المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة

National Center for Human Resources Development

هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة

Technical and Vocational Skills Development Commission

مشروع المنــار

Al-Manar Project

الفجوة بين جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

إشراف

أ.د. عبد الله يوسف عبابنة

آب 2025

بدعم من هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة

Technical and Vocational Skills Development Commission

هاتف : 5331451962 - 6 -+	Phone : +962 - 6 – 5331451
فاكس : 5340356 - 6- 962+	Fax : +962 - 6 – 5340356
ص.ب : 560 الجبيهة	P.O. Box: 560 Al-Jubaiha
الرمز البريدي: 11941 الأردن	Postal Code : 11941 Jordan
www.nchrd.gov.jo	
www.almanar.jo	

المملكة الأردنية الهاشمية

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(2025/8/4609)

يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنَّفه ولا يعبّر هذا المصنَّف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة

National Center for Human Resources Development

هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة

Technical and Vocational Skills Development Commission

مشروع المنـار

Al-Manar Project

تم إنجاز هذه الدّراسة من قبل مشروع المنار بإدارة المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة.

بإشراف

الأستاذ الدكتور عبد الله يوسف عبابنة

إعداد الباحث

الدكتورفؤاد إياد خصاونة

فريق العمل الفنّي

السيدة منال الـزق
(برمجة وتصميم قواعد البيانات)

المهندسة مريم الشيخ ياسين
(مساعد باحث)

يتقدم المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة بالشكر والعرفان لمجلس هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة، على دعمه الموصول لإنجاز هذه الدّراسة، وللدَّور الفاعل للهيئة في إدامة التنسيق، وتبادل الرأي مع المركز في استدامة مثل هذه الدّراسات، والمشاركة في عمل اللجان الاستشارية عن طريق مجالس المهارات القطاعية. والشكر لدائرة الإحصاءات العامة التي نفّذت المسْح وَفْقَ الخطة المرسومة.

ويُقدم المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة الشكر للّجنة الاستشارية لمشاركتهم، وتوجيهاتهم لإنجاح هذا العمل

الدكتور فؤاد إياد خصاونة	الجامعة الأردنية
الدكتور نضال خلف الشواورة	الجامعة الألمانية الأردنية
عبد السلام محمد الحاج	الهيئة الملَكية الأردنية للأفلام
زيد محمد علي القضاة	نقابة الفنانين الأدرنيين/ التلفزيون الأردني
عادل محمد رواشدة	مجموعة المركز العربي الإعلامية
لاريسا فريد كشت	مجموعة المركز العربي الإعلامية
نانسي محمد أمين هاكوز	وزارة الصناعة والتجارة والتموين
أحمد رشيد بني عودة	هيئة الإعلام
محمد موسى المرقطن	وزارة التربية والتعليم
جمال علي محمود	مؤسسة التدريب المهني
بيان إبراهيم الفريحات	دائرة الإحصاءات العامة
محمد أحمد عبد الرزاق	دائرة الإحصاءات العامة

تقديم

يطيب لي، ولأسرة المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة أن نضع بين أيديكم دراسة الفجوة بين جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة. وهي دراسة منسجمة مع التوجهات الوطنية بضرورة تطوير قطاع التعليم والتدريب المِهْني والتِّقْني بما يتواءم مع متطلبات القطاعات التنموية، وتخدم مؤسّسات قطاع التعليم والتدريب لتواكب متطلبات سوق العمل المتجددة، وتسهم في دعم عمل مجالس المهارات القطاعية في هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة، وتسلط الضوء على طبيعة الفجوة الكمّية، والنوعيّة بين جانِبَي العرض والطلب؛ لرصد طبيعة الفجوة، وتحديد طبيعة الاحتياجات القطاعية لتوجيه برامج التدريب من أجل التشغيل، وتقديم التغذية الراجعة النوعيّة من وجهة نظر أصحاب العمل للمؤسّسات التي تُعنى بالتعليم والتدريب لإعادة النظر في برامجها وخططها الأكاديمية، والتدريبية في ضوء الفجوة النوعيّة مدعّمةً بخطة تنمية موارد بشرية مقترحة، الأمر الذي سيساهم في تعظيم عوائد الاستثمار في تنمية الإنسان الأردني بما يتفق مع ما ورد في رؤية التحديث الاقتصادي، والاستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشَريّة.

وتنقسم هذه الدّراسة إلى ستة فصول رئيسة: يتضمن الفصل الأول الإطار النظري الخاص بالدّراسة من حيث: مشكلتها، وأهدافها، وأهميتها، وأسئلة الدّراسة، بالإضافة لمصادر البيانات، والمنهجية المتّبعة لذلك. ويتضمّن الفصل الثاني تحليل جانب الطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة. ويتناول الفصل الثالث تحليل جانب العرض في القطاع المستهدف. ثم يتم استخلاص الفصل الرابع الذي يُقدِّر فجوة العرض والطلب، وبناء على نتائج الفصل الرابع، يأتي الفصل الخامس؛ ليبيّن الخطط التي تم وضعها لجسر هذه الفجوة، ولتنمية الموارد البشَريّة العاملة في القطاع المشار إليه أعلاه. وأخيرًا الفصل السادس الذي يعرض أبرز النتائج والتوصيات.

و إننا إذ نضع بين أيديكم هذه الدّراسة، فإنّنا نرجو أن تتمّ الاستفادة منها حق استفادة، وأن تخدم توجّهات المركز في تعزيز جهود الأردن الرائدة، والدؤوبة في مجالات تنمية الموارد البشَريّة؛ راجين المولى عزّ وجلّ أن يأخذ بأيدينا لخدمة الأردن الأغلى.

رئيس المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة

أ.د. عبد الله يوسف عبابنة

قائمة المحتويات

تقديم ..... ب

قائمة المحتويات ..... د

الملخّص التنفيذي ..... ي

EXECUTIVE SUMMARY ..... ل

الفصل الأول: الإطار العام للدّراسة 1

1.1 المقدّمة 3

1.2 أهمية الدّراسة 4

1.3 أهداف الدّراسة 4

1.4 أسئلة الدّراسة 5

1.5 منهجية الدّراسة 5

1.5.1 مجتمع الدّراسة وعَيِّنتها 6

1.5.2 أدوات الدّراسة 7

1.6 جمع البيانات وتجهيزها 7

1.6.1 مسْح المُنشآت (جانب الطلب) 7

1.6.2 مسْح مزوِّدي التدريب (جانب العرض) 8

1.7 محدّدات الدّراسة 8

1.8 تبويب البيانات ونشرها 8

الفصل الثاني: تحليل جانب الطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 8

2.1 مُنشآت قطاع الصّناعات الإبداعيّة 11

2.2 الخصائص الكمّية، والنوعيّة للعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 16

2.3 الاحتياجات التدريبية الحالية، والمستقبلية للمؤسّسات في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 27

2.4 احتياجات مؤسّسات قطاع الصّناعات الإبداعيّة من العاملين وخصائصها 33

2.5 تشغيل المرأة في قطاع صناعة الصّناعات الإبداعيّة 44

2.6 تشغيل الأشخاص ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 45

2.7 صعوبات تعيين العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 49

الفصل الثالث: تحليل جانب العرض في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 53

3.1 الجهات المزوِّدة للتدريب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 55

3.2 البرامج التعليمية والتدريبية (إعداد عاملين) المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 58

3.3 المهارات العامة المتضمّنة في برامج إعداد العاملين 64

3.4 برامج رفع الكفاية المقدّمة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 65

الفصل الرابع: تقدير فجوة العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 73

4.1 الفجوة بين الاحتياجات التدريبية لكل مِهْنة، وبين البرامج التدريبية المتوافرة لهذه المِهَن 75

4.1 الفجوة بين المهارات المطلوبة لكل مِهْنة، وبين المهارات التي توفرها البرامج التدريبية لهذه المِهَن 82

الفصل الخامس: خطة تنمية الموارد البشَريّة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 85

الفصل السادس : النتائج والتوصيات 97

6.1 النتائج: 99
6.2 التوصيات 101

قائمة الجداول

جدول 1: توزيع عَيِّنة الدّراسة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المحافظة 6
جدول 2: أعداد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم/ المحافظة 11
جدول3: أعداد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب النشاط الاقتصادي 12
جدول4: أعداد المُنشآت، والعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الكيان القانوني 13
جدول5: أعداد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب توقع أصحاب العمل لحجم الطلب على منتِجاتهم 15
جدول6: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب سنَة بدء تقديم الخدمة 16
جدول7: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم والمحافظة..... 17
جدول8:توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المِهْنة والجنس والأقاليم..... 18
جدول9: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنسية والمحافظة 22
جدول10: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المستوى التعليمي والجنس..... 23
جدول11: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المستوى التعليمي والمحافظة 24
جدول12: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب نوع العَمالة 25
جدول13: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب النشاط الاقتصادي..... 25
جدول14:توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب فئة حجم العَمالة 26
جدول15: عدد العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الفئة العمرية والجنس 27
جدول16: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛؛ حسب توافر مَرافق تدريبية..... 27
جدول17: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب جهة التدريب المفضَّلة 28
جدول18: توزيع المُنشآت؛ حسب جهة التدريب المفضَّلة والبرنامج التدريبي 28
جدول19: أبرز البرامج التدريبية المطلوبة للعاملين الحاليّين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المِهْنة 30
جدول20: توزيع العاملين المراد تدريبهم في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب البرنامج التدريبي 31
جدول21: توزيع البرامج التدريبية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المُنشأة والإقليم 32
جدول22: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب المستوى التعليمي 34
جدول23: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب المستوى التعليمي والجنس 35
جدول24: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب الحدّ الأدنى للخبرة 36
جدول25: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب الحدّ الأدنى للخبرة والجنس..... 37
جدول26: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب أبرز المِهَن 37
جدول27: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب الإقليم..... 40
جدول28: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب أهم مهارة مطلوبة..... 40
جدول29: توزيع أهم فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة ؛ حسب أبرز المِهَن وأهم مهارة مطلوبة 42
جدول30: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب نيتها لتعيين إناث 44
جدول31: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب أسباب عدم تعيين الإناث 45
جدول32: توزيع العاملين من الأشخاص ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس 45
جدول33: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب أسباب عدم تعيين الأشخاص ذوي الإعاقة..... 46
جدول34: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة من الأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب نوع الإعاقة 46

جدول35: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب الإقليم والجنس 46
جدول36: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب المِهْنة والإقليم 48
جدول37: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب نوع الإعاقة 49
جدول38: أبرز الصعوبات التي يواجها القطاع من وجهة نظر أصحاب المُنشآت 50
جدول39: توزيع المُنشآت؛ حسب أهم المزايا الإضافية غير الراتب التي تقدمها المُنشآت..... 51
جدول40: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب طرق التعيين 51
جدول41: الجهات المزوِّدة للتدريب؛ حسب سنة بدء تقديم خِدمات التدريب/ التعليم المِهْني 55
جدول42: أعداد الخِرّيجين؛ حسب الجهات المزوِّدة للتدريب 56
جدول43: أعداد الخِرّيجين؛ حسب البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 58
جدول44: خِرّيجو البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المؤهّل العلمي الأدنى 62
جدول45: أعداد الخِرّيجين؛ حسب الجهة المزوِّدة للتدريب، والبرنامج التدريبي 62
جدول46: الجهات المزوِّدة لدورات رفع الكفاية وعدد المتدرّبين 65
جدول47: توزيع خِرّيجي دورات رفع الكفاية؛ حسب الجنس والبرنامج التدريبي 67
جدول48:أعداد المتدرّبين في دورات رفع الكفاية؛ حسب الأقاليم 70
جدول49: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة 76
جدول50: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة؛ حسب المستوى التعليمي 78
جدول51: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة للذكور 78
جدول52: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة الإناث..... 81
جدول53: أبرز المهارات المطلوبة في القطاع 83

قائمة الأشكال

الشكل رقم 1: التوزيع النسبي للمُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم 11
الشكل رقم 2: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛؛ حسب النشاط الاقتصادي 12
الشكل رقم 3: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الكيان القانوني 14
الشكل رقم 4: أعداد العاملين في المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الكيان القانوني والجنس 14
الشكل رقم 5: توزيع المُنشأة؛ حسب تقيم الطلب على خدمتها 15
الشكل رقم 6: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم 17
الشكل رقم 7: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب أبرز المِهَن الأكثر إشغالا 21
الشكل رقم 8: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنسية 22
الشكل رقم 9: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المؤهّل العلمي والجنس 24
الشكل رقم 10: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب نوع العَمالة 25
الشكل رقم 11: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب حجم العَمالة 26
الشكل رقم 12: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الفئة العمرية والجنس 27
الشكل رقم 13: توزيع الطلب على العَمالة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس 34
الشكل رقم 14: توزيع الطلب على العَمالة في الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المؤهّل التعليمي والجنس 35
الشكل رقم 15: توزيع الطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة على العَمالة في الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الحد الأدنى للخبرة 36
الشكل رقم 16: توزيع الأشخاص من ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس 45
الشكل رقم 17: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص لذوي الإعاقة؛ حسب الإقليم 47
الشكل رقم 18: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب الجنس 47
الشكل رقم 19: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب صعوبة تعيين العَمالة الأردنية والإقليم 49
الشكل رقم 20: أعداد الخِرّيجين؛ حسب الجهات المزوِّدة للتدريب 57
الشكل رقم 21: أعداد الخِرّيجين؛ حسب أبرز البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 59
الشكل رقم 22: أعداد الخِرّيجين الذكور؛ حسب أبرز البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 60
الشكل رقم 23: أعداد الخِرّيجات الإناث؛ حسب الجنس وأبرز البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة 61
الشكل رقم 24: توزيع خِرّيجي الجهات المزوِّدة للتدريب ضمن البرامج التدريبية المطبّقة ؛ حسب الجنس 61
الشكل رقم 25: توزيع المتدرّبين؛ حسب الجهات المزوِّدة لدورات رفع الكفاية 65
الشكل رقم 26: توزيع المتدرّبين في دورات رفع الكفاية؛ حسب الجنس 66
الشكل رقم 27: إجمالي المتدرّبين في دورات رفع الكفاية المختلفة 68
الشكل رقم 28: إجمالي المتدرّبين الذكور في دورات رفع الكفاية المختلفة 69
الشكل رقم 29: إجمالي المتدربات الإناث في دورات رفع الكفاية المختلفة 69
الشكل رقم 30: توزيع المتدرّبين في دورات رفع الكفاية؛ حسب الأقاليم 71

الملخّص التنفيذي

تسلّط هذه الدّراسة الضوء على واقع جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن، مع التركيز على فجوة المهارات، واختلالات التشغيل، ومدى مواءمة مخرَجات التعليم والتدريب مع متطلبات سوق العمل. وقد شملت الدّراسة تحليل بيانات العاملين، والبرامج التدريبية، واحتياجات أصحاب العمل، لتقييم مدى توافر القوى العاملة المؤهّلة، وتحديد أولويات التدخل في تنمية الموارد البشَريّة لهذا القطاع.

أظهرت نتائج الدّراسة أن عدد العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة بلغ نحو (4,889) عاملًا وعاملة، يتوزعون بواقع (3,658) من الذكور بنسبة (74.8%)، و(1,231) من الإناث بنسبة (25.2%)، كما تشير البيانات إلى أن الفئة العمرية الأكبر من 24 سنة تستحوذ على الحصة الأكبر من القوى العاملة بنسبة (84.2%)، ما يعكس محدودية مشاركة فئة الشباب (15–24 سنة) التي لم تتجاوز نسبتها (15.8%)، وهي إشارة واضحة إلى ضعف إدماج الخِرّيجين الجدد في هذا القطاع.

وفيما يتعلق بجانب العرض والطلب المِهْني، أظهرت الدّراسة وجود فجوة عددية، واختلالات واضحة في التخصّصات. فعلى سبيل المثال، بلغ عدد المتقدمين في مِهْنة "مصمّم غرافيكي" (1,833) في حين لم يتجاوز عدد الفرَص المطلوبة (62)، مما يشير إلى فائض في العرض بنسبة تتجاوز (96.6%)، ويخلق حالة من البطالة المقنّعة. وبالمقابل، تم تسجيل نقص كبير في بعض المِهَن الحيوية مثل: "مهندس صوت" (12 معروض مقابل 83 مطلوبًا)، و"مصور" (36 معروض مقابل 78 مطلوبًا)، و"محرّر أخبار"، و"كاتب نصوص"، و"مبرمِج رسوم متحركة"، وهي مِهَن محورية للنمو الإعلامي والثقافي، لكنها تعاني من غياب البرامج التدريبية المخصّصة، أو ضعف حضورها في مؤسّسات التعليم والتدريب المِهْني.

أما على صعيد المهارات الفنّية، فقد كشفت الدّراسة عن فجوة واسعة في المهارات التخصصية، حيث لم تُغطِّ البرامج التدريبية سوى عددٍ محدود من المهارات المطلوبة فعليًا من أصحاب العمل. فمثلا، بلغ الطلب على "مهارة التحدث بوضوح وجاذبية" (97)، مقابل توفرها لدى 5 فقط من المتدربين، ما يعكس فجوة مهارية نسبتها (92%)، كما لم تُسجل عروض تدريبية لمهارات ذات طلب فعلي مثل: "إتقان تِقنيّات الرقص"، و"إعداد النشرات الإخبارية"، و"إدارة الموسيقيين"، و"برامج المؤثرات البصرية"، الأمر الذي يؤكد أن السياسات التدريبية الحالية غير متواكبة مع متغيرات القطاع الإبداعي.

وأظهرت نتائج تحليل الفجوة المهارية أن أكثر من 60% من المهارات المطلوبة من قبل السوق غير مشمولة ضمن البرامج المقدمة من الجهات المزودة للتدريب، في حين أن عددا من المهارات التي تُدرّس حاليا لا يقابلها طلب فعلي من سوق العمل، ما يؤدي إلى إنتاج مخرجات غير قابلة للتوظيف، وهدر في الموارد التدريبية والبشَريّة.

كما تبيّن من تحليل البرامج التدريبية أن تغطيتها المِهَن المطلوبة ما تزال محدودة ومجزأة، ولا تعكس أولويات سوق العمل الفعلي، فقد سُجل غياب تام للبرامج التدريبية في مِهَن مثل: "الراقص"، و"مخرِج بث"، و"مشرف خزانة ملابس"، رغم إدراجها ضمن الوظائف ذات الحاجة المرتفعة في المؤسّسات العاملة بالقطاع.

ومن أبرز الإشكاليات التي كشفت عنها الدّراسة، ضعف مشاركة الإناث في القوى العاملة، حيث لا تتجاوز نسبتهن ربع المشتغلين في القطاع، رغم أن بعض المِهَن ذات الطابع الإبداعي والثقافي يمكن أن تشكل بيئة ملائمة لزيادة مشاركة النساء، خاصة إذا ما ترافقت مع سياسات تمكين مرِنة، وبرامج تدريب تستهدف مهاراتهن.

وفي ضوء ما سبق، تخلص الدّراسة إلى أن قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن يعاني من فجوات عددية، ونوعيّة على حدّ سواء، سواء على صعيد التخصّصات، أم المهارات، أم البرامج التدريبية، ما يستدعي تدخلا مؤسّساتيا عاجلا يعيد صياغة علاقة التعليم الفنّي والمِهْني بمتطلبات سوق العمل الإبداعي، ويضع خارطة طريق لتوجيه مخرَجات التعليم نحو فرص حقيقية للتوظيف والإنتاج.

وتوصي الدّراسة بضرورة تطوير سياسات تدريب مرِنة، ومتجددة تتجاوب مع التغيرات السريعة في هذا القطاع، وربط البرامج التعليمية والتدريبية بحاجات السوق الفعلية، وتعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص، ومجالس مهارات القطاع، والمؤسّسات الثقافية والإعلامية، بما يضمن تحقيق مواءمة استراتيجية بين العرض والطلب، وتحسين كفاية استثمار الموارد البشَريّة في الصّناعات الإبداعيّة الأردنية.

Executive Summary

This study provides an overview of the current state of Jordan's creative industries in terms of labor supply and demand, with particular attention to skill gaps, employment imbalances, and the relevance of training outputs to labor market needs. It examines workforce data, training programs, and employer requirements to assess the supply of qualified human resources and identify areas where workforce development is most needed.

The findings indicate that approximately 4,889 individuals are employed in the creative industries, with 3,658 males (74.8%) and 1,231 females (25.2%), highlighting a significant gender gap. Moreover, the majority of workers are over the age of 24 (84.2%, or 4,118 persons), compared to only 15.8% (771 persons) aged 15–24. This suggests a lack of employment opportunities for young graduates in this important sector.

Regarding supply and demand dynamics across professions, the study reveals numerical gaps and mismatches in specialization. For example, a job posting for a "Graphic Designer" might receive 1,833 applications for just 62 available positions—an oversupply of 96.6%. In contrast, there is a notable shortage in roles such as "Sound Engineer" (12 available vs. 83 needed), "Camera Operator" (36 vs. 78), "News Editor," "Scriptwriter," and "Animation Programmer." These professions are vital for the growth of media and cultural industries but are rarely, if ever, included in vocational and technical education curricula.

From a technical standpoint, the study highlights clear evidence of skill shortages in key areas. Current training programs cover only a limited subset of the skills actually needed by employers. For instance, while 97 employers seek candidates with the ability to "speak clearly and engagingly," only five trainees possess this skill—a 92% gap. No training modules were found for other critical skills such as "dance technique," "news bulletin preparation," "musician management," and "visual effects programming," suggesting that current training policies are misaligned with the growing demands of the creative sector.

Further analysis reveals that over 60% of the skills in demand are not included in existing training programs, while many of the skills being taught are not sought by the market. This misalignment contributes to high unemployment rates, inefficient use of resources, and wasted investment in training and human capital.

The study also finds that current training programs are too narrow and fragmented to meet the needs of priority professions or the real demands of the labor market. Entire job categories—such as “dancer,” “broadcast director,” and “wardrobe supervisor”—are completely absent from vocational offerings, despite being recognized by industry stakeholders as high-demand roles.

Another issue identified is the low participation of women in the workforce. Women constitute only one quarter of employees in the creative industries, even though certain creative and cultural occupations could attract more female participation—particularly if gender-sensitive training programs and inclusive capacity-building initiatives were implemented.

Based on these findings, the study concludes that Jordan’s creative industries suffer from both quantitative and qualitative deficiencies—in disciplines, skills, and training. Addressing these issues requires urgent institutional action to reconfigure the relationship between technical and vocational education and the labor market. It is critical to develop a strategic plan to align educational outputs with actual job opportunities and production needs.

The study recommends adopting flexible and responsive training policies that can adapt to rapid changes in the sector. These policies should closely link education and training programs with real market demands and strengthen collaboration through public-private partnerships, sectoral skills councils, and cultural and media institutions. Such approaches will help align labor supply with market demand and ensure the effective utilization of human resources in Jordan’s creative sectors.

الفصل الأول

الإطار العام للدّراسة

1.1 المقدّمة

تولّى المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة، ومنذ مطلع العقدين الماضيين، العمل على تطوير النظُم، والأدوات الفنّية اللازمة لرصد احتياجات سوق العمل في الأردن وتحليلها، وذلك عن طريق مبادرات ومشروعات متقدمة مثل مشروع المنار. وقد ساهم المركز، عبر هذه الجهود، في تكييف مؤشرات دولية رئيسة لنظُم معلومات الموارد البشَريّة بما يتلاءم مع السياق الأردني، وسعى لإنتاج قواعد بيانات، وتحليلات كمّية ونوعيّة تشكل أساسًا لرسم السياسات، وتوجيه القرارات المتعلقة بتنمية الموارد البشَريّة.

ورغم التقدم الملحوظ في تطوير نظام معلومات سوق العمل، إلا أن المسوح القطاعية التي تركز على القطاعات الثقافية والإبداعيّة ما تزال محدودة، ولا تحظى بالاهتمام الكافي رغم ما تتمتع به هذه القطاعات من أهمية متزايدة في الاقتصاد الحديث. ويؤدي غياب بيانات دقيقة وشاملة عن خصائص هذه القطاعات، واحتياجاتها المستقبلية إلى إضعاف فاعلية عمليات التخطيط والإرشاد المِهْني، ما يفاقم من ظاهرة البطالة المقنّعة، ويعمّق فجوة المهارات بين مخرَجات التعليم الفنّي والإبداعي، ومتطلبات سوق العمل الديناميكي في هذا القطاع.

وانطلاقًا من هذا التحدي، قام المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة، وبدعم من هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة، وبالتعاون الوثيق مع مجالس المهارات القطاعية، بإطلاق دراسة نوعيّة متخصصة لرصد واقع قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن وتحليلها. وقد تولت دائرة الإحصاءات العامة تنفيذ المسْح الميداني بالاستناد إلى أحدث أطر المعاينة الوطنية، مع ضمان إشراك ممثلين من المؤسّسات الحكومية، والخاصّة ذات الصّلة في لجنة استشارية للمتابعة والإشراف، بما يضمن شمولية الدّراسة وارتباطها المباشر بالواقع العملي للقطاع.

