مركز مؤشر الأداء
Performance Index Center
KAFA'A | كفاءة

دراسة

تقييم بيئة الاعلام الرقمي في الأردن

مركز مؤشر الأداء | كفاءة

عمان، الأردن

مارس / آذار، 2026

مركز مؤشر الأداء | كفاءة، مبنى 304، شارع زهران، عمان، الأردن، هاتف: 4018726 6 962+
Performance Index Center | KAFA'A , 304 Zahran St, Amman, Jordan, Phone: +962 6 4018726
Email: Info@al-adaa.net www.al-adaa.net

الحقوق محفوظة

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الدراسة، أو أي جزء منها أو تخزينهما في نطاق استعادة المعلومات،

أو نقلهما بأي شكل من الأشكال دون إذن خطي مسبق من المركز.

فريق البحث

حنان باقي
معاذ المبيضين
شريف سعدة
سند خاطر

يحيى شقير
د. محمد حابس
معاذ الدهيسات
عبدالله علي

الفهرس

الملخص التنفيذي 1
المقدمة..... 2
المنهجية 4
البيئة القانونية والتنظيمية للإعلام الرقمي..... 5
اقتصاد الأردن الرقمي وديناميكيات سوق الإعلام 12
التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي والرقمنة..... 16
دعم استدامة الإعلام 20
الخاتمة 22
التوصيات..... 24
المراجع..... 27

الملخص التنفيذي

تُقيّم هذه الدراسة بيئة الإعلام الرقمي وبيئة الأعمال المرتبطة به في الأردن، مع التركيز على الأطر التنظيمية، والتحوّل التكنولوجي، واستدامة الإعلام. وتعتمد على منهجية بحثية متعددة الأساليب، تجمع بين البحث المكتبي وأكثر من 30 مقابلة مع أصحاب مصلحة رئيسيين، لتسليط الضوء على العوائق البنيوية والفرص التي تشكّل هذا القطاع. تُظهر النتائج أن المشهد الإعلامي في الأردن يقف عند نقطة حاسمة. فرغم أن البلاد تتقدّم إقليميًا في مبادرات الاقتصاد الرقمي، لا تزال المنافذ الإعلامية المستقلة مقيّدة بقوانين تقييدية، وهشاشة مالية، وضعف في القدرات الرقمية. وقد أعاد قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023 إدخال العقوبات السالبة للحرية على أفعال مُعرَّفة بصياغات واسعة مثل «الأخبار الكاذبة»، ما يعزّز الرقابة الذاتية ويقوّض حرية الصحافة. وتزيد هذه الضبابية القانونية من المخاطر المتصوَّرة للاستثمار في مشاريع إعلامية جديدة أو نقدية، فتدفع المستثمرين والمعلنين على حدّ سواء نحو فضاءات أقل تنظيمًا، بما في ذلك المنصات العالمية.

اقتصاديًا، تستفيد الوسائل الإعلامية العامة من الإعانات ومن الوصول التفضيلي إلى الإعلان الحكومي، في حين تعتمد المؤسسات الخاصة والمستقلة على مشاريع ممولة من جهات مانحة وعلى سوق إعلاني تزداد هيمنة المنصات العالمية عليه. وقد قدّر أصحاب مصلحة شاركوا في هذه الدراسة أن ما يقارب 80 مليون دينار أردني من الإنفاق الإعلاني السنوي يتجاوز الوسائل المحلية لصالح منصات دولية، ما يعمّق الهشاشة المالية ويقلّص الموارد المتاحة للابتكار. كما يفاقم تردّد الجمهور في الدفع مقابل المحتوى من أزمة الاستدامة. ويطرح التحوّل التكنولوجي مزيجًا من المخاطر والفرص؛ فعلى الرغم من أن أدوات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية تعيد تشكيل العمل الصحفي عالميًا، يبقى تبنّيها في الأردن مجزّأً ويعوقه نقص الموارد، والمخاوف الأخلاقية، وضعف الجاهزية المؤسسية.

تتغذّى هذه الديناميكيات بعضها على بعض؛ فالقوانين التقييدية والصياغات الغامضة ترفع من المخاطر القانونية، ونماذج الأعمال الضعيفة تحدّ من الاستثمار في التكنولوجيا والمهارات، وبطء التحوّل الرقمي يجعل الإعلام المحلي أقل قدرة على المنافسة، وهو ما يدفع الجمهور والمعلنين بشكل متزايد نحو المنصات العالمية. وتحدّد الدراسة جملة من المداخل الرئيسة للإصلاح، من بينها: مراجعة أطر الترخيص والضرائب، وتنويع نماذج التمويل، وتعزيز القدرات المؤسسية، وتطوير استراتيجية وطنية لاعتماد الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول. كما تبرز الحاجة إلى إجراءات موجّهة لإعادة التوازن في منظومة الإعلان، وتحفيز الاستثمار في المنافذ المستقلة، ودعم التجريب في نماذج العضوية والاشتراك. ومن دون إصلاحات متكاملة، سيظل الإعلام في الأردن هشًّا، ما يحدّ من دوره في المساءلة الديمقراطية وتعزيز ثقة الجمهور.

المقدمة

تتشكّل بيئة الإعلام في الأردن من خلال تفاعل القيود التنظيمية والهشاشة الاقتصادية والتغير التكنولوجي السريع. فعلى مدى العقدين الماضيين، رسّخت البلاد مكانتها كأحد الروّاد إقليميًا في انتشار الإنترنت وسياسات الاقتصاد الرقمي، حيث حققت أداءً متقدمًا في المؤشر العربي للاقتصاد الرقمي، وأحرزت تطورًا في الحكومة الإلكترونية ومبادرات الذكاء الاصطناعي. ومع ذلك، ظل تطور القطاع الإعلامي، وخصوصًا المؤسسات المستقلة والرقمية، غير متوازن. فقد أدت المنظومات القانونية التقليدية والقوانين التقييدية وضعف القدرات المؤسسية إلى بيئة يتعايش فيها التقدم الرقمي مع تراجع حرية الصحافة وتآكل ثقة الجمهور.

شهد الإعلام المطبوع التقليدي في الأردن تراجعًا حادًا ومستمرًا. فقد أدت انخفاضات في عائدات الإعلانات، وتغيّر سلوك الجمهور، والضغوط التنظيمية إلى تقويض استدامة الصحف الكبرى، في حين توسّعت المنصات الرقمية بسرعة كمصادر بديلة للمعلومات. وقد عزز هذا التحول الرقمي إمكانية الوصول وتنوع المحتوى، لكنه في الوقت نفسه زاد من الهشاشات المرتبطة بالتضليل والمراقبة والتضييق التشريعي. وأشكّل صدور قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023 نقطة تحول، إذ أعاد فرض العقوبات السالبة للحرية على مخالفات بصياغات فضفاضة مثل "الأخبار الكاذبة". وقد أدت هذه التطورات إلى تصاعد الرقابة الذاتية، وتقييد الصحافة الاستقصائية، وتقليص مساحة الخطاب النقدي.

في المقابل، يروّج الأردن لرواية التحوّل والابتكار الرقمي، من خلال استراتيجيات حكومية تركز على الذكاء الاصطناعي وريادة الأعمال وتقديم الخدمات الرقمية. ورغم أن هذه الجهود تعكس طموح البلاد في تحديث اقتصادها، إلا أن المؤسسات الإعلامية، ولا سيما المستقلة والخاصة منها، غالبًا ما تبقى خارج نطاق الاستفادة من هذه المبادرات. وتُضعف الهشاشة المالية، وغياب فرص التطوير المهني، واتساع فجوة المهارات الرقمية قدرتها على التكيف مع التحولات التكنولوجية العالمية. وفي غياب دعم مؤسسي أقوى، يواجه قطاع الإعلام في الأردن خطر التراجع عن مسار التحول الرقمي الجاري في المنطقة.

تقدّم هذه الدراسة تقييمًا شاملًا لبيئة الإعلام الرقمي وقطاع الأعمال في الأردن، استنادًا إلى بحث مكتبي وأكثر من ثلاثين مقابلة مع ممثلين عن مؤسسات حكومية، ومنظمات مجتمع مدني، وجهات من القطاع الخاص، وإعلاميين محترفين. وقد جاءت التحليلات وفق أربعة محاور مترابطة:

1. **الأطر القانونية والتنظيمية** الناظمة لعمل الإعلام، وحرية التعبير، ومتطلبات الترخيص.
2. **الدمج التكنولوجي والذكاء الاصطناعي** في المؤسسات الإعلامية، بما يشمل الفرص والإشكالات الأخلاقية.

3. **استدامة الإعلام ونماذج الأعمال** مع التركيز على التمويل العام، وديناميكيات الإعلانات، والاعتماد على المانحين.
4. **جاهزية التحول الرقمي** من حيث البنية التحتية، والقدرة المؤسسية، وتبني الابتكار.

ومن خلال تحليل هذه الأبعاد مجتمعة، تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات مبنية على الأدلة لتعزيز بيئة إعلامية أكثر مرونة واستقلالية وشمولًا في الأردن. كما تسعى النتائج إلى دعم صانعي السياسات والجهات المانحة والفاعلين الإعلاميين الساعين لتعزيز حرية الصحافة والحقوق الرقمية والصلابة الديمقراطية في العصر الرقمي.

المنهجية

اعتمدت هذه الدراسة تصميمًا بحثيًا متعدد الأساليب بهدف التقاط الجوانب البنيوية والتجريبية لبيئة الإعلام الرقمي في الأردن. وقد استُخدمت منهجيتان أساسيتان: البحث المكتبي والمقابلات شبه المهيكلة.

