

العنوان:	المرأة في الإعلام الإلكتروني دراسة تحليلية لقضايا المرأة في مدونات المرأة الأردنية الإلكترونية
المؤلف الرئيسي:	الخطيب، زين أكرم
مؤلفين آخرين:	ساري، حلمي خضر(مشرف)
التاريخ الميلادي:	2010
موقع:	عمان
الصفحات:	1 - 96
رقم MD:	554956
نوع المحتوى:	رسائل جامعية
اللغة:	Arabic
الدرجة العلمية:	رسالة ماجستير
الجامعة:	الجامعة الاردنية
الكلية:	كلية الدراسات العليا
الدولة:	الاردن
قواعد المعلومات:	Dissertations
مواضيع:	المرأة الأردنية ، حقوق المرأة ، المدونات الإلكترونية ، وسائل الإعلام
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/554956

الفصل الثاني

الإعلام الإلكتروني : الخصائص والاستخدام في الأردن

ليس الإعلام الإلكتروني سوى شكل من أشكال الاتصال الإنساني ، فلقد أدى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الإلكتروني في نهاية القرن الآفل وبداية القرن الحالي ، إلى إنتاج وسائل إلكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي عملت على إحداث تغيير في علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم وتأتي الانترنت في مقدمة هذه الوسائل دون منافس ، إذ عملت أكثر من أية وسيلة من وسائل الاتصال الأخرى على إحداث تغييرات جذرية في بنية العلاقات الاجتماعية بين الناس ، (ساري ، ٢٠٠٥) .

ويعتبر الإعلام أحد وسائل الاتصال التي يمكننا أن نقول أنها بدأت مع بداية البشرية ، وكان أول حوار أو تبادل للمعلومات بين أول بشر سكنوا الأرض إعلاماً، وتطور الإعلام عبر الزمان والعصور من كونه وسيلة اتصالية تعتمد على تبادل المعلومات ونقل الأخبار إلى معترك مهم ومؤثر قوي على حياة الشعوب والأمم .ولو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة وما وصل إلينا من مخلفاتها سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم وفي تسيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم وهذا ما نجده جلياً في الحضارة الفرعونية على سبيل المثال التي خلفت إرثاً مليئاً بالمعلومات ما زال العلم الحديث على الرغم من قفزاته الهائلة حائراً أمام فك بعض رموزها وطلاسمها ، (المسلمي ، ٢٠٠٥) .

وقد قاس بعض العلماء والباحثين تطور حياة بني البشر من خلال تطور وسائل وأدوات الإعلام من خلال التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل وأدوات الإعلام ، و من خلال التفسير الإعلامي للتاريخ وهو التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل الإعلام بمعنى أن تطور وسائل الإعلام هو العامل الرئيسي في إحداث التطور الاجتماعي للبشرية ، وأنه كما يوجد في التفسير المادي والتفسير السيكلوجي للتاريخ فهناك أيضاً التفسير الإعلامي للتاريخ ، وهو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي تبعاً لمراحل تطور الإعلام ، فهناك المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين) ثم المرحلة الخطية (النقش والرسم على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوخة على الجلود أو الورق) ثم المرحلة الطباعية (الصحف) وأخيراً المرحلة الإلكترونية (الراديو والتلفزيون والفيديو واستخدامات الكمبيوتر والأقمار الاصطناعية في الإعلام) .

ونستطيع القول أنه منذ بدأ أول حوار بشري بين شخصين أو طرفين وهما آدم وحواء تكونت أول عملية اتصالية بين طرفين تم خلالها إما نقل أفكار من طرف إلى طرف آخر أو تبادل معلومات ، وعليه فإن الإعلام يعتبر بما لا يدع مجالاً للشك أو الريبة أول علم تم استخدامه بين بني البشر وهو بذلك يصبح أباً للعلوم، (المسلمي ، ٢٠٠٥) .

وتطور الإعلام ، وتطورت وسائله وأساليبه وأدواته وأصبح واقعاً لا يمكن لبني البشر أن يتخلوا عنه ، بل وأصبح الإعلام هو المحرك الأساسي للرأي العام والمرآة العاكسة للأحداث . وكانت إلى عهد قريب وسائل الإعلام المكتوبة ولاسيما الصحافة هي المسيطر الأساسي على اهتمام الجماهير، لكن لا بد أن تتنوع وسائل الإعلام وتتعدد مصادره لكي يكون قادراً على إيجاد التفاعل الاجتماعي الضروري بما يقدمه من مضامين وأشكال تمثل خصائص الأمة الذاتية من عقائد وقيم وانفعالات ورغبات وتطلعات وأنظمة .

٢-١ تاريخ الاتصال الاجتماعي :

وفي هذه الجزئية من الدراسة سوف يتم الإشارة إلى تطور الاتصال الاجتماعي عبر التاريخ حيث يعتبر الباحثون أن هناك خمسة ثورات اتصالية قد حدثت خلال التاريخ الإنساني وهي : ، (المسلمي ، ٢٠٠٥) .

١- ثورة الاتصالات الأولى : وكانت عبارة عن التعبير بالكلام والرموز الصوتية ، وذلك قبل الميلاد بحوالي ٤٠٠٠ سنة .

٢- ثورة الاتصال الثانية :عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم وذلك منذ حوالي ٣٦٠٠ سنة قبل الميلاد ، ولكن الكتابة وحدها لم تكن كافية لحل مشكلات الاتصال ، فقد كانت الكتب البدائية باهظة الثمن ، وكانت حkra على رجال الدين ، وأبناء الطبقة الغنية.

٣- ثورة الاتصال الثالثة : وقد اقترنت بظهور الطباعة على يد "يوحنا جوتنبرغ" ، في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي .

