important is to keep each percentage of fund fixed. The second type is internal growth rate (IGR), which concerns using only retained earnings to finance investments (Smith, 2020). Several previous studies have looked at internal and external growth rates. For instance, Lee (2018) suggested that internal and external growth rates for firms located in a cluster *per se* do not affect firm growth.

Moreover, Chauvet & Ehrhart (2018) used fixed-effect and random-effect regression models and concluded a positive relationship between aid and firms' growth. Canarella and Miller (2018) investigated the determinants of firm growth. They found that the growth of U.S. information and communication firms depends on firm size, while agency costs and financial leverage have impeded firm growth. Finally, Mukherjee and Sen (2019) used a random effect model to explore the

Does Financing Decision Affect a Companies' Growth?

Omar Bani-Khalaf *

Received on: 10/02/2022 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.12 Accepted on: 30/03/2022

Abstract

This study investigates the impact of financing decisions on Jordanian shareholder firms' growth. The data was collected for 120 companies listed in the Amman Stock Exchange during the period 2008-2018. To test the relationship between the study variables, we used the two-step difference GMM and the two-step system GMM. In general, the results are consistent with the theory and previous findings, confirming a significant relationship between financing decisions and firms internal and external growth. Furthermore, the study's findings suggest that firms need to modify their capital structure mix to obtain the highest benefit level.

Keywords: Financing decisions, Firm's growth, GMM, Sustainable growth rate, Internal growth rate, External growth rate

Introduction

Financing decisions may represent a trade-off between stakeholders since the choice of financing source is not totally in the hand of management. Instead, other parties such as shareholders may prefer to use debt, while debt holders prefer to use internal profits; shareholders prefer to use leverage when they doubt the manager's behavior. Therefore, they use the debt for extra monitoring, since the manager should pay the interest. On the other hand, firms may have restricted from using a debt, especially high-tech firms or companies with a low level of a tangible assets (Chen and Kim, 1979). Therefore, determining the sources of financing is an important decision. such decisions enable the firms to allocate the cost and benefit for each source to avoid any possible losses. However, several studies have been conducted so far on this issue.

Nevertheless, Modigliani and Miller (1958) laid the foundation of the new capital hypothesis. Later on, Choi et al. (1989) investigated the role of maximum usage of debt in reducing taxable income, while Solomon (1969) examined the effect of leverage on the cost of capital. Three notable capital structure theories discussed mainly in the literature include the pecking order theory (Elton, 1999), trade-off theory, and the market-timing theory (Dong et al., 2012). The trade-off theory provides a general theoretical framework for the company's capital structure process by comparing the cost and benefits of securities issuance to develop an optimal capital structure. Therefore, the financial structure may differ from one firm to another, where they can use external and internal debt according to their preferences (James and Scott, 1977). The capital structure can also be explained *via* the pecking-order theory (Myers and Majluf, 1984). According to this theory, the capital structure depends mainly on asymmetric information, so companies choose internal financing and issue new shares as the last option.

On the other hand, in market timing theory, firms may use debt if they expect an opportunity from a low-interest rate or high tax rate. Also, they issue new shares if the shares are overvalued or repurchase them if they are undervalued (Baker and Wurgler, 2002). In other words, the optimum capital structure depends on the cheapest source of funding.

Managers in this context consider the costs and benefits of the chosen source of funding before making funding decisions. However, each funding source is characterized differently and bears different financial consequences. Therefore, how are the owner's expectations to be achieved? For this

© 2022 AYHSS Publishers / Yarmouk University, Irbid, Jordan. All Rights Reserved.

*Department of Banking and Finance, Eastern Mediterranean University, Amman, Jordan.

Output quality: the extent to which the quality of government output conforms to citizens' expectations.	Very high(5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Government outputs fit the expectations of citizens.					
Government outputs are provided with high quality.					
Government outputs are provided on time.					
Feedback: the extent to which government takes care of receiving feedback from service users.	Very high(5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Government cares about receiving feedback from citizens about their experience with it.					
Government considers citizens' feedback as a source of information to improve its services.					
Government works on providing online platforms that enable citizens to evaluate services provided to them.					
Integrity: the degree of honesty, accuracy, and ethics in the process of service provision by the government.	Very high(5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Government services are professionally and accurately provided.					
Government employees are committed to administrative work ethics.					
Government resists any type of illegal or unethical actions and nepotism in dealing with citizens.					
Government employees do protect the privacy of citizens.					
Taming technology: the extent to which government take advantages from new technologies in its service provision, and its adaptation to e-government system.	Very high(5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Government agencies utilize new technology in service provision process.					
E-government system has facilitated communication with government agencies.					
E-government system has facilitated the provision of government services.					
Government works on expanding its electronic or online services.					
Transparency: the extent to which citizens are able to get information from government agencies.	Very high(5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
I trust the information provided by government.					
Public decisions are made with transparency.					
Government is keen to open up to media.					

Accountability: the right to ask questions and receive reasonable answers and the right to account public officials.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low(1)
Government allows citizens to exercise their right to question public decision makers.					
Citizens get adequate and complete answers to questions related to the work of government agencies.					
There is a good level of accountability in government agencies.					

Thank you for your time and effort.

Separation of power: the existence of separation between the functions of the basic political authorities (legislative, executive, and judicial)	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Each branch (legislative, executive, and judicial) performs its functions independently from other authorities in Jordan.					
Each branch monitors and holds accountable the performance and functions of other authorities.					
There is no domination by one specific political branch (legislative, executive, and judicial) over other authorities.					
There is a balance in the powers among political branches in the country (legislative, executive, and judicial).					

Part Three: Consists of questions related to the degree to which government agencies are responsive to public demands and needs. Responsiveness includes several components such as: adaptation, problem-solving, clients' satisfaction, output quality, feedback, integrity, taming technology, transparency, and accountability.

Adaptation: the extent to which government responds to the changing and diverse needs of citizens.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Governments' services reflect the actual needs of citizens.					
Government updates its services according to citizens' changing needs.					
The government is keen to conduct regular studies of citizens' needs and their opinions on the services provided.					
Problem-solving: the extent to which government pays attention to citizens' problems and complains that are related to government services.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Government shows serious concern for citizens complains.					
Government works on improving its skills and abilities to respond to citizens complains.					
Government is keen to find and facilitate channels and means through which citizens can submit their complaints.					
Government responds to the Parliament's oversight and interrogations.					
Clients' satisfaction: the extent to which government care about achieving citizens' satisfaction and enhance its relationship with them, and contact with them with respect and courtesy while providing them the services. And the extent to which citizens are satisfied by government's performance	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Service users are treated with respect and courtesy.					
Government employees do not treat citizens with superiority and arrogance.					
Government continuously improves its performance to satisfy citizens.					
I am satisfied with the government level of performance in providing services.					
Government is concerned with the level of citizens' satisfaction from one time to time.					

level of to all segments of society.					
There is a close level of service quality among different areas in the country.					
The government provides equal opportunities to qualified candidates to occupy leadership positions in public administration.					
Rule of Law: the extent to which there is a commitment and implementation of the published rules and regulations.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Government is committed to implementing the published rules and regulations.					
Government imposes strict punishment on those who violate rules and regulations within governmental agencies.					
Government imposes strict punishment on those who violate rules and regulations within private institutions or corporations.					
Rules and regulations are applied in a fair manner regarding similar citizens' cases.					

Protection of human rights: the extent to which there is freedom of expression of opinions and receiving or getting information.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
The government encourages citizens to freely express their opinions.					
The government enables citizens to reach out the information that they need when they ask for it.					
The government enables citizens to hold public meetings that aim to discuss issues related to the public interest.					
Independent judicial branch: the extent to which the judiciary is independent from other government devices.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
The judiciary makes its judgments without government interference.					
The government depends on the judiciary to hold officials accountable.					
The government depends on the judiciary to settle disputes (conflict resolution).					
The judiciary plays a neutral role in cases referred to it by executive authority.					
The judiciary examine the constitutionality of laws.					
Free media: the extent to which media and press are free.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
The government support local media.					
The government provides the correct/right information for media.					
The government does not impose restrictions on the content of topics published in the media.					
The government accepts media's criticism about its performance.					
The government grants the licensing for private media.					

Appendixes

Appendix No.1: The Questionnaire

Dear citizen:

This questionnaire is part of a study investigating the impact of democratization on the level of government organizations responsiveness to public demands from citizens' perspective. Please, read the following questions and answer them carefully, noting that the answers will be securely and privately kept and will be used only for academic purposes.