وتنسجم هذه الدّراسة مع التوجهات الوطنية المعلنة في رؤية التحديث الاقتصادي والاستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشَريّة، التي أكدت على ضرورة مواءمة مخرَجات التعليم والتدريب مع متطلبات سوق العمل المتجددة. فالصّناعات الإبداعيّة، بما تشمله من مجالات الإعلام الرَّقْمي، والفنون البصرية، والإنتاج السينمائي، والتصميم، تشكل روافع تنموية واقتصادية كبرى، ولا يمكن تطويرها من دون استناد إلى بيانات دقيقة حول احتياجاتها من المهارات والتخصّصات. ومن هنا تأتي أهمية هذه الدّراسة التي تسعى إلى تحليل فجوة العرض والطلب في هذا القطاع الحيوي، ووضع خطة تنمية موارد بشرية تستند إلى نتائج ميدانية ومعطيات واقعية؛ لتوفير خارطة طريق تضمن الاستخدام الأمثل للطاقات الوطنية، وتدعم اتخاذ القرار في مجالات التعليم الفنّي، والتدريب المِهْني، والتشغيل في القطاع الإبداعي.

1.2 أهمية الدّراسة

تكمن أهمية هذه الدّراسة في كونها الدّراسة الأولى من نوعها على مستوى الأردن، ومن الدراسات القليلة على مستوى الوطن العربي التي تسعى إلى تقدير الفجوة في سوق العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة. وتركز الدّراسة على تحليل البنية الكمّية والنوعيّة لقُوى العمل في هذا القطاع، واستكشاف مدى مواءمة العرض، والمتمثل بمخرَجات مزوّدي التعليم والتدريب الإبداعي والفنّي، مع الطلب الفعلي والنوعي الذي يعكس احتياجات سوق العمل، وقد تم ذلك عن طريق تنفيذ مسْح ميداني شامل يغطي المُنشآت والمؤسّسات العاملة في القطاع، وتحليل المهارات المطلوبة مقابل المهارات المتوافرة، مما يوفر قاعدة بيانات دقيقة تُسهم في رسم السياسات الوطنية، وتطوير خطط تنمية موارد بشرية فاعلة لهذا القطاع الواعد.

1.3 أهداف الدّراسة

تسعى هذه الدّراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إيجازها في الآتي:

1. تحديد مسمّيات المِهَن والأعمال المطلوبة ضمن قطاع الصّناعات الإبداعيّة.
2. تحليل الطلب الحالي والمستقبلي على منتِجات القطاع الإبداعي وخِدماته.
3. تحديد الاحتياجات الكمّية المستقبلية من العَمالة لكل مِهْنة، أو تخصص ضمن القطاع.
4. استكشاف الاحتياجات التدريبية النوعيّة، والفنّية الحالية والمستقبلية المرتبطة بالمِهَن المطلوبة.
5. تحديد احتياجات مُنشآت القطاع من برامج تدريبية لرفع كفاية العاملين الحاليين.
6. التعرف على اتجاهات أصحاب العمل نحو التعاون مع مزوّدي التعليم، والتدريب الإبداعي، والفنّي في إعداد الكوادر البشَريّة وتدريبها.
7. قياس مدى استعداد مُنشآت القطاع لاستيعاب الإناث ضمن بيئة العمل الإبداعيّة.
8. قياس استعداد مُنشآت القطاع لدمج الأشخاص ذوي الإعاقة وتشغيلهم.
9. التحقق من جاهزية مزوّدي التدريب في القطاعين العام والخاص واستعدادهم؛ لتلبية احتياجات السوق من العَمالة الإبداعيّة.
10. تحديد الفجوة الكمّية والنوعيّة بين العرض والطلب في سوق العمل الإبداعي، واقتراح آليات عملية لسدّ هذه الفجوة.
11. تطوير خطة وطنية متكاملة لتنمية الموارد البشَريّة في القطاع الإبداعي، بهدف تمكين رأس المال البشري واستثماره في دعم الاقتصاد الإبداعي في الأردن.

1.4 أسئلة الدّراسة

تحاول هذه الدّراسة تحقيق أهدافها عن طريق الإجابة على الأسئلة الآتية:

1. ما خصائص العاملين الحاليّين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة من حيث: المِهْنة، والفئة العمرية، والجنس، والمستوى التعليمي؟
2. ما خصائص البرامج التدريبية والتعليمية المقدَّمة في مجال الصّناعات الإبداعيّة من حيث: المدة، والمستوى الأكاديمي، ومحتوى المهارات، وعدد الخِرّيجين؟
3. ما حجم الطلب الحالي والمستقبلي على العَمالة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة خلال الفترة (2025–2027)؟
4. ما المهارات الفنّية والتِّقْنيّة المطلوبة من قبل مُنشآت القطاع لكل مِهْنة، أو تخصص ضمن قطاع الصّناعات الإبداعيّة؟
5. ما نوع المهارات التي تغطيها البرامج التدريبية المقدَّمة من الجهات المزوِّدة للتعليم، والتدريب في هذا القطاع؟
6. ما فرص التوظيف الحالية والمستقبلية للإناث في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؟
7. ما الفرص المتاحة لتدريب النساء وتمكينهن مِهْنيّا ضمن القطاع؟
8. ما مدى توافر فرص عمل لذوي الإعاقة ضمن بيئة العمل الإبداعيّة، حاليًا ومستقبلا؟
9. ما مدى جاهزية مُنشآت القطاع لتدريب الأشخاص ذوي الإعاقة وتأهيلهم؛ للاندماج في سوق العمل الإبداعي؟
10. ما أبرز التحديات التي تواجه مُنشآت القطاع في عمليات التوظيف، واستقطاب الكفاءات؟
11. ما أنواع المزايا والحوافز التي تقدمها مُنشآت القطاع للعاملين فيها في سبيل الحفاظ على الكفاءات وتحفيزها؟

1.5 منهجية الدّراسة

اعتمدت هذه الدّراسة منهجية تحليل مزدوجة تغطي جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن، حيث تم تنفيذ مسْح ميداني على مُنشآت القطاع بهدف استقصاء احتياجاتها الحالية والمستقبلية من العَمالة والمهارات للفترة (2025–2027)، بالتعاون مع دائرة الإحصاءات العامة، وفق إطار معاينة وطني شامل. وفي المقابل، تم مسْح الجهات المزوِّدة للتدريب الفنّي والإبداعي في القطاعين العام والخاص، لتحديد البرامج المقدمة، وعدد الخِرّيجين، والمحتوى المهاري، ومدى توافقه مع احتياجات سوق العمل. كما تم إجراء تحليل فجوة كمّي ونوعي بين المهارات المطلوبة والمعروضة باستخدام مؤشرات معيارية، وتمت مراجعة النتائج ومناقشتها من قبل لجنة استشارية قطاعية لضمان موثوقية البيانات وصياغة توصيات مبنية على أدلة.

1.5.1 مجتمع الدّراسة وعَيّنتها

1.5.1.1 ***مسْح احتياجات الشركات (جانب الطلب)***

تم تصـميم عَيّنة المسْـح للحصـول على تقديرات موثوقة للمتغيرات الرئيسـة للمسْـح على مسـتوى المحافظات، والأقاليم الثلاثة. وصُـــمّمت عَيّنة هذا المسْـــح اســـتنادا إلى إطار التعداد العام للمُنشـــآت الاقتصـــادية 2018 الذي نفذته دائرة الإحصاءات العامة الذي تم تصنيفه؛ حسب التصنيف الصناعي الدولي الرابع ISIC4 للأمم المتحدة.

ويندرج تحت قطاع الصّـــناعات الإبداعيّة مجموعة من الأنشـــطة الفرعية التي تمثل مزيجًا من المهارات الفنّية والتِّقْنيّة والثقافية، وتشمل على سبيل المثال لا الحصر:

- ✓تصميم الجرافيك والإعلان.
- ✓إنتاج الأفلام السينمائية، والبرامج التليفزيونية، والفيديو.
- ✓الرسوم المتحركة، وتصميم المؤثرات البصَرية.
- ✓التصوير الفوتوغرافي وتصوير الفيديو.
- ✓الفنون التشكيلية والنحت.
- ✓الفنون الأدائية كالمسرح، والرقص، والموسيقى.
- ✓تصميم الأزياء والديكور والمنتِجات.
- ✓إصدار وتوزيع التسجيلات الصوتية، والموسيقية.
- ✓أنشطة البث الإذاعي، والتليفزيوني.
- ✓تطوير المحتوى الرَّقْمي والوسائط المتعددة.

ولغايات هذا المسْح، تم إجراء مسْح شامل للمُنشآت في القطاع، ويبين الجدول 1 يبين توزيع مجتمع الدّراسة؛ حسب المحافظة.

جدول 1: توزيع عَيّنة الدّراسة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المحافظة

المحافظة	عدد المُنشآت
العاصمة	257
البلقاء	8
الزرقاء	6
مأدبا	1
إربد	12
المفرق	2
الكرك	2
الطفيلة	1
معان	4
العقبة	3
المجموع	**296**

كانت نسبة الاستجابة من أصحاب العمل 78%

1.5.1.2 مسْح مزوّدِي التدريب (جانب العرض)

تكوّن مجتمع الدّراسة لهذا المسْح من مزوّدي التدريب والتعليم المِهْني، والتِّقْني الرئيسيين في المملكة متمثلا بـآلاتي:

- ✓ الجامعات الأردنية الحكومية، والخاصّة.
- ✓ كليات المجتمع في القطاعين العام، والخاص.
- ✓ مركز استشارات جامعة الشرق الأوسط.
- ✓ مركز استشارات جامعة العلوم التطبيقية الخاصّة.
- ✓ الهيئة الملَكية للأفلام.
- ✓ المركز العربي للإعلام.
- ✓ مركز أسس الاتصال للتدريب والتسويق الإلكتروني.

1.5.2 أدوات الدّراسة

تم تصـميم اسـتبانتين لتحقيق أهداف الدّراسـة؛ الاسـتبانة الأولى تغطي جانب الطلب (أصـحاب العمل)، وتوفر بشـكل رئيس بيانات عن أعداد العاملين واحتياجاتهم التدريبية، واحتياجات المؤسّـسـة الكمّية من العَمالة في المِهَن المختلفة والمهارات الفنّية والعامة (الداعمة للتشـغيل) المطلوبة لممارسـة المِهَن المختلفة، وبيانات عن تشـغيل ذوي الاحتياجات الخاصّـة وطبيعة المِهَن الممكن أن يشـغلوها، وكذلك بيانات عن تشـغيل المرأة في أي المِهَن، والصـعوبات التي يواجهها أصحاب العمل في تعيين العَمالة، والطرق المتَّبعة في التعيين، والمزايا المقدمة للعاملين.

أما الاسـتبانة الأخرى، فتغطي جانب العرض (مزوّدي التدريب)، حيث توفر بشـكل رئيس بيانات حول البرامج التدريبية المتاحة لدى مزوّدِي التدريب ضمن مِهَن القطاع المستهدف، وأعداد الملتحقين والخرّيجين وخصائصهم، ودورات رفع الكفاية للعمال الممارسـين، وعن فرص التدريب المتوافرة للأشـخاص ذوي الإعاقة وللمرأة، بالإضـافة إلى توجهات مزوّدي التدريب نحو التوسّـعات المسـتقبلية سـواء في البرامج التدريبية، أم في الفئات المسـتهدفة بالتدريب. وينبغي الإشـارة إلى أنه تم استخدام الاستبانة نفسها في دراسات القطاعات ذات الأولوية الثلاثة لتشابه البيانات المطلوبة عن كل منها.

ولقد تم تطوير الاسـتبانتين بصـورتهما الأولية من قبل الباحثين في المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة، وتم عرضـها لاحقا على خبراء من دائرة الإحصاءات العامة، وعلى أعضاء اللجنة الاستشارية، وتم الأخذ بالتعديلات المقترحة، وبخاصة تلك التعديلات/ الملاحظات التي حظِيت بالإجماع من قبل هؤلاء الخبراء. وتم إجراء التعديلات المناسـبة على ضـوء ملاحظاتهم.

1.6 جمع البيانات وتجهيزها

1.6.1 مسْح المُنشآت (جانب الطلب)

تم تنفيذ جمع بيانات مسْح المُنشآت وفق الإجراءات الآتية:

- إعداد دليل لتعبئة الاستبانة للباحث الميداني (جامع البيانات)، يتضمن التوضيحات اللازمة لكل أسئلة الاستبانة.
- إعداد دليل بشروط إدخال بيانات المسْح الواردة وتعليماتها عن طريق الاستبانات.

- اختيار فريق بحث ميداني (جامع بيانات) من الذكور والإناث وتدريبه، حيث يتابعهم مشرفين، وتدريبهم على إجراء المسح، وتعبئة الاستبانة. وتم التدريب في مركز التدريب الإحصائي.
- تعبئة استبانات المسْح عن طريق المقابلات الشخصية للباحثين الميدانيين (جامعي البيانات) مع المعنيين في المؤسّسات/ ورش العمل المشمولة بالمسْح.
- تدقيق الاستبانات المعبّأة وترميزها من قبَل الفريق المكلف بذلك من موظفي دائرة الإحصاءات العامة.
- إدخال البيانات إلى الحاسوب، وإعداد جداول البيانات الخام.

1.6.2 مسْح مزوّدي التدريب (جانب العرض)

تم تنفيذ جمع بيانات مسْح مزوّدي التدريب وفق الإجراءات الآتية:

- تكليف فريق عمل ضمّ ممثلي جهات التعليم والتدريب المِهْني، والتِّقْني الرئيسة في الأردن لجمع بيانات المسْح اللازمة.
- تعبئة استبانات المسْح عن طريق المقابلات الشخصية لأعضاء الفريق (جامعي البيانات) مع الموظفين المعنيين لدى جهات التدريب المشمولة بالمسْح.
- تدقيق الاستبانات المعبّأة وترميزها من قبَل الفريق المكلف بذلك من موظفي المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة.
- إدخال البيانات إلى الحاسوب، وإعداد جداول البيانات الخام.

1.7 محدّدات الدّراسة

- تمّ جمع بيانات القطاع خلال الفترة من كانون الثاني – أيار لعام 2025.
- اقتصرت عيّنة المسْح على المُنشآت المصنّفة والمرخّصة رسميّا، والتي تعمل ضمن إطار القطاع المنظم، ولم تشمل المُنشآت غير الرسمية أو العاملة خارج منظومة الترخيص، وهو ما قد يؤثر على شمولية تمثيل القطاع الفعلي بكامل مكوّناته.

1.8 تبويب البيانات ونشرها

تمّ تحديد التقاطعات الإحصائية، والجداول التكرارية، والرسومات البيانية المناسبة لعرض نتائج الدّراسة، وذلك بعد مراجعتها وإقرارها من قبَل أعضاء اللجنة الاستشارية الخاصّة بقطاع الصّناعات الإبداعيّة، وقد تولّى اختصاصيّو البرمجة في المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة معالجة جداول البيانات الخام، وتحويلها إلى مخرَجات قابلة للتحليل، وعرضها بطريقة منهجية تساهم في دعم عملية اتخاذ القرار. وتمّ تضمين هذه المخرَجات في هذا التقرير الذي اشتمل على ملخص لأبرز نتائج الدّراسة، والتوصيات الاستراتيجية المنبثقة عنها.

الفصل الثاني

تحليل جانب الطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

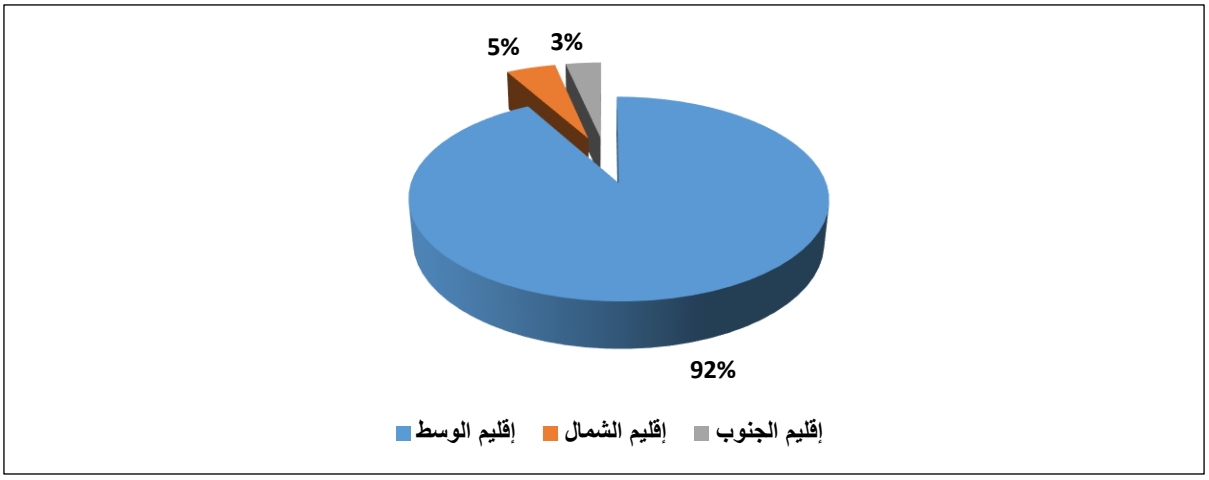
2.1 مُنشآت قطاع الصّناعات الإبداعيّة*

بلغ عدد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة (296) مُنشأة في عام 2025؛ استنادا للمسْح الذي أجرته دائرة الإحصاءات العامة، توزعت بواقع (91.89 %) في إقليم الوسط، ونحو (4.73 %) في إقليم الشمال، وما نسبته (3.38%) في إقليم الجنوب. تشير البيانات إلى أن قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن لا يزال شديد التمركز في إقليم الوسط، إذ تستحوذ هذه المنطقة على إجمالي المُنشآت، وهذا النمط يعكس مركزية حادة ترتبط بتوافر البنية التحتية، والأسواق، والمؤسّسات الثقافية والتعليمية في الوسط، وخاصة في العاصمة عمّان. وغياب شبه كامل للبيئة الداعمة للصناعات الإبداعيّة في الأطراف (الشمال والجنوب)، وهو ما يُحِد من مساهمة هذه المناطق في الاقتصاد الإبداعي الوطني.

جدول 2: أعداد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم/ المحافظة

الإقليم/ المحافظة	عدد المُنشآت
إقليم الوسط	**272**
عمّان	257
البلقاء	8
الزرقاء	6
مأدبا	1
إقليم الشمال	**14**
إربد	12
المفرق	2
إقليم الجنوب	**10**
الكرك	2
الطفيلة	1
معان	4
العقبة	3
المجموع	**296**

* يوجد هنالك اختلاف طفيف في مجاميع الجداول وذلك بسبب عملية التثقيل (الترجيح) والتقريب

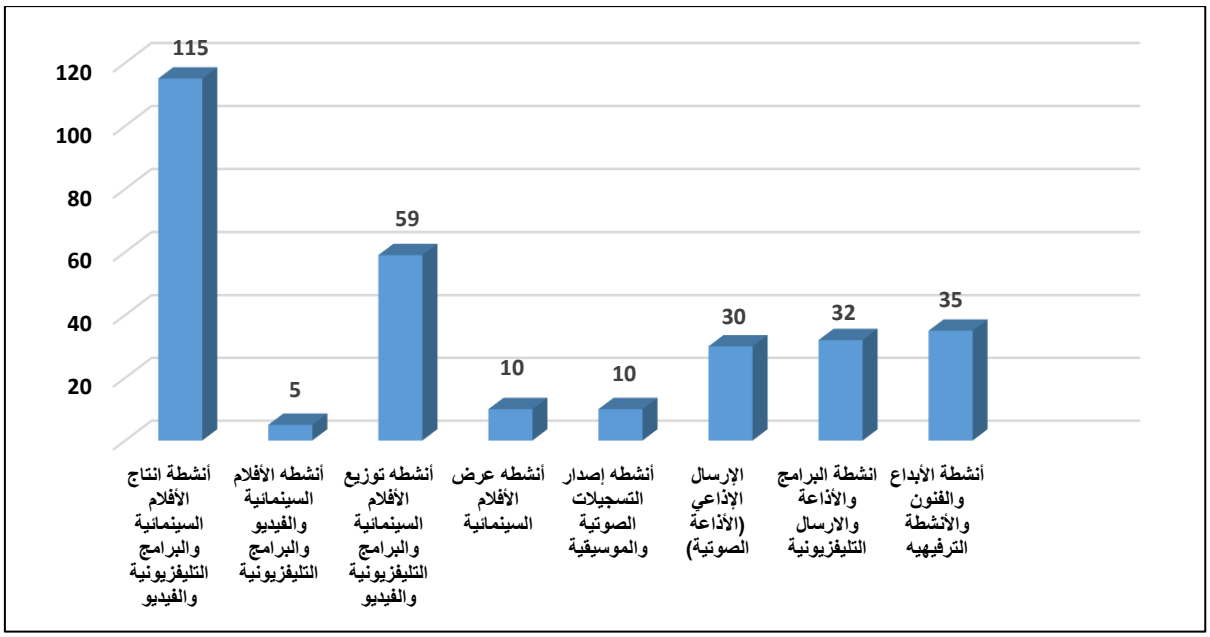


الشكل رقم 1: التوزيع النسبي للمُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم

تشـمل الصّـناعات الإبداعيّة في هذه الدّراسـة مجموعة من الأنشـطة الاقتصـادية التي تعكس طبيعة القطاع الثقافي والفنّي، وتندرج تحتها مجالات متعددة تتعلق بإنتاج المحتوى السـمعي والبصـري وتوزيعه وبثّه، بالإضـافة إلى الفنون والأنشطة الترفيهية. وقد تم تصنيف هذه الأنشطة ضمن إطار يشمل إنتاج الأفلام، والبرامج التليفزيونية، والفيديو، والإذاعة والإرسال، وإصدار التسجيلات الموسيقية، إلى جانب الأنشطة المرتبطة بالإبداع والفنون، والعروض الترفيهية، وذلك بهدف تقديم تصور شامل لمكوّنات القطاع، كما تم تناولها في الدّراسة.

جدول3: أعداد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب النشاط الاقتصادي

توزيع النشاط الاقتصادي	عدد المُنشآت
أنشطة إنتاج الأفلام السينمائية، والبرامج التليفزيونية والفيديو.	115
أنشطه الأفلام السينمائية، والفيديو والبرامج التليفزيونية.	5
أنشطه توزيع الأفلام السينمائية، والبرامج التليفزيونية والفيديو.	59
أنشطه عرض الأفلام السينمائية.	10
أنشطه إصدار التسجيلات الصوتية، والموسيقية.	10
الإرسال الإذاعي (الإذاعة الصوتية).	30
أنشطة البرامج، والإذاعة والإرسال التليفزيونية.	32
أنشطة الإبداع، والفنون والأنشطة الترفيهية.	35
المجموع	**296**



الشكل رقم 2: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب النشاط الاقتصادي

تشير البيانات إلى أن الغالبية العظمى من المُنشآت العاملة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة هي مُنشآت فردية حيث تشكل (48.65%) وفقا لكيانها القانوني، وتشكل المُنشآت شركة ذات مسؤولية محدودة نسبة (38.18%)، في حين شركات التضامن شكلت (7.43%)، ويلاحظ بأن الشركات ذات المسؤولية المحدودة توظف أكبر عدد من العاملين، حيث بلغت

نسبتهم في هذه الشركات حوالي (46.96%) من إجمالي العاملين، تلتها المؤسّسات الحكومية بنسبة (20.35 %). أما المؤسّسات الفردية، فتوظف حوالي (18.19%)من إجمالي العاملين.

وتظهر الدّراسة كثافة العاملات الإناث في الشركات ذات المسؤولية المحدودة، حيث بلغت نسبتهن حوالي (12.74%) من إجمالي العاملين، في حين تركّز العاملون الذكور فيها، وكانت نسبتهم (34.21%) من إجمالي العاملين الذكور.

مما سبق تشير البيانات إلى أن المُنشآت الفردية تمثل النسبة الأكبر في قطاع الصّناعات الإبداعيّة (48.65%)، وهو ما يعكس ضعف البنية المؤسّسية لهذا القطاع، حيث يغلب عليه الطابع الفردي والريادي المحدود، واعتماد واسع على المبادرات الذاتية والمشاريع الصغيرة غير المرتبطة بهياكل تنظيمية قوية. في المقابل، تمثل الشركات ذات المسؤولية المحدودة نسبة كبيرة (38.18%)، وهي مؤشر إيجابي نسبيًا لوجود نواة من المُنشآت الأكثر تنظيمًا واستقرارًا، ما يمهد لإمكانية التوسع والاستدامة في السوق الإبداعي.