٤- ثورة الاتصال الرابعة : وقد بدأت من خلال القرن التاسع عشر ، واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين ، وتتمثل في اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية

والتلغراف ، والتلفون ، والفونوغراف ، والقرص المسطح لتسجيل الصوت ، والسينما ، وخدمات الراديو المنتظمة ، والتلفزيون .

٥- ثورة الاتصال الخامسة : وقد بدأت منذ النصف الثاني من القرن العشرين ، وما زالت مستمرة حتى وقتنا الحالي ، ومن أمثلة نتائج هذه الثورة : ظهور الحاسب الآلي الالكتروني ، والأقمار الصناعية .

الأمر الذي يؤكد انه لم تعد توجد اليوم أمة تستغني عن الإعلام ، بل إن الأمم أخذت تتبارى في ميدان فسيح وتحولت وسائله وأجهزته إلى أسلحة شديدة الفعالية على الصعيدين الداخلي والخارجي ، وهو ضرورة من ضرورات الحياة العصرية المتحضرة ولازمة من لوازمها، وهو ركيزة اجتماعية غدتها ثمار النهضة الحديثة ومكنت لها بما أنتجته في الميدان الفكري والمادي.

ويربط بعض الدارسين الإعلاميين ازدهار الحياة ونموها ونشاطها و حيويتها بالقدرة على الاتصال الإعلامي ، ذلك أن هذه القدرة من شأنها تغذية حوار بناء ومثمر بين بني الإنسان يدفعهم إلى التعارف ثم التعاون ، كما يشير إلى ذلك ديننا الحنيف في آيات القرآن الكريم بقوله تعالى : " يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبًا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم " .

إن تنشيط الحوار وتعميق التعارف عبر العملية الإعلامية أمر يشغل بال الإعلاميين في كل مكان، وإن المعرفة المعزولة عن النشاط الإعلامي وفن الاتصال بالآخرين لا تلبث أن تنوي وتفقدها قدرتها على النمو الإيجابي ، كما أن النشاط الإعلامي المعزول عن مسيرة المعرفة يفقد تأثيره ويرواح في مكانه ويصبح تكرارا مملا يبعث على السأم والغثيان .

إذن لابد أن تتنوع وسائل الإعلام وتتعدد مصادره لكي يكون قادراً على إيجاد التفاعل الاجتماعي الضروري ، من هنا كان تنوع وسائل الإعلام من المحكي بداية ، ثم المقروء ، فالمسموع ، فالمرئي ، وأخيرا الالكتروني ، ومن الملاحظ انه مع إدخال وسائط إعلامية جديدة عبر التاريخ الإنساني ، فانه لا يجري أبدا التخلي كلية عن الوسائط الأقدم ، بل على العكس من ذلك ، فان الوسائط الأقدم تتعايش وتتفاعل مع القادمين الجدد ، لذلك فمن الضروري النظر إلى الوسائط كنظام في تغير دائم ، تلعب فيه عناصر مختلفة ادوار متفاوتة التأثير .

وهنا سيتم التركيز على وسيطة الإعلام الإلكتروني :
تعريفه والخصائص التي تميز بها ، والفروق الهامة بينه وبين الإعلام التقليدي ، وبعض أشكاله
وخصائصه ، بالإضافة إلى الإشكاليات التي تواجه انتشاره .

٢-٢ الإعلام الإلكتروني

يعتبر الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، وتكنولوجيا الحاسب الإلكتروني (الكمبيوتر) ،
قمة ما أنتجه العقل البشري من اختراعات ، والتي أطلقت الانترنت ، والصحافة الإلكترونية ،
وأدخلت الإنسانية إلى عصر تفاعلي ، بلا قيود وليس له حدود ، في التواصل بين الناس من كل
الأجناس ، كما فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل
بالاتصال إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية
والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات
ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته
المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق .

ففي شهر أكتوبر/تشرين الأول من عام ١٩٦٩ بدأ علماء من جامعة كاليفورنيا الأميركية تجربة
علمية مثيرة، لم يكن القائمون عليها يتصورون النتائج الباهرة التي ستثمرها، والأثر العميق الذي
سنتركه على مسيرة التاريخ الإنسان ، كانت التجربة العلمية محاولة لربط جهاز كمبيوتر في
مدينة لوس أنجلوس بكمبيوتر آخر في مدينة منلو بارك بخط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان
العمل معا في شكل نظام اتصال مغلق ، ولم تكن غاية أولئك العلماء الأميركيين بالطبع تسهيل
مهمات الحركات الثورية في العالم الثالث ، ولا توفير وسائل إعلام سريعة وإعلام حر وفعال
لدعاة الإصلاح والتغيير في العالم العربي والإسلامي ، وإنما كان هدفهم إبقاء أنظمة الصواريخ
النووية الأميركية فعالة، حتى بعد تعطل جزء منها في حرب مدمرة ، (أبو عيشه ، ٢٠٠٩) .

٢-٢-١ تعريف الإعلام الإلكتروني

مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام ، إلا أنها تلتقي في نقطة واحدة وهي أنه لا يمكن تحديد مفهوم دقيق للإعلام دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية وقد عرف " محمد خضر " الإعلام بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعليم والترفيه وإشباعاً لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر وهو كذلك ، العلم الذي يدرس إتصال الإنسان إتصالاً واسعاً بأبناء جنسه وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ردود فعل ، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك وبشكل آخر الإعلام هو عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة" ، (خضر ، ١٩٨٧) .