البحث المكتبي شمل مراجعة التشريعات الوطنية، والوثائق السياساتية، والمؤشرات الدولية، والدراسات الأكاديمية، والتقارير الصادرة عن منظمات المجتمع المدني والجهات المانحة. وقد أسهم ذلك في بناء فهم سياقي للعوامل القانونية والاقتصادية والتكنولوجية التي تشكّل هذا القطاع.

أما **المقابلات مع أصحاب المصلحة** فقد أُجريت مع أكثر من 30 ممثلاً عن مؤسسات حكومية، ووسائل إعلام مستقلة، وصحافة تقليدية، ومنظمات مجتمع مدني، وجهات من القطاع الخاص. وتم تنفيذ المقابلات بصيغة شبه مهيكلة، ما أتاح الحفاظ على الاتساق في المحاور الرئيسة، مع مرونة لاستكشاف القضايا التي يطرحها المشاركون.

شملت عينة المقابلات ما يلي:

- **مسؤولون حكوميون**، خصوصًا من وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة، ووزارة الاتصال الحكومي، ووزارة المالية، وهيئة تنظيم قطاع الاتصالات.
- **مهنيون إعلاميون**، بمن فيهم رؤساء تحرير وصحفيون ومديرون في منصات رقمية مستقلة ووسائل إعلام تقليدية.
- **فاعلون من القطاع الخاص**، خصوصًا العاملين في مجال الإعلان وتمويل الإعلام.
- **خبراء قانونيون ومدنيون** متخصصون في قانون الإعلام والحقوق الرقمية وحرية التعبير.

وتم تطبيق **التحقق الثلاثي للمصادر** لتعزيز الموثوقية؛ إذ جرى مواءمة الرؤى المستخلصة من المقابلات مع نتائج البحث المكتبي بشكل منهجي، بهدف تحديد نقاط التقاطع والاختلاف والفجوات. وقد أتاح هذا النهج تقديم تحليل متوازن يجمع بين الهياكل الرسمية والتجارب الفعلية داخل النظام الإعلامي في الأردن.

البيئة القانونية والتنظيمية للإعلام الرقمي

1. نظرة عامة

لطالما خضع النظام الإعلامي في الأردن لمنظومة من القوانين المتداخلة التي وُضعت أساسًا للصحافة المطبوعة ووسائل البث. ومع صعود المنصات الرقمية، جرى توسيع هذه الأطر لتشمل المحتوى الإلكتروني، مما أدى إلى بيئة معقدة وغالبًا تقييدية. ورغم أن الإعلام الرقمي فتح في بداياته مساحة للأصوات المهمشة والجهات الجديدة، فإن تراكم متطلبات الترخيص، وغموض التعريفات القانونية، والعقوبات الجزائية، لعب دورًا كبيرًا في تشكيل واقع عمل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية اليوم.

2. قانون المطبوعات والنشر (PPL)

يُعدّ قانون المطبوعات والنشر (رقم 8 لسنة 1998 وتعديلاته لعام 2010) التشريع الأساسي الذي ينظّم المطبوعات والمنشورات الورقية والإلكترونية. إذ يفرض على الصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية الحصول على ترخيص من هيئة الإعلام، مع منح مجلس الوزراء صلاحية الموافقة النهائية. ورغم أن للمتقدّمين حق الطعن في قرارات الرفض، إلا أن المجلس يحتفظ بسلطة تقديرية واسعة.

أبرز الأحكام في القانون تشمل ما يلي:

- يُحظر على غير الأردنيين تملّك المطبوعات؛ إذ يقتصر ذلك على المواطنين أو الجهات المحلية، ويُمنع الاستثمار الأجنبي.
- يجب أن يكون رؤساء التحرير أعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين.

- تُلزم المطبوعات بالالتزام بالصدق والاتزان والموضوعية، دون تحديد دقيق لمعاني هذه المصطلحات.
- منذ قرار محكمة التمييز لعام 2010، صُنّفت المواقع الإلكترونية قانونيًا كمطبوعات، ما جعلها خاضعة للترخيص والتسجيل.

لا ينص القانون على عقوبات سالبة للحرية، إذ تُفرض المخالفات عادة على شكل غرامات مالية أو إجراءات إدارية مثل حجب المواقع غير المرخّصة، ما أدى إلى حجب أكثر من 300 موقع داخل الأردن. ورغم أن هذا القانون أقل قسوة مقارنة بتشريعات أخرى، إلا أنه يواجه انتقادات لدوره في تقييد التعددية من خلال الحد من الاستثمار الأجنبي، وربط القيادة التحريرية بالنقابة، والإبقاء على معايير فضفاضة تسمح بانتقائية في التطبيق. وأشار عدد من المشاركين في المقابلات إلى أن هذا المزيج بين القيود على الملكية والمعايير غير الواضحة دفع مستثمرين محتملين إلى التراجع عن إطلاق مشاريع إعلامية رقمية بعد الاستشارة القانونية، بسبب عدم اليقين حيال قرارات الترخيص واستقرار البيئة التنظيمية على المدى البعيد.

3. الترخيص والرقابة الإدارية

يعمل إطار الترخيص كأداة تنظيمية وسياسية في آنٍ واحد. وينصّ على وجوب البتّ في طلبات الترخيص خلال 30 يومًا، وإذا لم يصدر قرار خلال هذه المدة يُعدّ الطلب مُوافقًا عليه تلقائيًا. إلا أنّ الممارسة العملية تختلف؛ إذ كثيرًا ما تُؤخَّر قرارات الترخيص أو تُرفَض دون معايير شفافة. وقد أدّى ذلك إلى تثبيط الاستثمار في المشاريع الإعلامية المستقلة، لا سيما تلك التي تسعى للعمل عبر الإنترنت. وأكّد أصحاب المصلحة الذين أُجريت معهم مقابلات في هذه الدراسة أنّ الترخيص يُستَخدم في كثير من الأحيان كوسيلة للضغط على المؤسسات الإعلامية ودفعها إلى مواءمة سياساتها التحريرية مع توجهات الحكومة. كما أشار عدد من المشاركين إلى أن المواقع غير المرخَّصة تكون عرضة بسهولة للحجب أو الملاحقة القضائية، حتى عندما لا يتضمن محتواها خرقًا صريحًا لقوانين أخرى. ونتيجة لذلك، تتعمّد بعض المؤسسات تجنّب إطلاق منتجات مبتكرة، مثل المنصات الاستقصائية أو المشاريع المعتمدة على البيانات، التي قد تتطلّب تراخيص إضافية أو توسّع من المخاطر التحريرية الواقعة عليها، رغم وجود طلب واضح من الجمهور على هذا النوع من المحتوى.

4. قانون الإعلام المرئي والمسموع وقانون العقوبات

ينظّم قانون الإعلام المرئي والمسموع عمل الإذاعات والقنوات التلفزيونية. ويحظر بث أي مواد قد تُثير الانقسامات الطائفية أو العرقية، أو تُقوّض الوحدة الوطنية، أو تُحرّض على الإرهاب، أو تُسيء إلى العلاقات مع الدول الأخرى. ويُعزّز قانون العقوبات هذه القيود، حيث يُجرّم الخطاب أو النشر الذي قد يؤدي إلى "إثارة النعرات الطائفية" أو "الفتنة بين مكونات المجتمع". وتتراوح العقوبات بين السجن لمدة ستة أشهر وثلاث سنوات، بالإضافة إلى الغرامات. ورغم تبرير الدولة لهذه الأحكام باعتبارها أدوات لحماية الأمن الوطني والسلم الاجتماعي، إلا أن لغتها العامة والفضفاضة تمنح السلطات مساحة واسعة في التفسير والتطبيق. ونتيجة لذلك، يتجنب معظم المذيعين التطرق إلى القضايا السياسية أو الاجتماعية الحساسة لتفادي المخاطر القانونية.

5. قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023

شكّل إقرار قانون الجرائم الإلكترونية لعام 2023 نقطة تحوّل في الإطار التنظيمي للإعلام الرقمي في الأردن. وعلى عكس قانون المطبوعات والنشر وقانون الإعلام المرئي والمسموع، اللذين يعتمد معظم أحكامهما على الغرامات، أعاد هذا القانون فرض العقوبات السالبة للحرية على التعبير عبر الإنترنت.

أكثر المواد إثارة للجدل تشمل:

- **المادة 15:** تجرّم "الأخبار الكاذبة" التي تهدد الأمن الوطني أو السلم العام، بعقوبة سجن تصل إلى ثلاثة أشهر أو غرامة بين 5,000 و20,000 دينار أردني.
- **المادة 16:** تجرّم "اغتيال الشخصية" عبر المنصات الإلكترونية، بعقوبات مماثلة.
- **المادة 17:** تحظر المحتوى الذي يُحتمل أن يُثير الفتنة أو يُحرّض على الكراهية أو يُسيء إلى الدين، وتفرض عقوبة السجن من سنة إلى ثلاث سنوات.
- **المادة 21:** تجرّم جمع التبرعات أو الأنشطة الاستثمارية غير المرخّصة عبر الإنترنت.

وقد تعرض القانون لانتقادات واسعة من صحفيين ومنظمات مجتمع مدني وجهات رقابية دولية مثل "فريدوم هاوس"، التي حذرت من أنه "يخنق التعبير على الإنترنت". كما أوصى المركز الوطني لحقوق الإنسان بتعديل المادة 15 لتجنب تكرارها مع قانون العقوبات، ولتقليل العقوبات حتى لا يتعرض الصحفيون للاعتقال.