Part One: please choose the answer that reflects your status:

1) Gender:
   - 1- Male
   - 2- Female

2) Age:
   - 1- 25 years or less
   - 2- 26-40 years
   - 3- 41-55 years
   - 4- 56 years and more

3) Level of Education:
   - 1- High school or less
   - 2- Diploma
   - 3- Bachelor
   - 3- Master or higher degree

4) Job status:
   - 1- Public sector employee
   - 2- Private sector employee
   - 3- Retired
   - 4- Soldier
   - 5- Have my own business
   - 6- Unemployed
   - 7- Others (please mention it …….)

5) Monthly income:
   - 1- 499 JD or less
   - 2- 500-999 JD
   - 3- 1000-1499 JD
   - 4- 1500 and more

Part Two: The following questions are related to democratization process in Jordan. The questions pertain to various elements of democratizing such as: political participation, equality, rule of law, protection of human rights, independent judicial branch, free media, and separation of power. Please read the questions choose the answer that reflects your true opinion.

Political participation: the right to nominate and be nominated in the public elections, and to participate in political parties and influencing the decision making.	Very High (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
Parliamentary elections are conducted transparently without government interference in the outcomes.					
Municipal elections are conducted transparently without government interference in the outcomes.					
Results of parliamentary elections represent the actual votes and wishes of the voters.					
Results of municipal elections represent the actual votes and wishes of the voters.					
Government encourages citizens to participate in political parties.					
Government allows citizens to protest against its decisions.					
Equality: equality in distributing government's services between citizens and among all different areas within the country.	Very high (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Very Low (1)
The government is committed to providing the same					

Othman, M. A. (2016, August 21). *Rooting the Concept of Political Participating*. Democratic Arab Center for Strategic, Political, and Economic Studies. https://democraticac.de/?p=36026

Pellegata, A. (2009, September). The Effects of Democracy on the Quality of Governance: Evidence on the Capacity of Political Systems to Constrain Corruption. In *Societa Italiana di Scienza Politica (SISP)*.

Rölle, D. (2017). What Makes Citizens Satisfied? The Influence of Perceived Responsiveness of Local Administration on Satisfaction with Public Administration. *Journal of Social and Administrative Sciences*, *4*(1), 1-13.

Sen, A. (1999). *Development as freedom* . New York: Anchor Books.

The Economist Intelligence Unit. (2019). *Democracy Index 2018: Me too? Political participation, protest and democracy*. https://275rzy1ul4252pt1hv2dqyuf-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2019/01/Democracy_Index_2018.pdf

UN Commission on Human Rights, *Human Rights Resolution 2005/59: The Question of the Death Penalty*, 20 April 2005, E/CN.4/RES/2005/59, available at: https://www.refworld.org/docid/45377c730.html.

Vigoda-Gadot, E., & Cohen, A. (Eds.). (2004). *Citizenship and management in public administration: integrating behavioral theories and managerial thinking*. Edward Elgar Publishing.

Weale, A. (1999). *Democracy* (1st ed.). Macmillan Press LTD.

Weitz-Shapiro, R., & Winters, M. S. (2008). *Political participation and quality of life* (No. 638). Working Paper.

World Justice Project. (2019). *What is the Rule of Law?* https://worldjusticeproject.org/about-us/overview/what-rule-law .

Yousef, A., & Rahal, O. (2010). *Separation of power and rule of law in the democratic system.* (1st ed.). Human Right and Democracy Media Center “SHAMS.”. (Arabic source).

Besley, T., & Burgess, R. (2001). Political agency, government responsiveness and the role of the media. *European Economic Review*, *45*(4-6), 629-640.

Birch, A. (1993). *The Concept and theories of Modern Democracy* (1st ed.). Routledge.

Brandsen, T., Steen, T., & Verschuere, B. (2018). *Co-production and co-creation: Engaging citizens in public services*. Taylor & Francis.

Charron, N., & Lapuente, V. (2010). Does democracy produce quality of government? *European journal of political research*, *49*(4), 443-470.

Danju, I., Maasoglu, Y., & Maasoglu, N. (2013). From autocracy to democracy: The impact of social media on the transformation process in North Africa and Middle East. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *81*, 678-681.

David Easton, (1957). An Approach to the Analysis of Political Systems *World Politics*, pp.383-400; A System Analysis of Political Life (New York: Wiley,1965).

Democracy Reporting International. (2011, October). *International Consensus: essential elements of democracy*. http://www.concernedhistorians.org/content_files/file/TO/333.pdf

Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2007). *The New Public Service: Serving, Not Steering* (Expanded ed.). M.E. Sharpe.

Department of Statistics. (2020). *Jordan Unemployment Rate*. TRADING ECONOMICS. https://tradingeconomics.com/jordan/unemployment-rate.

Department of Statistics. (2019). *Population*. http://dosweb.dos.gov.jo/population/population-2/

Fortunato, P., & Panizza, U. (2015). Democracy, education and the quality of government. *Journal of Economic Growth*, *20*(4), 333-363.

Harvey, M. (2005). *Media matters: perspective on advancing governance and development from the Global Forum for Media Development*. Internews Europe.

Ibrahim, M. (2016). *The Psychology of Democracy.* Egyptian General Book Authority. (Arabic source).

Janda, K., Berry, J. M., & Goldman, J. (2000). *The Challenge of Democracy: Government in America*. Houghton Mifflin Harcourt.

Khasawneh, A. (2015). The Impact of Political Reform in Jordan on Performance Improvement in Government Apparatus from Perspective of Employees in Central Ministries. *Jordanian Journal of Business Administration*, *11*(4), 757–790. (Arabic source)

Landman, T. (2013). Human Rights and Democracy: The Precarious Triumph of Ideals (1st ed.). *Bloomsbury Academic*.

Lasheen, D. (2019, July 11). *About the Concept of Equality: Dimensions and Problematic*. Democratic Arab Center for Strategic, Political, and Economic Studies. https://democraticac.de/?p=61684. (Arabic source).

Law, D. S. (2019, October 17). *Judicial independence*. Encyclopedia Britannica. https://www.britannica.com/topic/judicial-independence.

Liao, Y. (2018). Toward a pragmatic model of public responsiveness: implications for enhancing public administrators' responsiveness to citizen demands. *International Journal of Public Administration*, *41*(2), 159-169.

Linde, J., & Peters, Y. (2020). Responsiveness, support, and responsibility: How democratic responsiveness facilitates responsible government. *Party Politics*, *26*(3), 291-304.

Meng -Hsuan, Wu. (2013). *The Role of the Parliamentary Elections in the Democratic Transition (the case study of Jordan between 1989-2013).* Master Thesis, University of Jordan, Jordan, Amman. (Arabic source).

OECD. (2013). *Government at a Glance 2013. OECD Publishing. http://dx.doi.org/10.1787/ gov_glance-2013-en* .

أثر التحول الديمقراطي على استجابة المنظمات الحكومية للمطالب العامة في الأردن من وجهة نظر مراجعي الدوائر الحكومية 2022

أنيس صقر الخصاونة ورغد زياد الحوري

كلية الاعمال، قسم الادارة العامة، جامعة اليرموك، اربد، الاردن.

الملخص

هدفت الدراسة الى قياس أثر التحول الديمقراطي في مستوى استجابة المنظمات الحكومية للمطالب العامة في الأردن. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحثان بتطوير استبانة وتوزيعها على عينة الدراسة من مراجعي أربع وزارات ودوائر حكومية. أظهرت نتائج الدراسة وجود مستوى متوسط لكل من التحول الديمقراطي واستجابة المنظمات الحكومية للمطالب العامة في الأردن، أظهرت الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) للتحول الديمقراطي على مستوى استجابة المنظمات الحكومية للمطالب العامة في حين كانت أبعاد "الفصل بين السلطات"، "حماية حقوق الانسان"، و"حرية الاعلام"، و"المساواة"، هي الأبعاد المؤثرة على مستوى استجابة المنظمات الحكومية. يوصي الباحثان بإجراء دراسات لقياس أثر التحول الديمقراطي على مستوى استجابة المنظمات الحكومية للمطالب العامة ولكن بأخذ متغيرات ومعايير مختلفة للتحول الديمقراطي مثل النظام التعددي للأحزاب السياسية. كما يوصي الباحثان بضرورة القيام باستطلاعات الرأي والأبحاث العلمية لدراسة احتياجات المواطنين وتحسين المواقع التي تحتاج للتطوير في المنظمات الحكومية.

الكلمات المفتاحية: التحول الديمقراطي، الاستجابة، المطالب العامة.

References

Abrha, F. W. (2016). Assessment of responsiveness and transparency: the case of Mekelle municipality. *J Civil Legal Sci*, *5*(191), 2169-0170.

Abu Hasanein, A. M. (2017). *The Effect of Accountability Elements on Public Trust: An Empirical Study on the Palestinian Authorities in Gaza strip*. Master Thesis, Islamic University, Palestine, Gaza. (Arabic source).