أما الإعلام الإلكتروني (Electronic media) هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية ، و تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث ، وقد غدا واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل ، فالمذيع لم يبلغ الصحيفة والتلفاز لم يبلغ المذيع ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدث يخضع الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط استخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة ، فلقد فرضت ظهور الإنترنت ومن بعدها الإعلام الإلكتروني واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنها لا تعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة وإنما هي وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته ، (ابو عيشه، ٢٠٠٩)

ويكفي علماً أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وحدها بلغ ٤٥,٨٦١,٣٤٦ مستخدماً يمثلون ١٣% من تعداد السكان، ونسبة ٨.٨% من المستخدمين في العالم، ونسبة تضاعف بلغت ١,٢٩٦.٢% خلال السنوات الثماني الماضية (٢٠٠٨-٢٠٠٠)، و ٤٩١.٤% في العام الأخير فقط، ويتضاعف هذا الرقم في ظل ثورة المعلومات الإعلامية والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام، فبثت القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول، وكذلك تطوير شبكات المحمول والإنترنت و تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة توازي التصفح على الحواسيب، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة على مستوى العالم ما يفوق أربع مليارات مستخدم، ولم يتوقف التغير على الوسيلة الإعلامية فقط أو كم الجمهور وإنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي، أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي والتي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني، (موقع المبادرة العربية للإنترنت حر، www.openarab.net) .

كل ما سبق وغيره مما يصعب حصره من الأسباب تؤكد أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل، ومن ثم وجب الاهتمام به، والدليل على ذلك اتجاه الصحف إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني، فقد أثبت في سنوات عمره القليلة أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيراً ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد .

كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلاً لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص، ولعل الضجة الإعلامية التي أثارت حول الإعلام الإلكتروني لم تأت من فراغ، حيث يشكل إحدى إنجازات الثورة التكنولوجية، وقد ساد الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة ساحة الثقافة ويؤكد على محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد التي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر، حتى جاز للبعض أن يطلق عليها ثقافة التكنولوجيا، ثقافة الاتصال، ويمكن القول أن الإعلام الإلكتروني هو "عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والأهداف، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه

يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدية بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ، ومؤثرة بطريقة أكبر وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت ، والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين .

٢-٢-٢ خصائص الإعلام الالكتروني

هناك خصائص كثيرة تميز الإعلام الالكتروني عن غيره من أشكال الإعلام التقليدية الأخرى ومن أهم هذه الخصائص نورد مايلي : ، (ناصر ، ٢٠٠٩) .

أولاً : الوسائط المتعددة : لأول مرة تستطيع وسيلة إعلام واحدة جمع كافة أشكال وسائل الإعلام الأخرى في وسيط واحد ، فقد أتاحت الانترنت لوسائل الإعلام أن تجمع بين النص المكتوب و المسموع والمرئي في وسيط واحد ، حيث أصبح بإمكان المتلقي قراءة ومشاهدة وسماع خبر أو تقرير أو تحقيق ، الأمر الذي أدى إلى زيادة مصداقية هذه الوسيلة قياساً بالوسائل الأخرى خاصة عند مراعاة مبادئ ومواثيق العمل الإعلامي ، وبالتالي نجم عن هذه الخاصية أن حدث تغير في مفهوم العمل الصحفي وأدواته ، بحيث بات على الصحفيين العاملين في هذه الوسيلة الإلمام بطرق عمل هذه الوسائل جميعها والتعامل مع أدواتها التقنية .

ثانياً : الترابطية : لقد سمحت تقنيات شبكة الانترنت لوسائل الإعلام روابط داخلية وخارجية سواء للمواقع أو للمواد الإعلامية الأمر الذي وفر قدراً هائلاً من المعلومات وفرض متغيرات في طريقة عمل المحررين ، أن ميزة استخدام الروابط على المواد المنشورة سلفاً سواء داخل أو خارج المواقع أو الربط مع مواقع خارجية أتاح للمحررين التخلص من عناء تذكير القارئ بالتطورات السابقة أو في تعريفه بالمفاهيم والمؤسسات وغيرها ، كما أتاحت هذه الخاصية للمتلقي أن يحصل على قدر كبير من المعلومات تضعه في كافة تصورات الحدث ودون عناء البحث عن مواد أرشيفية .

ثالثاً : الحرية والتفاعلية : قد لا تكون هذه الخاصية ذات قيمة مضافة صافية للإعلام الالكتروني لان الميزة تكمن في أن المتلقي يستطيع الإدلاء برأيه بحرية أكبر بكثير من أي وسيلة إعلام أخرى ، وهذا الإدلاء بالرأي يكون بالحجم الذي يريد وفي الوقت الذي يحدده هو لا المحررون

كما أن هذه الخاصية أصبحت مصدرا مهم للمعلومات وللتنبية إلى القضايا والمشاكل التي تهم الجمهور، ومقياسا لمعرفة توجهات وأراء جمهور وسيلة الإعلام ، وبالتالي فقد أسهمت في إعادة صياغة السياسات التحريرية لوسائل الإعلام ، كما سمحت لبعض المواقع أن تلتقط كفاءات مهنية من بين المعلقين .