ومنذ بدء تطبيقه، أدى القانون إلى تصاعد واضح في الرقابة الذاتية. وتُبرز عدة حالات تأثيره المباشر:

- في أكتوبر 2023، فُرضت غرامة بقيمة 10,000 دينار أردني على شخصين لنشر توقعات عن زلزال اعتُبرت "أخبارًا كاذبة."
- حُكم على صحفي بالسجن لمدة عام بسبب تعليق ساخر على أداء الحكومة.
- كما حُكم على الصحفية هبة أبو طه بالسجن سنة كاملة، في سابقة غير معهودة بتاريخ الصحافة في الأردن.

تعكس هذه الأمثلة الأثر المقلق للغة الفضفاضة في القانون، حيث تُترك مفاهيم مثل "الأخبار الكاذبة" و"اغتيال الشخصية" للتقدير الفردي من قبل الادعاء العام، دون تعريفات دقيقة.

6. السياق الإقليمي

مقارنةً ببعض الدول العربية التي بدأت تضييق استخدام العقوبات الجنائية في الجرائم المرتبطة بالنشر، أو تبسيط إجراءات الترخيص للمحتوى الإلكتروني، يبقى الإطار القانوني في الأردن أكثر تشتّتًا وطابعًا عقابيًا نسبيًا. ففي عدد من الدول المجاورة، ركّزت الإصلاحات الأخيرة على توحيد القوانين الناظمة للإعلام، وتوضيح نطاق تنظيم المحتوى الرقمي، وإعطاء الأولوية للعقوبات الإدارية بدل العقوبات الجنائية.

في المقابل، لا يزال الأردن يعتمد على منظومة متداخلة من الأحكام الواردة في قانون المطبوعات والنشر، وقانون الإعلام المرئي والمسموع، وقانون العقوبات، وقانون الجرائم الإلكترونية. وهذا يضع الأردن في موقعٍ متوسط على الصعيد الإقليمي: أكثر تقدّمًا من الدول التي ما يزال تنظيم المحتوى الرقمي فيها محدودًا أو غائبًا إلى حدّ كبير، لكنه متأخر عن الدول التي اتجهت نحو أطر قانونية أوضح وأكثر ارتكازًا على حقوق الإنسان. وتوفّر هذه التجارب المقارنة نقاطَ مرجعية مفيدة لأي إصلاح مستقبلي، إذ تُبيّن كيف يمكن للدول حماية الأمن الوطني والنظام العام دون الاعتماد المفرط على العقوبات السالبة للحرية أو على الصياغات القانونية المبهمة.

7. وجهات نظر أصحاب المصلحة

أظهرت المقابلات التي أُجريت لهذه الدراسة وجود توافق واسع على أن التشريعات الإعلامية الحالية في الأردن تعمل بدرجة أقل كإطار تنظيمي، وبدرجة أكبر كأداة للسيطرة. فقد أقرّ الصحفيون والمحررون وممثلو منظمات المجتمع المدني والمسؤولون السابقون جميعًا بالأثر المُثبِّط العميق الناتج عن تداخل القوانين، خصوصًا بعد اعتماد قانون الجرائم الإلكترونية لعام 2023.

- **الصحفيون والإعلاميون** شددوا مرارًا على أن الدعاوى القضائية أصبحت أمرًا روتينيًا. إذ يُستدعى الصحفيون بانتظام إلى المحاكم، غالبًا بسبب مخالفات طفيفة أو مبهمة، وأشار أحد المحررين إلى أن "الزملاء يتنقلون باستمرار بين قاعات المحاكم"، رغم انخفاض معدلات الإدانة. إلا أن العملية بحد ذاتها تُعتبر عقوبة، كونها تستنزف الوقت والموارد وتزرع مناخًا من الخوف.
- **ممثلو المجتمع المدني** اعتبروا أن التشريعات تُستخدم أساسًا لحماية المسؤولين من النقد، أكثر من كونها وسيلة لتنظيم المعايير المهنية. وصف أحد المشاركين البيئة القانونية بأنها "حاجز وقائي حول موظفي الدولة"، لافتًا إلى أن مصطلحات فضفاضة مثل "الأخبار الكاذبة" أو "اغتيال الشخصية" تُطبق بشكل انتقائي.
- **الخبراء القانونيون** أبرزوا عدم توافق القوانين الأردنية مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان. وحذروا من أن المصطلحات غير المُعرّفة، مثل "إثارة الفتنة" أو "ازدراء الدين"، تفتح الباب أمام تطبيق تعسفي وتثني عن النقد المشروع.
- **المسؤولون السابقون** عبّروا عن وجهات نظر متباينة. فقد دافع بعضهم عن جوانب من قانون الجرائم الإلكترونية باعتباره أداة لتعزيز المهنية، بحجة أن العقوبات الصارمة تشجع على صحافة مسؤولة. بينما أقرّ آخرون بتأثيره المثبّط على النقاش العام. وأشار وزير سابق للإعلام الحكومي إلى أن ضعف الإدارة ومقاومة التحديث جعلت المؤسسات العامة عاجزة عن التكيف مع التحول الرقمي، مما قوّض التنظيم والإصلاح معًا.
- **المحررون والناشرون** وصفوا إجراءات الترخيص بأنها مثقلة ومعقدة وغير شفافة. وأكد عدد منهم أن التأخير أو الرفض غالبًا ما يكون بدوافع سياسية، ما يخلق حالة من عدم اليقين تُثني عن الاستثمار في المؤسسات المستقلة. وقال أحد الناشرين: "حتى عندما لا يكون محتوى مؤسستنا مثيرًا للجدل، يبقى تهديد الحجب مسلطًا فوقنا كالسيف."

صورة عامة، نقل أصحاب المصلحة شعورًا عميقًا بالإحباط من بيئة تنظيمية تُعطي الأولوية للسيطرة الحكومية على حساب التطوير المهني، مما يترك الصحفيين عرضة للضغوط والمؤسسات مترددة في الابتكار.

الجدول 1: وجهات نظر أصحاب المصلحة وانعكاساتها على حرية الإعلام في الأردن

مجموعة أصحاب المصلحة	أبرز وجهات النظر (من المقابلات)	الانعكاسات على حرية الإعلام
الصحفيون والمحررون	• استدعاءات قضائية متكررة؛ استخدام الدعاوى كأداة ضغط • تأخير الترخيص وتهديد حجب المواقع يثنيان عن الاستثمار.	• خلق مناخ من الخوف والرقابة الذاتية. • تثبيط الابتكار وإضعاف مرونة المؤسسات.
المجتمع المدني	• القوانين تُستخدم لحماية المسؤولين أكثر من تنظيم المهنة. • مصطلحات فضفاضة مثل "الأخبار الكاذبة" و"اغتيال الشخصية" تُطبق انتقائيًا.	• تعزيز التبعية للإعلام الموالي للدولة. • تآكل التعددية وفقدان ثقة الجمهور بالصحافة.
الخبراء القانونيون	• القوانين تتعارض مع المعايير الدولية لحقوق الإنسان. • المصطلحات غير المُعرّفة تفتح المجال للتطبيق التعسفي.	• تقليص مساحة النقد المسموح. • زيادة هشاشة المؤسسات المستقلة أمام الضغوط السياسية.
المسؤولون السابقون	• بعضهم يدافع عن العقوبات باعتبارها وسيلة لتعزيز المهنية. • آخرون يقرّون بالتأثير المثبط ويشيرون إلى ضعف التحديث المؤسسي.	• تأكيد أن أولويات الدولة تركز على السيطرة أكثر من الإصلاح. • تأخير التكيف مع التحول الرقمي.
الناشرون/المالكون	• إجراءات الترخيص غير شفافة وتتأثر بالاعتبارات السياسية. • حتى المؤسسات غير المثيرة للجدل تخشى الحجب التعسفي.	• عوائق أمام دخول مؤسسات إعلامية جديدة أو مستقلة. • تركّز القوة السوقية بيد المؤسسات المدعومة من الدولة.

8. انعكاسات على حرية الإعلام

النتيجة التراكمية لتداخل القوانين الإعلامية في الأردن هي خلق بيئة عمل مقيدة وغير مستقرة. وتبرز ثلاثة محاور مترابطة:

- **الغموض القانوني:** يبقى الصحفيون في حالة عدم يقين بشأن ما يُعتبر انتهاكًا بموجب قانون المطبوعات والنشر، وقانون المرئي والمسموع، وقانون الجرائم الإلكترونية. إذ تفتقر مصطلحات مثل "الأخبار الكاذبة" و"اغتيال الشخصية" و"التحريض" إلى تعريفات دقيقة، مما يمنح المدعين والجهات التنظيمية سلطة تقديرية واسعة. هذا الغموض يشجع على الرقابة الذاتية، حيث تميل المؤسسات إلى الحذر المفرط لتجنب الدعاوى المكلفة أو التهم الجنائية.