Al Akash, M. (2006). *The Civil Society Institutions and Democratization in Jordan (1999-2005).* Master Thesis, Alalbayt University, Jordan, Almafraq. (Arabic source).

Alford, J., & Yates, S. (2016). Co-Production of public services in australia: The roles of government organisations and Co-Producers. *Australian Journal of Public Administration*, *75*(2), 159-175.

Al-Hosni, S. (2011). *The Civil Society Organizations and Democratization in Oman (2000-2010).* Master Thesis, Alalbayt University, Jordan, Almafraq. (Arabic source).

Almeqdad, M. (2007). Basics and Principles of Democracy Change in the Arab world: Jordan as a Case Study. *Almanarah, 13*(7), 86–159. (Arabic source).

As-Saber, S., & Rabbi, M. (2009). Democratization of the Upazila Parishad and its impact on responsiveness and accountability: Myths versus realities. *Journal of Administration and Governance*, *4*(2), 53-71.

Badran, I., & Sari, S. (2013). *The State, Democracy and Society*. Dar Albaraka. (Arabic source).

Bernardes, E. S., & Hanna, M. D. (2009). A theoretical review of flexibility, agility and responsiveness in the operations management literature: Toward a conceptual definition of customer responsiveness. *International Journal of Operations & Production Management*, *29*(1), 30-53.

Conclusion

Findings of the study indicated that democratization and responsiveness of government agencies to public demands in Jordan are at medium level. Democratization and responsiveness levels are found to be significantly and positively correlated with a correlation coefficient (R=80.9%). Testing research hypothesis revealed a statistically significant impact of democratization level on government agencies' level of responsiveness. Democratization level explained (R^2= 65.4%) of the variations in the level of agencies' responsiveness to public demands. These findings seem to be consistent with the findings of Khasawneh (2015) which indicated a high positive correlation (65.4) between level of political reform and improvement in overall performance of government agencies. Political reform according to Khasawneh study explained (42.7) of the variation in the overall performance of government agencies in Jordan.

Dimensions of democratization have, collectively, shown significant impact on the level of government organizations' responsiveness. Transparency ranked first (R^2= 54.1%), whereas taming technology ranked last (R^2= 37.3%). A significant impact of free media and separation of power on the level of government organizations' responsiveness has been provided. Free media and separation of power explains (R^2=61.3%) of the variations in level of responsiveness. By the same token, the dimensions of human rights protection, free media and separation of power have accounted for a (65.3%)in the level of government organizations' responsiveness to public needs and demands. Free media alone explains (R^2=53.7%) of variations in responsiveness to public demands. The combined effect of equality, free media, separation of power and protection of human rights amount to (67.5%) of the variation in responsiveness. These findings are in line with the findings of Danju, Maasoglu, & Maasoglu (2013), which indicate that social media and networks largely inspired the events of the Arab Uprising and protests of the Middle East and North Africa (MENA) societies against their governments. Therefore, the media should significantly present more specific points of view of the people and their government, especially with regard to public interest. Interestingly, no statistically significant impact of political participation, rule of law, and independence of judiciary on agencies' responsiveness to public demands have been reported by the findings of the study**.**

Based on the findings of this study, further studies are needed to investigate the impact of level of democratization on public agencies' responsiveness by including other variables relevant to democratic transition, such as a pluralistic system of political parties and citizens' affiliation and participation in political organizations. The government needs to increase its openness to the media and improve its channels of communication with citizens. Openness to the media helps providing feedback that the government can rely on.It should be added that polls and research need to be given more consideration by government to monitor the changing needs, interests, and demands of all segments of society. Citizens' involvement and participation in the decision-making, particularly, in areas pertaining to interest articulation and aggregation should be enhanced and encouraged by government. Citizens' engagement in assessing and prioritizing public needs and interests is essential if we are to be able to make our government more responsive to citizens' demands. Citizens' engagement can be facilitated by decentralizing decision making in government agencies and encouraging the establishment of civil society institutions where citizens' engagement can become operational. Equally important is that the quality of government agencies online platforms needs to be improved. These platforms need to be promoted so as to make them easy to use and more attractive to citizens. All e-government programs need to be more expanded and implemented in various spheres and sectors at both national and local levels. Last, but not least, government agencies need to periodically and systematically measure citizens' satisfaction with the quality of services so as to identify shortcomings and take proper actions to tackle them. Similarly, tracing and addressing clients' complaints and grievances will, undoubtedly, assist agencies not just to take corrective actions, but to augment citizens' trust and increase agencies' overall responsiveness to public demands.

Protection of human rights came in the third place, accounting for (R^2= 65.3%), along with free media and separation of power, (individually 4%), of the variation in government organizations' responsiveness with correlation amounting to (R= 0.808). Equality ranked last, accounting for (R^2= 67.5%), along with free media, separation of power, and protection of human rights, (individually 2.2%), of the variation in government organizations' responsiveness with correlation amounting to (R= 0.821).

The positive strong correlation (R=80.9%) between democracy and responsiveness, as shown in table (7), indicates that as democracy disseminates and expands, government responsiveness to public interests and demands increases. The core objective of democracy is to increase the participation of citizens and to give them the opportunity to express their feelings, opinions, and demands. Moreover, in a democratic atmosphere, citizens can freely express and share their opinions and articulate their demands, either through political channels and institutions, the media, public meetings, or through marches and protests. Under democratic circumstances, the government would be more familiar with the issues that concern the general public and be more aware and receptive to the citizens' needs and demands.

The proliferation of democracy practices encourages decentralizing in decision-making and citizens' active involvement in interest articulation and aggregation, which, in turn, brings the government closer to the citizens' needs and demands. Various aspects and dimensions of democracy are not only complimentary to each other but they make the government more responsive to the citizens' demands. For instance, achieving accountability, integrity, and transparency within government agencies and among public officials is almost impossible if there is no independent judicial branch to whom public officials are held accountable. In addition, dividing the power among three main branches (judicial, legislative, and executive) enhances government responsiveness. The functions performed by each branch make it possible to observe and fulfill the constitutional interest and objectives while monitoring and observing the functioning of other branches of the government.

Furthermore, the findings of table (8) showed that transparency is the prime dimension affected by democratization. This might be due to the complementary relationship between democracy and transparency. When the government is open, decentralizes its processes, and gives citizens the chance to participate in decision-making, citizens will get an in-depth look at how public decisions are finalized, which might lead to an increase in the level of transparency.

On the other hand, table (8) showed that the taming technology ranked last among the dimensions of responsiveness, which are affected by democratization. This might be due to the fact that employing new technologies in public service-delivery is affected by factors more related to technical and financial capabilities than to democratization.

The figures of table (10) indicate that free media has a direct and positive influence on government organizations' responsiveness to public demands. Thus, the government needs to encourage the freedom of media. Therefore, the media and press are perceived by citizens as the main channels of communication with the government. Moreover, by depending on the media, it will be easier for the government to reach out to most citizens to justify how decisions are finalized and mobilize support for new laws and regulations relevant to the government's work. By the same token, citizens can also present their feedback about the government's work, which, in turn, makes their voices heard by the various agencies. These findings are in line with the findings of Danju, Maasoglu, & Maasoglu (2013), which indicate that social media and social networking largely affected the events of the Arab Uprising by showing the objections of various segments of the societies against their government in the Middle East and North Africa (MENA). Therefore, the media should significantly present more specific points of view of the people and their government, especially with regard to public interest.

(R^2= 41.7%). Multiple liner regression is conducted to test the extent to which each dimension of democratization has a significant impact on the level of government organizations responsiveness to public demands.

Table (9): Multiple Liner Regression for the Impact of Democratization on Agencies' Responsiveness.

Dimensions of Democratization	Beta	Sig.	R	R^2	F Value	F Sig.
Political Participation	0.118	0.058				
Equality	0.127	0.036*				
Rule of Law	0.058	0.343	0.826	0.683	50.485	0.00
Protection of Human Rights	0.219	0.004*				
Independent Judicial Branch	0.027	0.664				
Free Media	0.210	0.008*				
Separation of Power	0.293	0.00*				
Dependent Variable: Responsiveness						

•Significant at ($\alpha \leq 0.05$) level

Results in table (9) indicate that there is a statistically significant correlation between democratization and responsiveness. The F value (50.4857**)** was significant at (Sig. 0.00). The R^2 (68.3%) signifies the proportion percentage of variation for responsiveness that could be attributed to democratization.