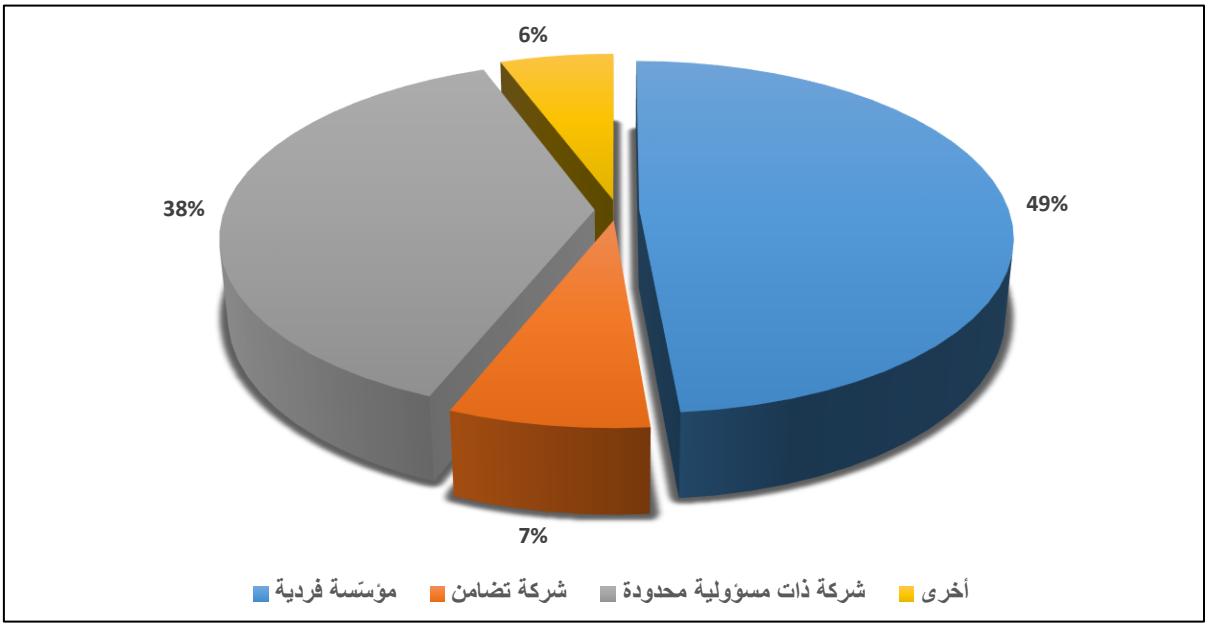
المفارقة اللافتة أن الشركات ذات المسؤولية المحدودة توظف (46.96%) من إجمالي العاملين، رغم أنها أقل عددًا من المُنشآت الفردية، وهذا يدل على أنها أكثر قدرة على التوظيف والنمو المؤسّسي. أما المؤسّسات الحكومية تأتي ثانيًا بنسبة (20.35%)، ما يبرز دور الدولة كمشغّل مهمّ في هذا القطاع، لا سيما في مؤسّسات مثل الإذاعة والتليفزيون، أو المراكز الثقافية. أما المُنشآت الفردية، فرغم كثافتها العددية، لا توظف سوى (18.19%) من العاملين، مما يؤكد طابعها الصغير وغير القابل للتوسع غالبًا.

أما التوزيع الجندري للشركات ذات المسؤولية المحدودة، فيستقطب أعلى نسبة من الإناث العاملات(12.74%) ، ما قد يعكس وجود بيئة تنظيمية أكثر ملاءمة للنساء، وأدوار متزايدة للمرأة في مجالات التصميم، والإعلام، والإنتاج الثقافي. أما الذكور، فيتركزون أيضًا في النوع نفسه من الشركات بنسبة (34.21%)، مما يدل على أن هذا الكيان القانوني هو المحرك الأهم لتشغيل كلا الجنسين في القطاع.

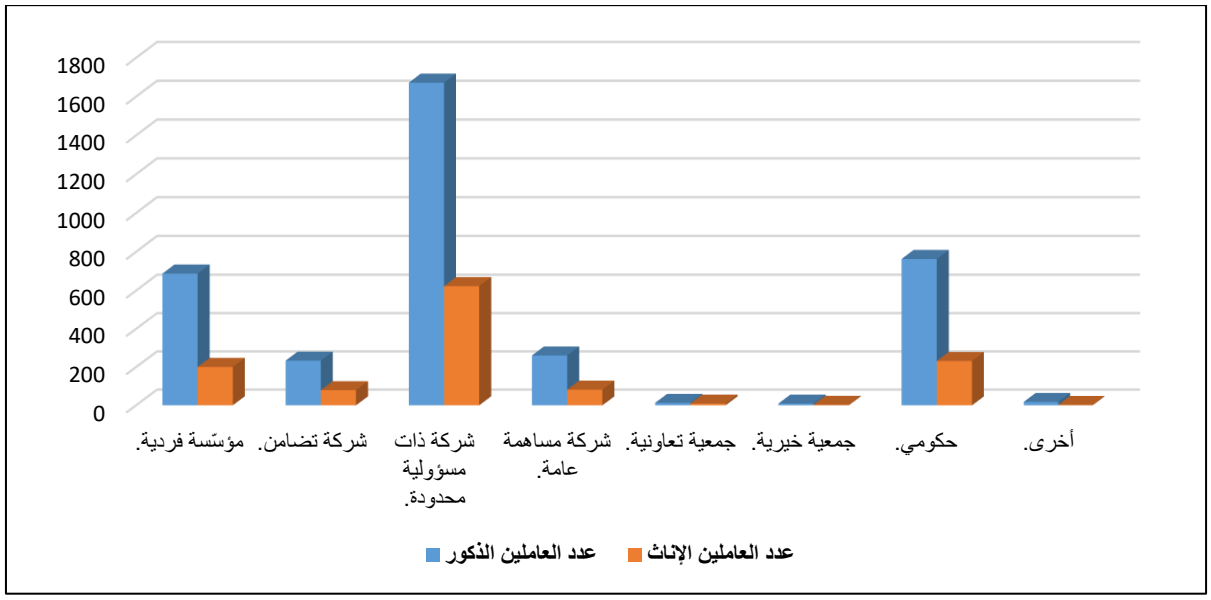
مما سبق، نستنتج أن البيانات تُظهر أن مستقبل تطوير قطاع الصّناعات الإبداعيّة يرتبط ارتباطًا مباشرًا بتقوية المُنشآت ذات المسؤولية المحدودة، وتشجيع التحوّل المؤسّسي للمُنشآت الفردية. كما تسلط الضوء على أهمية بناء بيئة تنظيمية تُعزز من مشاركة النساء، وتُتيح توسّعًا مستدامًا في فرَص العمل.

جدول4: أعداد المُنشآت، والعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الكيان القانوني

الكيان القانوني للمُنشأة	عدد المُنشآت	عدد العاملين الذكور	عدد العاملات الإناث	مجموع العاملين
مؤسّسة فردية.	144	688	201	889
شركة تضامن.	22	234	79	313
شركة ذات مسؤولية محدودة.	113	1,672	623	2,295
شركة مساهمة عامة.	1	261	82	343
جمعية تعاونية.	1	13	9	22
جمعية خيرية.	1	9	3	12
حكومي.	10	763	232	995
أخرى.	4	18	2	20
المجموع	**296**	**3,658**	**1,231**	**4,889**



الشكل رقم 3: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الكيان القانوني



الشكل رقم 4: أعداد العاملين في المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الكيان القانوني والجنس

وحول تقييم أصـحاب العمل لحجم الطلب على منتِجاتهم، فقد أعلنت (35.81%) من المُنشـآت انخفاض الطلب على منتِجاتها في عام 2025، وكذلك (28.72%) من المُنشـــآت انخفض الطلب على منتِجاتها في عام 2026، وكذلك (25%) من المُنشآت انخفض الطلب على منتِجاتها في عام 2027.

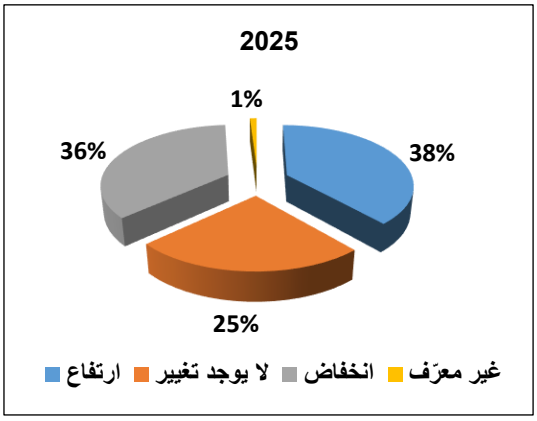
وأعلنت (38.51%) من المُنشـــآت ارتفاع الطلب على منتِجاتها خلال عام (2025)، و (33.45%) من المُنشـــآت ارتفع الطلب على منتِجاتها خلال عام (2026)، و (30.74%) من المُنشـــآت ارتفع الطلب على منتِجاتها خلال عام

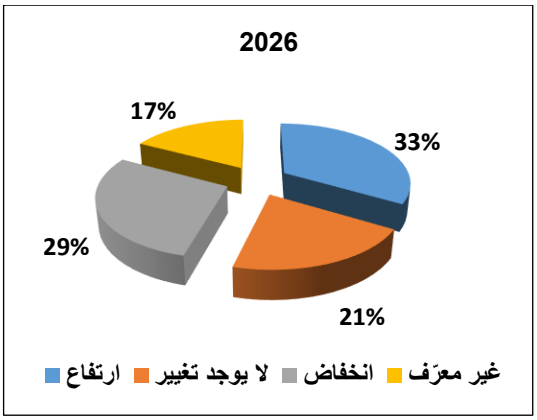
(2027، علما بأن (20.61%) من المُنشـــآت توقعت بأن الطلب لن يتغير على إنتاجها خلال عام 2026 وكذلك (17.91%) من المُنشآت أفادت بعدم تغيير الطلب على منتِجاتها عام 2027.

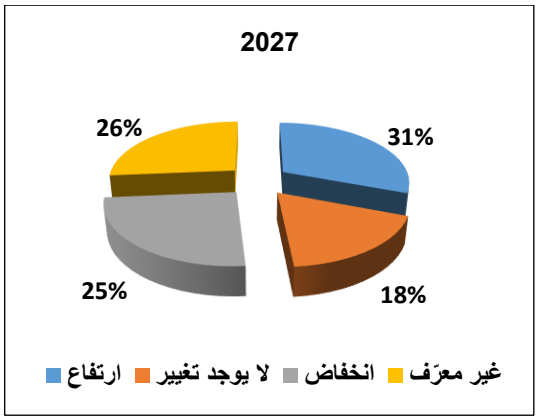
وتجدر الإشارة إلى ضرورة الأخذ بعين الأهمية انعكاس الظروف الحالية السياسية، والاقتصادية على تنبؤات أصحاب العمل المستقبلية سلبيا.

جدول5: أعداد المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب توقع أصحاب العمل لحجم الطلب على منتِجاتهم للفترة (2027-2025)

تقويم الطلب	2025	2026	2027
ارتفاع.	114	99	91
لا يوجد تغيير.	73	61	53
انخفاض.	106	85	74
غير معرّف.	3	51	78
المجموع	**296**	**296**	**296**







الشكل رقم 5: توزيع المُنشأة؛ حسب تقيم الطلب على خدمتها للأعوام 2025- 2027

كشفت الدّراسة عن تباين في عدد المُنشآت في هذا القطاع من حيث نشأتها بين عامي 1950 و2027، وبشكل عام، فإن غالبية المُنشآت التي شملها المسْح بدأت نشاطها منذ العام 2004. حيث تشير البيانات إلى أن حوالي (83.11%) من المُنشآت العاملة في هذا القطاع بدأت بتقديم الخدمة منذ العام 2004.

جدول6: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب سنَة بدء تقديم الخدمة

سنة البدء	عدد المُنشآت	سنة البدء	عدد المُنشآت
1950	1	2006	12
1964	1	2007	9
1976	1	2008	5
1977	1	2009	3
1980	1	2010	14
1986	2	2011	3
1988	1	2012	8
1989	3	2013	18
1990	1	2014	16
1991	2	2015	19
1992	1	2016	11
1993	1	2017	19
1994	1	2018	19
1995	1	2019	10
1997	1	2020	16
1998	3	2021	20
1999	3	2022	12
2000	3	2023	15
2001	2	2024	8
2003	2	2025	1
2004	16	9999	1
2005	9	**مجموع المُنشآت**	**296**

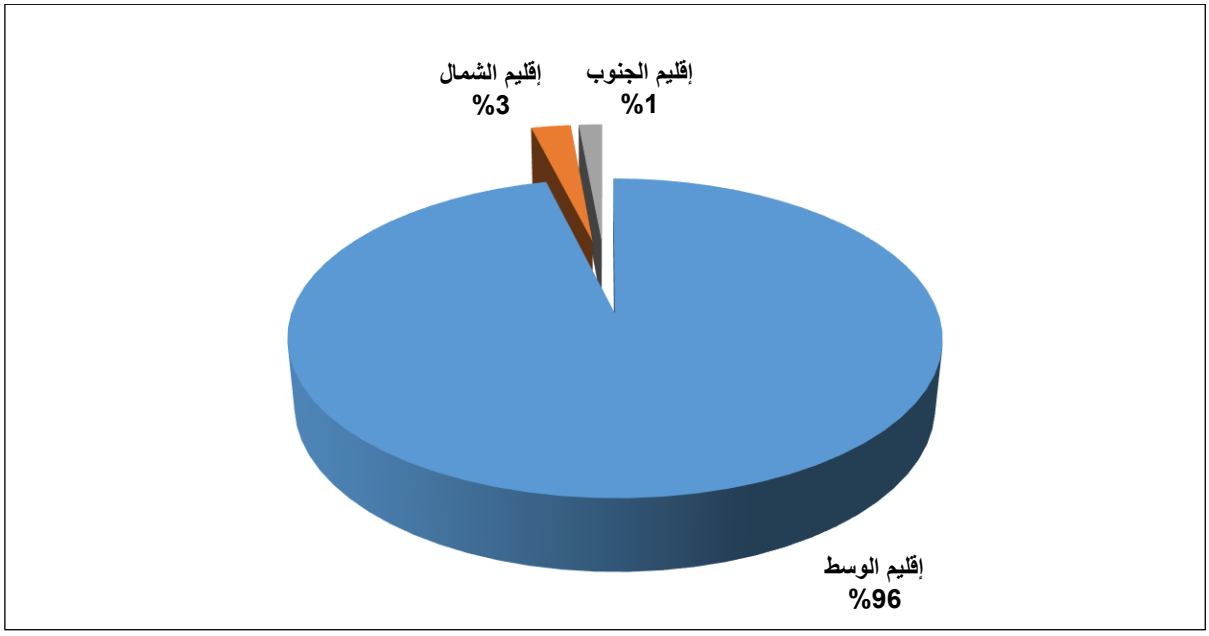
2.2 الخصائص الكمّية، والنوعيّة للعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

تشير البيانات إلى أن التوزيع الجغرافي للعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن يُظهر تمركزًا شديدًا في إقليم الوسـط، لا سـيّما في محافظة عمّان التي تضـم وحدها 4,619 عاملًا من أصـل 4,889، أي ما يعادل(94.5%) من إجمالي العاملين في القطاع. ويعكس هذا التركّز طبيعة البنية الاقتصادية، والثقافية للعاصمة كمركز رئيس للنشاط الإبداعي والفنّي في المملكة. ويعكس هذا التوزيع اختلالًا في التوازن الجغرافي للفرص الوظيفية في قطاع الصّـــناعات الإبداعيّة، حيث تظهر المحافظات خارج العاصمة على شكل مناطقَ مهمّشةٍ نسبيًا من حيث فرص التوظيف الإبداعي، كما يشير إلى مركزية القطاع، واعتماده الكبير على البنية التحتية، والمؤسّسات الثقافية والفنّية المتوافرة في عمّان، مقابل ضعف هذه البنية في باقي المحافظات.

تركّز العاملون بشكل كبير في إقليم الوسط، حيث بلغ عدد العاملين فيه 4,700 من أصل 4,889 أي حوالي (96.1%)، في المقابل، يبلغ عدد العاملين في إقليم الشمال119 فقط، وفي إقليم الجنوب 70، ما يدل على تركز البنية التحتية للإنتاج الثقافي والإعلامي في العاصمة ومحيطها.

جدول7: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم والمحافظة

الإقليم/ المحافظة	عدد العاملين
إقليم الوسط	**4,700**
عمّان	4,619
البلقاء	43
الزرقاء	32
مأدبا	6
إقليم الشمال	**119**
إربد	109
المفرق	10
إقليم الجنوب	**70**
الكرك	27
الطفيلة	11
معان	10
العقبة	22
المجموع	**4,889**



الشكل رقم 6: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الإقليم

تُظهِر المعلومات في الجدول رقم (7) إلى وجود فجوة واضـــحة بين الذكور والإناث، حيث بلغ عدد الذكور في القطاع 3,658عاملًا مقابل1,231 عاملة، أي أن النساء يشكّلن فقط (25.2 %) من العاملين.

هذه الفجوة تظهَر بوضــوح في معظم المِهَن التِّقْنيّة والفنّية، كالتصــوير، والإنتاج، والهندســة، بينما تتميز بعض المِهَن مثل: "مُعِدّ البرامج"، و"مصمّم الرسوم المتحركة"، و"مسوِّق إلكتروني" بمشاركة نسائية أكبر نسبيًا.

تُظهِر البيانات تنوعًا واســـعًا في المِهَن، يشـــمل الجوانب التِّقْنيّة مثل: (مهندس الصـــوت، والمونتاج، والإضـــاءة)؛ والمجالات الإدارية مثل: (إدارة الإنتاج، والتســـويق، والموارد البشَـــريّة)؛ والإبداعيّة مثل: (التصـــميم الجرافيك، والرســـوم المتحركة، والسيناريو، والإخراج).

مما سبق، يُظهِر القطاع مركزية واضحة في العاصمة (إقليم الوسط)، حيث تتركز فرَص العمل، والبنية التحتية الداعمة للقطاع. ومشـاركة النسـاء لا تزال ضـعيفة، رغم وجود تحسّـن طفيف في بعض المِهَن الإبداعيّة مثل: الرسـوم المتحركة، والتسويق الإلكتروني. ويُظهِر القطاع اعتمادا محدودا على العَمالة غير الأردنية، وهو أمر يعكس قدرة سوق العمل المحلي على تغطية احتياجات القطاع.

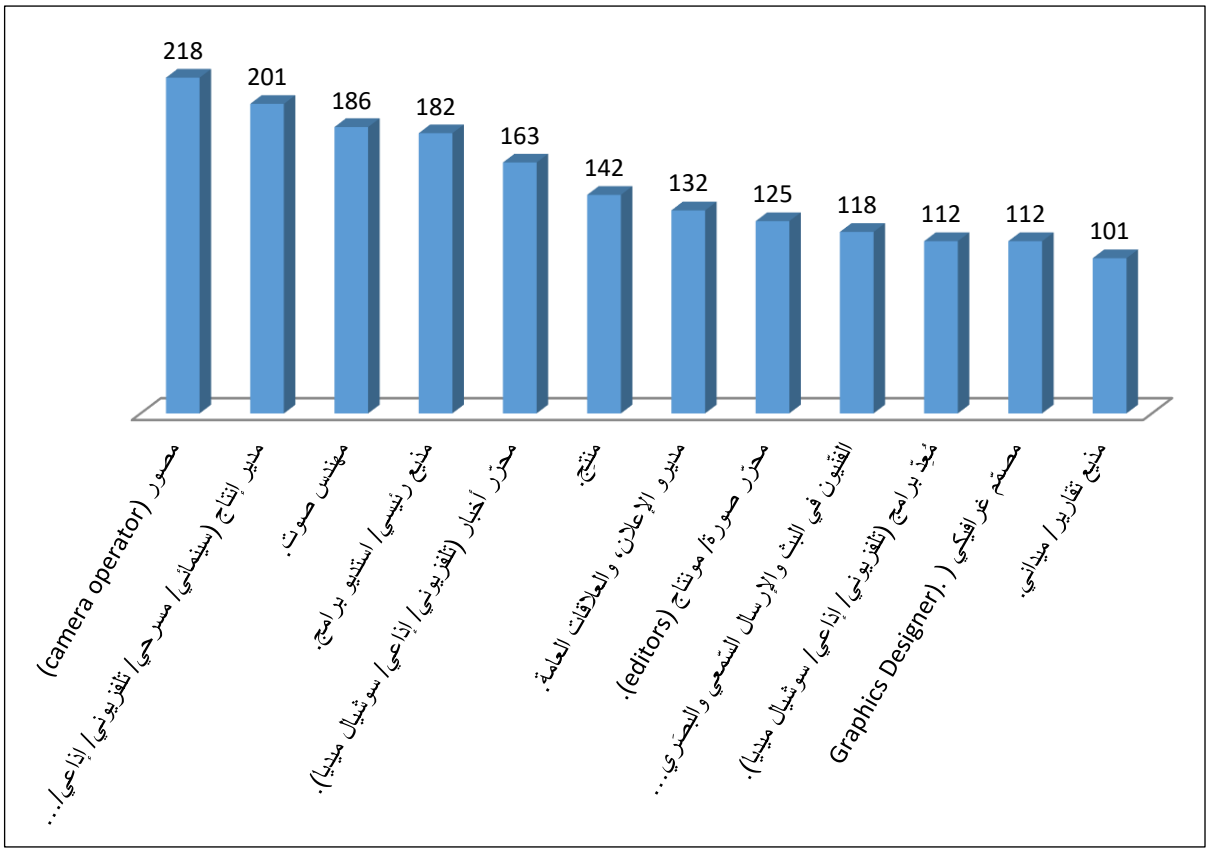
جدول8:توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المِهْنة والجنس والأقاليم

عدد العاملين	إقليم الوسط		إقليم الشمال		إقليم الجنوب		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
مصور (camera operator)	208	5	3	1	1		218
مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشيال ميديا).	153	39	3		4	2	201
مهندس صوت.	165	9	6		5	1	186
مذيع رئيسي/ استديو برامج.	98	75	3		3	3	182
محرّر أخبار (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشيال ميديا).	120	42	1				163
منتِج.	120	21	1				142
مديرو الإعلان، والعلاقات العامة.	109	16	3		4		132
محرّر صورة/ مونتاج (editors).	110	13			2		125
الفنّيون في البث والإرسال السّمعي والبصَري (الإذاعي والتليفزيوني).	105	13					118
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشيال ميديا).	46	63				3	112
مصمّم غرافيكي (Graphics Designer).	70	38	2			2	112
مذيع تقارير/ ميداني.	70	31					101
مخرِج. (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشيال ميديا).	69	8					77
مسوّق محلي فنّي.	32	41			1	1	75
مهندس إلكتروني/ بث وإرسال.	65	9					74
مهندس إلكتروني/ إذاعة وتلفزيون.	62	7					69
مصمّم الرسوم المتحركة (motion graphic designer).	12	51					63
المذيعون في الراديو، والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	36	29	1		1	4	71

عدد العاملين	إقليم الوسط		إقليم الشمال		إقليم الجنوب		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
مدير موقع. (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشيال ميديا).	18	33			2		53
مُغَنٍّ.	31	20					51
راقص.	1		21	19			41
فنّي تجهيز الإضاءة grip.	38						38
منفّذ إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشيال ميديا).	33	3					36
فنّي تنسيق بثّ.	23	8			2	2	35
مبرمِج (Programmer).	44	12					56
مدير التصوير والإضاءة.	35						35
اختصاصيّو الإعلان والتسويق.	43	23		1			67
الصحفيّون.	24	10					34
مدير إضاءة (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا) (Gaffer).	34						34
عازف موسيقي.	15	15			2		32
مخرِج بثّ.	29	2					31
مسوّق إلكتروني.	6	23					29
فنّي اتصالات/ عام.	28						28
محرّر الصوت (Sound Editor).	21	3	1				25
موظف تذاكر.	14	10					24
مبرمِج رسوم متحركة (Animation Programmer).	16	8					24
مساعد مصوّر أول (Assistant Camera First).	23	1					24
مدرّب رقص.	16		4			3	23
مساعد مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	15	7					22
مدير التسويق.	18	2	1				21
فنّي جدولة برامج.	13	8					21
المترجمون، والمفسّرون، واللغويون الآخرون.	14	3	3				20
(Dron Pilot).	17	3					20
كاتب سيناريو وحِوار (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	11	8					19

عدد العاملين	إقليم الوسط		إقليم الشمال		إقليم الجنوب		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
مسؤول فنّي (Art Director).	9	10					19
مساعد محرّر صورة.	14	4					18
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز . (VR/AR Designer)	5	13					18
.Dron Operator	16	1	1				18
إخصائي تجميل (مُمَكيِج عام).		17					17
مصمّمو المواقع الإلكترونية، والوسائط المتعددة.	15	10					25
مخرِج منفّذ.	14	3					17
مهندس إلكتروني/ حاسوب.	11	5					16
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصَرية).	12	4					16
منفّذ ديكور.	15						15
موظف خدمة عملاء.	11	4					15
مصمّم مؤثرات بصَرية (Visual Effect Artist)	10	4					14
مسوّق دَوليّ.	4	10					14
مصوّر فوتوغرافي.	13	1					14
فنّي إلكتروني/ أجهزة راديو تلفزيون.	9	4					13
مساعد مخرج / راكور حركي.	5	7					12
مصمّم ثلاثي الأبعاد (Designer 3D)	8	3					11
مصمّم أزياء (costume designer).	15	4					19
مساعد أخصائي تجميل (مساعد مُمَكيِج).	8						8
مصمّم العناوين التتر	6	2					8
مساعد الإضاءة (Boy Electric Best)	6						6
مساعد مُعِدّ (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4	2					6
اختصاصي إرشاد تسويقي، ومِنصّات تسويقية.	4	2					6
مصفّف شعر نساء (حلاق نسائي).	2	3					5
ممثّل رئيس.	5						5
مهندس اتصالات/ راديوية.	5						5
محلّل أنظمة (Analyst Systems).	5						5
مديرو البيع والتسويق.	2	3					5

عدد العاملين	إقليم الوسط		إقليم الشمال		إقليم الجنوب		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
مختص تصحيح الألوان (colorist).	5						5
منظّمو المناسبات، والمؤتمرات.	1	3					4
محرّر موسيقي (editor music).	3	1					4
موظف قياسات مسّاح.	4						4
مطوّر واجهات الداخلية (Back End Developer).	4						4
مِهَن أخرى.	909	335	21	6	4	4	1,279
المجموع	**3,526**	**1,174**	**92**	**27**	**40**	**30**	**4,889**



الشكل رقم 7: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب أبرز المِهَن الأكثر إشغالا

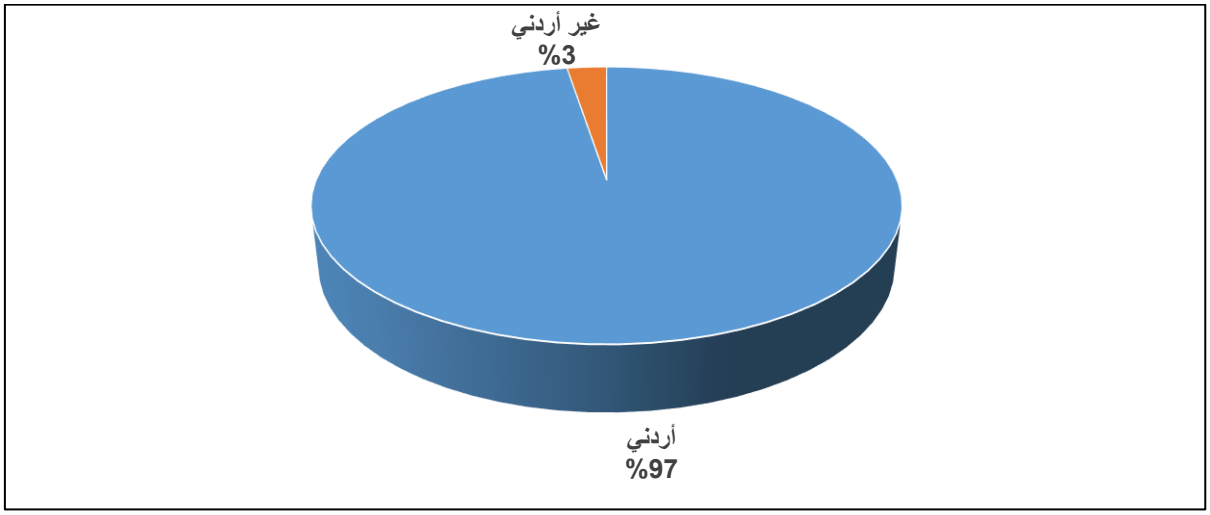
يوضّح جدول (9) توزيع العاملين من حيث الجنسية، فقد شكل الأردنيون ما نسبته (97.4%) من إجمالي العاملين في القطاع (4,763). بمقابل غير الأردنيين الذين يمثلون نسبة (2.6%) فقط (126)، وهذا يشير إلى اعتماد محدود على العَمالة الوافدة، على عكس بعض القطاعات الأخرى.