- **التنفيذ العقابي:** أعاد قانون الجرائم الإلكترونية إدخال العقوبات السالبة للحرية، ما ضاعف بشكل كبير من مخاطر الصحافة الرقمية. وشهدت حالات حكم فيها على صحفيين بالسجن لمدة عام، حتى بسبب تعليقات ساخرة، وهو تصعيد غير مسبوق في تاريخ الإعلام الأردني. وحتى في الحالات التي لا تُفضي إلى إدانات، يفرض التحقيق والإجراءات القضائية أعباء مالية ونفسية على الإعلاميين.
- **عوائق الابتكار:** متطلبات الترخيص، والقيود على الاستثمار الأجنبي، وقوانين النقابات المهنية كلها تتضافر لتثبيط دخول لاعبين جدد إلى القطاع الإعلامي. تواجه المؤسسات الناشئة والإعلام الرقمي تكاليف مرتفعة ومخاطر قانونية تحد من قدرتها على منافسة المؤسسات الراسخة أو تجربة أشكال جديدة.
- **تآكل الثقة العامة:** أدت الضوابط المفرطة إلى ترسيخ الانطباع بأن المؤسسات الإعلامية مرتبطة بمصالح الدولة. وتشير المقابلات إلى أن الجمهور بات يزداد ابتعادًا عن الإعلام المحلي، متجهًا نحو المنصات الاجتماعية أو الدولية للحصول على المعلومات. هذا الاتجاه يُقوّض الصحافة المهنية والمساءلة الديمقراطية على حد سواء.

مجتمعةً، تُظهِر هذه الديناميكيات أن البيئة القانونية في الأردن لا تُسهِم في تعزيز نظام إعلامي حيوي أو مستدام، بل تُرسِّخ الاعتماد على المنافذ المقرَّبة من الدولة، وتُضعِف الصحافة المستقلة، وتُضيّق هامش النقاش العام في العصر الرقمي. هذه القيود القانونية لا تعمل بمعزل عن غيرها؛ فهي تُشكِّل بشكل مباشر المسار الاقتصادي والتكنولوجي للقطاع. فالمؤسسات الإعلامية التي تواجه مخاطر قانونية مرتفعة وظروف ترخيص غير مؤكدة تكون أقل ميلًا للاستثمار في تطوير أعمال طويلة الأجل، أو تجريب صيغ رقمية جديدة، أو تبنّي أدوات قائمة على الذكاء الاصطناعي قد تعرِّضها لمزيد من التدقيق. وعمليًا، يعني ذلك أنه حتى عندما يكون التمويل التجاري أو المقدم من جهات مانحة متاحًا، تميل العديد من المؤسسات إلى تفضيل محتوى منخفض المخاطر وقليل الابتكار على حساب الصحافة الاستقصائية أو الصحافة المعتمِدة على البيانات، وهو ما يعزِّز حالة الجمود التي تتناولها الأقسام اللاحقة من هذه الدراسة.

اقتصاد الأردن الرقمي وديناميكيات سوق الإعلام

1. الموقع في الاقتصاد الرقمي العربي

رسّخ الأردن مكانته كأحد رواد التحول الرقمي على مستوى المنطقة. فقد جاء ترتيبه السابع بين 22 دولة عربية في مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لعام 2024، مما وضعه ضمن فئة الدول "قيد الانتقال النشط". وأشار المؤشر إلى نقاط قوة في الحكومة الإلكترونية، جاهزية القوى العاملة، وتطور السوق، حيث حافظ الأردن على أداء يفوق المعدل الإقليمي رغم بعض التقلبات الدورية. كما شدّد التقرير على ضرورة توسيع أنظمة الأمن السيبراني، وتحفيز الابتكار في القطاع الخاص، وتعزيز البنية التحتية لضمان استدامة المكتسبات. وعلى الرغم من تبني الدولة استراتيجيات رقمية طموحة، بما في ذلك دمج الذكاء الاصطناعي، إلا أن فجوات لا تزال قائمة في مجالي الابتكار والتنافسية السوقية.

2. البنية التحتية والاتصال

شهدت بنية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأردن توسعًا ملحوظًا خلال العقد الماضي. فبحلول عام 2024:

- غُطيً نحو 90٪ من السكان بخدمات الجيل الرابع (4G LTE) والجيل الخامس المبكر (5G).
- بلغت نسبة انتشار الهواتف المتنقلة 78.1٪، وهي من الأعلى في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.
- تجاوزت معدلات انتشار الإنترنت المتوسط الإقليمي.

ومع ذلك، ما تزال هناك تحديات، أبرزها ارتفاع أسعار الإنترنت عريض النطاق وخدمات البيانات المتنقلة مقارنة بنظرائها في المنطقة، مما يحد من القدرة على تحمل التكاليف لدى الأسر ذات الدخل المنخفض والمجتمعات الريفية. كما تستمر الفجوات في الاتصال على أسس النوع الاجتماعي والمستوى الاقتصادي، مما يعيق الوصول المتكافئ للفرص الرقمية.

3. استهلاك الإعلام وسلوك الجمهور

تشير نتائج تقييم النظام المعلوماتي (IEA) إلى أن عادات الأردنيين الإعلامية تتشكل بشكل أكبر بفعل ضيق الوقت والسهولة أكثر من كونها اختيارات متعمّدة. وتشمل الأنماط الرئيسة ما يلي :

- وسائل التواصل الاجتماعي هي المصدر الأساسي للمعلومات، خصوصًا فيسبوك، تليه منصات مثل تيك توك (يُستخدم عبر VPN بسبب القيود الحكومية).
- المنصات المرئية تزداد شعبيتها بين الفئات الشابة، بينما يواصل الإعلام المطبوع التقليدي التراجع.
- المؤثرون، ومن بينهم صحفيون، أصبحوا وسطاء معلومات بارزين رغم المخاوف العامة بشأن الطابع التجاري وتأثيرات الصحة النفسية.
- محدودية الاهتمام بالأخبار السياسية الرسمية والإصلاحات، مقابل تفاعل أكبر مع الأحداث السياسية المحلية وقضايا حقوق الإنسان.
- انخفاض الثقة بالإعلام التقليدي، رغم أن القنوات الرسمية مثل التلفزيون الأردني (JRTV) والمملكة تحظى بثقة نسبية أعلى، لكن ليس بالضرورة بمعدلات متابعة أعلى.

كما يلعب واتساب (WhatsApp) دورًا مكملاً، إذ تُستخدم مجموعات المحادثة لتبادل روابط متعلقة بالأخبار المحلية أو الرياضة أو المستجدات الجامعية. ويعتبر الجمهور أن المحتوى المتداول عبر مجموعات واتساب أكثر أمانًا وخصوصية من المحتوى المنشور على المنصات العامة.

4. سوق الإعلانات والتدفقات المالية

يواجه سوق الإعلام تحدّيات حادّة على مستوى الاستدامة، وذلك إلى حدّ كبير بسبب التحوّلات في ديناميكيات الإعلان. فحوالي 80 مليون دينار أردني من عائدات الإعلان السنوية تتجه اليوم مباشرة إلى منصات عالمية مثل Meta وGoogle، متجاوزةً المؤسسات الإعلامية المحلية بالكامل.

وقد وصف المشاركون في المقابلات هذا الرقم بأنه «مُغيِّر لقواعد اللعبة» في السوق؛ إذ يمثّل حصة كبيرة من الإنفاق الإعلاني على المستوى الوطني، وأجبر صحفًا ومحطات بث قائمة منذ زمن طويل على تقليص أعداد الموظفين، وتجميد مشاريع استقصائية، وخفض الاستثمار في الابتكار الرقمي. وقد قَوَّض هذا التحويل في مسار الإيرادات القاعدةَ المالية للصحف ووسائل البث والمنصات الرقمية.

وفي الوقت نفسه، أصبح المؤثّرون وصنّاع المحتوى، الذين يعملون خارج أطر الترخيص والضرائب التقليدية، منافسين رئيسيين على الإعلانات. فهم يحققون الدخل من محتواهم بمرونة أكبر عبر الشراكات مع العلامات التجارية، في حين تستمر المؤسسات الإعلامية المرخَّصة في تحمّل تكاليف تشغيلية أعلى مرتبطة بالتنظيم، والترخيص، والالتزام بالمعايير المهنية.

هذه الديناميكيات تعمّق الاختلالات الهيكلية:

- المؤسسات المملوكة للدولة تستفيد من الدعم والإعفاءات الضريبية والأولوية في الإعلانات الحكومية.

- تكافح المؤسسات الإعلامية المستقلة لتأمين تمويل طويل الأجل، وتعتمد في الغالب على مشاريع مانحين مجزأة وتدفّقات إعلانية غير مستقرة. وفي كثير من الحالات، تغطي المنح المقدَّمة من الجهات المانحة نسبةً أكبر من الميزانيات التشغيلية مقارنةً بالدخل التجاري، لكنها تكون مرتبطة بدورات زمنية قصيرة ومخرجات صارمة ومحددة سلفًا. هذا المزيج، تقلّص الإيرادات الإعلانية من جهة، وقِصر أمد التمويل القائم على المنح من جهة أخرى، يترك هذه المؤسسات بلا احتياطيات كافية لتحديث التكنولوجيا، أو الاحتفاظ بالكوادر الماهرة، أو تطوير منتجات موجهة للجمهور يمكن أن تدعم في ما بعد نماذج اشتراك أو عضوية مستدامة.

- الجمهور لا يزال مترددًا في الدفع مقابل المحتوى، مما يحد من جدوى نماذج الاشتراك، باستثناء بعض الحالات الخاصة مثل تطبيق نبض الذي نجح في جذب أكثر من 600 ألف مستخدم من خلال خدمات متنوعة.

5. انعكاسات على الإعلام المستقل

أنتج التقاء التقدم الرقمي والهشاشة المالية مفارقة واضحة؛ فبينما يتقدم الأردن في تصنيفات الاقتصاد الرقمي الوطني، يبقى قطاع الإعلام المستقل ضعيفًا ويفتقر للموارد. وأشار أصحاب المصلحة الذين تمت مقابلتهم إلى أن الجمهور، رغم ارتفاع مستوى الاتصال الرقمي لديه، يكرّس أنماط استهلاك تعزز الاعتماد على المنصات العالمية بدلاً من القنوات المحلية.
وبغياب إصلاحات هيكلية لنظام الإعلان، وتوفير حوافز أقوى للاستثمار في الإعلام الوطني، ستبقى المؤسسات المستقلة غير قادرة على الاستدامة المالية. كما أن تنامي هيمنة المؤثرين يهدد بطمس الحدود بين الصحافة والترفيه، مما يضعف المعايير المهنية ويقوض الدور الرقابي للقطاع.