The extent that each dimension of democratization affects responsiveness is determined by the beta (β) coefficient. The dimension that has the highest impact on responsiveness is separation of power with a β value of (0.293), followed by the protection of human rights (β = 0.219), free media (β = 0.210), and equality (β = 0.127**)**, respectively. It is noteworthy to say that the dimensions of political participation, the rule of law, and an independent judicial branch did not have a significant impact on the responsiveness of government agencies. Stepwise linear regression is performed to test the level to which each independent variable influences the dependent variable as a whole. Results of stepwise regression are shown in table (10).

Table (10): Stepwise Multiple Regression for the Impact of Democratization Dimensions on Government Organizations Responsiveness**.**

	Model	R	R^2	Beta	t	Sig.
1	(Constant)				5.440	0.000
	Free Media	0.733	0.537	0.733	14.034	0.000
2	(Constant)				3.713	0.000
	Free Media	0.783	0.613	0.450	6.561	0.000
	Separation of Power			0.395	5.759	0.000
3	(Constant)				2.563	0.011
	Free Media	0.808	0.653	0.257	3.268	0.001
	Separation of Power			0.341	5.139	0.000
	Protection of Human Rights			0.308	4.393	0.000
4	(Constant)				2.163	0.032
	Free Media	0.821	0.675	0.223	2.900	0.004
	Separation of Power			0.316	4.872	0.000
	Protection of Human Rights			0.252	3.591	0.000
	Equality			0.181	3.369	0.001

•Significant at ($\alpha \leq 0.05$) level

Table (10) shows that free media ranks first, accounting for (R^2= 53.7%) of the variation in government organizations' responsiveness to public demands with correlation amounting to (R= 0.733). Separation of power came in the second place and explained, along with free media, (R^2= 61.3%), (individually 7.6%) in the variation in government organizations' responsiveness with correlation amounting to (R= 0.783).

Testing research hypothesis

The research hypothesis states

There is a statistically significant impact at ($\alpha \leq 0.05$) of the level of democratization (political participation, equality, rule of law, protection of human rights, independent judicial branch, free media and separation of power) on the level of government organizations' responsiveness (adaptation, problem-solving, clients' satisfaction, output quality, feedback, integrity, taming technology, transparency and accountability) to public demands in Jordan.

To test research hypothesis a multicollinearity test was applied to detect the degree to which the independent variables correlate to each other. The normal distribution of the data is examined via using Skewness and Kurtosis tests. The results show that the Variance Inflation Factor (VIF) values for all dimensions of democratization are less than 5, and the Tolerance Factor values are more than (0.05). Therefore, there are no clear correlations between the independent variables.

As to whether the research data are normally distributed, the values of Skewness and Kurtosis for all democratization and responsiveness dimensions are found to be less than 1, meaning that they are within the accepted range. Consequently, the data are normally distributed. Table (7) presents the results of simple linear regression for the impact of democratization on the overall level of government organizations' responsiveness to public demands.

Table (7): Simple Liner Regression for the Impact of Democratization on the Level of Government Organizations' Responsiveness.

Variable	Beta	Sig.	R	R^2	F value	F Sig.
Democratization	0.809	0.00	0.809	0.654	322.011	0.00
Dependent Variable: Responsiveness						

•Significant at ($\alpha \leq 0.05$) level.

As highlighted in table (7), democratization has a significant impact at **($\alpha \leq 0.05$)** on the level of government organizations' responsiveness with a correlation coefficient (R=80.9%) and interpreting **(**R^2=65.4%) of the variances in the level of government organizations' responsiveness to public demands. Based on these findings, the research hypothesis is accepted. For further analysis, a simple linear regression is conducted to test the impact of democratization on each dimension of responsiveness. Table (8) displays the results:

Table (8): Simple Liner Regression of the Impact of Democratization on Dimensions of Responsiveness.

Rank	Dimension	Beta	Sig.	R	R^2	F Value	F Sig.
1	Transparency	0.736	0.00	0.736	0.541	238.126	0.00
2	Feedback	0.714	0.00	0.714	0.510	211.445	0.00
3	Problem-Solving	0.709	0.00	0.709	0.503	201.059	0.00
4	Accountability	0.690	0.00	0.690	0.476	181.525	0.00
5	Integrity	0.686	0.00	0.686	0.471	175.974	0.00
6	Outputs Quality	0.682	0.00	0.682	0.465	175.244	0.00
7	Adaptation	0.652	0.00	0.652	0.425	149.347	0.00
8	Clients' Satisfaction	0.646	0.00	0.646	0.417	141.703	0.00
9	Taming Technology	0.610	0.00	0.610	0.373	117.546	0.00

•Significant at ($\alpha \leq 0.05$) level

As highlighted in table (8), democratization has a significant impact at **($\alpha \leq 0.05$)** on all the dimensions of responsiveness. Transparency is the most affected dimension by democratization with a correlation coefficient of (R= 73.6%), explaining **(**R^2= 54.1%) of its variations, whereas the taming technology dimension reported the least level of influence by democratization with a correlation coefficient of (R= 61%), explaining **(**R^2= 37.3%) of its variations. On the other hand, feedback came in second place as (R^2= 51%), followed by problem-solving (R^2= 50.3%), accountability (R^2= 47.6%), integrity (R^2= 47.1%), output quality **(**R^2= 46.5%), adaptation (R^2= 42.5%), and clients' satisfaction

There are many factors that may impede the implementation of a democratic transformation in Jordan one of which is the weak economic situation, which makes it extremely difficult for governmental agencies to meet all needs and demands of citizens. In addition, there has been a noticeable increase in the country's unemployment rate in the third quarter of 2020 by (23%) compared to (19%) in the first quarter (Department of Statistics, 2020). This increase is due to the coronavirus crisis that struck the country and the world. Moreover, over the past years, Jordan has received and dealt with two million Arab refugees, which has increased pressure on public services and the Jordanian economy as a whole.

Level of Government Organizations Responsiveness to Public Demands in Jordan.

To investigate level of responsiveness of government organizations to public demands in Jordan, arithmetic means and standard deviations (SD) of responses as perceived by sample respondents are computed. Table (6) discloses the results.

Table (6): Means, Standard Deviations (SD), and Agencies' Level of Responsiveness.

Rank	No.	Dimensions of Responsiveness	Mean	SD	Level
1	7	Taming Technology	3.5388	0.94725	Medium
2	8	Transparency	3.1699	1.02749	Medium
3	5	Feedback	3.1444	0.91706	Medium
4	6	Integrity	3.1212	0.96411	Medium
5	1	Adaptation	3.0279	1.02824	Medium
6	3	Clients' Satisfaction	2.9899	0.89128	Medium
7	9	Accountability	2.9826	1.03026	Medium
8	2	Problem Solving	2.9277	0.99705	Medium
9	4	Outputs Quality	2.7752	0.97041	Medium
Responsiveness as a whole			**3.07528**	**-**	**Medium**

Table (6) clearly shows a medium level of government agencies responsiveness to public demands and all its dimensions in Jordan. Means ranged from (2.7752) for the output's quality, to (3.5388) for taming technology. Transparency reported a moderate response (3.1699), followed in order by feedback (3.1444), integrity **(**3.1212), adaptation (3.0279), clients' satisfaction (2.9899), accountability (2.9826) and problem solving (2.9277).

Variations in the level of responsiveness dimensions may be caused by the variations in government ministries and departments' abilities to respond to the needs of citizens. Furthermore, the dynamic and ongoing changes in citizens' needs can influence the abilities or chances of government agencies to respond to these needs; therefore, government agencies may not always be able to match their responsiveness level and improve it. In addition, the expansion of e-government and the transfer to electronic services, especially in 2020 following the aftermath of the corona pandemic, may explain why taming technology has scored the highest mean among all dimensions of responsiveness. Other factors may adversely influence the capacity of government agencies to respond to public demands. On top of these factors is the low level of involvement of citizens in decision-making processes. Communication with the public tends to be one-way communication in which government decides for the citizens in a variety of aspects that interest them most without involving them in decisions related to their demands and interests.

Moreover, the troubled economy and the huge amount of debt that the country struggle with might impede the opportunities for reaching out at a high level of responsiveness. These constraints obstruct the provision of many services, needs, and demands due to the lack of financial support.

Data Analysis and Discussions

Sample characteristics are displayed in this section table (4).

Table (4): Sample Characteristics.

Variable	Category	Frequency	Percentage
Gender	Male	217	68.5%
	Female	99	31.2%
	Missing	1	0.3%
	Total	**317**	**100%**
Age	25 years of less	81	25.6%
	26-40 years	148	46.7%
	41 years or more	88	27.7%
	Total	**317**	**100%**
Education	Intermediate vocational diploma or less	102	31.1%
	Bachelor or higher	213	67.2%
	Missing	2	0.6%
	Total	**317**	**100%**
Job Status	Public sector employee	17	5.4%
	Private sector employee	123	38.8%
	Self employed	80	25.2%
	Unemployed	62	19.6%
	Others	35	11%
	Total	**317**	**100%**

Table (4) shows that the majority of respondents **(**68.5%) were males and (72.3%) of them were less than 40 years old. The distribution of the sample was largely consistent with the 2019 population statistics which indicated that the number of males in Jordan exceeded the number of females and more than half of the population is young whose age between 15 and 45 years (Department of Statistics, 2019). Respondents who received university education constituted the highest percentage (67.2%). Respondents from private sectors accounted for the greatest percentage of employment status (38.8%) **as** compared to (5.4%) in the public sector.