أما عند الحديث عن التوزيع الجغرافي؛ حسب الجنس والجنسية للعاملين في إقليم الوسط، فيعمل به 3,526 ذكرًا و1,174 أنثى (إجمالي 4,700)، من بينهم 97 غير أردنيّين ويمثلون نسبة (2.1% فقط). أما في إقليم الشمال، فقد بلغ

عدد الذكور الأردنيين 88، والإناث الأردنيات 27، بينما هناك 4 ذكور غير أردنيين فقط، كذلك في إقليم الجنوب، حيث بلغ عدد العاملين الإجمالي 70 فقط، من بينهم 40 ذكرًا أردنيًا، و29 أنثى أردنيّة، وذكر واحد غير أردني.

جدول9: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنسية والمحافظة

الجنسية	إقليم الوسط		إقليم الشمال		إقليم الجنوب		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
أردني	3,429	1,150	88	27	40	29	4,763
غير أردني	97	24	4			1	126
المجموع	3,526	1,174	92	27	40	30	4,889



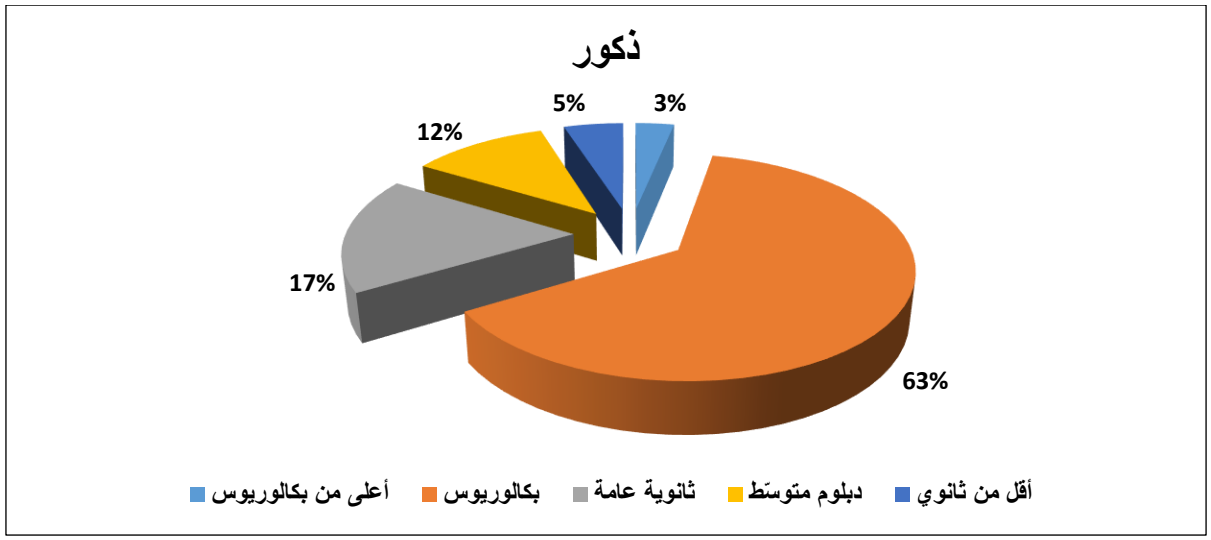
الشكل رقم 8: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنسية

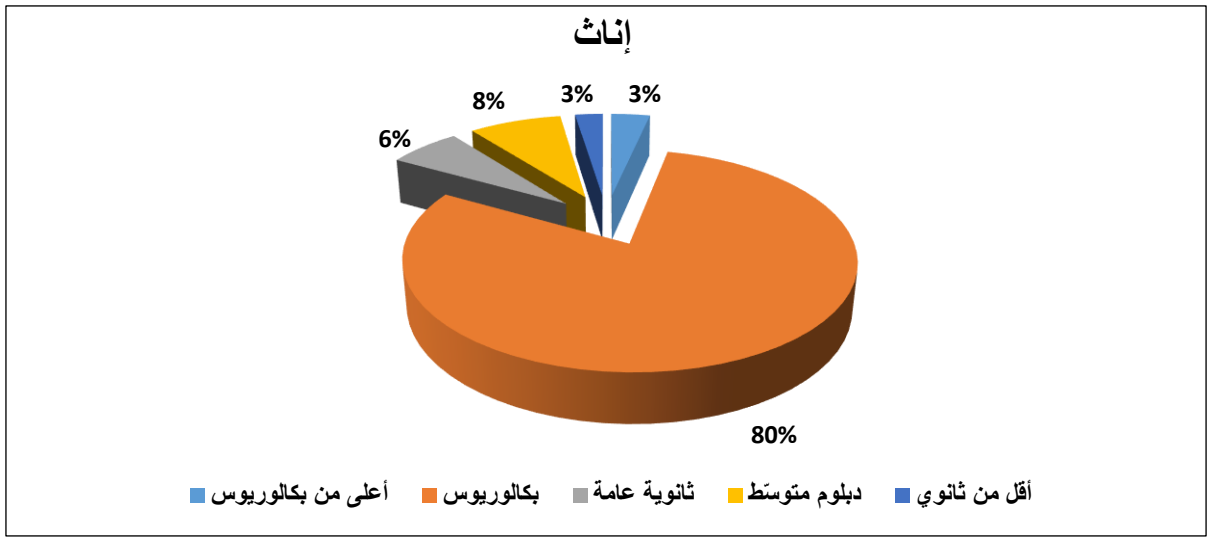
تعكس بيانات توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن؛ حسب المستوى التعليمي، والجنس، والمحافظة، عدة دلالات مُهمّة تتصل بنوع الموارد البشَريّة في هذا القطاع الحيوي، حيث يشكّل حملة البكالوريوس النسبة الأكبر من العاملين، بـ 3,292عاملًا، أي ما نسبته (67.3%) من إجمالي العاملين، يليهم حملة الدبلوم المتوسط بـ 516عاملًا (10.6%) ، ثم حملة الثانوية العامة 70 عاملًا بنسبة(14.5%). أما حملة المؤهّلات الأعلى من البكالوريوس، فيبلغ عددهم 160 عاملًا بنسبة (3.3%)، وتشير نسبة الحاصلين على تعليم أقلّ من الثانوي 212 عاملًا، أي (4.3%) إلى وجود شريحة غير متعلمة تعليمًا عاليًا، لكنها لا تزال منخرطة في بعض المِهَن الإبداعيّة.

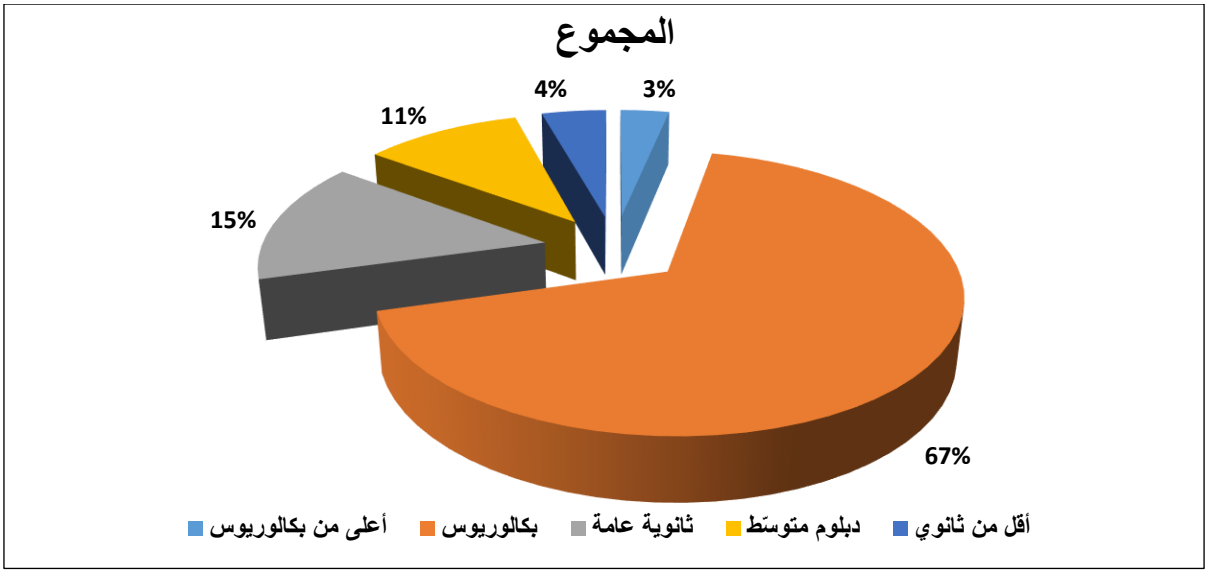
حسب الجدول رقم (10) الذي يظهِر توزيع العاملين؛ حسب الجنس والمستوى التعليمي، تتفوق النساء في نسبتهنّ ضمن حملة البكالوريوس، والدراسات العليا، فهناك (981) أنثى يحملن شهادة بكالوريوس (من أصل 1,231 عاملة) مقابلَ 42 أنثى تحمل مؤهلًا أعلى من البكالوريوس. في حين يتمركز الذكور بشكل أكبر في البكالوريوس، وهذا يشير إلى أن مشاركة النساء في القطاع ترتبط غالبًا بمستويات تعليمية عالية، ما يدل ذلك على دور التعليم الجامعي في تمكين المرأة في المِهَن الإبداعيّة.

جدول10: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المستوى التعليمي والجنس

المستوى التعليمي	ذكر	أنثى	المجموع
أعلى من بكالوريوس	118	42	160
بكالوريوس	2,311	981	3,292
ثانوية عامة	629	78	707
دبلوم متوسّط	416	100	516
أقل من ثانوي	182	30	212
تلمذة مِهْنية	2		2
المجموع	**3,658**	**1,231**	**4,889**







الشكل رقم 9: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المؤهّل العلمي والجنس

حسب الجدول رقم (11) الذي يبين توزيع العامليين؛ حسب المستوى التعليمي، والمحافظة، فقد أظهرت النتائج توزيع العاملين ذوي المؤهّلات التعليمية كما يأتي: إقليم الوسط يتصدر من حيث عدد حملة البكالوريوس (3,183) وحملة الدراسات العليا (143)؛ أما إقليم الشمال فيسجل أعدادًا متواضعة نسبيّا في جميع المستويات، حيث لا يوجد فيه أي عامل يحمل شهادة تلمذة مِهْنية، بينما يحمل 75 عاملًا بكالوريوس و7 دراسات عليا؛ وفي إقليم الجنوب يُظهر تمثيلًا ضعيفًا، حيث يعمل فيه 34 حامل بكالوريوس و10 فوق البكالوريوس فقط، وهذا يعزز من ملاحظة التمركز الجغرافي للخبرات، والكفاءات التعليمية العالية في العاصمة (إقليم الوسط)، وتراجعها في المحافظات الطرفية.

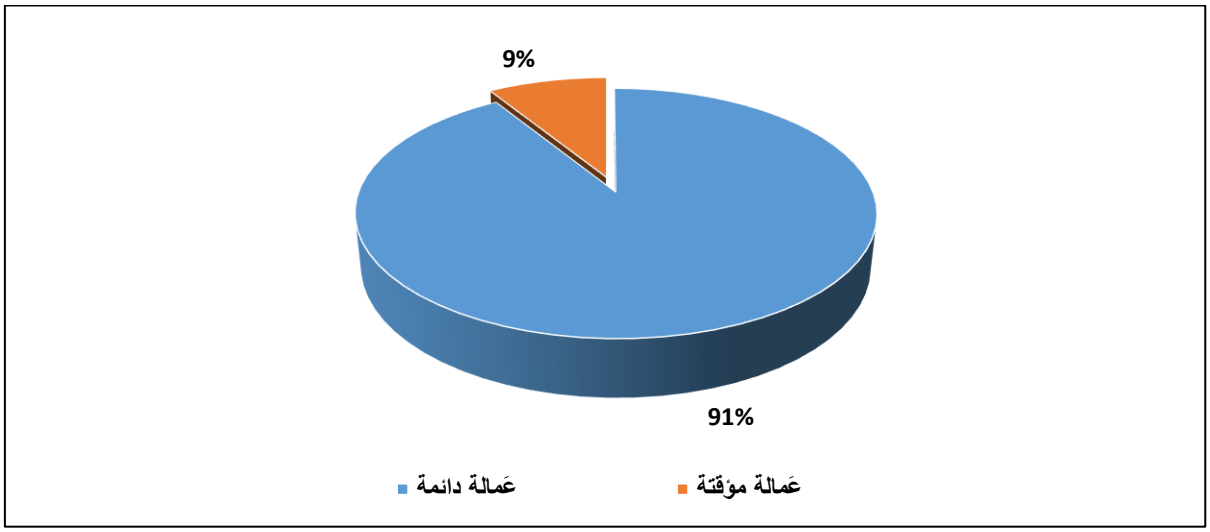
جدول11: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المستوى التعليمي والمحافظة

المستوى التعليمي	إقليم الوسط	إقليم الشمال	إقليم الجنوب	المجموع
أقل من ثانوي	202	9	1	212
تلمذة مِهْنية	2			2
ثانوية عامة	671	16	20	707
دبلوم متوسّط	499	12	5	516
بكالوريوس	3,183	75	34	3,292
أعلى من بكالوريوس	143	7	10	160
المجموع	**4,700**	**119**	**70**	**4,889**

تشير بيانات جدول (12) إلى أن الغالبية العظمى من العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة هم من فئة العَمالة الدائمة، حيث بلغ عددهم (4,456) عاملا وعاملة، بنسبة تقارب (91.1%) من إجمالي العاملين البالغ عددهم (4,889) في المقابل، لا تتجاوز نسبة العَمالة المؤقتة (8.9%)، حيث يبلغ عددهم (433) فقط، ويعكس هذا التوزيع استقرارًا نسبيّا في طبيعة التوظيف ضمن هذا القطا. ويشير إلى اعتماد المؤسّسات العاملة فيه على كوادر ثابتة ومتخصّصة، ما يعزز من إمكانية الاستثمار طويل الأمد في تدريب هذه الكوادر وتأهيلها. ويؤكد الحاجة إلى مواءمة المهارات المقدمة عبر البرامج التدريبية مع الاحتياجات الفعلية للوظائف الدائمة، وليس المؤقتة فقط.

جدول12: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب نوع العَمالة

نوع العَمالة	عدد العاملين
عَمالة دائمة	4,456
عَمالة مؤقتة	433
المجموع	**4,889**



الشكل رقم 10: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب نوع العَمالة

تشير بيانات توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن إلى هيمنة واضحة لأنشطة البرامج والإذاعة والإرسال التليفزيوني، والتي تستحوذ على (2,069) عاملًا من أصل (4,889)، أي ما يعادل (42.3 %) من إجمالي العاملين، تليها أنشطة إنتاج الأفلام والبرامج التليفزيونية، والفيديو بعدد (1,181) عاملًا بنسبة (24.2%)، مما يعكس تركّز البنية التشغيلية حول الإعلام المرئي والمسموع. وفي المقابل، تظهر أنشطة مثل الإرسال الإذاعي 519 عاملًا، (10.6%) وأنشطة الإبداع والفنون والترفيه (454) عاملًا (9.3 %) بنسب أقل، بينما تسجل الأنشطة المرتبطة بتوزيع الأفلام السينمائية وعَرضها، وإصدار التسجيلات الصوتية أرقامًا متدنية (356)، (226)، و(46) عاملًا على التوالي. يعكس هذا الواقع غياب التنوع في التشغيل، وضعف الاستثمار في الفروع الفنّية والموسيقية، ما يستدعي تدخلًا عاجلًا لتوسيع قاعدة التشغيل، وتنشيط المجالات الأقل تمثيلًا ضمن هذا القطاع الحيوي.

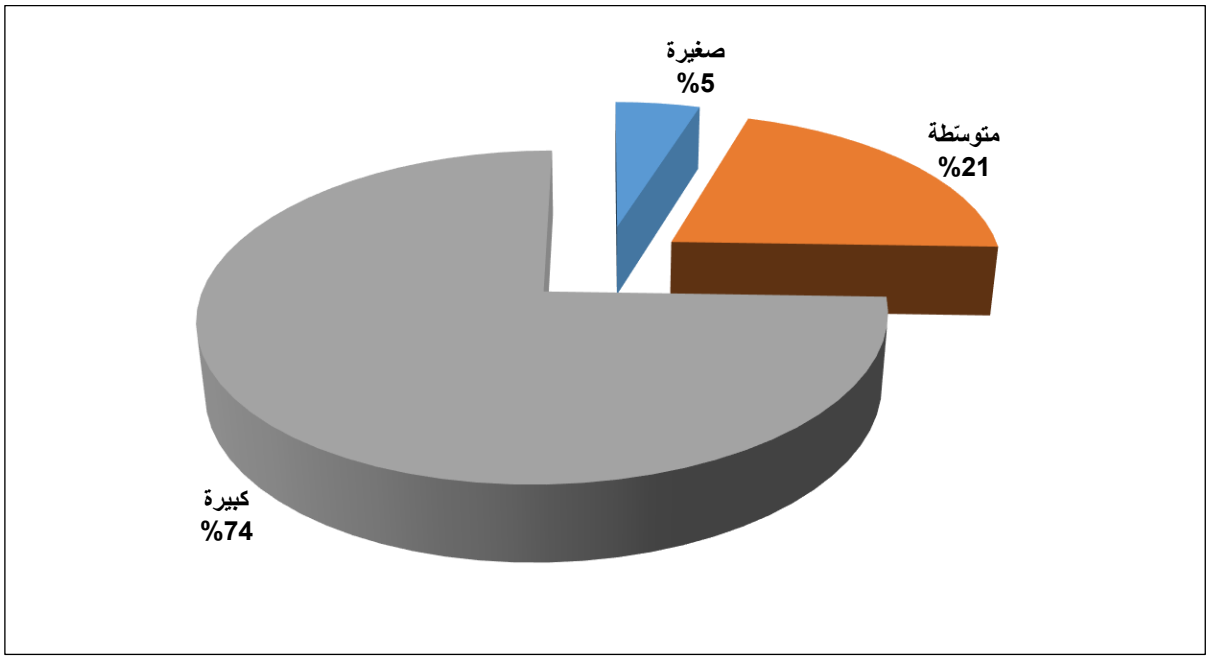
جدول13: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب النشاط الاقتصادي

الأنشطة الاقتصادية	عدد العاملين
أنشطة البرامج، والإذاعة والإرسال التليفزيونية.	2,069
أنشطة إنتاج الأفلام السينمائية، والبرامج التليفزيونية والفيديو.	1,181
الإرسال الإذاعي (الإذاعة الصوتية).	519
أنشطة الإبداع، والفنون والأنشطة الترفيهية.	454
أنشطه توزيع الأفلام السينمائية، والبرامج التليفزيونية والفيديو.	356
أنشطه عرض الأفلام السينمائية.	226
أنشطه إصدار التسجيلات الصوتية والموسيقية.	46
أنشطه الأفلام السينمائية، والفيديو والبرامج التليفزيونية.	38
المجموع	**4,889**

أما من حيث حجم العَمالة، فإن التوزيع يُظهر أن 3,642عاملًا (74.5%) يعملون في مُنشآت كبيرة تضم أكثر من 20 موظف، بينما ينتشر 1,010عاملًا (20.7%) في مُنشآت متوسطة الحجم (5–19 عاملا)، و237 عاملًا في مُنشآت تضم (1–4) عاملا، مما يعكس هيمنة المُنشآت المتوسطة والكبيرة على توظيف الكفاءات في هذا القطاع، في حين أن المُنشآت الصغيرة تمثل فقط (4.8%) تقريبًا من إجمالي العَمالة، تعكس هذه الأرقام طبيعة القطاع كونه مجالا منظَّما ومؤسّسيّا، يرتكز على شركات إنتاج إعلامي كبيرة، ومؤسّسات رسمية، مع هامش محدود للمُنشآت الصغيرة أو المبادرات الفردية.

جدول14:توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب فئة حجم العَمالة

حجم المُنشأة	عدد العاملين
صغيرة	237
متوسّطة	1,010
كبيرة	3,642
المجموع	**4,889**



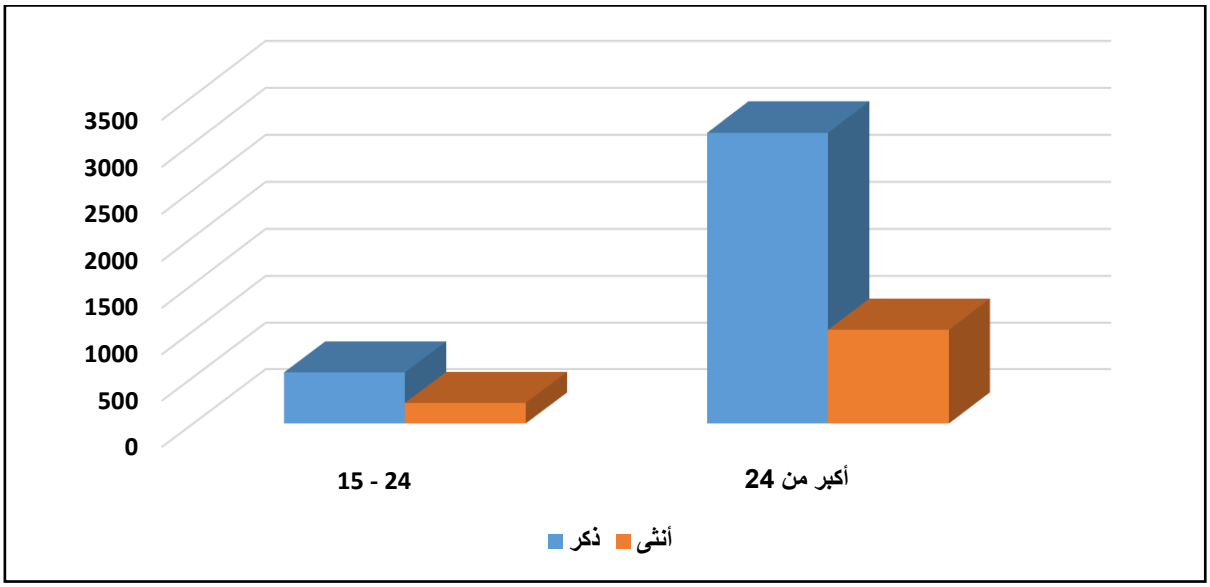
الشكل رقم 11: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب حجم العَمالة

يشير الجدول (15) إلى توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الفئة العمرية والجنس. ويوضح عدة ملاحظات دالة على التركيبة الديموغرافية لهذا القطاع، حيث تتركز النسبة الأكبر من العاملين في الفئة العمرية "أكبر من 24 عامًا"، ويبلغ عددهم 4,118عاملًا، ما يمثل حوالي (84%) من إجمالي العاملين، ويعكس اعتماد القطاع بشكل رئيسي على فئات عمرية أكثر نضجًا، وربما أكثر خبرة أو تعليمًا. وبالمقابل، لا تتجاوز نسبة الفئة العمرية 15–24" عامًا "نحو (16%) فقط من مجموع العاملين، وهو مؤشر على ضعف انخراط فئة الشباب حديثي التخرج، أو محدودي الخبرة في هذا القطاع، وقد يكون مرتبطًا بندرة فرص التدريب العملي، أو بعدم مواءمة المؤهّلات المكتسبة مع متطلبات سوق العمل.