الجدول 2: الإطار القانوني المنظّم للإعلام الرقمي في الأردن

القانون	النطاق / أبرز الأحكام	العقوبات / آليات التنفيذ	الانعكاسات على حرية الإعلام
قانون المطبوعات والنشر (رقم 8 لسنة 1998، والمعدل 2010)	ينظم المطبوعات الورقية والإلكترونية؛ يشترط الحصول على ترخيص من هيئة الإعلام؛ يشترط أن يكون رؤساء التحرير أعضاء في نقابة الصحفيين؛ يحظر الملكية الأجنبية.	عقوبات مالية بالدرجة الأولى؛ للسلطات صلاحية حجب المواقع غير المرخصة (أكثر من 300 موقع محجوب حاليًا).	يوسّع نطاق سيطرة الدولة على المنصات الرقمية؛ المعايير المبهمة ("الحقيقة، التوازن، الموضوعية") تسمح بتطبيق تقديري؛ يثبط الاستثمار الأجنبي ويحد من التعددية.
قانون المرئي والمسموع	ينظم البث الإذاعي والتلفزيوني؛ يحظر المواد التي قد تثير النعرات الطائفية أو تهدد الوحدة الوطنية أو تضر بعلاقات الأردن مع الدول الأخرى.	غرامات وسجن (من 6 أشهر إلى 3 سنوات).	القيود الواسعة تمنح السلطات صلاحية واسعة في التنفيذ؛ تدفع المؤسسات للبُعد عن المواضيع السياسية أو الاجتماعية الحساسة.
قانون العقوبات (المواد ذات الصلة)	يجرّم الخطاب الذي يحرض على الفتنة الطائفية أو التمييز أو النزاع بين المكوّنات المجتمعية.	السجن (من 6 أشهر إلى 3 سنوات).	يعزز القيود على التغطية النقدية أو المثيرة للجدل؛ يتداخل مع قوانين أخرى لتوسيع سيطرة الدولة.
قانون الجرائم الإلكترونية (رقم 17 لسنة 2023)	يجرّم "الأخبار الكاذبة"، و"اغتيال الشخصية"، وازدراء الأديان، والمحتوى الذي يهدد الأمن الوطني أو السلم الاجتماعي؛ ينظم جمع التبرعات/الاستثمارات عبر الإنترنت.	السجن (من 3 أشهر إلى 3 سنوات)؛ غرامات (من 5,000 إلى 20,000 دينار أردني) أو كلاهما.	يعيد العقوبات السالبة للحرية؛ المصطلحات المبهمة تزيد من الرقابة الذاتية؛ تُضعف الصحافة الاستقصائية؛ وتقوض حرية التعبير عبر الإنترنت.

التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي والرقمنة

1. التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في التحول الرقمي في الأردن

برزت التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي (AI) كمحركات أساسية للتحول الاجتماعي والاقتصادي عالميًا، حيث تعيد تشكيل نماذج الأعمال التقليدية وتسرّع من عملية الدمج الرقمي. في الأردن، يُنظر إلى التحول الرقمي بشكل متزايد كخيار استراتيجي ضروري للحفاظ على النمو الاقتصادي، وتحديث الخدمات العامة، وتعزيز القيم الديمقراطية مثل حرية الصحافة. ويساهم قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بما يقارب 12٪ من الناتج المحلي الإجمالي الوطني، مما يعكس دوره كركيزة أساسية للاقتصاد الرقمي. وتشمل المبادرات الوطنية "برنامج ريادة الأعمال الرقمية"، الذي يهدف إلى تحفيز الابتكار، ودعم الشركات الناشئة، وتوسيع نطاق الاقتصاد المعرفي. وتُطبَّق تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل تحليل البيانات وتعلم الآلة بشكل متزايد في مجالات التعليم والرعاية الصحية والخدمات الحكومية، على سبيل المثال، في أنظمة الأتمتة البلدية التي تهدف إلى تبسيط تقديم الخدمات. وعلى الرغم من هذه التطورات، ما يزال دمج الذكاء الاصطناعي في قطاع الإعلام في مراحله الأولى وبشكل غير متوازن، إذ تعيقه قيود مالية وفنية ومؤسسية.

2. الذكاء الاصطناعي والرقمنة في الممارسات الإعلامية

على الصعيد العالمي، أصبح الذكاء الاصطناعي عنصرًا محوريًا في الابتكار الإعلامي، حيث يوفر أدوات للأتمتة والتخصيص وضمان نزاهة المحتوى. إلا أن المؤسسات الإعلامية الأردنية ما تزال متأخرة عن نظيراتها الإقليمية والدولية في مجال التبني المؤسسي. ويمكن تصنيف الممارسات الحالية إلى خمسة مجالات رئيسية:

- **أتمتة إنتاج المحتوى:** تُستخدم الخوارزميات بشكل متزايد لإنتاج الأخبار الروتينية مثل التحديثات الرياضية والمالية، مما يتيح للصحفيين التركيز على التحقيقات والتحليلات. وتشكل مؤسسات دولية مثل رويترز ووكالة الأسوشيتد برس نماذج ذات كفاءة ودقة.
- **تحليلات الجمهور والتخصيص:** تتيح الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تتبع تفضيلات الجمهور وتقديم توصيات مخصصة، على غرار منصات عالمية مثل "نتفلكس " يعزز ذلك التفاعل لكنه يثير أيضًا مخاوف من "فقاعات التصفية" وانعزال الجمهور.
- **مراقبة المحتوى والكشف عن المعلومات المضللة:** تُستخدم أنظمة الذكاء الاصطناعي لتصفية التعليقات، والتحقق من صحة المعلومات، ومكافحة التضليل. ورغم أن هذه الأدوات تعزز المصداقية، إلا أنها قد تؤدي إلى الإفراط في الرقابة إذا لم تُدار بشفافية.

- **المنصات متعددة القنوات:** تعتمد المؤسسات الإعلامية الأردنية تدريجيًا استراتيجيات متعددة الأشكال، تجمع بين البودكاست والفيديو والإعلام التفاعلي للوصول إلى جماهير متنوعة. ويساعد الذكاء الاصطناعي في تحديد الصيغ الأكثر رواجًا وتحسين إيصال المحتوى.
- **تحسين الإعلانات:** تتيح التحليلات التنبؤية تخصيص الإعلانات وفقًا لسلوك المستخدم، مما يعزز الإمكانات الربحية ويحسّن عوائد الاستثمار.

تعكس هذه الممارسات إمكانات الذكاء الاصطناعي في توسيع نطاق الوصول والكفاءة، لكنها تبرز أيضًا مخاطر زيادة الفجوات، حيث إن المؤسسات الممولة جيدًا أكثر قدرة على تبني الأدوات المتقدمة مقارنة بالمؤسسات الصغيرة والمستقلة.

3. جهود الحكومة والمعضلات الأخلاقية

اتخذت الحكومة الأردنية خطوات لتأطير التحول الرقمي، حيث يقود وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة جهود الحكومة الإلكترونية والبنية التحتية الرقمية. ومؤخرًا، صدر توجيه ملكي في يناير 2025 بإنشاء المجلس الوطني للتكنولوجيا المستقبلية برئاسة ولي العهد، لمتابعة التطورات العالمية وتوجيه استراتيجيات التبني الوطني. وتؤكد هذه السياسات التزام الدولة بالرقمنة.

ومع ذلك، فإن دمج الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير معضلات أخلاقية معقدة، تشمل انتهاكات خصوصية البيانات، والتحيز الخوارزمي، والتلاعب بالرأي العام، وتعزيز التضليل. وتشير الدراسات إلى مخاطر مثل جمع البيانات الشخصية دون موافقة واستخدام الخوارزميات لتفضيل المحتوى المثير على حساب الموضوعي. وتشمل الأسئلة الأخلاقية أيضًا قضايا التنوع، والمساءلة، والشفافية، مع اعتماد غرف الأخبار على تقنيات لا تتحكم فيها بالكامل ولا تفهمها بشكل كافٍ. وتُظهر الدراسات التحليلية أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة، من الصحافة الروبوتية والمقدّمين الافتراضيين إلى أنظمة التوصيات الآلية، تحسن الكفاءة لكنها غالبًا ما تتحدى المعايير المهنية وتُضعف وضوح المساءلة.