Level of democratization in Jordan.

To investigate level of democratization in Jordan as perceived by sample respondents, arithmetic means and standard deviations (SD) of responses to the various dimensions of democracy, individually and collectively, is calculated, Table (5) displays the results.

Table (5): Means, Standard Deviations (SD), and Level of Democratization and Its Dimensions.

Rank	No.	Dimensions of Democratization	Mean	SD	Level
1	5	Independent Judicial Branch	3.524	0.864	Medium
2	3	Rule of Law	3.467	0.8819	Medium
3	6	Free Media	3.269	0.9101	Medium
4	7	Separation of Power	3.237	0.9261	Medium
5	4	Protection of Human Rights	3.205	0.9262	Medium
6	1	Political Participation	2.841	0.9383	Medium
7	2	Equality	2.502	0.9453	Medium
Democratization as a whole			**3.149**	**-**	**Medium**

Table (5) shows a medium level of democratization in all its dimensions, where the independent judiciary branch scored the highest average (3.524), followed by the rule of law (3.467**)**, free media (3.269), separation of power (3.237), protection of human rights (3.205), political participation (2.841), and equality (2.502**)**. These findings might reflect that the basic principles of democracy are being theoretically adopted, just as Almeqdad (2007) claimed, but this adoption is coupled with an implementation crisis; more specifically, Jordan might still be stuck in a gray area, as suggested by Meng-Hsuan (2013). That is, elements of democracy formally exist, but there are fluctuations in the level of implementation of those elements.

accountability (items 65 through 67) .It is worth noting that in developing research instrument the researchers have partly benefited from Khasawneh study (Khasawneh, A., 2015) .

Several different statistical techniques are used to test the hypothesis of the study. These techniques are: Descriptive Statistics, Cross Stabilization, Percentages, Simple- Regression, Multiple-Regression, and Step-wise Regression. As to reliability of the instrument a Cronbach's Alpha was computed for the research variables. Table (1) displays the values of Cronbach's Alpha for the research variables.

Table (1): Reliability of the Questionnaire

Variable	Cronbach's Alpha	Variable	Cronbach's Alpha
Democratization	**0.952**	**Responsiveness**	0.973
Political Participation	0.872	Adaptation	0.896
Equality	0.821	Problem-Solving	0.902
Rule of Law	0.829	Clients' Satisfaction	0.894
Protection of Human Rights	0.824	Output Quality	0.903
Independent Judicial Branch	0.895	Feedback	0.843
Free Media	0.881	Integrity	0.879
Separation of Power	0.880	Taming Technology	0.919
Overall Cronbach's Alpha for the Whole Questionnaire	0.979	Transparency	0.906
		Accountability	0.866

The Cronbach's Alpha for all items related to Democratization is (.952), as compared to (.973) for Responsiveness. Furthermore, Cronbach's Alpha of overall questions of the questionnaire is (.979). Consequently, there is a high level of consistency and reliability for the answers of respondents

Research Sample

The research covers twenty-six governmental ministries and departments in Jordan. A non-probability accidental sample was used. Due to Coronavirus circumstances and restrictions in Jordan during the period of distributing the questionnaires (July 2020), clients of two ministries and two government departments were accidentally selected and asked to fill out the questionnaire. Table (2) presents the names of selected ministries and departments alongside the numbers of distributed, returned, and valid questionnaire forms.

Table (2): Distribution of Research Sample According to Ministry and Department

No.	Ministry or Government Department	No. distributed	No. returned	No. valid
1	Ministry of Industry, Trade &Supply	123	121	106
2	Ministry of Higher Education & Research	50	50	38
3	Income & Sales Tax Department	130	126	96
4	Civil Status & Passport Department	102	102	77
Total		**405**	**399**	**317**

Scale of Measurement

The criteria upon which level of democratization and agencies' level of responsiveness to public demands are measured is the following formula: Maximum score-1/3.

Table (3): Scale of Measurements

Extent	Degree
1 –2.33	Low
2.34 – 3.66	Medium
3.67 – 5	High

Second: The Dependent variable and sub-variables

Responsiveness: The extent to which government agencies are able to respond to the needs, expectations, and aspirations of stakeholders. Several sub-variables are relevant:

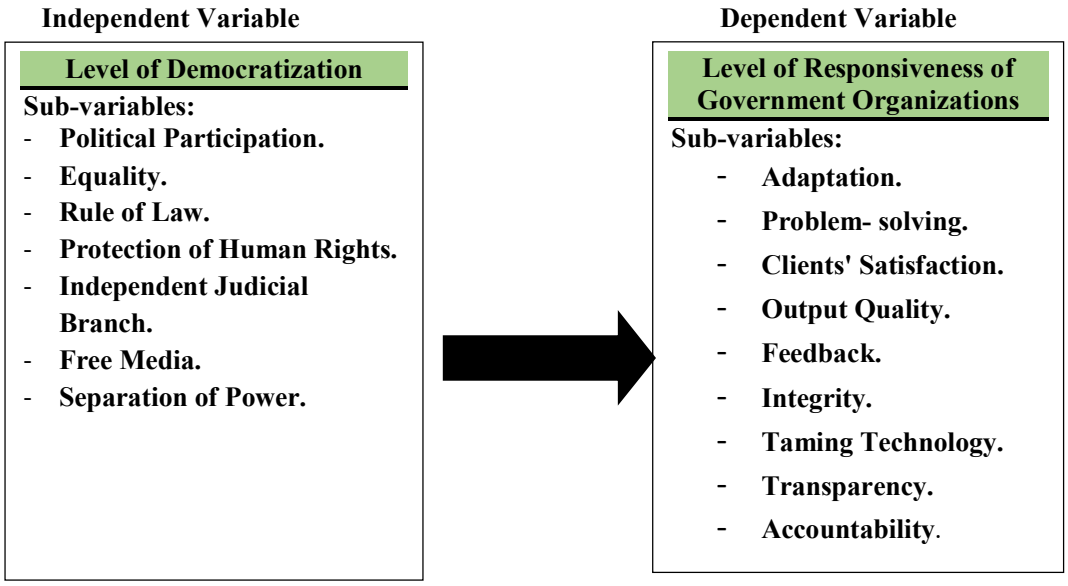
- **Adaptation:** The extent to which the government is interested in responding and adapting to the changing needs of citizens.
- **Problem-solving:** The extent to which the government has an interest in making efforts to solve the problems and complaints of citizens and providing communication channels to facilitate the process of resolving problems.
- **Clients' Satisfaction:** citizens' satisfaction with government's performance and the quality of services it provides. It indicates the extent to which the government pays attention to measuring citizens' satisfaction and the way public officials treat clients with respect and courtesy and.
- **Output Quality:** The extent to which the quality of government outputs is consistent with the expectations of the citizens and whether they are provided in a timely, accurate and credible manner to all citizens.
- **Feedback:** The degree to which government agencies are keen to obtain feedback from citizens and consider it as an important source for developing and improving their performance.
- **Integrity:** The degree of credibility, accuracy, ethics, and openness of government agencies in providing services and information to citizens.
- **Taming Technology:** It relates to government utilization of modern technology in facilitating the process of service provision to citizens.
- **Transparency:** It relates to how public decisions are transparent, citizens' confidence in these decisions, and government's openness with the media.
- **Accountability:** Citizens' ability to ask the government questions and obtain answers, and to hold government officials accountable for their actions.

Methodology and Statistics

A descriptive-analytical approach is used to investigate the impact of the level of democratization on the level responsiveness of government agencies in Jordan. A structured Likert-type questionnaire was developed and used as the primary tool for evaluating the impact of democratization on government organizations responsiveness to public demands. To ensure the validity of the questionnaire, six professors from different Jordanian universities evaluated it and their notes were taken into consideration.