رابعا : السرعة والسهولة ولا محدودية المساحات : حيث سمحت تطورات تقنية الانترنت والتقنيات الأخرى لوسائل الإعلام أن تعمل بشكل أسرع من بقية الوسائط الإعلامية الأخرى ، ففي الصحافة الالكترونية أصبحت وسائل الإعلام أكثر سرعة في نشر الأخبار العاجلة بحيث لا يتطلب الأمر أكثر من كاميرا هاتف محمول ومسجلة وجهاز كمبيوتر محمول يمكن أن تجتمع هذه الأجهزة جميعها بجهاز المحمول وبالتالي نقل الحدث أول بأول بالصوت والصورة والنص كما سمحت الانترنت للمحررين بتجديد الأخبار والمواد الإعلامية على مدار الساعة لا بل تدارك الأخطاء في حينها ، ووفرت كذلك للصحفيين وسيلة إعلام رخيصة نسبيا وقليلة التكاليف قياسا بكل الوسائل الأخرى ومع ذلك فهي وسيلة لا تعرف حدودا ، فبإمكان المحرر إدراج كميات لا متناهية من المعلومات على الشبكة دون النظر إلى كمية الورق المستهلك أو وقت البث أو قدرة الاستوديوهات وغيرها

خامسا : سحب المعلومة لا دفعها :كما أتاحت تقنيات الانترنت للمتلقي أن يطلب المعلومة التي يريد في الوقت الذي يريد ، بحيث أصبح المتلقي يحدد نوعية المعلومات التي يرغب أن يطالعها بعيدا عن أولويات محرري وسائل الإعلام وديكتاتوريتهم ، مما أدى إلى زيادة التنافسية بين وسائل الإعلام ، الأمر الذي أدى بالتالي في كثير من الأحيان إلى تحسين عمل وسائل الإعلام وجعلها أكثر التصاقا بأولويات الجمهور و أكثر ديمقراطية .

سادسا : استرجاع المعلومات : كما وفرت تقنيات الانترنت للصحافي والصحافة بشكل عام سهولة استرجاع المعلومات قياسا بأي أوعية معلومات أخرى ، كما توفر المواقع الإعلامية قسما خاص لعملية البحث واسترجاع المعلومات سابقة النشر .

٢-٢-٣ العلاقة والفروق بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي

في هذه الجزئية سوف نتعرف على طبيعة العلاقة بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي و أهم التوافقات والفروقات بينهما ، والتي يمكن حصرها من خلال النقاط التالية : (ابو عيشه ، ٢٠٠٩).

١- إذا كانت الصحافة هي السلطة الرابعة، فمن الطبيعي أن تحتاج هذه السلطة إلى رقابة ما وهذه الرقابة لا تكون بالمنع أو الحبس بالتأكيد حيث أن الرأي لا يواجهه سوى الرأي الآخر، وعلى هذا فإن أهم أدوار الإعلام الإلكتروني المستقل هو ممارسة الرقابة على الإعلام التقليدي سواء كان ذلك بالنقد أو الإشادة وهو الدور الذي تقوم بها الكثير من المدونات.

٢- لا يمكن مطالبة الإعلام الإلكتروني المستقل بالالتزام بمعايير الإعلام التقليدي من حيادية وموضوعية، ففوة الإعلام الإلكتروني المستقل في الأساس تتبع من تنوعه ومن تعبيره عن رؤية الأفراد للحدث الواحد والقارئ في النهاية هو الحكم، كما أن تغطية نفس الحدث من أكثر من جهة ، يعطى زوايا وأبعاد أخرى مختلفة للموضوع مما يرسم صورة إجمالية للحدث أو الموضوع .

٣- يجب المحافظة على مساحة الحرية المطلقة التي يتمتع بها الإعلام الإلكتروني المستقل، حيث تلعب هذه المساحة دوراً هاماً في تميزه عن عمل الصحافة التقليدية، فالأخبار والمعلومات التي لا يمكن نشرها في الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي يتم نشرها من خلال المدونات والإعلام الإلكتروني المستقل .

٤- يظل الجانب القانوني في علاقة الصحافة الورقية بالإعلام الإلكتروني المستقل من الجوانب الغامضة التي تحتاج إلى بحث خصوصاً على صعيد حقوق الملكية الفكرية، فهل نشر صحيفة لصور التقطها مدون يعتبر تعدى على حقوق ملكيته الفكرية وهل من حق المدون في هذه الحالة المطالبة بتعويض مادي من الصحيفة، طبعاً هذا إلى جانب نشر تدوينات كاملة دون استئذان المدون.

٥- رغم أهمية الإعلام الإلكتروني ، فلا يمكن لها أن تلغي الدور الذي تقوم به الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي ، والسبب ببساطة أنه لا يمكن لفرد واحد - مدون - أن يقوم بالدور الذي تلعبه مؤسسة صحفية كاملة من تغطية جميع الأحداث بشكل يومي أو

أسبوعي، كما أن النقطة الأقوى للمدونات التي تجعلها متقدمة على الصحافة الورقية ليس في أسبقيتها في نشر الخبر، بل في معالجتها للأحداث بطريقة مبتكرة وبلغة حية تخلو من برودة الأسلوب الحيادي .

أما فيما يتعلق بالفروق بين الإعلام الإلكتروني وبين الإعلام التقليدي فهي تتمثل فيما يلي : ، (ناصر، ٢٠٠٩) .

1-المساحة الجغرافية :

يمكن للموقع الإعلامي أن يصل - عن طريق الانترنت - إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جدًا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة - في أغلب الأحيان - بحدود جغرافية محددة. وحتى إذا تمكنت بعض وسائل الإعلام التقليدية من تجاوز "محلّيتها" فإنها لا تضمن نشر رسائلها الإعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم ، لذلك تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها في الانترنت.

٢ - عامل الكلفة :

يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزءا من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويضمن له في الوقت نفسه عددا أكبر من القراء، ولكن هناك إشكالية تعترضنا في هذا المجال ، حيث يمكن لمدير الصحيفة من تغطية ميزانية الجريدة من خلال النسخة الورقية ، ويمكن أن يغطي جزءا آخر من الميزانية من مرد ودية الإشرارات ، وهذا ما يختلف عند الحديث عن تأسيس موقع إلكتروني للصحيفة من ناحية المردودية ، وهنا نلاحظ عامل الكلفة بالنسبة للصحيفة ، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توافق بين إصدار أعداد ورقية ، وفي نفس الوقت تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الانترنت.