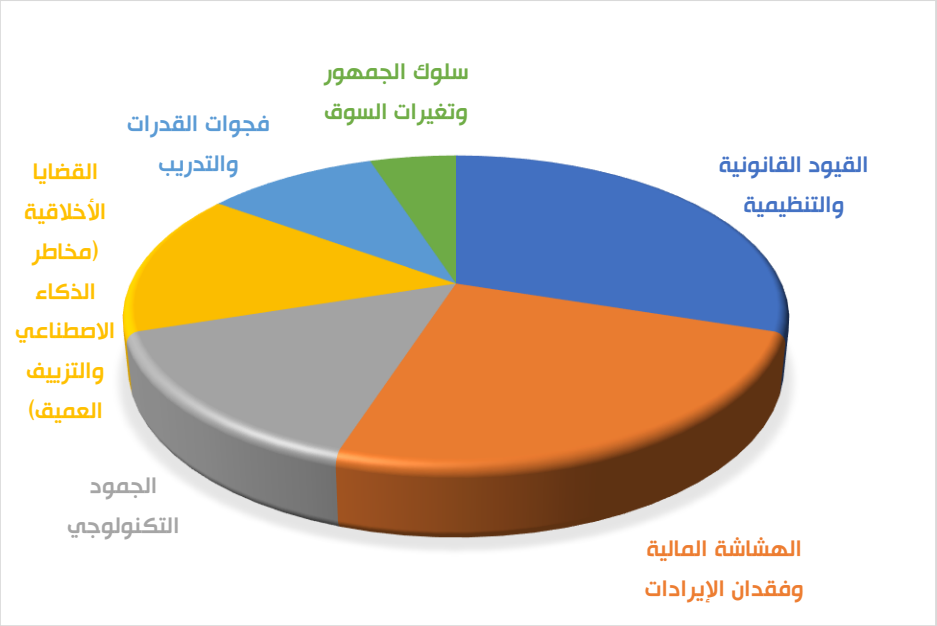
4. التحديات أمام التحول الرقمي للإعلام الأردني

رغم التوجهات والسياسات، ما تزال المؤسسات الإعلامية الأردنية تواجه عقبات مستمرة في تبني الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية. وتنقسم هذه التحديات إلى أربع فئات مترابطة:

- **فنية وبنيوية:** تفتقر العديد من المؤسسات إلى الموارد اللازمة للاستثمار في أنظمة متقدمة، مما يؤدي إلى تبنٍ غير متوازن واتساع الفجوة الرقمية.

- **أخلاقية وقانونية**: يثير انتشار تقنيات "التزييف العميق" وأولوية الأخبار الخوارزمية مخاوف بشأن المصداقية، ويطرح تساؤلات جدية حول الاستقلالية التحريرية. كما أن غياب إطار تشريعي واضح ينظم الذكاء الاصطناعي في الإعلام يزيد من هذه المخاطر.
- **قدرات ومهارات:** تعاني المؤسسات من نقص في الخبرات والبرامج التدريبية، وغياب تخصصات جديدة مثل مدققي الخوارزميات أو مدققي المحتوى. وهذا يحد من القدرة على تقييم مخرجات الذكاء الاصطناعي وضمان الرقابة المهنية .
- **مالية ومؤسسية:** تمنع فجوات التمويل الكثير من المؤسسات من تجربة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بينما أدت الاعتمادية على الدعم قصير المدى من المانحين إلى ابتكارات مجزأة وغير مستدامة.

عمليًا، يظلّ دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الأردن محصورًا إلى حدّ كبير في المستوى الفردي؛ إذ يستخدم الصحفيون أدوات مثل برامج الترجمة والتفريغ الصوتي بصورة غير رسمية، بدلًا من اعتمادٍ منهجي ومنظّم على مستوى المؤسسات. وتشير إفادات معظم غرف الأخبار التي أُجريت معها مقابلات إلى أنها تعتمد أساسًا على أدوات بسيطة لإدارة حسابات التواصل الاجتماعي وبرامج مكتبية تقليدية، في حين لا يجرّب الأتمتةَ وتحليلاتِ البيانات وأدواتِ التحقّق المدعومة بالذكاء الاصطناعي إلا عددٌ محدود من المنافذ الإعلامية التي تملك موارد أفضل.



الشكل 1: أهم التحديات التي تواجه الإعلام الأردني في العصر الرقمي (تصوّر عام)

يقف قطاع الإعلام في الأردن عند مفترق طرق. فعلى الرغم من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي والأدوات الرقمية تتيح فرصًا لتوسيع الكفاءة، وتعزيز تفاعل الجمهور، ورفع مستوى المصداقية، فإن تبنّيها يظل بطيئًا بفعل الهشاشة المالية، وضعف المهارات، والأسئلة الأخلاقية والقانونية غير المحسومة. والنتيجة بيئة مجزّأة، تختبر فيها مجموعة صغيرة من المؤسسات ذات التمويل الجيد أدوات الابتكار، بينما تتخلّف غالبية المنافذ الأخرى عن الركب. وعلى المستوى العملي، يعني ذلك أن الجهات ذاتها التي تستفيد أصلًا من وصول تفضيلي للإعلانات ومن أشكال الدعم العام، هي أيضًا الأكثر قدرة على تبنّي الأدوات المتقدمة، بما يوسّع الفجوة بينها وبين المؤسسات الإعلامية الأصغر والمستقلة.

ويمكن أن تشمل خارطة طريق موجهة للتحول الرقمي، تستند إلى هذه الدراسة، ما يلي:

1. إنشاء صناديق ابتكار مشتركة بين القطاع العام والجهات المانحة لدعم تجارب غرف الأخبار في استخدام الذكاء الاصطناعي وسرد القصص المعتمد على البيانات.
2. إصدار إرشادات وطنية لأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، تغطي مبادئ الشفافية والمساءلة وحماية البيانات.
3. تصميم برامج تدريب مدعومة في مجالات صحافة البيانات، وتطوير المنتجات الإعلامية، وتحليلات الجمهور، تُنفَّذ بالشراكة مع الجامعات ومعاهد الإعلام.
4. توفير حوافز لمشاريع تعاونية بين المؤسسات الإعلامية وشركات التكنولوجيا ومراكز البحث لتقاسم الأدوات والبنية التحتية والخبرات.

ومن دون استراتيجية متماسكة توازن بين تشجيع الابتكار وتوفير الضمانات الأخلاقية، يخاطر الإعلام الأردني بتعميق الفجوة الرقمية وتفويت فرص أساسية للنمو وتعزيز المصداقية في العصر الرقمي.

دعم استدامة الإعلام

استدامة قطاع الإعلام في الأردن لا زالت محكومة إلى حدّ كبير بحالة من الهشاشة المالية، ولا سيّما في أوساط المؤسسات الخاصة والمستقلة التي تفتقر إلى مصادر دخل متنوّعة وثابتة. في المقابل، تواصل المؤسسات الإعلامية العامة الاستفادة من إعانات مباشرة من الدولة ومعاملة تنظيمية تفضيلية. فعلى سبيل المثال، خصّص قانون الموازنة العامة لعام 2025 مبلغ 28.978 مليون دينار أردني لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، و10 ملايين دينار لقناة المملكة. وبالمثل، يضمن تملّك الحكومة لصحيفتي الرأي والدستور عبر المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي حصولهما على أفضلية في الوصول إلى الإعلان الحكومي والإعفاءات الضريبية. ورغم أن هذا النمط من الدعم يوفّر قدرًا من الاستقرار للمنافذ المقرّبة من الحكومة، فإنه يخلق اختلالات هيكلية تضع المؤسسات الخاصة والمستقلة في موقع ضعيف.

تمثّل المؤسسات الإعلامية الخاصة عنصرًا أساسيًا في التعدّدية الإعلامية، لكنها غالبًا ما تعتمد على سوق إعلاني مجزّأ ومشاريع ممولة من جهات مانحة. وتكون هذه المصادر التمويلية في العادة قصيرة الأجل؛ إذ نادرًا ما تغطي منح المانحين التكاليف التشغيلية الأساسية مثل الرواتب، والإيجار، والبنية التحتية. ونتيجة لذلك، تلجأ العديد من المنافذ إلى شبكات دعم غير رسمية، بحثًا عن تمويل من نخب الأعمال أو من سياسيين. غير أن هذا النمط من الاعتماد المالي يعرّض الاستقلالية التحريرية للخطر، وقد يرسّخ الاستقطاب السياسي، ويثير تساؤلات طويلة المدى حول نزاهة الإعلام. وقد زاد التحوّل الرقمي من اضطراب النماذج التقليدية للإيرادات. إذ يُقدَّر أن نحو 80 مليون دينار أردني من الإنفاق الإعلاني السنوي يتجاوز المنافذ المحلية ويتجه مباشرة إلى منصات عالمية مثل Meta وGoogle. ويقوّض هذا التحويل في مسار الموارد الأسس الاقتصادية للإعلام المحلي، في الوقت الذي يعزّز فيه قوة المؤثّرين غير المنظَّمين، الذين غالبًا ما ينجحون في تحقيق الدخل من محتواهم بمرونة وسرعة أكبر من المؤسسات المهنية. وعلى خلاف المؤسسات المسجَّلة، يعمل المؤثّرون خارج أطر الترخيص والضرائب والنقابات، ما يزيد حدّة المنافسة بينما يُعفيهم من الالتزامات التنظيمية المفروضة على المؤسسات الإعلامية.

ويزيد سلوك الجمهور من تعقيد هذه التحديات. فمعظم الأردنيين، ولا سيّما الفئات الشابّة، يتوقّعون الحصول على الأخبار الإلكترونية مجانًا، ويبدون تردّدًا في الدفع مقابل الصحافة ما لم تكن تقدّم محتوى متخصّصًا للغاية. ومن الاستثناءات النادرة تطبيق «نبض»، الذي قدّم نماذج اشتراك متدرجة (مثل الباقات الذهبية والبلاتينية) واستقطب أكثر من 600 ألف عملية تحميل عبر إتاحة خلاصات أخبارية منسّقة ومخصّصة. ورغم أن ذلك يبرهن على إمكانية ابتكار نماذج جديدة لتحقيق الدخل، فإن هذه التجارب لا تزال معزولة وليست جزءًا من منظومة أوسع.