أما من حيث التوزيع؛ حسب الجنس، فإن الفجوة تظل قائمة ضمن كل فئة عمرية، إذ تشكّل النساء نسبة (29%) من العاملين في الفئة الشابة، (24–15) أما (24.5%) من العاملين في الفئة الأكبر (أكثر من 24 عامًا).

جدول15: عدد العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الفئة العمرية والجنس

الفئة العمرية	ذكر	أنثى	المجموع
15 - 24	550	221	771
أكبر من 24	3,108	1,010	4,118
المجموع	**3,658**	**1,231**	**4,889**



الشكل رقم 12: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الفئة العمرية والجنس

2.3 الاحتياجات التدريبية الحالية، والمستقبلية للمؤسّسات في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

أظهرت نتائج تحليل البيانات التي تم جمعها بأنها توفر مرافق تدريبه بنسبة (11.82%) في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، وتشكل هذه نسبة متدنية، وتُظهر أن غالبية المُنشآت لا تملك بنية تدريب داخلية، رغم أن الصّناعات الإبداعيّة تعتمد بدرجة كبيرة على تطوير المهارات التِّقْنيّة والفنّية بشكل مستمر، في حين أن عدد المُنشآت التي صرّحت بعدم وجود مَرافق تدريبية هو 11مُنشأة فقط (3.72%)، و8 مُنشآت (2.70%) أشارت إلى توفير جزئي.

جدول16: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛؛ حسب توافر مَرافق تدريبية

توزيع المُنشآت؛ حسب توافر مَرافق تدريبية	عدد المُنشآت
نعم	35
لا	11
جزئي	8
غير معرّف*	242
المجموع	**296**

*المُنشآت غير المستجيبة للسؤال

وأفاد حوالي (31.71%) من المُنشآت العاملة في القطاع بأنها تفضل تدريب عامليها خارج البلاد. وهذا مؤشر على محدودية الكفاءات التدريبية المحلية المتخصّصة في الصّناعات الإبداعيّة، ووجود فجوة في المحتوى، أو الأدوات التدريبية المحلية التي تلبي متطلبات الابتكار والجودة العالمية. وهذا قد يعكس توجّهًا نحو اكتساب المهارات المتقدمة، أو التخصّصات غير المتوافرة محليًا.

وفي المقابل، فإن (29.27%) من المُنشآت (12 مُنشأة) تلجأ إلى مراكز تدريب في القطاع الخاص داخل الأردن، ما يشير ذلك إلى وجود بنية تدريبية محلية جزئية، لكنها غير كافية لتغطية كامل احتياجات السوق. وأن الجهات الأخرى (معهد الإعلام الأردني، والهيئة الملكية للأفلام، ومعهد الإدارة العامة) تمثل نِسَبًا محدودة جدّا، رغم أهميتها وارتباطها الوثيق بالقطاع.

جدول17: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب جهة التدريب المفضَّلة

جهة التدريب	عدد المُنشآت
مراكز تدريب/ القطاع الخاص.	12
خارج البلاد.	13
أخرى.	5
معهد الإدارة العامة.	2
الهيئة الملَكية للأفلام.	3
معهد الإعلام الأردني.	6
المجموع*	41

*المُنشآت المستجيبة للسؤال

تشير البيانات أن هناك ارتفاعا في طلب أصحاب العمل على برامج تدريب العاملين في الصّناعات الإبداعيّة في برامج التدريب المبيّنة في الجدول (18) الذي يشير إلى توزيع المُنشآت في القطاع؛ حسب برامج التدريب الأكثر طلبا، وذلك حسب جهة التدريب.

جدول18: توزيع المُنشآت؛ حسب جهة التدريب المفضَّلة والبرنامج التدريبي

جهة التدريب/البرنامج التدريبي	عدد
مراكز تدريب/ القطاع الخاص	12
إتقان برامج التصميم مثل InVision Adobe Sketch, .	1
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	1
فهم الأخبار وصناعة المحتوى.	1
إتقان تقنيات التنفس والتحكم في الصوت.	1
مهارات إدارة الميزانية.	1
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	3
القدرة على تطوير الرؤية البصَرية للمشروع،	1
فهم عميق لِتقنيّات التصوير والإضاءة.	1
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	1
التصوير الديناميكي(القدرة على تصوير الحركة بشكل سلِس).	1

جهة التدريب/البرنامج التدريبي	عدد
خارج البلاد	5
تنظيم المحتوى.	1
القدرة على إجراء مقابلات والتفاعل مع الضيوف بفعالية.	3
القدرة على تحرير الصوت، وتعديله بشكل احترافي.	1
معهد الإعلام الأردني	4
فهم أساسيات التحرير.	1
القدرة على التحدث بوضوح، وبأسلوب جاذب.	1
القدرة على إجراء مقابلات والتفاعل مع الضيوف بفعالية.	1
معرفة عميقة بتِقنيّات التصوير والإضاءة.	1
الهيئة الملَكية للأفلام	3
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe Premiere Pro: After Effects: Adobe Illustrator و : Cinema 4D أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode	1
فهم أساسيات التحرير.	1
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	1
أخرى	3
إتقان تِقنيّات التنفّس والتحكّم في الصوت.	1
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro.	1
إتقان برمجيات تحرير الصوت مثل Pro Tools.	1
المجموع*	27

*المُنشآت المستجيبة للسؤال

تشير بيانات البرامج التدريبية المطلوبة للعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام 2025–2027 إلى وجود اتجاه واضح نحو تعزيز المهارات التِّقْنيّة والإبداعيّة المرتبطة بالإنتاج الإعلامي والتصميم، مع تفاوت كبير في أعداد المتدرّبين؛ حسب المِهْنة والبرنامج التدريبي. والمِهْنة التي شّكلت أعلى عدد من المتدربين المطلوب تدريبهم كانت من فئة "مذيع رئيسي/ استديو برامج "بواقع 115 متدربًا عبر السنوات الثلاث (61 في 2025، 31 في 2026، 23 في 2027)، ما يعكس الطلب الكبير على تطوير المهارات الاتصالية والإلقائية؛ تليها وظائف مثل: "مُعِدّ برامج" (79)، "مصمّم غرافيكي" (62)، و"مهندس صوت(83) "، وهي مِهَن تتطلب مزيجًا من المهارات التِّقْنيّة والإبداعيّة، مما يبرر الاهتمام التدريبي المرتفع بها. واللافت في الأمر هو أن بعض المِهَن مثل: "مطوّرو البرمجيات"، و"مساعد مخرِج" بدأت تكتسب اهتمامًا تدريبيًا متزايدًا عام 2027 مقارنة بالسنوات السابقة، ما يشير إلى تحول تدريجي نحو الرَّقمَنة والتخصّصات التِّقْنيّة المتقدمة.

جدول19: أبرز البرامج التدريبية المطلوبة للعاملين الحاليّين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المِهْنة (2025-2027)

البرنامج التدريبي المطلوب	مجموع المراد تدريبهم	البرنامج التدريبي المطلوب	مجموع المراد تدريبهم
مذيع رئيسي/ استديو برامج.	115	منتِج.	6
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	79	مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	5
مصمّم غرافيكي (Graphics Designer).	62	مساعد مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4
مهندس صوت.	83	مصمّم ثلاثي الأبعاد (Designer D3).	4
camera operator (مصوّر).	36	مهندس اتصالات/ راديويّة.	2
محرّر أخبار (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	49	مصمّم واجهات التفاعل(Graphical User Interface designer).	6
عازف موسيقي.	17	مساعد مخرج / راكور حركي.	10
مصمّم الرسوم المتحركة motion graphic designer.	32	مطوّرو البرمجيات.	4
محرّر صورة/ مونتاج (editors).	26	مخرِج بثّ.	2
المساعدون الآخرون في الاختصاصات المرتبطة بالفنون والثقافة.	23	مصمّم أزياء ((costume designer)).	2
الصحفيّون.	21	مشرف جرافيكي supervisor graphic.	2
مسوّق محلي فنّي.	11	محرّر الصوت (Sound editor).	1
مذيع تقارير/ ميداني.	14	مساعد الإضاءة (boy electric Best).	7
أخصائي إرشاد تسويقي ومِنصّات تسويقية.	18	اختصاصيّو الإعلان والتسويق.	3
مخرج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	14	مشرف خزانة الملابس wardrobe supervisor.	6
مبرمِج رسوم متحركة (Animation Programmer).	13	منفّذ إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4
مصمّم مؤثرات بصَرية (visual effect artist).	14	مُحرك رسوم متحركة (Animator).	10
راقص.	10	مدير التصوير والإضاءة.	1

شكلت المهارة التدريبية الأعلى طلبًا على مستوى البرامج التدريبية. وكانت "القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب" 97 متدربًا (أكثر المهارات طلبًا)، ثم "مهارات التعامل مع المعدات الصوتية" 63 متدربًا، ثم "القدرة على البحث والتحليل وإتقان برامج التحريك والتصميم" After Effects ، Premiere، Blender ..إلخ حوالي 60 متدربًا لكلّ منهما.

بالمقابل، هناك مهارات أقل طلبًا مثل: "المعرفة بالخامات والأقمشة" أو "مهارات إدارة الميزانية" رغم ارتباطها بمهام إنتاجية مُهمة، ما يعكس ذلك ضعف وعي تدريبي بها، أو تركيزا أقل من المؤسّسات عليها.

إن البيانات تشير إلى أن التركيز التدريبي الحالي يعكس حاجة السوق لتِقنيّات الصوت، والصورة، والتقديم التليفزيوني والتحرير الرَّقْمي، مع تطوّر نسبي في طلب مهارات البرمجة، وتحريك الرسوم.

جدول20: توزيع العاملين المراد تدريبهم في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب البرنامج التدريبي للأعوام (2025-2027)

البرنامج التدريبي المطلوب	مجموع المراد تدريبهم	البرنامج التدريبي المطلوب	مجموع المراد تدريبهم
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	97	تحليل الأداء.	7
مهارات في التعامل مع المُعَدات الصوتية والتِّقنيّات المستخدمة.	63	إتقان تِقنيّات التنفّس والتحكّم في الصوت.	8
القدرة على البحث والتحليل.	60	المعرفة بمهارات التفصيل والخياطة.	4
القدرة على إجراء مقابلات والتفاعل مع الضيوف بفعالية.	42	فهم عميق لتِقنيّات التصوير والإضاءة.	4
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Illustrator Adobe و : Cinema 4D أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Copilot Video، وTrapcode	36	القدرة على تنظيم مُعَدات الإضاءة وتركيبها.	4
فهم الأخبار وصناعة المحتوى.	33	القدرة على تقديم رؤية فنّية عن طريق الصور.	5
إتقان برامج التصميم: مثل Adobe Photoshop, InDesign, Illustrator،	31	القدرة على إدارة الموسيقيين وتوجيههم بفعالية.	3
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	26	القدرة على استخدام عناصر التصميم، وتوزيع العناصر بشكل متوازن في التصميم.	4
إتقان تِقنيّات الرقص.	26	القدرة على تحرير الصوت وتعديله بشكل احترافي.	2
إعداد النشرات الإخبارية.	16	كتابة النصوص.	3
القدرة على إعداد السيناريو وتصميمه (تعليمي، ترفيهي. إلخ).	16	القدرة على نقل المعلومات بين الفِرَق المختلفة، والتركيز على تفاصيل الجدول الزمني.	2
الإتقان في الآلات الموسيقية.	22	القدرة على استخدام برامج النمذجة الأساسية مثل Blender، Autodesk Maya، 3 ds Max، أو Cinema 4D.	2
فهم أساسيات التحرير.	14	الإلمام ببرامج التصميم الجرافيكي.	2
القدرة على ضبط الأصوات ودمجها بشكل متقَن، والتركيز على جودة الصوت ووضوحه.	11	مهارات إدارة الميزانية.	2
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro	8	المعرفة بالخامات و الأقمشة.	2
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	10	تنظيم المحتوى.	2
القدرة على تحريك النماذج والشخصيات ضمن بيئة ثلاثية الأبعاد.	11	AutoCAD, مثل :التصميم الرَّقْمي برامج إتقان" SolidWorks, Rhino, SketchUp, Blender.	1
معرفة عميقة بتِقنيّات الإضاءة المختلفة.	6	استخدام برامج الإنتاج الرَّقْمي.	1
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	8	التصوير الديناميكي(القدرة على تصوير الحركة بشكل سلِس).	1

البرنامج التدريبي المطلوب	مجموع المراد تدريبهم	البرنامج التدريبي المطلوب	مجموع المراد تدريبهم
القدرة على تطوير الرؤية البصَرية للمشروع.	4	إتقان برامج التصميم مثل Adobe Sketch, InVision.	1
إتقان برمجيات تحرير الصوت مثل Pro Tools.	4	معرفة عميقة بتِقنيّات التصوير والإضاءة.	1

تؤكد الدّراسة على ضرورة التفات الجهات المزوِّدة للتدريب إلى البرامج التدريبية المطلوبة، والحرص على توفير البرامج التدريبية المطلوبة من أصحاب العمل المبيّنة في الجدول (21) أدناه ولكل إقليم.

ومن حيث التوزيع الجغرافي، تمركزت فرص التدريب بشكل شبه كلّي في إقليم الوسط (105 مُنشأة) مقابل 8 مُنشآت فقط في إقليم الشمال، وهو ما يعكس فجوة جغرافية حادة في فرص بناء القدرات. ويستلزم تدخلًا لتحقيق توازن مناطقي في برامج التأهيل. ومن أبرز المهارات المطلوبة تدريبيًا، القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب جاءت في الصدارة بـ 12 مُنشأة (11 في الوسط و1 في الشمال)، إتقان برامج التصميم مثل Photoshop و Illustratorو InDesignوإجراء المقابلات بفعالية كانتا مطلوبتين في 8 مُنشآت لكل منهما.

في المقابل، هناك برامج نوعيّة مثل: تحريك النماذج ثلاثية الأبعاد، وتنظيم المحتوى والتصوير الديناميكي، وإدارة الميزانية، ظهرت في مُنشأة واحدة فقط، مما يدل على قلة الوعي، أو قلة الحاجة المؤسّسية لها حاليًا. ويوضح الجدول الحاجة إلى مأسسة سياسات تدريب وطنية تراعي العدالة الجغرافية، وتواكب تطور المهارات الرَّقْمية والإبداعيّة، خصوصًا في المناطق خارج العاصمة.

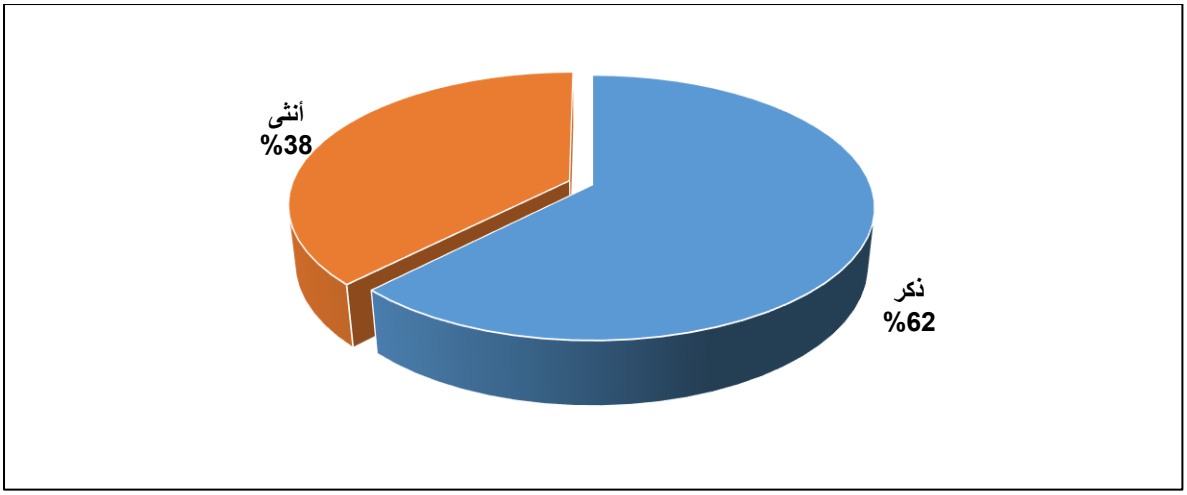
جدول21: توزيع البرامج التدريبية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المُنشأة والإقليم للأعوام (2025–2027)

البرنامج التدريبي	إقليم الوسط	إقليم الشمال	المجموع
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	11	1	12
إتقان برامج التصميم: مثل Illustrator, InDesign Adobe Photoshop,	8		8
القدرة على إجراء مقابلات والتفاعل مع الضيوف بفعالية.	8		8
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	6		6
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم، والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة.	4		4
إعداد النشرات الإخبارية.	4		4
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro.	4	2	6
مهارات في التعامل مع المُعَدات الصوتية والتِّقنيّات المستخدمة.	3		3
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	3		3
الإتقان في الآلات الموسيقية.	3		3
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator و : Cinema 4D أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode	3		3
كتابة النصوص.	3		3
فهم أساسيات التحرير.	3		3
القدرة على استخدام برامج النمذجة الأساسية (Blender، Autodesk Maya، ds Max3، Cinema 4D).	2		2
الإلمام ببرامج التصميم الجرافيكي.	2		2

البرنامج التدريبي	إقليم الوسط	إقليم الشمال	المجموع
القدرة على البحث والتحليل.	2		2
القدرة على إعداد السيناريو وتصميمه (تعليمي، ترفيهي).	2		2
القدرة على نقل المعلومات بين الفِرَق المختلفة والتركيز على تفاصيل الجدول الزمني.	2		2
القدرة على تحرير الصوت وتعديله بشكل احترافي.	2		2
فهم عميق لتِقنيّات التصوير والإضاءة.	2		2
المعرفة بالخامات والأقمشة.	2		2
القدرة على تقديم رؤية فنّية عن طريق الصور.	2		2
تحليل الأداء.	2		2
القدرة على ضبط الأصوات ودمجها بشكل متقن، والتركيز على جودة الصوت ووضوحه.	2		2
القدرة على استخدام عناصر التصميم، وتوزيع العناصر بشكل متوازن في التصميم.	2	1	3
القدرة على تنظيم مُعَدات الإضاءة وتركيبها.	2		2
فهم الأخبار وصناعة المحتوى.	2		2
القدرة على تحريك النماذج والشخصيات ضمن بيئة ثلاثية الأبعاد.	2		2
إتقان تِقنيّات التنفّس والتحكّم في الصوت.	2		2
إتقان برامج التصميم مثل (InVision Adobe Sketch).	1		1
القدرة على تطوير الرؤية البصَرية للمشروع.	1		1
التصوير الديناميكي(القدرة على تصوير الحركة بشكل سلِس).	1		1
تنظيم المحتوى.	1		1
معرفة عميقة بتِقنيّات الإضاءة المختلفة.	1		1
معرفة عميقة بتقنيات التصوير والإضاءة.	1		1
مهارات إدارة الميزانية.	1		1
المعرفة بمهارات التفصيل والخياطة.	1		1
إتقان تِقنيّات الرقص.	1	1	2
القدرة على إدارة الموسيقيين وتوجيههم بفعالية.	1		1
إتقان برامج التصميم الرَّقْمي: (AutoCAD, SolidWorks, Rhino, SketchUp Blender).	1		1
إتقان برمجيات تحرير الصوت مثل Pro Tools.	1		1
استخدام برامج الإنتاج الرَّقْمي		1	1
المجموع	**105**	**8**	**113**

2.4 احتياجات مؤسّسات قطاع الصّناعات الإبداعيّة من العاملين وخصائصها

يركّز قطاع الصّناعات الإبداعيّة بشكل رئيس على توظيف الذكور بشكل عام، مع وجود الإناث في مجموعة من المِهَن بنسبة قليلة، ويتركز الطلب على العَمالة أكثر في إقليم الوسط. وبشكل عام، بلغ حجم الطلب على مِهَن هذا القطاع للفترة (2025–2027) حوالي (2,123) فرصة عمل، وبلغ حجم الطلب على العاملين الذكور (1322) مقابل (801) على العاملات الإناث، وبشكل عام، ارتفع حجم الطلب على العمال في العام 2025 بمعدل (42.42%)؛ مقارنة مع حجم الطلب في العام 2026 الذي بلغ (30.89%) وعام 2027 الذي بلغ (26.25%).



الشكل رقم 13: توزيع الطلب على العَمالة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس

عن طريق الجدول (22) تشير الأرقام إلى أن سوق العمل خلال السنوات الثلاث (2025–2027) يُظهر طلبًا مرتفعًا على حملة شهادة البكالوريوس، والذين يشكّلون حوالي (66.09%) من إجمالي الفرص (1403 من 2123 فرصة)، وهو ما يدل على أن سوق العمل في هذا القطاع يميل إلى تفضيل الكفاءات الأكاديمية المتخصّصة، خصوصًا في القطاعات ذات الطبيعة المِهْنية، أو التِّقْنيّة العالية كالصّناعات الإبداعيّة، يأتي في المرتبة الثانية حملة الدبلوم المتوسّط بنسبة (19.03%) (404) فرصة، مما يشير إلى وجود مجال مهم لبرامج التدريب التِّقْني والمِهْني المتوسّطة، والتي يمكن أن تسد فجوات سوق العمل بشرط التخصص والكفاية العملية.

أما فرَص العمل لحملة الشهادات ما دون الثانوية العامة، فمحدودة جدّا، وهي (22) فرصة فقط على مدى 3 سنوات أقل من (1.04%)، ما يعكس توجهًا عامّا نحو رفع السقف الأدنى للمؤهلات التعليمية المطلوبة.

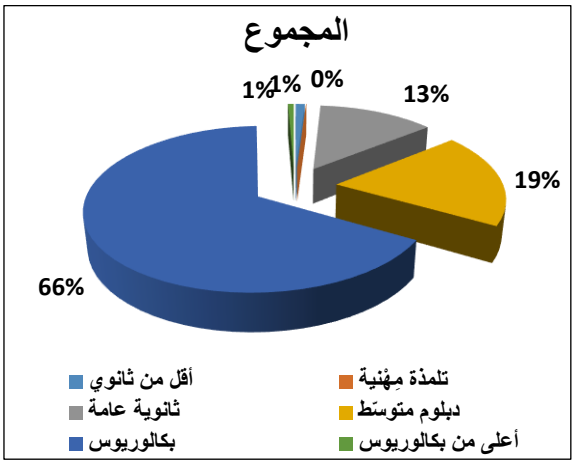
أما فرص حملة التلمذة المِهْنية فشبه معدومة، وهي (1 فرصة فقط) ، رغم أهمية هذه الفئة في بعض القطاعات الإنتاجية والحرفية، مما قد يشير إلى إهمال، أو ضعف في ربط مخرَجات التدريب المِهْني بفرَص العمل المتوافرة. أما حملة الشهادات العليا (أعلى من بكالوريوس)، فقد حصلوا على 14 فرصة (0.66%)، وهو مؤشر على أن الوظائف الأكاديمية، أو البحثية، أو المتقدمة لا تشكل نسبة كبيرة من حجم سوق العمل في هذه المرحلة، أو أن هذه الكفاءات تجد فرَصًا خارجَ النظام المعلَن.