٣ - عنصر التفاعلية :

إن أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الإلكترونية عن الصحيفة الورقية ، بل وتميز الإعلام الإلكتروني الجديد عن الإعلام التقليدي القديم ، هي ميزة التفاعل ، والذي يكون في بعض الأحيان مباشرا، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التفاعل المباشر مع مصممي الموقع و عرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع ، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين ، والمحادثة "Chating" حول مواضيع يتناولها الموقع ، أو يطرحها زوار

ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية ، كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها ، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني .

وأهم خاصية أتاحتها الانترنت في هذا المجال هي عملية التفصيل الشخصي للمعلومات "Personnalisée" وينتج عن هذه الخاصية إتاحة إمكانية لزائر الموقع لاختيار المواضيع أو المقالات الإخبارية، أو خدمات يرغب المستخدم في الحصول عليها بشكل مسبق ، وفي جميع الأحوال لا ينبغي ظهور هذا النوع الجديد من الإعلام بكل ما يمتلك من خصائص مهمة أن يحجب عنا بعض الإشكاليات والمساوئ التي يحتمل أن ترافق الإعلام الإلكتروني ، حيث تطورت تقنيات التزييف بشكل كبير، وخاصة مع ظهور الأجيال الحديثة من الحواسيب المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور، كما أن ترويج هذا النوع من "الأخبار" الزائفة أصبح أكثر سهولة من خلال الانترنت.

٤- خاصية التنوع :

كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة التقليدية "الورقية"، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحليل، والمساحات الأخرى كالإشهار ، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحليل ، وبين تلبية حاجيات الجمهور .

وهنا جاء دور "نسيج " الانترنت الذي يسمح بإنشاء صحف متعدّدة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعدّدة من الاهتمام وطريقة النصوص الفائقة "Hyper text" هي المحرك لهذا التنوع في الإعلام والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطا مختلفة من المقاربات ، والمصادر والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع .

٥ - خاصية المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي "مستخدم الانترنت" ، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت ، أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجا فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالإنترنت والتعامل معها بالإضافة إلى وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات ، وتخزينها بمختلف الأشكال والطرق. وكلما ازدادت قدرات الحاسوب ، ازدادت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية .

أما على المستوى الإعلامي تبرز خاصية المرونة ، من خلال قدرة المستخدم على الوصول - بسهولة - إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة ، والتميز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد ازدادت كثيرا مع ظهور الانترنت التي سهلت كثيرا من عمليات تركيب الصور ، وتعديل الأصوات وغيرها .

ويرى فريق الخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي، يتسم بما يلي : (ابو عيشه ،

(٢٠٠٩)

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه.
- تخطي حدود الدول.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الإعلامية .
- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.
- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي .

وعليه يعتبر الإعلام الإلكتروني الحديث كغيره من أمور العصر ، بات في مفترق طرق ، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية ، والثقافية ، مازال التنظير له تائها بين العلوم الإنسانية ونظريات المعلومات والاتصالات ، وعلى ما يبدو فإن الإعلام يحمل في جوفه تناقضا جوهريا ، يكمن في حيرته بين رسالة الإعلام وهي الإعلان وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصلحة المحكومين ، وما بين غايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التي تعطي الأولوية للإعلام الترفيهي لا التنموي وقد بدت مظاهر التناقض الجوهري أكثر وضوحا في ضوء متغيرات عصر المعلومات .

وكما هي الحال على جبهتي اللغة والتربية ، حيث بات الإعلام في أمس الحاجة إلى رؤية جديدة ومغايرة ، فالمنظومة الإعلامية بصورتها الحالية تعد مثالا صارخا لإساءة استخدام التكنولوجيا، ويكفي دليلا على ذلك ، تلك الهوة الفاصلة بين غايات الإعلام وواقعه ، وبين زيف أقنعه وحقيقة دوافعه .

ونشير هنا أيضا إلى المنافسة بين المواقع الإعلامية الالكترونية التي قد تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطورا من الناحية التقنية والأكبر حجما على مستوى المضمون ، كما أن هذه المنافسة قد تساهم في التخفيف من طموح وسائل الإعلام المحلية التي ترغب في احتلال مساحة ما على الانترنت خدمة لمصالح جمهورها والذي نجده - الجمهور - قد يتخلى عن وسائل الإعلام المألوفة له ، لصالح وسائل أخرى لها القدرة على مدّه بالمعلومات التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية ، كما هو الشأن في أغلب دول العالم الثالث ، وفي كل الأحوال يمكن أن يجد إعلامنا مكانة داخل الانترنت ، بالرغم من السيل المعلوماتي .

٢-٢-٤ أشكال الإعلام الإلكتروني

أما بالنسبة لأشكال وتطبيقات الإعلام الإلكتروني والانترنت فهي متعددة ، وهنا سوف ندرج أهمها التي تتمثل فيما يلي : ، (ناصر ، ٢٠٠٩) .

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و" حزم النشر الصحفي".
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشفة الإلكترونية.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة : تواصلية ومعرفية وترفيهية .
- المدونات.(Blogs) (ونظرا لأهمية هذا الشكل من أشكال الإعلام الإلكتروني سوف نفرده فصلا خاص هو ما يتضمن لب هذه الدراسة) .
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:

- البث الحي على الهاتف الجوال.
- بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS
- بث خدمات الأخبار العاجلة.