حتى الآن، كان الدعم الحكومي للتحوّل الرقمي محدودًا ومجزّأ. فبعض المبادرات قدّم تجهيزات تقنية أو دعمًا لتطوير منصات إلكترونية، لكنها كانت في معظمها ردّ فعل ظرفيًا أكثر منها جزءًا من سياسة استراتيجية. وأظهرت المقابلات التي أُجريت في إطار هذه الدراسة وجود توافق بين الفاعلين من القطاعين العام والخاص على الحاجة الملحّة إلى مقاربة سياساتية أكثر تماسكًا. وقد شدّد أصحاب المصلحة على أهمية صناديق دعم ممولة من جهات مانحة تركّز ليس فقط على التمويل، بل أيضًا على التدريب المهني والبحث التطبيقي، خصوصًا في المهارات الرقمية، واستراتيجيات تحقيق الدخل، وأساليب التفاعل مع الجمهور.وفي نهاية المطاف، يتطلّب ضمان استدامة الإعلام التحوّل من ضخّ موارد مالية عشوائية أو مؤقتة إلى بناء قدرات طويلة الأجل. وينبغي أن تتركّز الاستثمارات على تقوية نماذج الأعمال، وتوسيع الكفاءات الرقمية، وتعزيز الابتكار. ومن خلال إعادة توجيه الدعم نحو تعزيز المرونة والقدرة على التكيّف، يمكن للمؤسسات الإعلامية الأردنية أن تواجه تحديات التحوّل الرقمي بشكل أفضل، وأن تسهم بصورة أكثر فاعلية في الخطاب العام والمساءلة الديمقراطية.

وعند النظر إلى المستقبل، تشير تجارب الأردن وأسواق مشابهة إلى عدد من النماذج العملية التي يمكن تجريبها أو توسيع نطاقها. أحد هذه الخيارات هو إنشاء صناديق مشتركة للإعلان أو لتطوير الإعلام، يُخصَّص لها جزء من ميزانيات الإعلان الحكومي، وموارد المانحين، أو مساهمات طوعية من شركات الاتصالات والتكنولوجيا، ثم تُوزَّع هذه الموارد بشكل تنافسي على المنافذ المستقلة وفق معايير شفافة ومؤشرات واضحة للمصلحة العامة.

كما يمكن اتباع مسار آخر باستخدام أدوات السياسة المالية لتوجيه إنفاق القطاع الخاص نحو الإعلام المحلي؛ على سبيل المثال، السماح للشركات بخصم نسبة أعلى من الإنفاق الإعلاني الموجّه إلى المنافذ الأردنية المسجَّلة من وعائها الضريبي، أو خفض ضريبة المبيعات على الاشتراكات الرقمية ونماذج العضوية. لن تلغي هذه التدابير منطق السوق، لكنها ستساعد في تصحيح جزء من اختلال التوازن القائم بين المؤسسات المحلية والمنصات العالمية.

أخيرًا، تتيح نماذج العضوية والدعم المجتمعي فرصًا لبناء علاقة مباشرة مع الجمهور، خصوصًا في الأسواق المتخصّصة أو المحلية. ومع توفير دعم تأسيسي متواضع، مثل منح Seed صغيرة، أو مساعدة تقنية في أنظمة الدفع الإلكتروني، أو تدريب على استراتيجيات التفاعل مع الجمهور، يمكن اختيار عدد من المنافذ لتجريب مخططات عضوية تجمع بين مساهمات مالية صغيرة ومنتظمة من الجمهور وتقديم قيمة مضافة لهم (مثل الفعاليات، النشرات البريدية، المواد التفسيرية، أو إتاحة تواصل مباشر مع الصحفيين). ويمكن للخبرات المستخلَصة من هذه التجارب أن تغذّي بلورة سياسة أوسع للإعلام القائم على الجمهور في الأردن.

الخاتمة

يقف النظام الإعلامي الرقمي في الأردن عند منعطف حاسم، تُشكِّله تحديات متداخلة في مجالات التنظيم، والتمويل، والتكنولوجيا، والقدرات المؤسسية. ففي حين تستفيد المؤسسات الإعلامية العامة من إعانات حكومية منتظمة ومزايا تنظيمية، تواجه المنافذ الإعلامية الخاصة والمستقلة عقبات متزايدة، من بينها تقلّص الإيرادات الإعلانية، وتجزؤ الدعم المقدم من الجهات المانحة، واشتداد المنافسة من المؤثّرين غير المنظَّمين والمنصات العابرة للحدود.

ويُفاقِم الجمود التكنولوجي من هذه الضغوط المالية. فعلى الرغم من تصدّر الأردن إقليميًا في مؤشرات الاقتصاد الرقمي، ما تزال مؤسساته الإعلامية بطيئة في تبنّي تقنيات الذكاء الاصطناعي والأدوات المتقدمة الأخرى، إلى حد كبير بسبب محدودية الموارد، وقصور التدريب، واستمرار الأسئلة الأخلاقية والقانونية من دون حسم. والنتيجة فجوة رقمية متسعة بين منافذ ذات تمويل جيد قادرة على التجريب والابتكار، ومؤسسات تعاني شُحًا في الموارد وتكافح من أجل البقاء. وتُضيف البيئة التنظيمية طبقة أخرى من عدم اليقين؛ فالأطر القديمة للترخيص، والنصوص الفضفاضة في قانون الجرائم الإلكترونية، والمتطلبات المهنية الصارمة، جميعها تساهم في تعزيز الرقابة الذاتية، وإعاقة الابتكار، وتثبيط الاستثمار في القطاع. وفي الوقت نفسه، تُضعف التحولات في سلوك الجمهور، وخاصة بين الأجيال الشابة المعتادة على محتوى مجاني وفوري، النماذج التقليدية للأعمال الإعلامية، وتزيد الحاجة الملحّة إلى التكيّف الرقمي.

والأهم أن هذه التحديات ليست منفصلة عن بعضها البعض؛ فالقوانين التقييدية والغامضة ترفع من المخاطر المتصوَّرة عند إطلاق منافذ أو صيغ جديدة، ما يثني المستثمرين عن الدخول في القطاع، ويحدّ من التجريب في المنتجات الرقمية. ثم تجعل تدفقات الإيرادات الضعيفة وغير المتكافئة من الصعب على غرف الأخبار الاستثمار في المهارات والتكنولوجيا أو في منتجات تتمحور حول الجمهور، الأمر الذي يعزّز الاعتماد على الدعم الحكومي والمنح القصيرة الأجل من الجهات المانحة. وبدوره، يؤدّي بطء وعدم تكافؤ تبنّي الذكاء الاصطناعي والأدوات الرقمية الأخرى إلى دفع الجمهور والمعلنين نحو المنصات العالمية التي توفّر تجارب أكثر تخصيصًا وجاذبية، ما يزيد من تقويض الأسس الاقتصادية للإعلام المحلي. وهكذا يجد عدد كبير من المنافذ الأردنية نفسها عالقة في حلقة مفرغة من انخفاض الاستثمار وضعف الابتكار.

ومع ذلك، تظلّ الفرص قائمة. فقصص النجاح المحدودة، مثل تجربة منصة «نبض»، تُظهِر الإمكانات الكامنة في نماذج الاشتراك أو الخدمات المدفوعة المصمَّمة خصيصًا لجمهور متخصص. وبالمثل، يمكن أن تشكّل مبادرات الحكومة في مجالات البنية التحتية الرقمية، وريادة الأعمال، وتكنولوجيا المستقبل نقطة انطلاق لإصلاح أوسع إذا ما جرى ربطها صراحةً باستراتيجيات تطوير الإعلام ومبادئ حرية التعبير. وعلى الصعيد الإقليمي، يتمتّع الأردن بميزة القدرة على الاستفادة من تجارب دول عربية

بدأت في ترشيد تشريعات الإعلام، وإلغاء تجريم بعض الأفعال المرتبطة بالنشر، أو دعم الصحافة المستقلة من خلال صناديق وحوافز شفافة.

وانطلاقًا من هذه المعطيات، يمكن تلخيص خارطة إصلاح واقعية في ثلاثة محاور مترابطة:

1. خفض المخاطر القانونية المحيطة بعمل الإعلام من خلال تضييق نطاق الأفعال المُجرَّمة بصياغات مبهمة، وتقليل الاعتماد على العقوبات السالبة للحرية في القضايا ذات الصلة بالإعلام، وتبسيط إجراءات الترخيص، وتوضيح الفروق بين الصحافة المهنية وأنواع المحتوى الرقمي الأخرى.
2. إعادة بناء الأسس الاقتصادية للإعلام المستقل عبر إصلاح منظومة الإعلان، وضمان توزيع أكثر عدالة للإعلان الحكومي، واستحداث حوافز ضريبية وتنظيمية تشجع الشركات على توجيه جزء من إنفاقها نحو المنافذ المحلية، ودعم التجريب في نماذج العضوية والاشتراك وغيرها من مصادر الدخل المتنوعة.
3. تسريع التحول الرقمي المسؤول عبر الاستثمار في مهارات غرف الأخبار، وتطوير بنية تحتية وأدوات مشتركة، واعتماد معايير حوكمة واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات في العمل الصحفي.

وعند تنفيذ هذه الخطوات في إطار متكامل بدلًا من مبادرات متفرقة، يمكن لقطاع الإعلام في الأردن أن ينتقل من مرحلة إدارة الأزمات المتكررة إلى التخطيط لصلابة طويلة الأجل، وأن يضطلع بدور أقوى في المساءلة الديمقراطية، والحوار العام، وتعزيز التماسك الاجتماعي في العصر الرقمي.