The questionnaire schedule consisted of sixty-seven close-ended questions related to the variables under scrutiny. The questionnaire (see Appendix One) was divided into two main parts each of which includes a group of items related to research variables. The first part (items one through four) focused on demographic variables whereas the second part consisted of two groups of items. The first group was related to independent variable, democratization and its components (political participation, equality, rule of law, independent judicial branch, free media, and separation of power) and the second group was related to the dependent variable, responsiveness and its components (adaptation, problem-solving, clients' satisfaction, output quality, feedback, integrity, taming technology, transparency, and accountability).On one hand, the distribution of items designated to detect the level of each dimension of democratization is as it follows: political participation (items 1 through 11),equality (items 12 through 14),rule of law (items 15 through 18) , protection of human rights (items 19 through 21), independent judiciary (items 22 through 26) , free media (items 27 through 31) and separation of power (items 32 through 35).On the other hand, the distribution of items designated to detect the level of each dimension of government agencies responsiveness to public demands is as it follows: adaptation (items 36 through 38) , problem-solving (items 39 through 42), citizens' satisfaction(items 43 through 47) , output quality (items 48 through 50), feedback (items 51 through 53), integrity (items 54 through 57), taming technology (items 58 through 61), transparency (items 62 through 64) and

Research Model



*Developed by the authors.

Procedural Definitions of Variables

First: The Independent Variable and Sub-variables

Democratization: The movement of an authoritarian political system towards a system with separation of power, political participation, equality, rule of law, respect for human rights, independent judicial system and free media constitute the pivots around which the entire functioning of the state revolves.

- **Political Participation:** The extent to which elections are transparent, and reflect the actual will of the people. Furthermore, it reflects citizens' right to participate in political parties, and protest against government decisions.
- **Equality:** The extent to which the government provides services at the same quality and amount among different areas of the country. Also, it reflects the equity in the chances of holding leading public positions in government agencies.
- **Rule of Law:** All citizens and institutions are subject to declared laws where everyone is held equally accountable to an independent judiciary.
- **Protection of Human Rights:** Citizens' ability to express their opinions without restrictions and obtain the information they need without interference by the government, as well as their right to hold public meetings.
- **Independent Judicial Branch:** The extent to which the government guarantees autonomy to judiciary to settle conflicts and account officials in private and public sectors independently and without bias.
- **Free Media:** The extent to which the government guarantees freedom and provides support to the press and media in expressing their opinions, accessing information they need, and criticizing the government's performance.
- **Separation of Power:** The extent to which there is separation and balance between the political branches of the state (legislative, executive, and judicial).

interaction with quality of government. Interestingly, significant correlation between democracy and quality of government in countries with a high level of education only was manifested. The higher the number of educated citizens, the more democracy has chances to flourish and the existence of democracy institutions *per se* does not ensure the existence of effective government (Fortunato & Panizza, 2015).

Responsiveness has been reported to be related to accountability and public trust. In a study conducted in the Palestinian Authority's institutions in Gaza Strip uncovered a significant relationship between accountability elements and public trust, in which responsiveness, responsibility, and equity were the most influencing elements (Abu Hasanein, 2017). Similarly, responsiveness is found to be positively linked to supporting the political system. Researchers used survey data from the 2012 sixth round of the European Social Survey to test this assumption. Findings showed a statistical significance by which responsiveness is positively correlated to support to political system "(Linde & Peters, 2020).

Research Problem

Based on the Economist Intelligence Unit, Jordan experience with democracy is not that good. According to 2018 democracy index, Jordan ranked 115 worldwide scoring (3.93 out of 10) which means that Jordan is still considered as an Authoritarian country where there are still problems obstructing the process of implementing and practicing democracy (The Economist Intelligence Unit, 2019). The research problem stems from our lack of knowledge of the extent to which level of democratization in Jordan effects the level of government organizations' responsiveness to public demands? Based on that, the following research question is tackled:

What is the impact of the level of democratization (political participation, equality, rule of law, protection of human rights, independent judicial branch, free media and separation of power) on the level of responsiveness (adaptation, problem-solving, clients' satisfaction, output quality, feedback, integrity, taming technology, transparency and accountability) of government organizations to public demands in Jordan?

Research Significance

Published research investigating the impact of level of democratization on government organizations' responsiveness is meager. This study is expected to add valuable knowledge to the Arab library and literature therein. It is hoped, however, that this study would provide a base or a frame of reference for future studies in this area. On the other hand, findings of the study are expected to assist those in charge of political and administrative reforms to take measures to relate democratic developments in Jordan to the actual performance of government agencies by introducing democratic practices and patterns into government agencies at both institutional and personal levels. Democratic developments and political reforms should go beyond rhetoric and they have to be tangibly embedded and manifested by government apparatus when interacting with clients. Citizens should genuinely feel that the behavioral patterns of government agencies and their administrative staff are consistent with the democratic advances and developments.

Research Objective and Hypothesis

The study aims to investigate the impact of the level of democratization on the level of government organizations' responsiveness to public demands in Jordan. Based on logic and common sense, and to achieve the objectives of the study, the following research hypothesis is developed and empirically tested:

There is a statistically significant impact at ($\alpha \leq 0.05$) of the level of democratization (political participation, equality, rule of law, protection of human rights, independent judicial branch, free media and separation of power) on the level of government organizations' responsiveness (adaptation, problem-solving, clients' satisfaction, output quality, feedback, integrity, taming technology, transparency and accountability) to public demands in Jordan.

very important for democracy. It reflects the acceptance of the leader's role in running the lives of citizens by the authorities and state officials as it is a mission they are committed. Responsiveness generally relates to how quickly and accurately the service provider responds to the service users' requests for action or information. In this context, speed indicates the time, while accuracy refers to the degree to which the response of the service supplier meets the expectations and needs of the service users (Vigoda-Gadot & Cohen, 2004). For the purpose of this study, the following elements of responsiveness are adopted and focused upon: adaptation, problem solving, clients' satisfaction and respect, output quality, clients' feedback, integrity, use of technology, and accountability and transparency.

Literature Review

Speaking of democratization Al Akash study probed the relationship between civil-society institutions and democratization in Jordan by recognizing the role civil society institution takes to support the process of democratization, as well as the connection that portrays the relationship between the two variables. Findings showed that even though civil-society institutions in Jordan have done much successful work in improving the democratic climate, these institutions are still obstructed by alienation and centralization, which in turn, gives rise to government interference in these institutions (Al Akash, 2006).In another study on democracy change in the Arab world with emphasis on the Jordanian experience it has been concluded that the basics theoretical principles that are necessary for the democratic change are relatively exhibited, with a significant degree of cooperation in the Arab political systems, and that the delay of materializing the democratic approach is due to several social, legal and political factors (Almeqdad, 2007). Investigation of the impact of democratization on responsiveness and accountability in Bangladesh province Upazila Parishad revealed that elected representatives were unable to improve their responsiveness and accountability to the public, as a result of imposing too many rules and regulations, coupled by poor performance of the representatives. The study also pointed to the low level of bureaucratic accountability due to the lack of democratic practices at the national level, leading to poor accountability of the upazila Parishad province (As-Saber & Rabbi, 2009). A broader study of the impact of democracy on the quality of governance which was based on a cross-national dataset and involved data on democracy and performance signals of one hundred and ninety-one countries indicated that the mere existence of democratic institutions does not necessarily facilitate the process of constraining political corruption. Moreover, the relationship between democratization level and state capacity for constraining corruption is non-linear. There are more chances for citizens and opposition parties for observing and punishing public officials who are involved in corruption when there is more consolidate democracy (Pellegata, 2009). These findings seem to be, partly, compatible with the results of another large- scale study of whether democracy produces the quality of government. The study was based on the assumption that economic development was a major condition to determine the type of relationship that might exist between democracy and quality of government. More than one hundred and twenty-five countries were included in the sample. Findings showed that there is a non-linear relationship between democracy and quality of government. Moreover, economic development has been provided to make democracy more functional and enhance the quality of government (Charron & Lapuente, 2010). In the case of Oman, it was found that the democratization process is slow, and that even though the Omani political system allows the establishment of civil-society organizations, it restrains their work by the rules and regulations it imposes. Furthermore, Omani civil society organizations have a weak influence over the decision makers (Al-Hosni, 2011).

The Jordanian experience of political reform and its impact on the improvement of performance of government agencies during the Arab spring has been explicated by recent study. It has been revealed that political reform and performance improvement were both at medium level and political reform has a significant impact on enhancing the government system's performance (Khasawneh, 2015). The relationship between democracy and quality of government can be better understood when considering level education in the country as an intervening variable. Within this context, a cross-country and panel data study revealed a significant positive correlation of education and democracy

As to the case of Jordan, the country has made a considerable progress with regard to democratization since its independence in 1946.Surely, the pace of democratization has gone through ups and downs due to a variety of domestic, regional and international circumstances. The repercussions of the 1967 Arab -Israel war and the aftermath of the occupation of the West Bank and the influx of millions of Palestinians refugees have substantially obstructed the process of democratization if not halted it for about two decades. Late eighties witnessed a resumption of political reform but unfortunately short-lived due to sever economic crises and the first and second Gulf war which severely impacted Jordan economically and politically. The Arab spring 2010-2016 has profoundly affected efforts of democratization. The political system, under great domestic and reginal pressure, introduced more than 40 constitutional amendments and established a constitutional court. The debate about the extent to which these amendments and political reform efforts have a real impact on the substance and direction of democratization in Jordan is still going on. It is hoped, however, that the findings of this study will enable us to identify the level of democratization and whether it improves government agencies' responsiveness to citizens' demands.