٢-٢-٥ الإشكاليات التي تواجه انتشار الإعلام الإلكتروني

- لا بد من تسليط الضوء على أهم الإشكاليات التي تواجه انتشار الإعلام الإلكتروني نظرا لأهمية هذه الجزئية في دراسة هذه الوسيلة الإعلامية ، وهذه الإشكاليات والصعوبات تتمثل فيما يلي :
- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة و مصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
 - ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
 - ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
 - عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
 - تفتيت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
 - انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.
 - ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

٢-٣ الإعلام الإلكتروني في الأردن

تعتبر الأردن من الدول التي تتمتع بحرية نسبية في قطاع الاتصالات والإنترنت ، فهي من الدول العربية التي تشهد نمواً سريعاً في قطاع الاتصالات والإنترنت بل تكاد تكون الأكثر ريادة فيما يتعلق بخصخصة القطاع وتعزيز قيم التنافسية بطريقة تعود على المستهلك بالنفع الكبير ، ويشرف على هذا القطاع الهام "هيئة تنظيم قطاع الاتصالات" والتي تأسست بموجب قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ كمؤسسة حكومية مستقلة، وتشرف تلك الهيئة على قطاعين هما: قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وقطاع البريد. وقد تم الإبقاء على استقلالية الهيئة مع تحويل وزارة البريد والمواصلات إلى وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات عام ٢٠٠٢.

ففي عام ١٩٩٧ تم تحويل مؤسسة الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى شركة مملوكة للحكومة بالكامل هي شركة الاتصالات الأردنية، وتم بيع أسهمها تدريجياً عبر الأعوام التالية لتمتلك "فرانسيس تلكوم" معظم أسهمها بنهاية ٢٠٠٦. وفي عام ١٩٩٩ تم منح رخصة لتقديم خدمة الهاتف النقال لشركة البتراء "موبايلكم" لتصبح ثاني شركة، تلتها شركة "أمنية" في نهاية ٢٠٠٤ لتصبح الشركة الثالثة في السوق.

وفي بداية ٢٠٠٥ تم إنهاء احتكارية شركة الاتصالات الأردنية لخدمة الاتصالات الثابتة وفتح سوق الاتصالات الثابتة بالكامل، ومُنحت الشركة البحرينية الأردنية للتقنية والاتصالات/ بتلكو الأردن رخصة تقديم خدمات الاتصالات الثابتة. وكان لهذا التدرج السريع في تحرير سوق الاتصالات وفتح باب المنافسة أمام الشركات أثر كبير في تخفيض تعريفة المكالمات. وبلغ عدد مشتركى الهواتف النقالة في ٢٠٠٧ نحو ٤,٧ مليون خط، ثم ٥,٣ مليوناً عام ٢٠٠٨ بنسبة انتشار تعادل ٩١% تقريباً، أما عدد الهواتف الثابتة فيبلغ نحو ٥١٩ ألفاً ، وبلغ حجم الاستثمارات في ذلك القطاع بشقيه نحو ٨٨ مليون ديناراً (حوالي ١٢٤.٢ مليون دولار) عام ٢٠٠٨ بالإضافة إلى ٢٢ مليون دينار استثمارات في خدمات الإنترنت ، ويساهم قطاع الاتصالات بما يزيد عن ١٠% من الدخل القومي للمملكة .

أما فيما يتعلق بعدد مستخدمي الإنترنت ، وحسب الإحصاءات الرسمية، فإن عدد مشتركى الإنترنت ارتفع بالكاد من ١,٣% عام ٢٠٠١ إلى ٤% عام ٢٠٠٨ ، أي حوالي ٢٣٠ ألف مشترك. لكن ثمة زيادة طفيفة في عدد المستخدمين بين عامي ٢٠٠٦ - ٢٠٠٨، حيث قفز من ٧٧٠ ألف مستخدم إلى ١,٥ مليون مستخدم . وباعتبار الرقم الأخير فإن نسبة انتشار الإنترنت في الأردن بنهاية ٢٠٠٨ هي ٢٦% وتكون بذلك في مرتبة متقدمة عربياً، وتشير تقارير إلى أن

النسبة بلغت ثلث الأردنيين في ٢٠٠٩ ، الفضل في ذلك يعود - كما يؤكد معظم المراقبين - إلى اشتعال المنافسة وحرب الأسعار في عام ٢٠٠٧، فقد كان أحد أهم الأسباب وراء قلة انتشار الإنترنت وجود "شبه اتفاق ضمني" بين شركات تزويد خدمات الإنترنت في الإبقاء على أسعار تحقق هامش ربح عالٍ نسبياً، وبالرغم من العديد من المبادرات التعليمية التي قام بها القطاع الخاص والأكاديمي والرسمي فقد بقي الإنترنت واسع النطاق ADSL المتاح منزلياً بعيد المنال للغالبية العظمى من فئات المجتمع ، في يونيو ٢٠٠٧ دخلت الشركة "أورانج" إلى سوق الإنترنت ضمن منظومة شركة الاتصالات الأردنية، وكان لدخولها أثراً سريعاً، إذ خفضت الشركة أسعار الاشتراك السنوي في الإنترنت واسع النطاق بنسبة تقارب الثلث حتى وصلت إلى ١٢ قرشاً أردني (نحو ١٦ سنت أمريكي) في اليوم للخط بسرعة ١٢٨ كيلوبايت وتزيد ، وبعد ذلك قررت شركة باتلكو الأردن أن تشعل المنافسة بتخفيض الاشتراك إلى ١٠ قروش .