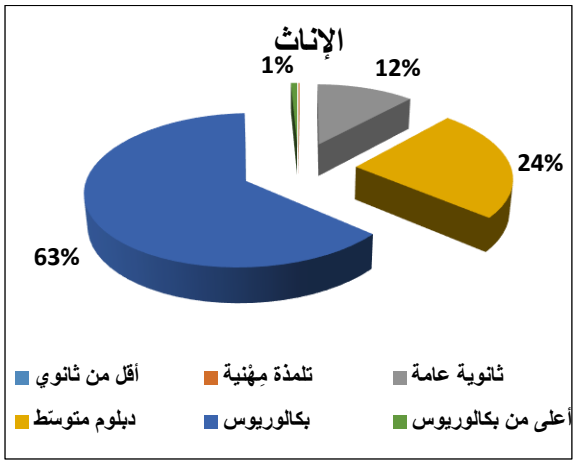
جدول22: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب المستوى التعليمي

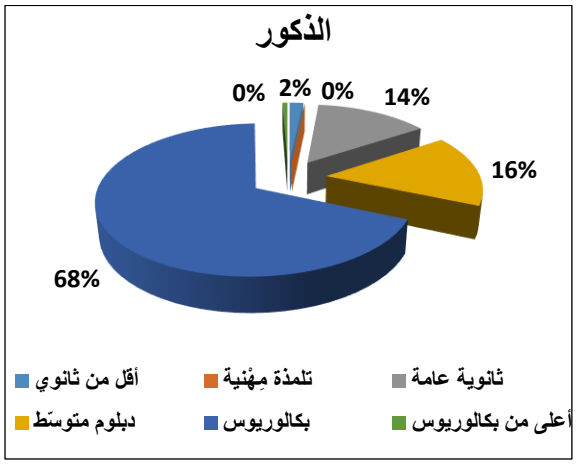
المستوى التعليمي	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
أقل من ثانوي	4	10	8	22
تلمذة مِهْنية	1			1
ثانوية عامة	145	75	59	279
دبلوم متوسّط	149	169	86	404
بكالوريوس	596	398	409	1,403
أعلى من بكالوريوس	6	4	4	14
المجموع	**901**	**656**	**566**	**2,123**

جدول23: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب المستوى التعليمي والجنس

المستوى التعليمي	عدد الفرَص لعام 2025		عدد الفرَص لعام 2026		عدد الفرَص لعام 2027		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
أقل من ثانوي	4		10		8		22
تلمذة مِهْنية		1					1
ثانوية عامة	104	41	46	29	35	24	279
دبلوم متوسّط	85	64	86	83	38	48	404
بكالوريوس	362	234	258	140	278	131	1,403
أعلى من بكالوريوس	4	2	2	2	2	2	14
المجموع	559	342	402	254	361	205	2,123







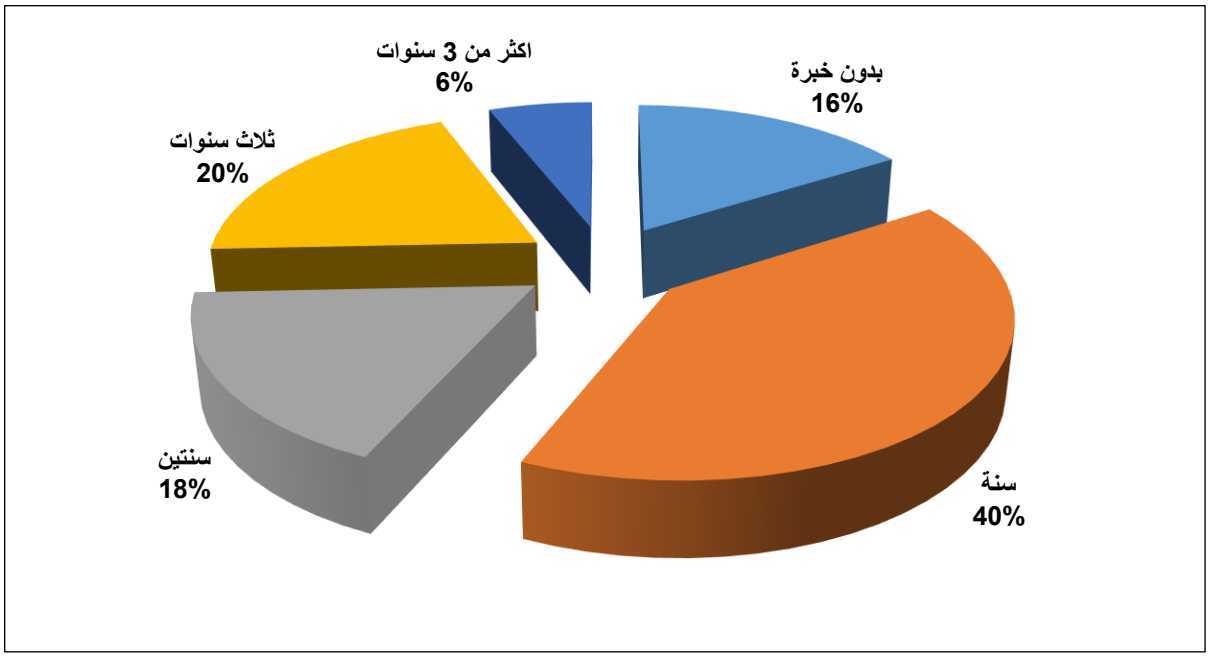
الشكل رقم 14: توزيع الطلب على العَمالة في الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المؤهّل التعليمي والجنس للفترة (2025-2027)

تشير البيانات إلى أن غالبية فرَص العمل المطروحة خلال الأعوام (2025–2027) تطلب خبرة سابقة، حيث شكّلت فرَص العمل التي تتطلب سنة واحدة من الخبرة النسبة الأكبر على مدار السنوات الثلاث، تليها فرَص الخبرة لمدد تتراوح بين سنتين وثلاث سنوات. ويُلاحظ أن فرَص العمل من دون خبرة ما تزال محدودة نسبيّا، إذ بلغت ذروتها عام 2025

(179 فرصـــة) ثم تراجعت بشـــكل ملحوظ في 2026 و2027، ما يعكس توجهًا عامًا لدى أرباب العمل نحو توظيف أصحاب الخبرات، حتى في القطاعات التي يفترض أنها تستوعب الخرّيجين الجدُد.

جدول24: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب الحدّ الأدنى للخبرة

الخبرة	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027
0	179	68	94
1	377	254	229
2	180	109	88
3	118	181	119
4	19	35	28
5	27	9	8
6	1		
المجموع	**901**	**656**	**566**



الشكل رقم 15: توزيع الطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة على العَمالة في الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الحد الأدنى للخبرة

بينما تظل الهيمنة الذكورية واضحة في فرَص العمل التي تتطلب خبرة أقل (سنة فأقل)، وهو ما قد يشير إلى أن الإناث يحظين بفرَص أكبر في المســـتويات المتوسّـــطة من الخبرة، على الأرجح في قطاعات التعليم، والإعلام، أو الخِدمات الإبداعيّة. فيما تستمر الفجوة في فرَص العمل التي تتطلب سنوات خبرة أعلى، أو تلك المفتوحة أمام غير ذوي الخبرة.

بشـكل عام، تعكس هذه المعطيات حاجة واضـحة إلى برامج تدريب للخريجين الجدد واحتضـانهم، إضـافة إلى أهمية تعزيز التدريب الموجّه نحو فرص حقيقية للتشغيل، خاصـة للإناث والشباب، لتمكينهم من اكتساب الخبرة العملية المطلوبة والانخراط الفعلي في سوق العمل.

أما من حيث التوزيع الجندري، فتُظهر الأرقام تقاربًا نســـبيًا بين الذكور والإناث في فرَص العمل التي تتطلب خبرة سنتين.

جدول25: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب الحدّ الأدنى للخبرة والجنس

الخبرة	عدد الفرَص لعام 2025		عدد الفرَص لعام 2026		عدد الفرَص لعام 2027	
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى
0	111	68	37	31	66	28
1	246	131	171	83	155	74
2	100	80	51	58	38	50
3	71	47	111	70	75	44
4	9	10	24	11	20	8
5	21	6	8	1	7	1
6	1					
المجموع	559	342	402	254	361	205

أظهر تحليل بيانات فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027) أن المِهَن المرتبطة بالإنتاج الإعلامي والتِّقْني كانت الأكثر طلبًا، حيث تصدّر مِهْنة "مصوّر" القائمة بـــ 117 فرصة (59 فرصَة في 2025، 33 فرصَة في 2026، و25 فرصَة في 2027)، تليها وظيفة "مسوّق فنّي محلي" بـــ 85 فرصَة، و"مهندس صوت" بـــ 111 فرصَة، كما حازت مِهْنة "مصمّم غرافيك" على 85 فرصَة، و"مهندس بث وإرسال" على 107 فرَص. في المقابل، سُجّل تراجع ملحوظ في بعض المِهَن التقليدية مثل: "ممثل رئيسي"، و"ممثل ثانوي" حيث تراجعت فرَصهم إلى فرصَتين فقط في عام 2027 بعد أن كانت فرصَة 35 و33 فرصَة على التوالي في 2025. وتُظهر البيانات أيضًا صعودًا تدريجيًا في الطلب على المِهَن الرَّقْمية المتخصّصة مثل: "محرّك رسوم متحركة"، و"مصمّم موشن غرافيك"، اللتين سجلتا معًا أكثر من 69 فرصَة عبر السنوات الثلاث، ما يعكس التوسّع في الإنتاج الرَّقْمي، وتحوّل السوق نحو المهارات الحديثة.

جدول26: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب أبرز المِهَن

المِهْنة	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
مصوّرcamera operator	59	33	25	117
مسوّق محلي فنّي	59	13	13	85
المساعدون الآخرون في الاختصاصات المرتبطة بالفنون والثقافة	58	27	25	110
مصمّم غرافيكي (Graphics Designer)	47	22	16	85
مهندس صوت	45	34	32	111
مهندس إلكتروني/ بث وإرسال	42	25	40	107
مذيع رئيسي/ استديو برامج	38	20	20	78
ممثل رئيسي	35	32	2	69
محاسب عام	34	32	30	96
ممثل ثانوي	33	32	2	67
معد برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)	33	25	25	83
اختصاصيّو الإعلان والتسويق	30	24	22	76
اختصاصيو العلاقات العامة	23	23	22	68
الصحفيون	23	4	17	44
محرّر صورة/ مونتاج (Editors)	17	10	7	34
عازف موسيقي	17	8	9	34

المِهْنة	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
محرّر أخبار (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)	14	5	4	23
مسوّق إلكتروني	11	2	6	19
منتِج	11	8	8	27
مُحرّك رسوم متحركة (Animator)	10	14	16	40
فنّي تجهيز الإضاءة (Grip)	10	6	2	18
محرّر الصوت (Sound Editor)	10	6	5	21
مبرمِج (Programmer)	10	4	2	16
مخرج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)	10	7	3	20
مصمّم ثلاثي الأبعاد (Designer 3D)	8	10	9	27
مذيع تقارير/ ميداني	7	2		9
موظف تذاكر	6	2	2	10
مساعد الإضاءة (Boy Electric Best)	6	5	4	15
منفّذ إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	6	6	6	18
مهندس إلكتروني/ إذاعة وتلفزيون.	6	3	4	13
مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	6	3	3	12
مساعد مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	6	7	3	16
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	5			5
إداريّو الأنظمة.	5	2		7
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزز (VR/AR designer)	5	6	6	17
مصمّم واجهات التفاعل (Graphical User Interface designer)	5	4	4	13
مصمّم الرسوم المتحركة (Motion Graphic Designer)	5	15	13	33
مساعد مصور أول (Assistant Camera First)	4	3	3	10
اختصاصي إرشاد تسويقي ومِنصّات تسويقية.	4	6		10
مصمّم أزياء (costume designer)	3	3	3	9
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصَرية).	3			3
مطوّرو البرمجيات.	3	2	2	7
مُغَنٍّ.	3	3	5	11
موزّع موسيقي.	3	4	4	11
مبرمِج رسوم متحركة (Animation Programmer)	3	6	6	15
محرّر موسيقي (Music Editor)	2	1	1	4
مسؤول فنّي (Art Director)	2	1	1	4
ملحّن.	2	3	4	9
الفنّيون في البث والإرسال السّمعي والبصَري (الإذاعي والتليفزيوني)	2			2
مصور فوتوغرافي	2	3	3	8
مصمّم الإضاءة الداخلية (Interior Lighting Designer)	2	2	2	6
مصمّم مؤثرات بصَرية (Visual Effect Artist)	2	2	2	6
مصمّم ومبرمِج قواعد بيانات (Database Designer Developer)	2	2	2	6
فنّي وسائط متعددة	2	2	2	6
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)	2	6	6	14

المِهْنة	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
مذيع أخبار	2			2
اختصاصي تجميل (ممَكيِج عام)	1			1
مهندس اتصالات/ راديوية	1			1
مطوّر (Developer .Net)	1			1
Steady Cam Operator	1	1	1	3
مشرف الأزياء Supervisor Costume	1	1	1	3
Dron Operator	1	1	1	3
مساعد الأزياء Assistant Costume	1			1
الموسيقيون والمغنّون ومؤلفو الألحان	1	1	1	3
فنّي جدولة برامج.	1	1	1	3
مصمّم الإنتاج (Production designer)	1	2	2	5
مصمّم الديكور (Designer Set)	1	3	3	7
مسؤول إكسسوار (Props Master)	1	3	3	7
منفّذ أزياء	1	1	1	3
مصمّم المواقع (Designer Location)	1	1	1	3
مصفّف شعر نساء (حلّاق نسائي)	1			1
مساعد مصمّم أزياء(Assistant Costume Designer)	1	2	2	5
المصوّرون	1	1	1	3
مختص تصحيح الألوان (Colorist)		2	2	4
كومبارس		2	2	4
مصمّم العناوين التتر		2	2	4
مخرج بثّ		2	2	4
مشرف جرافيكي (graphic supervisor)		2	2	4
مدير موقع (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).		2	2	4
مساعد مخرِج / راكور حركي.		2	2	4
مدير إضاءة (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا) (Gaffer)		2	2	4
مساعد معد (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)		4	4	8
مساعد محرّر (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)		4	4	8
مصمّم أثاث (Designer Furniture)		2	2	4
مدير فنّي تصميم (Diretor Art)		2	2	4
فنان القصص المصورة (Story Board Artist)		4	4	8
مدير الممثلون (Director Casting)		2	2	4
مدير التصوير والإضاءة		2	2	4
منسّق الديكور (Decorator Set)		2	2	4
مسؤول استمرارية (script Supervisor) (scripty)		2	2	4
مصمّم رقص		2	2	4
راقص		2	2	4
سينوغرافيا (مسرح)		2	2	4
أخرى.	81	62	49	192
المجموع	**901**	**656**	**566**	**2,123**

تكشف البيانات عن تركّز فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة بشكل كبير في إقليم الوسط، حيث استحوذ على أكثر من (93%) من إجمالي الفرَص في عام 2025 (833 من أصل 901)، مع استمرار هذا النمط في عامي 2026

و2027. وقد تصدّرت محافظة عمّان بشكل خاص بـــ(796 فرصَة في 2025)، بينما جاءت محافظات الشمال والجنوب بحصص ضئيلة جدّا لا تتجاوز (5%) مجتمعة، هذا التوزيع يبرز مركزية الفرَص في العاصمة، وغياب التوازن الجغرافي، مما يستدعي توجيه سياسات التشغيل، والدعم نحو تعزيز التنمية الثقافية والمِهْنية في المحافظات الأقل حظًا.

جدول27: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب الإقليم

الإقليم	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
إقليم الوسط	833	634	561	2028
عمان	796	628	557	1981
البلقاء	35	6	4	45
الزرقاء	2			2
إقليم الشمال	49	9	5	63
إربد	37	9	5	51
المفرق	12			12
إقليم الجنوب	19	13		32
الكرك	3			3
معان	8	6		14
العقبة	8	7		15
المجموع	**901**	**656**	**566**	**2,123**

تشير بيانات توزيع فرَص العمل؛ حسب المهارات المطلوبة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام 2025–2027 إلى أن المهارات التواصلية والتِّقْنيّة تتصدر أولويات السوق؛ فقد سجلت مهارة "القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب" أعلى عدد فرَص بإجمالي 69 فرصَـــة (27 في 2025، 22 في 2026، و20 في 2027)، تليها "مهارات التعامل مع المُعَدات الصـــوتية والبحث والتحليل" بإجمالي 61 فرصَـــة لكل منهما، كما حازت "مهارات التصـــميم باســـتخدام برامج مثل Photoshop و Illustrator" على 50 فرصَة، ما يؤكد الأهمية المتزايدة للكفاية الرَّقْمية في المقابل، لوحظ تراجع بعض المهارات التقليدية مثل: "إتقان تِقْنيّات الرقص" من 19 فرصَـــة في 2025 إلى 4 فقط في 2027، وتُظهر الأرقام أيضًـــا توسّعًا تدريجيًا في الطلب على مهارات ناشئة مثل: تحريك النماذج ثلاثية الأبعاد، وتعديل المحتوى، وتطوير الشخصيات والمشـــاهد، والتي ارتفعت مجتمعة إلى أكثر من 20 فرصَـــة في عامي 2026 و2027، ما يعكس انتقالًا واضـــحًا نحو الإنتاج الرَّقْمي والتِّقْنيّات المتقدمة في السوق الإبداعي.

جدول28: توزيع فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب أهم مهارة مطلوبة

المهارات	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	27	22	20	69
إتقان برامج التصميم: مثل Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign.	22	16	12	50
مهارات في التعامل مع المعدات الصوتية والتِّقْنيّات المستخدمة.	21	20	20	61
القدرة على البحث والتحليل.	20	20	20	60
إتقان تِقْنيّات الرقص.	19	6	4	29
تنظيم المحتوى.	18	11	5	34

المهارات	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
القدرة على إجراء مقابلات والتفاعل مع الضيوف بفعالية.	14			14
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	14	11	7	32
إتقان لغات البرمجة: مثل C++ وC#.	13	9	7	29
معرفة عميقة بتِقْنيّات التصوير والإضاءة.	11	6	2	19
إتقان برامج التصميم مثل Adobe Sketch, InVision.	9	5	4	18
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro.	7	6	6	19
معرفة بالموسيقى ومهارات التأليف.	6	1	1	8
الإتقان في الآلات الموسيقية.	6	8	8	22
القدرة على استخدام عناصر التصميم، وتوزيع العناصر بشكل متوازن في التصميم.	6	9	7	22
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	6	4	4	14
فهم أساسيات التحرير.	6			6
إدارة الخِدمات اللوجستية.	5	3		8
التصوير الديناميكي(القدرة على تصوير الحركة بشكل سلِس).	5	1	1	7
الإلمام ببرامج التصميم الجرافيكي.	4	2	2	8
الإلمام بأنواع الإضاءة المختلفة وكيفية توجيهها لتحقيق النتائج المطلوبة.	4	6	6	16
المعرفة بأساسيات الكتابة، وتطوير السيناريو، وفهم الجمهور المستهدف.	3	5	5	13
القدرة على تحرير الصوت وتعديله بشكل احترافي.	3	2	2	7
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator و : Cinema 4D أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode.	3	4	4	11
كتابة النصوص.	3	7	6	16
تحليل المشاهد، مهارات التركيز والانتباه للتفاصيل، إعداد الملاحظات.	2	2	2	6
مهارات إدارة الميزانية.	2	3	3	8
إتقان برامج مثل Adobe After Effects وNuke.	2	2	2	6
فهم الأخبار وصناعة المحتوى.	2			2
القدرة على تنظيم وتركيب معدات الإضاءة،	2			2
فهم السيناريو والتوجيه الفنّي	2	2	2	6
القدرة على تطوير الرؤية البصرية للمشروع،	2	4	4	10
المجموع	**269**	**197**	**166**	**632**

يعكس الجدول (29) ترابطًا وثيقًا بين المِهَن في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، والمهارات التِّقْنيّة والتخصصية المطلوبة لها خلال الفترة (2025–2027). ويتضح أن مِهْنة "مذيع رئيسي/استديو برامج" كانت من بين أعلى المِهَن طلبًا بإجمالي 75 فرصة، مقترنة بمهارة "القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب" التي ظهرت بنسبة 100% عامي 2026 و2027.

كما سجّلت مِهْنة "مهندس صوت" 90 فرصة عبر السنوات الثلاث، وارتبطت أساسًا بمهارات تشغيل الصوت وتحريره ، إذ مثّلت مهارة "التعامل مع المُعَدات الصـوتية" ما نسـبته (69.5%) من فرص هذه المِهْنة في 2025 (21) من أصـل (29).

أما في مجال التصميم، فقد ارتبطت مِهْنة "مصمّم غرافيكي" ارتباطًا مباشرًا بإتقان برامج التصميم مثل Photoshop وIllustrator، حيث شكّلت نحو (74%) من المهارات المرتبطة بها في 2025(17) من (23).

كذلك، شهدت مِهَن مثل: "مصمّم رسوم متحركة" و"مصمّم واجهات التفاعل" تطورًا ملحوظًا، حيث ارتفعت فرَص العمل فيها إلى 13 فرصَة لكل منها في عام 2026؛ مقترنة بمهارات متقدمة في البرمجيات ثلاثية الأبعاد والتحريك، ما يدل على تزايد الطلب على المهارات الرَّقْمية المتخصّصة.

الجدول رقم (29) يظهِر بوضـوح أن سـوق العمل في الصّـناعات الإبداعيّة لم يعد يكتفي بالمؤهّل العام، بل يشـترط مهارات تِقْنيّة دقيقة، الأمر الذي يتطلب مواءمة برامج التعليم والتدريب المِهْني مع متطلبات هذه المِهَن المتغيرة.

جدول29: توزيع أهم فرَص العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأعوام (2025–2027)؛ حسب أبرز المِهَن وأهم مهارة مطلوبة

المِهْنة والمهارات	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
مذيع رئيسي/ استديو برامج.	35	20	20	75
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	21	20	20	61
القدرة على إجراء مقابلات والتفاعل مع الضيوف بفعالية.	14			14
مصور (Camera operator).	29	17	13	59
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	13	11	7	31
معرفة عميقة بتِقْنيّات التصوير والإضاءة.	8	4	2	14
التصوير الديناميكي (القدرة على تصوير الحركة بشكل سلِس).	5	1	1	7
مهندس صوت.	29	31	30	90
مهارات في التعامل مع المُعَدات الصوتية والتِّقْنيّات المستخدمة.	21	20	20	61
القدرة على تحرير الصوت وتعديله بشكل احترافي.	3	2	2	7
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro.	2	2	1	5
الإلمام بأنواع الإضاءة المختلفة وكيفية توجيهها لتحقيق النتائج المطلوبة.	2	2	2	6
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	24	24	24	72
القدرة على البحث والتحليل.	20	20	20	60
كتابة النصوص.		4	4	8
مصمّم غرافيكي (Graphics designer).	23	12	8	43
إتقان برامج التصميم: مثل Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign.	17	10	8	35
مسوّق محلي فنّي.	22	6	5	33
تنظيم المحتوى.	12			12
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	6	4	4	14

المِهْنة والمهارات	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
عازف موسيقي.	16	8	8	32
إتقان تِقْنيّات الرقص.	10			10
الإتقان في الآلات الموسيقية.	5	7	7	19
القدرة على قراءة النوتة الموسيقية.	1	1	1	3
المساعدون الآخرون في الاختصاصات المرتبطة بالفنون والثقافة.	15	7	5	27
إتقان تِقْنيّات الرقص.	9	6	4	19
مبرمِج(Programmer)	10	4	2	16
إتقان لغات البرمجة: مثل C++.	10	4	2	16
محرّر أخبار (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	9	4	3	16
فهم أساسيات التحرير.	4			4
فهم الأخبار وصناعة المحتوى.	2			2
كتابة النصوص.	2	2	1	5
مصمّم ثلاثي الأبعاد (3D Designer).	6	9	7	22
القدرة على استخدام عناصر التصميم، وتوزيع العناصر بشكل متوازن في التصميم.	4	7	7	18
محرّر صورة/ مونتاج (Editors).	6	6	4	16
إتقان برامج التصميم مثل: (Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign).	3	4	4	11
مخرِج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	5	5	2	12
إدارة الخِدمات اللوجستية.	3	3		6
فهم السيناريو والتوجيه الفنّي.	2	2	2	6
مدير إنتاج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4	1	1	6
مصمّم واجهات التفاعل (Graphical user interface designer)	4	4	4	12
إتقان برامج التصميم مثل(Adobe Sketch, InVision).	4	4	4	12
مذيع تقارير/ ميداني.	4	2		6
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	4	2		6
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	4			4
إتقان برامج التصميم مثل (Adobe Sketch, InVision).	4			4
محرّر الصوت (Sound editor).	4	3	2	9
إتقان برامج المونتاج مثل (Adobe Premiere وFinal Cut Pro).	3	2	1	5
القدرة على ضبط ودمج الأصوات بشكل متقن، التركيز على جودة الصوت ووضوحه.	1	1	1	3
اختصاصي إرشاد تسويقي ومِنصّات تسويقية.	4	6		10
تنظيم المحتوى.	4	6		10
مصمّم الرسوم المتحركة(Motion graphic designer).	3	13	13	29
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator و: Cinema 4D أو: Duik Blender: Plugins and Scripts، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode.	2	4	4	10
القدرة على تحريك النماذج والشخصيات ضمن بيئة ثلاثية الأبعاد.	1	5	5	11
القدرة على دمج المؤثرات الصوتية والبصرية والحركية والإضاءة والخامات.		4	4	8

المِهْنة والمهارات	عدد الفرَص لعام 2025	عدد الفرَص لعام 2026	عدد الفرَص لعام 2027	المجموع
مصمّم مؤثرات بصرية (visual effect artist).	2	2	2	6
إتقان برامج مثل (Adobe After Effects, Nuke).	2	2	2	6
مصوّر فوتوغرافي	2	3	3	8
مهارات في استخدام برامج تعديل الصور.	1	3	3	7
القدرة على تقديم رؤية فنّية عن طريق الصور.	1			1
مساعد مصوّر أول First assistant camera	2	3	3	8
معرفة عميقة بتِقْنيّات التصوير والإضاءة.	1			1
إدارة العدسات، التركيز البؤري ، تنظيم المُعَدات وضمان جاهزيتها.	1	3	3	7
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	2	6	6	14
كتابة النصوص.	1	1	1	3
المعرفة بأساسيات الكتابة، تطوير السيناريو، فهم الجمهور المستهدف.	1	5	5	11
فنّي تجهيز الإضاءة grip.	2			2
القدرة على تنظيم معدات الإضاءة وتركيبها.	2			2
المجموع	**295**	**291**	**260**	**846**

2.5 تشغيل المرأة في قطاع صناعة الصّناعات الإبداعيّة

تشـير البيانات إلى أن (39.2 %) فقط من المُنشـآت (116) من أصـل (296) أبدت نيّة لتعيين إناث، في حين أن 60.80% (180) مُنشـأة لم تظهِر رغبة في ذلك، مما يعكس فجوة واضـحة في تمكين المرأة داخل قطاع الصّـناعات الإبداعيّة.