التوصيات

تنطلق هذه التوصيات من ثلاثة محاور مترابطة برزت في الدراسة: تخفيف المخاطر القانونية المحيطة بعمل الإعلام الرقمي، وإعادة بناء الأسس الاقتصادية للإعلام المستقل، وتسريع التحول الرقمي المسؤول والأخلاقي. وتهدف إلى ترجمة هذه الأولويات إلى خطوات عملية موجهة لصنّاع السياسات، والمؤسسات الإعلامية، والمانحين والشركاء الدوليين.

لأصحاب القرار:

- تخفيف المخاطر القانونية المحيطة بعمل الإعلام من خلال مراجعة تشريعات الترخيص والتسجيل والضرائب لتبسيط دخول الفاعلين الرقميين والمستقلين إلى السوق، وتضييق نطاق الأفعال المُجرَّمة بصياغات مبهمة في قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية، والانتقال التدريجي من العقوبات السالبة للحرية إلى العقوبات الإدارية في القضايا المتعلقة بالنشر والتعبير، بحيث تشجّع المنظومة القانونية الابتكار بدلاً من تقييده.
- تطوير هندسة تشريعية أكثر اتساقًا لقطاع الإعلام والفضاء الرقمي، تميّز بوضوح بين الصحافة المهنية وصناعة المحتوى التجاري ونشاط المؤثّرين، وتعترف رسميًا بالإعلام المحلي/المجتمعي، وتوفّر مسارات شفافة ومتوقعة للترخيص وتجديده وتسوية النزاعات، بما يحدّ من هامش التقدير الواسع في التطبيق ويزيد اليقين القانوني للمستثمرين.
- إعادة بناء الأسس الاقتصادية للإعلام المستقل عبر إصلاح منظومة الإعلان: وضع معايير واضحة وشفافة لتوزيع الإعلان الحكومي، واستحداث حوافز ضريبية وتنظيمية تشجّع شركات الاتصالات والقطاع المالي والقطاع الخاص الكبير على تخصيص جزء محدَّد من إنفاقها الإعلاني للمنافذ الأردنية المستقلة، ودراسة إنشاء صناديق مشتركة للتنمية الإعلامية والابتكار الرقمي تموَّل من القطاعين العام والخاص والجهات المانحة.
- ضمان أن أدوات الدعم الحكومي والتحفيز الاقتصادي لا تعمّق الفجوة بين الإعلام العام والمستقل، بل تُستخدم لتقليصها، من خلال توجيه جزء من الاستثمارات إلى تطوير البنية التحتية الرقمية والمهارات والتجريب في المؤسسات الصغيرة والمحلية (بما في ذلك خارج عمّان)، وربط هذا الدعم بالتزام واضح بالمعايير المهنية والأخلاقية.

للمؤسسات الإعلامية:

- تنويع نماذج الدخل بصورة منهجية عبر مزج الإعلانات مع خدمات "فريميوم" (مجانية مع مزايا مدفوعة)، والمحتوى برعاية تجارية مُعلَن بوضوح، والفعاليات، وخدمات الإنتاج للغير، ونماذج العضوية أو الاشتراك، مع استخدام بيانات الجمهور لمراجعة مدى جدوى هذه التوليفات بشكل دوري في السوق الأردني، بدل الاعتماد على مصدر رئيسي واحد للدخل.
- الاستثمار في بناء القدرات المؤسسية من خلال تخصيص الوقت والميزانية لتدريب الكوادر على الإنتاج متعدّد المنصات، والتفكير بمنطق المنتج الإعلامي، وبحوث الجمهور وتحليلاته، وتحقيق الدخل الرقمي، والأساسيات المتعلقة بالبيانات والذكاء الاصطناعي، بما يمكّن الفرق التحريرية والإدارية من التخطيط المشترك لنمو مستدام.
- تصميم استراتيجيات محتوى مخصّصة للفئات الشابّة والجيل الرقمي بالدرجة الأولى، باستخدام صيغ موجّهة للهاتف المحمول أولًا، وتنسيقات تفاعلية وتفسيرية، مع تجريب النشرات البريدية، والفيديو الرأسي القصير، وأساليب السرد القصصي على المنصات الاجتماعية التي تربط بين محتوى أنماط الحياة والترفيه من جهة، والقضايا ذات الاهتمام العام من جهة أخرى.
- إنشاء مساحات منظَّمة وحوافز للابتكار داخل غرف الأخبار، مثل مشاريع تجريبية داخلية، أو مشروعات «sandbox»، أو شراكات مع الجامعات والشركات الناشئة، تركز على الصيغ الناشئة (مثل البودكاست، والفيديو القصير، والرسوم واللوحات البيانية المعتمدة على البيانات)، وعلى تجريب مدروس لأدوات مدعومة بالذكاء الاصطناعي في مجالات التحقّق من المعلومات، والترجمة، وأتمتة سير العمل التحريري.

للمانحين والشركاء الدوليين:

- تحويل الدعم من تدخّلات قصيرة الأجل قائمة على مشاريع منفصلة إلى تمويل مرن ومتعدِّد السنوات يَمنح الأولوية لتعزيز صمود المؤسسات، بما في ذلك تغطية التكاليف التشغيلية الأساسية، وتطوير الأعمال، واعتماد التكنولوجيا، وإصلاحات الحوكمة الداخلية داخل المؤسسات الإعلامية.
- التصميم المشترك وتوفير رأس المال لصناديق مستقلة لتطوير الإعلام والابتكار الرقمي تكون منفصلة عن الحكومات وعن المنافذ الفردية، وتستطيع تقديم منح تنافسية، أو قروض، أو أدوات تمويل شبيهة بالأسهم للمؤسسات الإعلامية الأردنية الملتزمة بالصحافة ذات المصلحة العامة، والشفافية، والتحول الرقمي.
- الاستثمار في حاضنات ومراكز تدريب وابتكار مشتركة تُقام بالشراكة مع الجامعات، وكليات الصحافة، وشركات التكنولوجيا، وتجمع بين رؤساء التحرير، والخبراء التقنيين، ومديري

المنتجات، وقادة الأعمال، لتطوير مهارات في صحافة البيانات، والذكاء الاصطناعي، وتصميم المنتجات، ونماذج الأعمال المستدامة.

- دعم البحوث التطبيقية ودراسات فهم الجمهور حول أنماط استهلاك الإعلام في الأردن، ومستويات الثقة، والسلوك الرقمي، وضمان إتاحة نتائج هذه البحوث بصورة علنية، بحيث يتمكّن صنّاع السياسات والمؤسسات الإعلامية والجهات المانحة من مواءمة استراتيجياتهم مع الواقع الفعلي للسوق بدلًا من الاعتماد على الافتراضات.

References

المراجع

- Abdel-Aziz, M., & Ibrahim, A. (2022). Artificial intelligence in media and user engagement. Journal of Digital Communication, 14(2), 115–130.
- Abdulmajeed, H., & Fahmy, M. (2022). Privacy and security risks in AI-driven journalism. Arab Journal of Media Studies, 11(1), 44–61.
- Adaileh, S., & Alshawawreh, K. (2021). Artificial intelligence and combating misinformation in Arab media. International Journal of Media Innovation, 7(3), 201–219.
- Al-Ahmadi, I. M. (2024). Trends in research on the use of artificial intelligence in journalism. Arab Journal of Communication, 16(1), 1–25.
- Al-Ashry, M. (2023). Editorial challenges in AI-based journalism. Media Futures Review, 9(2), 78–96.
- Al-Brim, H., Khalil, Y., & Zayed, S. (2024). Deepfake and digital journalism credibility in Jordan. Middle East Media Journal, 18(1), 33–52.
- Al-Jwaniat, F., Khalaf, R., & Hijazin, A. (2024). Social media, restrictions, and freedom of expression in Jordan. Journal of Arab Media Policy, 12(1), 45–67.
- Al-Khawajah, L., Nassar, M., & Saleh, H. (2023). AI adoption in Middle Eastern media organizations. International Journal of Digital Media, 15(3), 101–120.
- Al-Naimi, A., Mansour, D., & Saeed, K. (2023). Predictive analytics in digital advertising. Journal of Communication Technology, 8(4), 256–274.
- Alshible, M., & Al-Salamat, R. (2023). AI applications in Jordanian municipalities. Jordanian Journal of Public Administration, 19(2), 89–110.
- Al-Zoubi, M. (2023). Personalization in Arab media through AI-driven analytics. Arab Communication Studies, 22(3), 155–176.
- Ali, R. (2021). Ethical standards in digital journalism: A critical perspective. Arab Journal of Media Ethics, 9(2), 45–70.
- Bdoor, H., & Habes, M. (2024). Ethical implications of AI use in Jordanian media. Journal of Media Studies, 17(2), 133–151.
- Duffy, M., & Maarouf, R. (2015). Digital manipulation and media ethics. Global Media Journal, 13(25), 1–17.
- Habes, M., Al-Hamad, R., & Tawalbeh, N. (2024). Artificial intelligence and Arab media practices: A comparative analysis. Middle Eastern Journal of Communication, 14(1), 55–72.
- Ishaqat, R. (2019). Deepfake technology and political communication in Jordan. Jordanian Political Science Review, 5(2), 201–218.
- Moati, A., & Mahdi, K. (2020). Ethics of artificial intelligence in journalism. North African Journal of Communication, 10(2), 66–85.

- Mohammed Mustafa, A. (2021). AI tools and media performance. Journal of Media Technology, 13(4), 98–112.
- Sakr, N. (2015). Streaming platforms and audience personalization in the Arab region. Media Studies Quarterly, 11(2), 44–61.
- Tahat, K., Al-Khatib, M., & Rawashdeh, Y. (2023). Process automation in media organizations. Journal of Digital Innovation, 7(1), 31–49.