وهكذا استمرت المنافسة مع تقديم شركتي أمينة وزين خدمة الإنترنت اللاسلكي Wireless. وقد وصلت الأسعار حالياً إلى معدلات - لا تزال مرتفعة - لكن معقولة نسبياً، فبعدما كان الاشتراك في خط بسرعة ٢٥٦ ك.ب/ثانية يكلف ما يزيد عن ٣٠٠ دينار أردني سنوياً حتى منتصف ٢٠٠٧. أصبح الآن (في ٢٠٠٩) الاشتراك في خط ٥١٢ ك.ب/ثانية - أي ضعف السرعة - يكلف أقل من ثلثي المبلغ - أي نحو ٢٠٠ ديناراً سنوياً. مع ملاحظة أن الأسعار السابقة لا تشمل الضرائب، (موقع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية ، www.trc.gov.jo) .

و رغم أن قطاع تكنولوجيا المعلومات حديث النشأة في الأردن إلا أنه يسير بوتيرة متسارعة لكي يأخذ مكانه في الخريطة الإقليمية والعالمية ، وتعتبر الأردن واحدة من الدول العربية التي تشهد نهضة كبرى في مجال تكنولوجيا المعلومات وبالتالي يكتسب استخدام الإنترنت أهمية مضاعفة، والهدف الأساسي كما أعلنته الحكومة هو تحويل الأردن لمنطقة جاذبة للاستثمارات في هذا المجال ، وقد أوضحت الحكومة الأردنية رؤيتها لمجال الاتصالات والمعلومات في وثيقة السياسة العامة للحكومة التي أقرها مجلس الوزراء في ٤ سبتمبر ٢٠٠٣ والتي جاء فيها التزام الحكومة بتنفيذ عدد من المبادرات التي تهدف إلى تحقيق سياستها باتجاه تنمية المشاركة الرقمية، وتحفيز الطلب على خدمات الإنترنت بشكل خاص، وفي الوقت نفسه التأكيد على إعطاء الأهداف الخاصة بهذا السوق أولوية كبيرة وإزالة أي عقبات تعيق تنفيذ هذه السياسة .

انتشرت أنماط الإعلام الإلكتروني في الأردن مؤخراً ، وبشكل يتناسب مع الانتشار الهائل لها في الإعلام العالمي ، ولأن الأردن جزء من العالم العربي والدول النامية التي لا زالت تترجح

تحت وطأة التشريعات المقيدة لحرية التعبير والتجمع والتنظيم ، فإنه من المنطقي أن يكون التأثير الهيكلي للإعلام الإلكتروني على نسق الحريات العامة في الأردن تأثيراً جوهرياً وربما ثورياً في بعض الحالات .

كما أن صناعة الإعلام الإلكتروني باتت فرصة كبيرة للإعلاميين في الأردن ، ويتسابق الصحفيون المحترفون على تأسيس مواقع متعددة للإعلام الإلكتروني مستفيدين من الحرية الواسعة في التحرير والنشر والتعليق والتي تتجاوز كل ما هو متاح في وسائل الإعلام التقليدية ، إضافة إلى تزايد شعبية هذه الوسائل الإعلامية والتي تتميز بالحصول على الخبر السريع وفتح المجال أمام التعليقات والآراء المختلفة.

الإعلام الإلكتروني في الأردن هو حالياً إعلام بوابات إعلامية Portal وهي مواقع إخبارية يقوم على تحريرها مجموعة من الإعلاميين ولها تبويب يشبه الصحافة التقليدية ، والنوع الآخر هو المدونات Blogs والذي يقوم بتحريره الأفراد سواء من الصحفيين المحترفين أو الهواة وهو الأقل انتشاراً وتأثيراً في الأردن .

أما فيما يتعلق بقانون الاتصالات والانترنت في الأردن فعلى الرغم من عدم وجود تشريعات شاملة خاصة باستخدام الإنترنت في الأردن، إلا أن الدولة تسعى لملء هذا الفراغ واستحداث القوانين التي تغطي كل نواحي الاستخدام، ولكنها حتى الآن لم تقدم تشريعات خاصة بالنشر على الإنترنت أو بخصوص إساءة الاستخدام، ويركز قانون الاتصالات الأردني على تحديد تنظيم خدمات الاتصالات وفقاً لسياسة الحكومة، ويركز القانون أيضاً على الحد الأدنى لدرجة جودة الخدمة التي يجب على مقدمي خدمات الاتصالات الالتزام بها ، وتكاد كل المصادر تجمع على أن استخدام الانترنت في الأردن يحظى بحالة من الحرية لا تعرفها الكثير من الدول العربية، وتؤكد الحكومة بشكل رسمي أنه لا توجد رقابة أو حظر يتم ممارسته على محتويات المواقع أو على الاتصالات الالكترونية المختلفة من مجموعات الأخبار أو الرسائل الالكترونية أو أي شكل من أشكال استخدام شبكة الإنترنت ،(موقع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية ، www.trc.gov.jo) .

وتعتبر مقاهي الإنترنت في الأردن إحدى الوسائل الهامة للتعامل مع الشبكة خاصة بالنسبة للشباب والطلبة الذين لا يمتلكون أجهزة كمبيوتر شخصية، أو لا يملكون القدرة على دفع اشتراك للإنترنت، وتبلغ تكلفة ارتباط المقهى الواحد بشبكة الإنترنت حوالي ٣٢٠٠ دينار شهريا (٤٤٨٠ دولار) وهو رقم كبير، ولكن أصحاب المقاهي يقولون إنها تمثل استثمارا جيدا رغم تقديمهم للخدمات بسعر معتدل (٠.٤٨ دولار) للساعة الواحدة ، وتشير بعض الأرقام المتوافرة أن عدد مقاهي الإنترنت يبلغ حوالي ٥٠٠ مقهى وتشير إحصائيات إلى أن الفئة العمرية من ١٨-٢٢ عاما شكلت النسبة الأكبر من رواد مقاهي الإنترنت في عمان وإربد أكبر مدينتين في الأردن حيث بلغت نسبتهن أكثر من ٤٤% (٣٥)، وأن أكثر استخدام للإنترنت بين الشباب هو المحادثة الالكترونية أو "الشات" حيث تشكل ما نسبته ٨٥% من أنواع استخدام الإنترنت في الأردن .