Responsive Democracy

Responsiveness refers to having the ability to react purposefully to significant events, opportunities, or threats in order to achieve or maintain a competitive advantage (Bernardes & Hanna, 2009; Abu Hasanein, 2017). In the area of public administration, responsiveness refers to the ways public administrators notice and track variations in public demands and needs and then work on affording them (Liao, 2018). Responsiveness may be envisaged as the way citizens perceive the ability of public officials to include their demands and how successfully they can fulfill these demands in their final decisions (Rölle, 2017; Abu Hasanein, 2017). By the same token, responsiveness indicates the level of acceptance by institutions to the demands of their stakeholders, as well as how the state and other public agencies perform in response to the requirements and rights of citizens (Abrha, 2016).

Using the political system theory terminology inputs into the political system include both demands and support while political system outputs come in the forms of laws , regulations and decisions to respond to citizens' claims of actions. The Extent to which the political system is able to respond to public demands influences the size of support it receives from citizens and consequently affect its prospects to sustain itself (Easton, David ,1965). It is in this sense where political science and public administration converge and the term responsive democracy becomes more meaningful and indicative. Being responsive to public demands becomes a political as well as an administrative requirement. This, of course, does not ignore or underestimate the conflict public administration confronts when responding to citizens as clients and collaborating with them as partners. Responsiveness can be described as a "passive uni-directional" response to citizens' needs and demands while collaboration tends to be an "active bi-directional" act of contribution, collaboration, and consolidation of power between two or more parties or groups (Vigoda-Gadot & Cohen, 2004, p. 27). Responsiveness depends on the marketplace view of providing the best services for citizens as clients. Therefore, responsiveness considers meeting citizens' needs and demands as a core requirement for government and public administration systems looking to achieve a high level of performance. The researchers, of course, do not overlook the argument related to the differences between citizens and clients. Citizens are those who have rights and obligations within a community as compared with clients who do not share common goals or objectives; instead, each group seeks to maximize its own benefits and interests (Denhardt & Denhardt, 2007). More importantly, citizens receive public value jointly, whereas clients receive private value on an individual basis (Alford & Yates, 2016; Brandsen et al., 2018). Needless to say, that responsiveness requires that citizens are treated differently by government and public officials. The conventional hierarchal bureaucratic orientation, centralized power, formal structure, limited communication channels, and strict rules and regulations do not provide a conducive ground for client- responsive pubic administration. These bureaucratic characteristics run contrary to the nature, basics, and principles of collaboration or partnership with citizens. Collaboration is based on negotiation, participation, innovation, an unlimited flow of information, and equal distribution and redistribution of power and resources. Collaboration is

indicated that in order to strengthen the rule of law and promote democracy, the government should support the separation of powers. Rule of law can be strengthened through ensuring that nobody is above the law and, consequently, everyone receives equal protection under it (UN Commission on Human Rights, 2005).

Another pillar of democracy is the protection of human rights. Freedom of expression along with guaranteed access to information, freedom of association and assembly whereby the rights of political parties to organize interest and professional groups, organize meetings, and discuss certain issues are sustained are all examples of human rights. (Democracy Reporting International, 2011). Fifty-eight different human rights have been adopted by various treaties during the past fifty years, starting with the Universal Declaration of Human Rights in 1948 (Landman, 2013).

The most commonly accepted categories of human rights were reflected in 1966 in the International Covenant on Civil and Political Rights and International Covenant on Economic, Social, and Cultural Rights. These categories include civil and political rights, economic, social, and cultural rights, as well as accessibility to public goods or "solidarity rights".

Independence of the Judiciary is another facet of democratic systems. Having an independent judicial branch implies that the courts and judges should have the ability to perform their jobs freely without any kind of interference or control by other governmental or private actors. Judicial independence reflects the kind of independence courts and judges should have. Independence can be given to individual judges or the judiciary as a whole (Law, 2019).

Freedom of the media is one of the essentials of democratic systems. Free media can enhance the creation of open and accountable societies and a more transparent government system (Democracy Reporting International, 2011). Having an independent and unfiltered press can assist some areas of the democratization process. This can be in the form of strengthening government responsiveness and accountability toward all citizens, freedom of expression, or the provision of multiple platforms and channels for political expression for diverse groups and interests (Sen, 1999; Besley & Burgess, 2001; Harvey, 2005).In its "watchdog" role, the media can help to enhance government's transparency and accountability and assist in the public scrutiny of decisions makers by focusing on presenting various issues, including failed policies, judicial corruption, and mismanagement of public officials (Donohue et al., 1995; Harvey, 2005).

The last, pillar of democracy is the separation of power. The French philosopher Montesquieu emphasized that each of the three branches of government has its function. Under the legislative branch, the president or king (the ruler) legitimates the laws temporarily or permanently and can also adjust or cancel them. In contrast, within the executive branch, the ruler works on ensuring the inner peace of the country and developing relationships with other countries or institutions, while the responsibility of the judicial branch is to account for those who have broken the law and solve conflicts among members of society (Yousef & Rahal, 2010). Montesquieu argued that the three branches of the government must be separated from one another as independent bodies. This is because if the branches were centralized by one person or body, abuse of power would occur, rights of citizens would be damaged, and their freedom would be at risk.

The above stated brief description of the pillars of democracy did not intend to be exhaustive nor exclusive. Surely, students of political science go much more in detail when explicating each of the aforementioned facets of democracy. Although more details about many controversial issues related to democracy are beyond the scope of this study it can be said that political systems can become more or less democratic according to how close they become to the basic characteristics of democracy. It is true that group of western and non-western countries possess larger proportions of democratic traits as compared with the developing countries, yet no single country meets fully the ideal tenants of democracy. The regrettable events of violence which have taken place recently in the United States capitol are evident of non- democratic behavioral patterns.

Grass- Roots of Democracy

The concept of "democracy" has its origins in the Greek language, being a combination of the words “demos” (people) and “kratos” (rule or authority). Thus, the term refers to “rule by people.”. The city-states of ancient Greece are where democratic ideals have originated and transferred to other parts of the world. Democracy, however, is still being described as a system of representative government in which representatives are chosen by free competitive elections (Birch, 1993). Within this context of representative government, public opinions about public policies, laws and regulations, constitute the pivot around which public decisions revolve (Weale, 1999). Badran & Sari eloquently summarize the basic Pillars of democratic system of government when they state

"All of the popular should have the right to organize themselves in political parties and civil-society organizations, and to choose their government, as well as the right of managing their affairs and make their future by themselves within a frame of fairness, equality, pluralism separation of power, human rights and citizenship." (Badran & Sari, 2013, p. 14).

To implement a democratic system, several requirements must be met and adopted. Majority rule and minority participation within free and fair elections, along with the protection of minority rights and respect for basic human rights and equality in law, represent the basic features of democracy (Ibrahim, 2016).

The basic elements of democracy have been justified by multiple institutions and organizations. Based on the Economist Intelligence Unit’s measure of democracy, pluralism and integrity of the electoral process, civil liberties, effective and efficient government, political participation, and sociopolitical culture represent the core elements. However, Freedom House—a non-government organization that supports research on democracy, political participation and human rights—has indicated that a democratic system can be achieved through practicing the following conditions: the provision of a pluralistic and competitive political system, giving all adults the right to vote, integrity in the electoral process, and communication between competing parties and the audience (popular) through media.

Political participation and citizens’ involvement constitutes the hub of democracy. Political participation is embodied in citizens playing a positive role in the political process through practicing their rights in voting, being nominated for elected institutions or organizations, having discussions with other people about political issues, or participating in intermediate organizations (Weitz-Shapiro & Winters, 2008; Othman, 2016). Following this definition, indicators of political participation include citizens being nominated for important political and administrative roles, joining interest groups or civil-society organizations, being nominated for public office, holding political roles, and participating in public political meetings (Othman, 2016).

Apart from political participation, equality is an essential part of democracy and the two terms are entwined and cannot be separated from one another. Equality can be defined as everyone being equal with each other in every aspect of life. This concept can take on many forms political, legal, social mobility, economic, and social dimensions (Lasheen, 2019).