وعند تحليل أسباب عدم التعيين، تبيّن أن نحو نصف المُنشآت (148 مُنشأة – 50%) برّرت ذلك بـ"عدم الحاجة"، وهو سبب قد يخفي خلفه عوامل تتعلق بغياب السياسات التشاركية، أو غياب الوعي بأهمية التنوع الجندري. وفي المقابل، فإن نسبة من علّلت السبب بـ"طبيعة العمل لا تناسب المرأة" بلغت 8.7% (23) مُنشأة، وهو مؤشر على استمرار بعض الأحكام النمطية في القطاع. أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية المفضّلة عند التعيين، فقد عبّرت الغالبية عن عدم التفرقة (90 مُنشأة – 30.4%)، بينما فضّلت 25 مُنشأة تعيين العازبات فقط، ما يكشف عن بعض التحيّزات في قرارات التوظيف؛ بناءً على عوامل شخصية، لا مِهْنية. ومن اللافت للنظر أن 180 مُنشأة (60.8%) لم توضح موقفها، ما يعيدنا إلى إشكالية غياب البيانات، أو التوجهات المؤسّسية المدروسة. لا تزال هناك تحديات بنيوية وثقافية تواجه مشاركة المرأة في الصّناعات الإبداعيّة، سواء من حيث الرغبة في التوظيف، أم تبريرات الامتناع، وهو ما يستدعي تدخلا تشريعيّا وتوعويّا لتصحيح المسار، وتعزيز مبدأ تكافؤ الفرص.

جدول30: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب نيتها لتعيين إناث

	عدد المُنشآت
نعم	116
لا	180
المجموع	296

جدول31: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب أسباب عدم تعيين الإناث

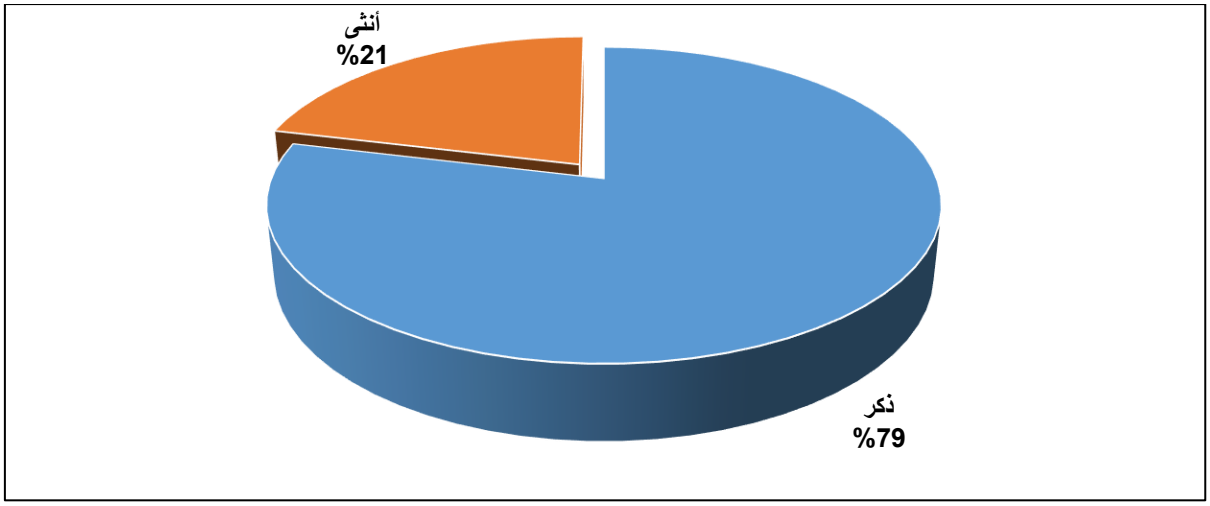
	عدد المُنشآت
طبيعة العمل لا تناسب المرأة.	23
عدم الحاجة.	148
عدم رغبة صاحب العمل.	2
أخرى.	7
غير معرّف.	116
المجموع	296

2.6 تشغيل الأشخاص ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

تعكس البيانات تحديًا كبيرًا في دمج الأشخاص ذوي الإعاقة داخل قطاع الصّناعات الإبداعيّة، إذ تشير البيانات إلى أن عدد العاملين من ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة بلغ 33 موظفًا موزَّعين على 31 مُنشأة فقط، وهو رقم متواضع يعكس ضعفًا في دمج هذه الفئة ضمن القوى العاملة للقطاع، على الرغم من تنوّع المهارات المطلوبة فيه، ما يشير إلى فجوة حقيقية في الالتزام بمبدأ الشمولية والدمج الاجتماعي.

جدول32: توزيع العاملين من الأشخاص ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس

الجنس	العاملون من الأشخاص ذوي الإعاقة	عدد المُنشآت
ذكر	26	25
أنثى	7	6
المجموع	**33**	**31**



الشكل رقم 16: توزيع الأشخاص من ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس

ويظهِر تحليل أسباب عدم التوظيف أن أكثر من 45% من المُنشآت (135 مُنشأة) تبرر ذلك "عدم الحاجة للتعيين"، في حين ترى حوالي 34% (100 مُنشأة) مستجيبة بأن "طبيعة العمل غير مناسبة"، وهو تفسير يرتبط غالبًا بقصور في تصميم بيئة العمل الملائمة، أو عدم الوعي بإمكانات التكييف المِهْني. ويُلاحظ أن 51 مُنشأة لم توضح السبب، وهو ما يعكس مرة أخرى ضعف التوثيق المؤسّسي في القضايا المرتبطة بالتنوع.

تكشف هذه الأرقام عن إقصاء ممنهج، أو غير مباشر للأشخاص ذوي الإعاقة من سوق العمل الإبداعي، وهو ما يستدعي مراجعة السياسات العامة، وتعزيز الحوافز والتشريعات التي تفرض، أو تشجع على الدمج الوظيفي العادل، إلى جانب جهود التوعية بأهمية هذا الدمج للابتكار والإنتاجية.

جدول33: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب أسباب عدم تعيين الأشخاص ذوي الإعاقة

أسباب عدم تعيين الأشخاص ذوي الإعاقة	عدد المُنشآت
عدم الحاجه للتعيين.	135
طبيعة العمل غير مناسبه.	100
أخرى.	10
غير معرّف	51
المجموع	**296**

أما من حيث نوع الإعاقة، فقد تبيّن أن الإعاقات الحركية هي الأكثر شيوعًا بين العاملين (16 من أصل 33، أي نحو 48.5%)، تليها الإعاقات البصَرية (9 أشخاص، أي 27.3%)، ثم السّمعية (8 أشخاص، أي 24.2%). وهذا التوزيع يشير إلى أن فرَص التوظيف لا تزال ترتبط نوعًا ما بمدى تكيّف بيئة العمل مع الإعاقة، مع تفضيل غير معلن لمن لديهم إعاقات جسدية أقل تأثيرًا على التواصل، أو الحركة داخل بيئة الإنتاج الفنّي. إن هذه الأرقام تسلط الضوء على وجود بعض النماذج الإيجابية في دمج ذوي الإعاقة ضمن مِهَن متخصّصة في القطاع الإبداعي، إلا أن العدد الكلي لا يزال ضعيفًا، ويحتاج إلى دعم سياسات أكثر فاعلية لتوسيع فرَص التوظيف، وإعادة تصميم بيئات العمل لتكون أكثر شمولًا وتنوعًا.

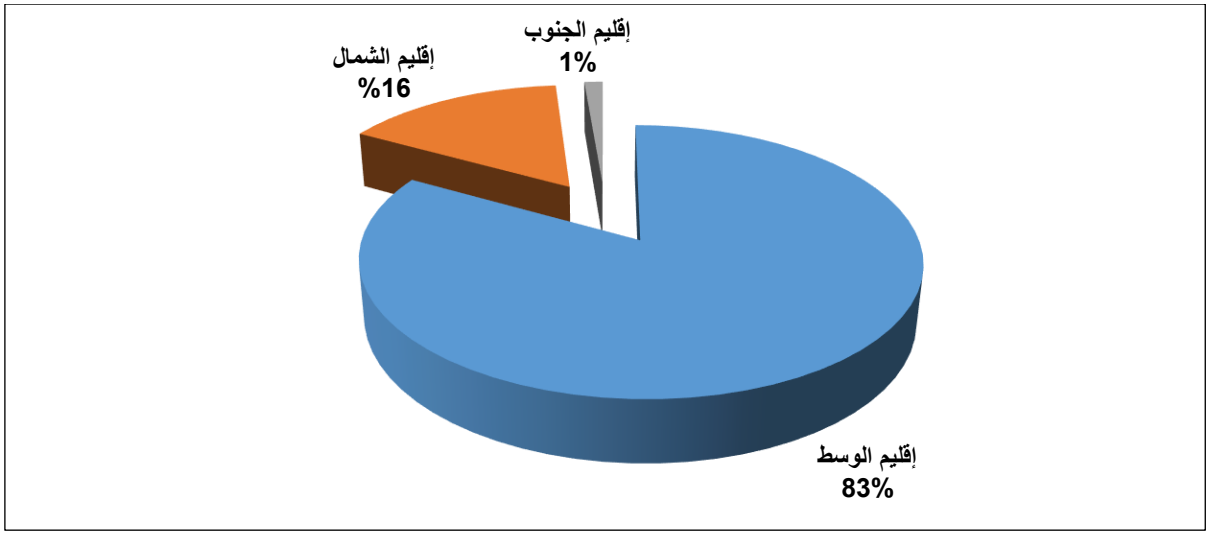
جدول34: توزيع العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة من الأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب نوع الإعاقة

نوع الإعاقة	الموظفين ذوي الإعاقة
سمعيّة.	8
بصَريّة.	9
حركيّة.	16
المجموع	33

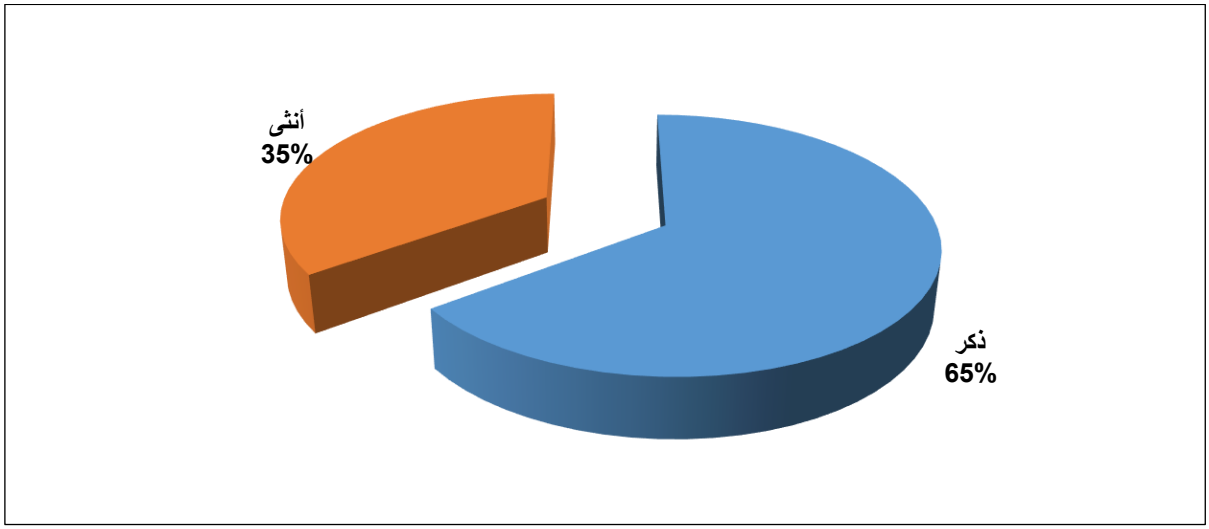
تشير بيانات فرَص العمل المستقبلية (2025–2027) للأشخاص ذوي الإعاقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة إلى توافر 77 فرصَة عمل، توزعت بشكل كبير وغير متوازن بين الأقاليم، حيث استأثر إقليم الوسط بالعدد الأكبر بـــ 64 فرصَة (83.1%)، يليه إقليم الشمال بـــ 12فرصَة (15.6%)، في حين لم يحظَ إقليم الجنوب سوى بفرصَة واحدة فقط (1.3%)، وهو ما يعكس ضعفًا حادًا في التوزيع الجغرافي العادل.

جدول35: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب الإقليم والجنس

الإقليم	ذكر	أنثى	المجموع
إقليم الوسط.	41	23	64
إقليم الشمال.	8	4	12
إقليم الجنوب.	1		1
المجموع	**50**	**27**	**77**



الشكل رقم 17: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص لذوي الإعاقة؛ حسب الإقليم



الشكل رقم 18: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب الجنس

أما من حيث نوع المِهَن، فالفرَص تمتد عبر طيف واسع من المِهَن الإبداعيّة والتِّقْنيّة (3–5 فرصة) منها، ومُعِدّ برامج (7) فرَص، ومصمّم غرافيكي، ومحرّر صورة، ومهندس صوت، ومسوّق محلي فنّي، وموظف تذاكر بين (3–5 فرصة) لكل مِهْنة. بينما توجد فرصَة واحدة فقط في أكثر من 20 مِهْنة، ما يعكس تشتتًا في توزيع الوظائف وتوجهًا نحو فرَص محدودة وموسميّة.

جدول36: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب المِهْنة والإقليم

المِهْنة	إقليم الوسط	إقليم الشمال	إقليم الجنوب
مهندس إلكتروني/ بث وإرسال.	1		
مصمّم غرافيكي (Graphics Designer) .	2	2	
مصمّم الرسوم المتحركة motion graphic designer.	2		
مصمّم ثلاثي الأبعاد (3D Designer).	1		
مسوق محلي فنّي,	4		
مهندس تطبيقات ((Applications Engineer	1		
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	1		
محرّر أخبار (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	3		
معد برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	5	2	
الصحفيّون.	1		
عازف موسيقي.		3	
موزِّع موسيقي.	1		
منتِج.	1	1	
مذيع رئيسي/ استديو برامج.			1
مذيع أخبار.		1	
فنّي اتصالات/ عام.	1		
مندوب تجاري/ الخِدمات.	1		
مشرفو المكاتب.	2		
camera operator (مصوّر).	1		
منفّذ ديكور.	1		
المساعدون الأخرون في الاختصاصات المرتبطة بالفنون والثقافة.	4		
محرّر صورة/ مونتاج (editors).	4		
مصمّم مؤثرات بصَرية ((visual effect artist	1		
فنّي وسائط متعددة.	2		
فنّي جدولة برامج.	1		
مساعد الإضاءة (Best boy electric)	1		
مهندس صوت.	2	2	
مساعد مصمّم أزياء ((costume designer (Assistant	1		
أخرى .	17	1	
المجموع	**64**	**12**	**1**

إن الفرَص المتاحة لذوي الإعاقة لا تزال محدودة نسبيّا على مستوى الكمّ، والتوزيع الجغرافي والنوعي، مع انحياز واضح للإعاقات الحركية، مقابل ضعف شديد في توفير فرَص لأصحاب الإعاقات العقلية أو المتعددة. يوصي هذا التحليل بضرورة توسيع قاعدة التأهيل والتشغيل لذوي الإعاقة في المِهَن الإبداعيّة المختلفة، خصوصًا في الأقاليم المهمَّشة، والعمل على تعزيز تنوع وتكامل الفرص لتشمل مختلف فئات الإعاقة.

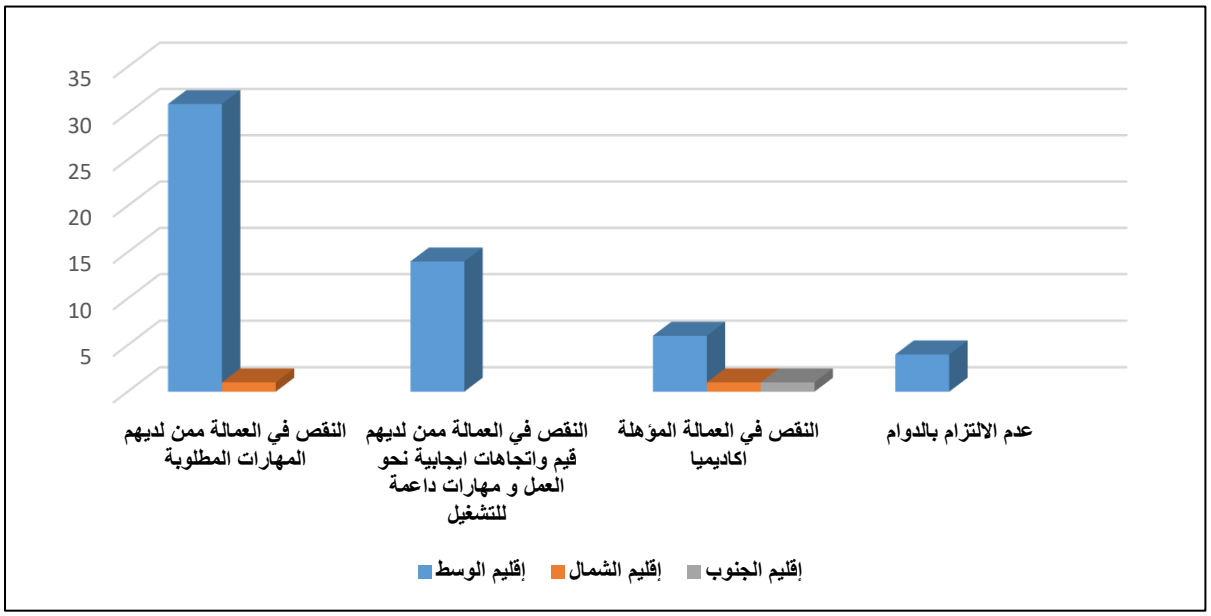
من حيث نوع الإعاقة، فالغالبية العظمى من الفرص موجّهة للأشخاص ذوي الإعاقة الحركية (57 فرصة، أي 74%)، تليها الإعاقات البصرية بـ 9 فرص) (11.7%)، ثم السمّعية بـ 8 فرص (10.4%)، في المقابل، الأشخاص ذوو الإعاقات العقلية لم يحصلوا إلا على فرصة واحدة فقط، ما يشير إلى تحديات أكبر في دمجهم.

جدول37: توزيع فرَص العمل المستقبلية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للأشخاص ذوي الإعاقة؛ حسب نوع الإعاقة

نوع الإعاقة	فرَص العمل للأشخاص ذوي الإعاقة
حركيّة.	57
بصريّة.	9
سمعيّة.	8
بصريّة و حركيّة.	2
عقليّة.	1
المجموع	**77**

2.7 صعوبات تعيين العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

تشـير البيانات المتوافرة إلى أن قطاع الصّـناعات الإبداعيّة في الأردن يواجه مجموعة من التحديات المرتبطة بتعيين العَمالة الأردنية، إذ بلغ إجمالي حالات صـعوبات التعيين 58 حالة، تتركز النسـبة الأكبر منها في إقليم الوسـط بنسـبة (94.8%)؛ مقارنة بـ(3.4%) في إقليم الشمال، و(1.7%) في إقليم الجنوب. وتبرز أبرز الصعوبات في النقص الحاد في العَمالة التي تمتلك المهارات المطلوبة، والتي تمثل(55.2%) من مجموع الحالات، ما يعكس فجوة واضـحة بين مخرَجات التعليم، أو التدريب واحتياجات سوق العمل الإبداعي، كما يشير التقرير إلى وجود نقص في العَمالة التي تتحلى بالقيم المِهْنية، والاتجاهات الإيجابية نحو العمل، إضـافة إلى نقص في التأهيل الأكاديمي، وضـعف الالتزام بالدوام. وتدل هذه المؤشـرات على أهمية الاسـتثمار في تنمية المهارات الإبداعيّة، والتِّقْنيّة لدى الكوادر المحلية، وتطوير منظومة التعليم والتدريب المِهْني بما يتناسب مع متطلبات القطاع، لتعزيز قدرة الصّناعات الإبداعيّة على النموّ والمنافسة.



الشكل رقم 19: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب صعوبة تعيين العَمالة الأردنية والإقليم

تشـير نتائج الجدول (38) إلى وجود مجموعة من الصـعوبات التي تواجه قطاع الصّـناعات الإبداعيّة في الأردن من وجهة نظر أصـحاب المُنشـآت، حيث تم رصـد 461 حالة صـعوبة موزَّعة بين أقاليم المملكة، مع تركّز ملحوظ في إقليم

الوسط بنسبة بلغت حوالي (92%)من مجموع الحالات (424 من أصل 461)، ما يدل على تمركز النشاط الصناعي والإنتاجي الإبداعي في هذا الإقليم؛ مقارنة ببقية الأقاليم.

ويُعَدّ ارتفاع الضرائب من أبرز الصعوبات التي تواجه القطاع، إذ جاءت في المرتبة الأولى بعدد 103حالات، تليها ضعف الحوافز المادية (66) حالة، ثم القوانين والتشريعات الناظمة للعمل (62) حالة، وهجرة الكفاءات (49) حالة، والإجراءات التي تعيق الاستثمار (46) حالة. كما أشار عدد من أصحاب المُنشآت إلى ضعف الترويج للاستثمار، والقدرات التسويقية، كونها عقبات تحدٍّ من نمو القطاع.

وتبرز من هذه البيانات مجموعة من التحديات الهيكلية المرتبطة بالبيئة التشريعية والاستثمارية، إضافة إلى مشكلات تتعلق بكفاية الموارد البشَريّة، والتسويق والتكلفة التشغيلية. وتدل هذه النتائج على ضرورة تدخّل الجهات الحكومية المعنيّة لمعالجة هذه التحديات عن طريق مراجعة السياسات الضريبية، وتقديم حوافز فعالة للمستثمرين، وتعزيز بيئة الأعمال، بما يسهم في تحفيز نموّ قطاع الصّناعات الإبداعيّة، ورفع قدرته على التنافس محليّا وإقليميّا.

جدول38: أبرز الصعوبات التي يواجها القطاع من وجهة نظر أصحاب المُنشآت

الصعوبات	المجموع
ارتفاع الضرائب.	**103**
ضعف الحوافز المادية.	**66**
القوانين والتشريعات الناظمة للعمل.	**62**
هجرة الكفاءات.	**49**
الإجراءات التي تعيق الاستثمار.	**46**
ضعف الترويج للاستثمار.	**44**
ضعف القدرات التسويقية.	**36**

تشير بيانات الجدول (39) إلى أن معظم المُنشآت العاملة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن تقدم مزايا إضافية غير الراتب، حيث بلغ عدد المُنشآت التي توفر نوعًا من هذه المزايا 416 مُنشأة . وتُعدّ الاشتراكات في الضمان الاجتماعي الميزة الأكثر شيوعًا، حيث توفرها 205 مُنشآت، أي ما نسبته (49.3%) من إجمالي المُنشآت المشمولة بالبيانات، مما يدل على التزام نسبي بالمتطلبات القانونية الأساسية.

تليها في الأهمية خدمة التأمين الصحي للعامل، والتي تقدمها 98 مُنشأة (23.6%)، في حين أن تقديم مزايا أخرى مثل المواصلات (7.9%)، ومكافأة نهاية الخدمة (6.5%)، والتأمين الصحي للعائلة (5.8%) تُعد أقل انتشارًا. أما المزايا الأقل شيوعًا، فتشمل: وجبات الطعام، ومكافآت وعلاوات، وتعليم الأبناء، وتذاكر السفر، والرحلات، وصندوق الادخار، الذي تقدمه مُنشأة واحدة فقط.

تعكس هذه النتائج تفاوتًا واضحًا في مستوى الرفاه الوظيفي المقدم للعاملين في هذا القطاع، مما يشير إلى الحاجة لتطوير سياسات تحفيزية أكثر عدالة وشمولية. وبينما تلتزم نسبة كبيرة بالحد الأدنى من الحقوق، فسوف تظل المزايا التي تساهم في الاستقرار المِهْني والاجتماعي للعامل، مثل: التعليم، والتأمينات العائلية محدودة الانتشار، ما قد يؤثر على استقطاب الكفاءات واستدامة العمل في هذا القطاع الحيوي.

جدول39: توزيع المُنشآت؛ حسب أهم المزايا الإضافية غير الراتب التي تقدمها المُنشآت

المزايا الإضافية	عدد المُنشآت
الضمان الاجتماعي.	205
التأمين الصحي للعامل.	98
المواصلات.	33
مكافأة نهاية الخدمة.	27
التأمين الصحي للعائلة.	24

تشير البيانات إلى أن غالبية المُنشآت العاملة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة تعتمد على طرق تقليدية، وغير مؤسّسية في التعيين، حيث إن أكثر من نصف حالات التوظيف 151 من أصل 316 مُنشأة، أي 47.8% تتم مباشرة عن طريق الاتصالات الشخصية، ما يدل على محدودية الاعتماد على قنوات التوظيف الرسمية، أو التكنولوجية الحديثة.

في المرتبة الثانية تأتي الصحف، والمواقع الإلكترونية وسيلة توظيف، حيث تعتمد عليها 139 مُنشأة (43.9%)، ما يشير إلى دور مهمّ لهذه الوسائط في دعم عمليات البحث عن الكفاءات.

في المقابل، تظهِر البيانات ضعفًا واضحًا في استخدام أدوات التوظيف المؤسّسية، مثل: ديوان الخدمة المدنية سابقا (هيئة الخدمة والإدارة العامة) (7) مُنشآت فقط، أو الأيام الوظيفية التي تنظمها وزارة العمل (6) مُنشآت، والحملات الوطنية للتشغيل (5) مُنشآت، بينما كانت وسائل مثل: الإعلان على باب المُنشأة، أو مكاتب التشغيل شبه معدومة.