وفيما يتعلق بمقاهي الإنترنت تمتلك الأردن رقما عالميا فريدا في شارع "شفيق أرشيد" (شارع الجامعة) في مدينة إربد، نتيجة قربها من جامعة اليرموك ثانية الجامعات الأردنية والتي تجتذب آلاف الطلبة العرب والأجانب بالإضافة إلى الأردنيين وصل عدد مقاهي الإنترنت في هذا الشارع إلى ما يزيد عن ١٣٠ مقهى يرتادها في المتوسط ١٢٠ شخص يوميا ، ولا توجد قيود صارمة للحصول على ترخيص بافتتاح مقهى للإنترنت، ولكن في الفترة الأخيرة أصدرت الحكومة قرارا بتخفيض عدد الساعات التي تعمل فيها هذه المقاهي بعدما كانت تعمل على مدار الساعة ، وفي الوقت نفسه لا يوجد أي حظر على تصفح مواقع معينة من المنبع بشكل رسمي ولكن معظم المقاهي مزودة بنظام "فاير وول" لحجب بعض المواقع اتوماتيكيا ولكن هذا الأمر لا يمنع الزوار من الشباب والفتيات من زيارة أي مواقع بما فيها المواقع الإباحية كما تؤكد التقارير الصحفية .

ومن الظواهر اللافتة للنظر أيضا أن الاستطلاع الذي أجرته دائرة الإحصاءات العامة والذي شمل (١٠٠٠) عائلة أردنية أثبت أن الذكور أكثر استخداما للكمبيوتر والإنترنت من النساء، ولكن هذا الأمر أخذ في التغير مع ارتفاع عدد الفتيات اللواتي يرتدن مقاهي الإنترنت بشكل واضح .

كما أكدت إحصائيات حديثة صادرة عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردني تضاعف عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن أكثر من ٦ مرات خلال السنوات السبع الماضية ليسجل مع نهاية العام ٢٠٠٨ حوالي ١.٥ مليون مستخدم أي ربع سكان المملكة الذين يزيد عددهم عن ٦ ملايين نسمة ومع توسع حاجات المستخدمين ودخول أكثر من مشغل على خط الخدمة زادت

نسبة الانتشار للاستخدام خلال فترة المقارنة من ٤.٨ بالمائة نهاية العام ٢٠٠١، إلى ٢٦ بالمائة نهاية العام ٢٠٠٨ ، فيما تسعى الحكومة بالتعاون مع القطاع الخاص لزيادة هذه النسبة إلى ٥٠ بالمائة مع نهاية العام ٢٠١١ عبر إجراءات بدأ بعضها بالتبلور فيما يجري العمل على إقرار بعضها الآخر، ويعمل في سوق الانترنت المحلية ٨ مزودين رئيسيين للخدمة بطرقها التقليدية التي ترتبط بالبنية التحتية للخط الثابت، فيما دخلت خلال الأعوام الثلاثة الماضية أربع شركات تقدم الخدمة عبر تقنية الواي ماكس اللاسلكية ، (موقع دائرة الإحصاءات العامة ، www.dos.gov.jo).

و أشارت دراسة عالمية أن مستخدمي الإنترنت في الأردن يبلغ ١٩ لكل ألف شخص في عام ٢٠٠٣ ، وحتى عام ٢٠٠١ كانت كثافة الحاسبات في الأردن تصل إلى ٣.٢٨ حاسب لكل مائة نسمة وهو ما يعني أن الأردن كانت تحتل المرتبة الخامسة بعد الإمارات والكويت والسعودية وعمان ، وفي إطار التطور التكنولوجي تسعى الأردن إلى تجاوز النقص أو الضعف لديها وذلك من خلال مشروع شبكة الجامعات الحكومية وهو جزء من مشروع الشبكة التعليمية التي تهدف إلى ربط ما يزيد عن ١.٥ مليون طالب بشبكة المعلومات، (موقع الجزيرة نت ، www.aljazeera.net).

وما زالت أسعار الاتصالات مرتفعة مقارنة مع الدول المتقدمة مما يحول دون انتشار الإنترنت حيث يبلغ متوسط ساعات استخدام الإنترنت في الأردن ما بين (٤٠ - ٥٠) ساعة شهريا بكلفة تتراوح ما بين (١٥ - ٢٠) ديناراً وهو ما يفوق مقدرة الأردنيين الاقتصادية ويبقى استخدام الإنترنت مقتصرًا على القادرين على الدفع ، إلا أن عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن والذي بلغ طبقاً لموقع النادي العربي لتقنية المعلومات والإعلام، نحو نصف مليون مستخدم ، نصفهن من الإناث ، يعد نسبة كبيرة ومتقدمة بالنسبة لباقي البلدان العربية باستثناء بلدان مجلس التعاون الخليجي ، ويبقى أن الأردن ورغم بعض التخبط الذي يعاينه قطاع الاتصالات ، ضمن الدول المبشرة في العالم العربي ، ليأتي كاستثناء ، ومثال يمكن لدول أخرى الاقتداء به ، (موقع مرصد الأردن ، www.jordanwatch.net).