On another plane, the rule of law and respect of human rights constitute the pivot around which the democratization process revolves. These two dimensions are indispensable for ensuring stability in democratic societies. Rule of law has also been considered as primary aspect in determining the quality and good governance of a country (OECD, 2013). According to the World Justice Project (WJP) Rule of Law Index, there are four major principles of the rule of law. First, the government and all of its fellow bodies are accountable under the law. Second, laws must be published and presented in a clear, fair, and stable manner. Furthermore, primary rights must also be protected. Third, accessibility, efficiency, and fairness must be conducted in the process of enacting, administering, and enforcing laws. Fourth, justice must be delivered by a fair number of competent, ethical, unbiased, and independent representatives who have adequate resources and reflect the formation of the society they serve (World Justice Project, 2019). The Office of the High Commissioner for Human Rights

Impact of Level of Democratization on the Level of Responsiveness of Government Organizations to Public Demands in Jordan: Citizens' Perspective

Anis S. Khasawneh [*] **and Raghad Zeyad Alhawari** [*]

Received on: 25/01/2022 DOI:https://doi.org /10.47017/31.4.13 Accepted on: 13/03/2022

Abstract

This study aimed to investigate the impact of the level of democratization on the level of government organizations' responsiveness in Jordan. A descriptive approach was used and a structured questionnaire was administered to a sample of respondents. Findings reported medium levels of democratization and responsiveness. A significant impact of democratization on government organizations' responsiveness to public demands is manifested. Separation of power, protection of human rights, free media and equality dimensions, respectively, reported significant impacts on the level of responsiveness. It is recommended that employee-to-client ratios need to be reconsidered in government agencies so as to meet the increasing number of clients. Furthermore, more consideration for conducting polls and research to improve agencies' capacity to respond to citizens' needs and demands is highly recommended.

Keywords: Democratization, Responsiveness, Public demands.

Introduction

Since the times of Plato, Aristotle and Thucydides, people have fought against authoritarian and dictatorial regimes in which rulers had full authority in making decisions without popular participation. Since then, the idea of participatory government has emerged. People have become more interested in impacting the decision-making process and have refused to be ignored. When the industrial revolution began, authoritarian and dictatorial regimes started to decline and the power of the democratic system grew; rulers started to give up a part of their power and authority and delegated it to the people who, as a result, started to participate in the policy-making process. Meeting people's demands, aspirations and expectations became a priority for many governments worldwide. Nonetheless, responding to citizens' needs was, and still is, a complex and difficult task to achieve. In a democratic system, the voices of citizens are critical to the success of any leading government. According to the majoritarian model of democratic government, the government should be responsive to the opinions of the majority. In contrast, the pluralist model emphasizes that minorities interests should be focused upon by maintaining and guaranteeing their rights to freely organize and press their claims. It is noteworthy to say that obstacles are obstructing governments to be highly responsive to the demands and interests of the majority as suggested by the majority model. Similarly, addressing the claims and interests of all competing groups, as recommended by the pluralist model, is not always attainable (Janda et al., 2000).

Jordan was one of the leading Arab countries to adopt the democratic system. Even though it is not fully implemented because of many political, social and economical factors, the country is still trying to follow its standards and fundamentals. This study investigates the impact of the level of democratization on the level of responsiveness of government agencies to public demands in Jordan, from the clients' perspective.

© 2022 AYHSS Publishers / Yarmouk University, Irbid, Jordan. All Rights Reserved.

[*]Faculty of Business, Dep. of Public Administration, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Abhath Al-Yarmouk
Humanities and Social Sciences Series

Volume 31, No. 4, Dec., 2022

Contents

Articles in Arabic

- **The Role of Communication Activities for Public Relations in the Jordanian Independent Election Commission to Increase Jordanians' Awareness of Political Participation** 685
  Khalaf Lafee Al-Hammad, Farhan Rashed Al-Olaimat, Sarah Ahmad Okour and Taima'a Osama Alqadi
- **Usage of Social Media Networks among International Students in Jordanian Universities, and its Relation to Social Solitude: A Survey Study.** 707
  Ali Nejadat, Hatem Alawneh and Amjed AlQadi
- **The Role of Health Advertisements on Social Media Networks in the Adoption of Healthy Behavior among Jordanian University Students: A Field Study** 727
  Khalaf Lafee Alhammad and Shatha Abdullah Irshaidat
- **Employing Smart Phone Technologies in TV Production in Jordan: A Survey** 751
  Hatem Alawneh and Mazen Al-Nadi
- **The Challenges That Face the Working Woman under the Female Leadership in Light of Queen Bee Syndrome: A Case Study of King Saud University** 779
  Abdulmalek Taher Al-Hajj and Afaf Nasser Al-Sharif
- **The role of Social Networks in Influencing the Behavior of University Students during the Period of Home Quarantine during the Spread of the Corona Pandemic** 807
  Mohamed Alfateh Hamdi and Fatiha Zemmamouche
- **Employment of Mobile Journalism within News Rooms on Jordanian News Electronic websites: A Field Study** 827
  Hatem Al-Alwneh and Tasneem Jaddou
- **The Reality of the Organizational Culture in the Algerian Economic Institution According to the Hofstede Hexagonal Model. (Case Study on the Mediterranean Float Glass Foundation)** 849
  Mohamed Akli Admane, Mina Sliman Cheh, and Merizek Mohamed Admane

Articles in English

- **The Role of Knowledge Evaluation in Reinforcing Knowledge Management Strategy** 873
  Abed Al-Fatah Karasneh
- **Optimal Portfolio Construction Using Sharpe's Single-index Model: A Case Study of Amman Stock Exchange** 889
  Dima Waleed Alrabadi, Said Sami Al-Hallaq and Areen Ghaleb Bani-Hamad
- **Labor Market Integration of Women with Migrant Background Baseline Findings from a Model Project in Germany** 905
  Sigrid James, Julian Trostmann and Franziska Seidel
- **Does Financing Decision Affect a Companies' Growth?** 919
  Omar Bani-Khalaf
- **Impact of Level of Democratization on the Level of Responsiveness of Government Organizations to Public Demands in Jordan: Citizens' Perspective** 927
  Anis S. Khasawneh and Raghad Zeyad Alhawari

Abhath Al-Yarmouk

HUMANITIES

and Social Sciences Series

Volume 31, No. 4, Dec., 2022

Abhath Al-Yarmouk "Humanities and Social Sciences Series" (ISSN 1023-0165),

(abbreviated: A. al-Yarmouk: Hum. & Soc. Sci.) is a quarterly refereed research journal

Manuscripts should be submitted to:

The Editor-In-Chief

Abhath Al-Yarmouk, Humanities and Social Sciences Series

Deanship of Research and Graduate Studies

Yarmouk University, Irbid, Jordan

Tel. 00 962 2 7211111 **Ext**. 2074

E-mail: *ayhss@yu.edu.jo*

Yarmouk University

Website: *http://journals.yu.edu.jo/ayhss*

Abhath Al-Yarmouk

HUMANITIES

and Social Sciences Series

Special Issue in Economics and Administrative Sciences, and Media

Volume 31, No. 4, Dec., 2022

Abhath Al-Yarmouk
HUMANITIES
and Social Sciences Series

Volume 31, No. 4, Dec., 2022

Advisory Academic Committee

Prof. Muhammad Khair Ali Mamser
Previous Minister of Youth

Prof. Abdel Nasser Abu Al-Basal
Yarmouk University - Former Minister of Awqaf

Prof. Nouman Ahmed Al-Khatib
Amman Arab University - former member of the Constitutional Court

Prof. Sayyar Al-Jumail
Western University - Canada

Prof. Sherif Darwish Al-Labban
Cairo University

Prof. Abdul Latif bin Hammoud Al Nafi
Imam Muhammad Bin Saud Islamic University

Prof. Pill Harris
University of South Africa, (UNISA)

Abhath Al-Yarmouk

HUMANITIES

and Social Sciences Series

Volume 31, No. 4, Dec., 2022

EDITOR-IN-CHIEF: **Prof. Anis Khassawneh.**

Department of Public Administration, Yarmouk University.

EDITORIAL BOARD:

Prof. Lafi Dradkeh
Faculty of Law, Yarmouk University.

Prof. Othman Ghnaim
Faculty of Business, Al-Balqa Applied University.

Prof. Yahia Shatnawi
Faculty of Al-Sharee'a and Islamic Studies, Yarmouk University.

Prof. Hussain Abu Al-Ruz
Faculty of Physical Education, Yarmouk University

Prof. Ahmad Al-Jawarneh
Faculty of Art, Yarmouk University.

Prof. Ali Nejadat
Faculty of Mass Communication, Yarmouk University.

LANGUAGES EDITOR: Haider Al-Momani

EDITORIAL SECRETARY: Manar Al-Shiyab.

Typing and Layout: Manar Al-Shiyab.