وتُبيّن هذه الأرقام غلبة الطابع الفردي على قرارات التعيين في هذا القطاع، وافتقار العديد من المُنشآت إلى سياسات واضحة، أو قنوات مِهْنية للتوظيف، ما قد يحدّ من فرص استقطاب الكفاءات المناسبة، ويؤثر على ممارسات الحوكمة والشفافية في سوق العمل الإبداعي. ويوصي هذا الواقع بضرورة تفعيل أدوات التوظيف الرسمية وربطها بالقطاع الخاص لتوسيع قاعدة الاختيار وتحقيق عدالة أكبر في فرَص العمل .

جدول40: توزيع المُنشآت في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب طرق التعيين

طرق التعيين	إقليم الوسط	إقليم الشمال	إقليم الجنوب	المجموع
مباشرة عن طريق الاتصالات الشخصية.	139	5	7	151
الصحف و المواقع الإلكترونية.	136		3	139
هيئة الخدمة و الإدارة العامة.	5	1	1	7
الأيام الوظيفية التي تقيمها وزارة العمل.	5		1	6
أخرى.	4	1		5
الحملات الوطنية للتشغيل.	5			5
إعلان على باب المُنشأة.	2			2
مكاتب التشغيل.	1			1
المجموع	**297**	**7**	**12**	**316**

الفصل الثالث

تحليل جانب العرض في قطاع

الصّناعات الإبداعيّة

3.1 الجهات المزوِّدة للتدريب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

يضم قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن عددًا متنوعًا من مؤسّسات التعليم العالي، والمراكز المتخصصة التي تُعنى بتأهيل الكوادر البشَريّة، وتقديم برامج تدريبية في مجالات الفنون، والتصميم، والإعلام، والإبداع الرَّقْمي، وغيرها.. وتشمل هذه الجهات عددًا من الجامعات الأردنية الرسمية والخاصّة، من بينها: الجامعة الأردنية، وجامعة اليرموك، وجامعة البلقاء التطبيقية، وجامعة آل البيت، وجامعة جدارا، والجامعة الأمريكية في مأدبا، والجامعة العربية المفتوحة. كما تشمل القائمة جامعات خاصة تقدم برامج أكاديمية في التخصّصات الإبداعيّة، مثل: جامعة العلوم التطبيقية، وجامعة الزيتونة، وجامعة الزرقاء، وجامعة البترا، وجامعة الإسراء، وجامعة فيلادلفيا، وجامعة عمان الأهلية، وجامعة الشرق الأوسط. ويُضاف إلى ذلك كليات المجتمع التابعة لجامعة البلقاء التطبيقية، التي تلعب دورًا مهمًا في التدريب المِهْني في الفنون التطبيقية.

وفيما يتعلق بالمراكز المتخصّصة، تبرز جهات مثل: مركز استشارات جامعة الشرق الأوسط، ومركز استشارات جامعة العلوم التطبيقية الخاصّة، والهيئة الملكية للأفلام، والمركز العربي للإعلام، ومركز أسس الاتصال للتدريب والتسويق الإلكتروني، وهي جهات تقدم برامج نوعيّة قصيرة ومتوسطة المدى في مجالات الإعلام، والسينما، والإنتاج، والتسويق الرَّقْمي، وصناعة المحتوى الإبداعي.

وتشير البيانات التي جُمعت من مراجعة البرامج الأكاديمية والمِهْنية في الجامعات الأردنية والمراكز التدريبية المتخصّصة إلى أن نحو (65%) من هذه الجهات تتركّز في العاصمة عمّان، مما يعكس تمركزًا حضريًا للفرص التدريبية في هذا القطاع، كما يُلاحظ أن الجامعات الرسمية تستحوذ على حوالي(40%) من مجمل البرامج التعليمية الإبداعيّة، بينما تسهم الجامعات الخاصّة بنسبة (45%) وتوفّر كليات المجتمع والمراكز المتخصّصة النسبة المتبقية (15%) وتظهِر البيانات أن برامج التصميم الجرافيكي والإعلام الرَّقْمي هي الأكثر شيوعًا، بنسبة تمثل قرابة(50%) من إجمالي البرامج المتاحة، تليها برامج السينما والإنتاج التليفزيوني (بنسبة 25%)، والفنون الأدائية والتطبيقية (بنسبة 15%)، بينما توزّعت النسبة الباقية على برامج الكتابة الإبداعيّة، والتسويق الرَّقْمي. وهذا التوزيع يسلّط الضوء على الحاجة لتوسيع نطاق التدريب في المناطق الطرفية، وتعزيز التخصّصات الأقل تمثيلًا، بما يسهم في موازنة العرض والطلب ضمن سوق العمل الإبداعي المحلي.

جدول41: الجهات المزوِّدة للتدريب؛ حسب سنة بدء تقديم خِدمات التدريب/ التعليم المِهْني

مزوِّدو التدريب	سنة بدء تقديم الخدمة
الجامعة الأردنية.	1962
جامعة اليرموك.	1976
جامعة عمان الأهلية.	1989
جامعة الإسراء.	1989
جامعة فيلادلفيا.	1989
جامعة العلوم التطبيقية.	1991

مزوّدو التدريب	سنة بدء تقديم الخدمة
جامعة الزيتونة.	1993
جامعة أل البيت.	1994
جامعة الزرقاء الأهلية.	1994
جامعة إربد الأهلية.	1994
جامعة البتراء.	1996
جامعة البلقاء التطبيقية.	1997
الجامعة العربية المفتوحة.	2002
جامعة جدارا.	2005
الجامعة الأمريكية في مأدبا.	2005
جامعة الشرق الأوسط.	2005
كليات المجتمع.	1997
المركز العربي للإعلام.	1983
الهيئة الملَكية للأفلام.	2003
مركز استشارات جامعة الشرق الأوسط.	2005
مركز استشارات جامعة العلوم التطبيقية الخاصّة.	2011
مركز أسس الاتصال للتدريب والتسويق الإلكتروني.	2022

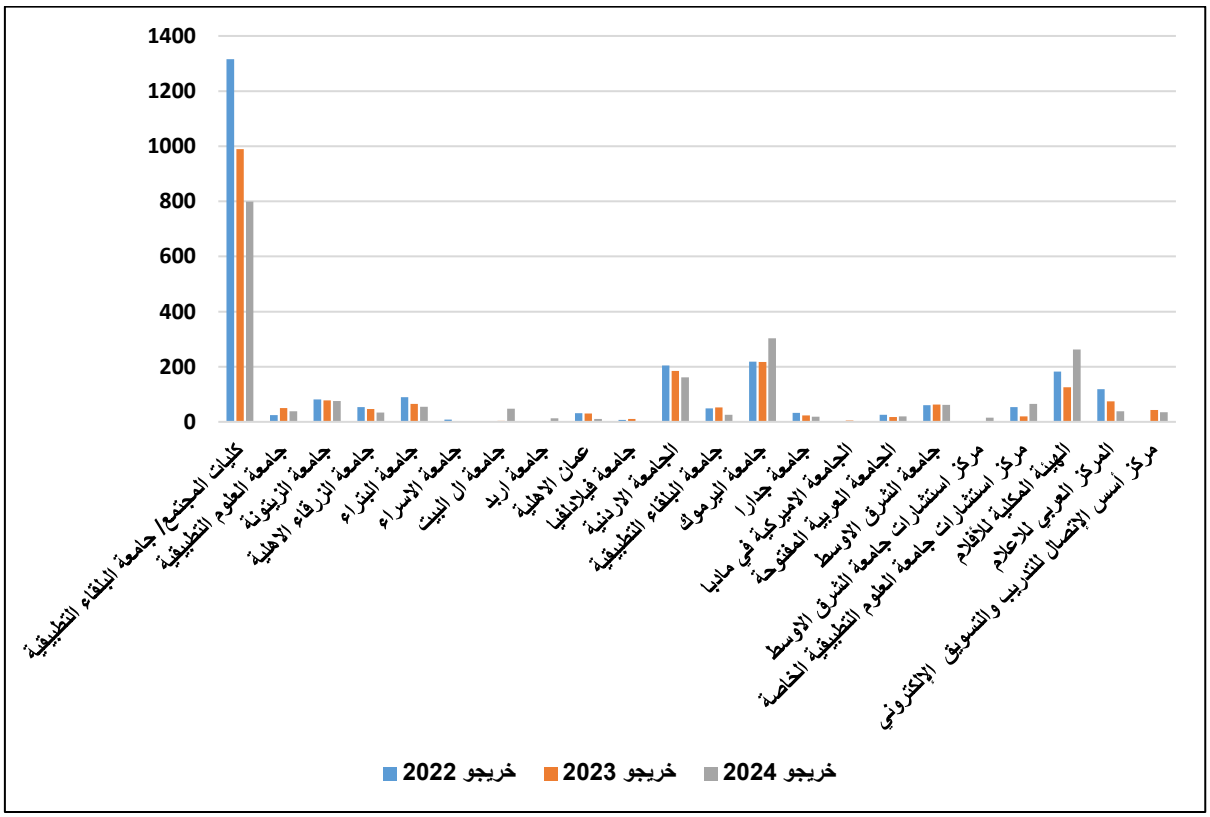
تشـــير البيانات الواردة من مزوّدي التدريب، كما هو موضّـــح في الجدول (42)، إلى أن إجمالي عدد الخِرّيجين من الجهات التدريبية الرئيســة التي تخدم قطاع الصّــناعات الإبداعيّة في المملكة قد بلغ 6747 خريجًا خلال الأعوام 2022– 2024 وقد توزعت نسب هؤلاء الخِرّيجين على النحو الآتي:

خِرّيجو كليات المجتمع شــكّلوا النســبة الأكبر بواقع (46 %)، تلاهم خِرّيجو الجامعات الرســمية والخاصّــة بنســبة (43%)، ثم خِرّيجو مراكز الاستشارات والمراكز التدريبية المتخصّصة بنسبة (11%).

جدول42: أعداد الخِرّيجين؛ حسب الجهات المزوّدة للتدريب للفترة (2022–2024)

جهة التدريب	الخِرّيجون 2022	الخِرّيجون 2023	الخِرّيجون 2024	المجموع
كليات المجتمع.	1316	990	799	3105
جامعة العلوم التطبيقية.	25	50	39	114
جامعة الزيتونة.	82	78	76	236
جامعة الزرقاء الأهلية.	53	47	34	134
جامعة البتراء.	89	65	55	209
جامعة الإسراء.	8	2	1	11
جامعة آل البيت.	0	4	48	52
جامعة إربد الأهلية.	0	2	13	15

جهة التدريب	الخِرّيجون 2022	الخِرّيجون 2023	الخِرّيجون 2024	المجموع
جامعة عمان الأهلية.	31	30	11	72
جامعة فيلادلفيا.	7	11	2	20
الجامعة الأردنية.	204	185	161	550
جامعة البلقاء التطبيقية.	49	52	26	127
جامعة اليرموك.	219	217	303	739
جامعة جدارا.	33	23	19	75
الجامعة الأمريكية في مأدبا.	0	5	2	7
الجامعة العربية المفتوحة.	26	18	20	64
جامعة الشرق الأوسط.	61	63	62	186
مركز استشارات جامعة الشرق الأوسط.	0	0	15	15
مركز استشارات جامعة العلوم التطبيقية الخاصّة.	53	20	65	138
الهيئة الملكية للأفلام.	182	125	262	569
المركز العربي للإعلام.	118	74	39	231
مركز أسس الاتصال للتدريب والتسويق الإلكتروني.	0	43	35	78
المجموع	**2556**	**2104**	**2087**	**6747**



الشكل رقم 20: أعداد الخِرّيجين؛ حسب الجهات المزوّدة للتدريب للفترة (2022-2024)

3.2 البرامج التعليمية والتدريبية (إعداد عاملين) المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

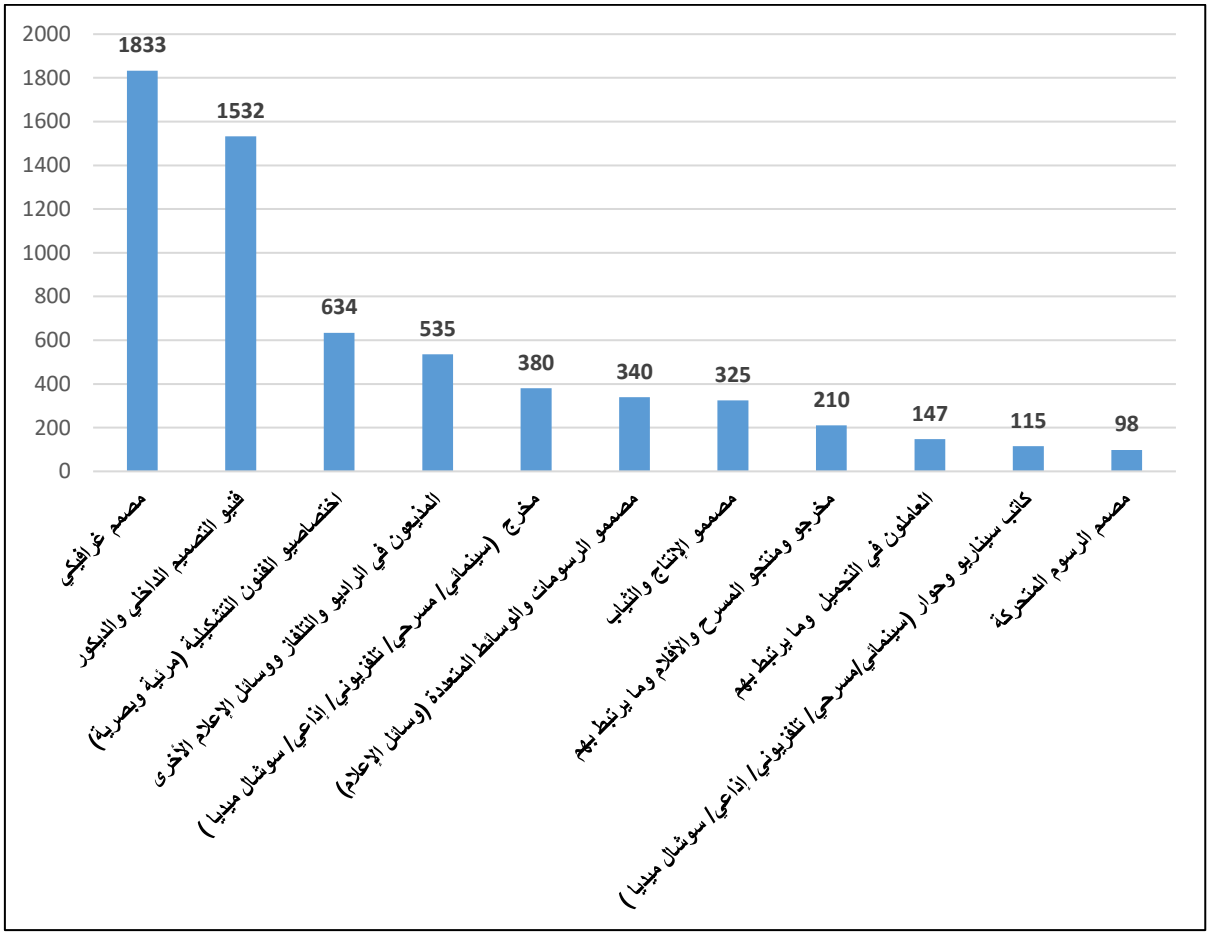
بلغ عدد البرامج التعليمية والتدريبية المخصّصة لإعداد عاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن نحو 28 برنامجًا تعليميّا و تدريبيّا، وقد بلغ إجمالي عدد خِرّيجي هذه البرامج خلال الفترة 2022–2024 حوالي 6747 خِرّيجًا. توزعت نسب الخِرّيجين وفقًا للبرامج على النحو الآتي: جاء برنامج تصميم الجرافيك في المرتبة الأولى بنسبة (27.1 %) من إجمالي الخِرّيجين، يليه برنامج "فنّيو التصميم الداخلي والديكور" بنسبة (22.7 %) ثم برنامج اختصاصي الفنون التشكيلية (المرئية والبصَرية) بنسبة (9.3 %).

في المقابل، سُجّلت أدنى نسبة خِرّيجين في برنامج محرّر الصورة/المونتاج، حيث لم تتجاوز(0.13 %) من إجمالي الخِرّيجين.

جدول43: أعداد الخِرّيجين؛ حسب البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للفترة (2022–2024)

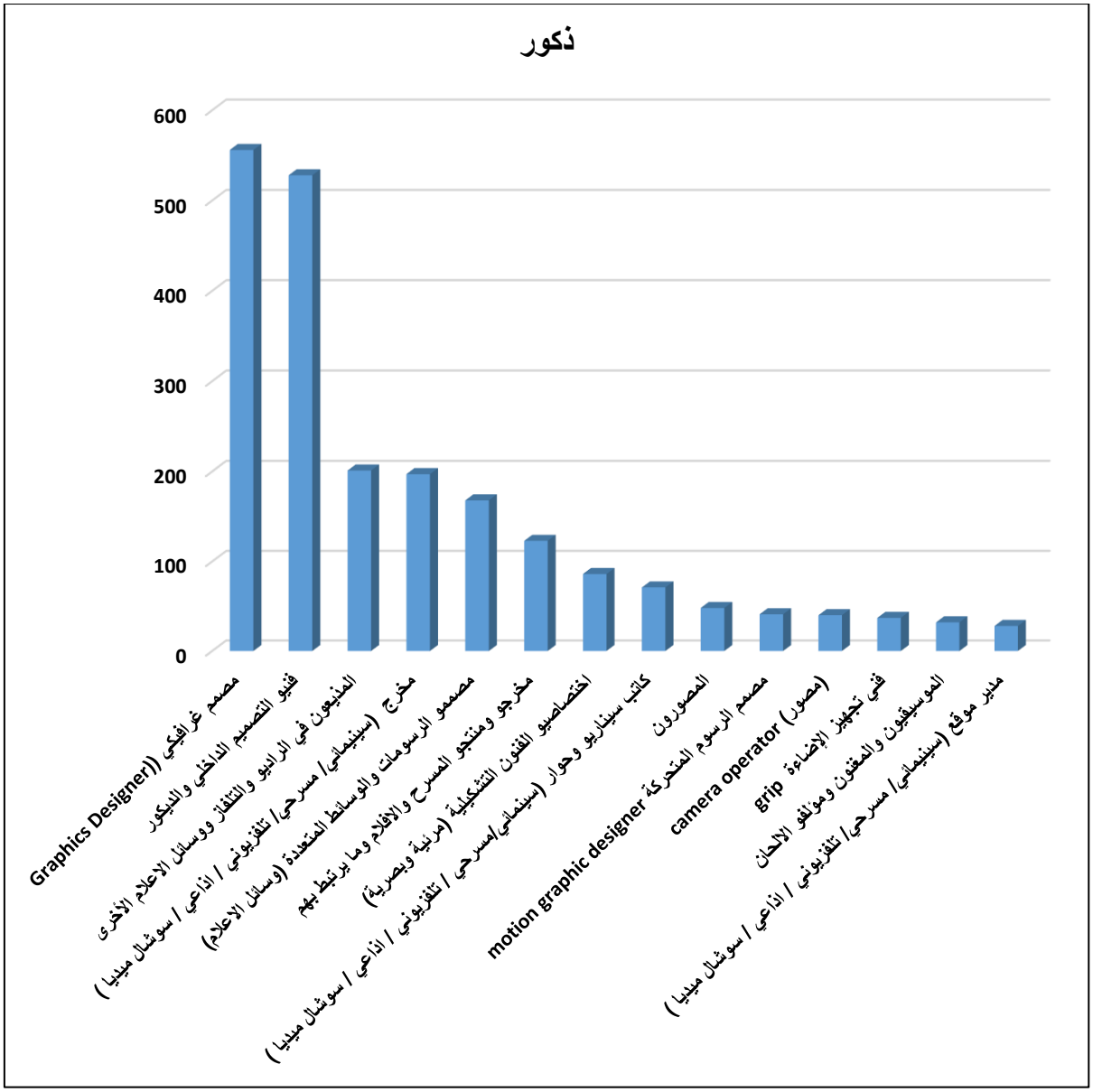
البرنامج التعليمي والتدريبي	خِرّيجو 2022	خِرّيجو 2023	خِرّيجو 2024	المجموع
مصمّمو الإنتاج والثياب.	119	100	106	325
مصمّم أزياء.	0	7	9	16
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	83	132	125	340
مصمّم واجهات التفاعل.	8	2	1	11
مصمّم غرافيكي.	763	607	463	1833
مصمّم الرسوم المتحركة.	49	35	14	98
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز.	0	17	12	29
مسوّق إلكتروني.	0	4	48	52
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	35	45	35	115
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	15	18	20	53
مسؤول استمرارية.	13	0	0	13
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصِرية).	246	192	196	634
الموسيقيون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	20	14	26	60
مخرجو ومنتِجو المسرح والأفلام وما يرتبط بهم.	85	71	54	210
مخرِج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	109	85	186	380
منتِج.	0	15	55	70
مدير موقع (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	18	11	5	34
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى	170	181	184	535
المصوّرون.	26	16	9	51
مصوّر.	33	0	45	78
فنّيو التصميم الداخلي والديكور.	606	492	434	1532
مصمّم الإنتاجز	6	7	3	16
منسّق الديكور.	0	0	12	12
محرّر صورة/ مونتاج.	0	0	9	9
محرّر الصوت.	45	0	0	45
فنّي تجهيز الإضاءة.	20	12	5	37

البرنامج التعليمي والتدريبي	خِرّيجو 2022	خِرّيجو 2023	خِرّيجو 2024	المجموع
مهندس صوت.	6	4	2	12
العاملون في التجميل وما يرتبط بهم.	81	37	29	147
المجموع	2556	2104	2087	6747

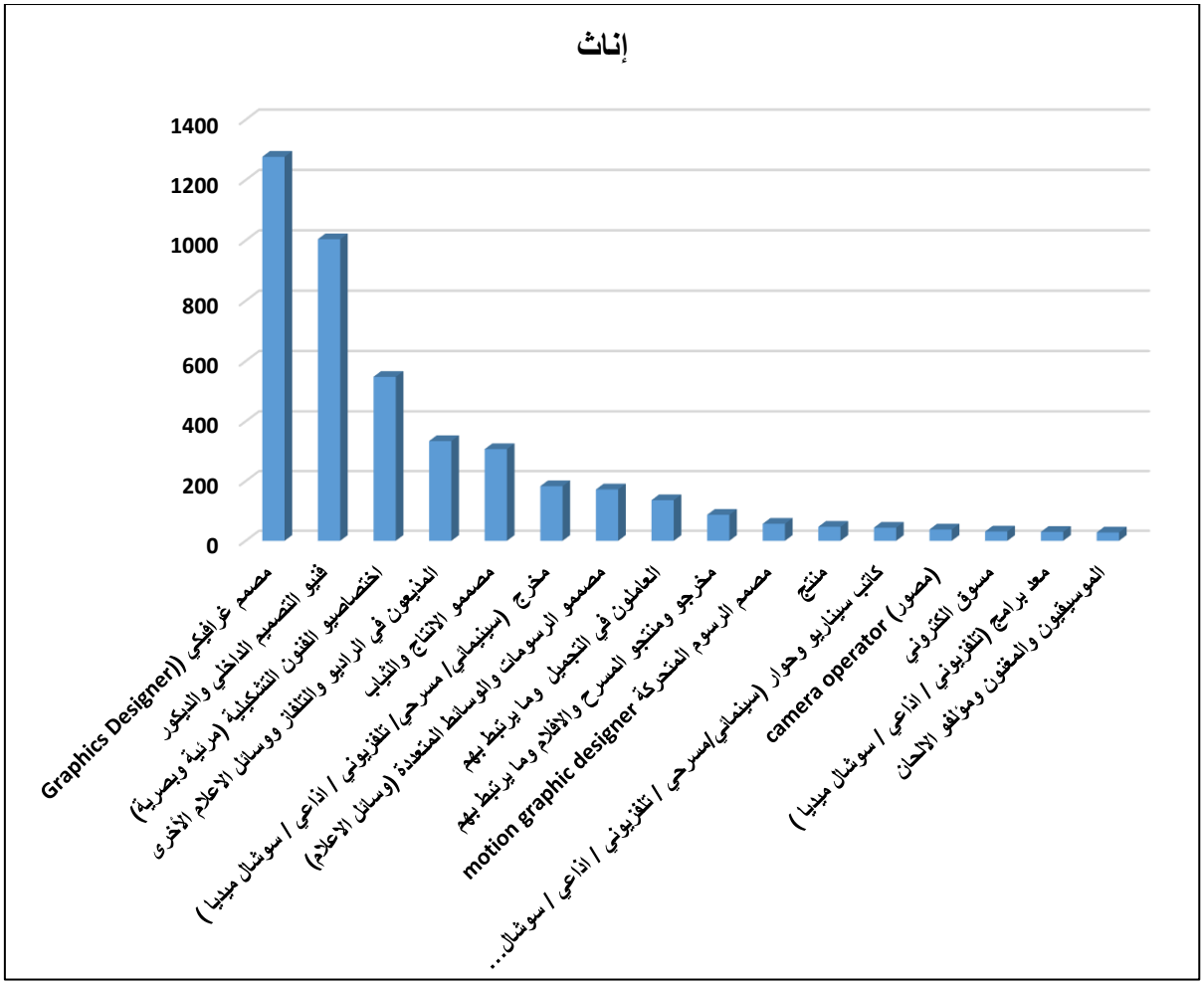


الشكل رقم 21: أعداد الخِرّيجين؛ حسب أبرز البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للفترة (2022-2024)

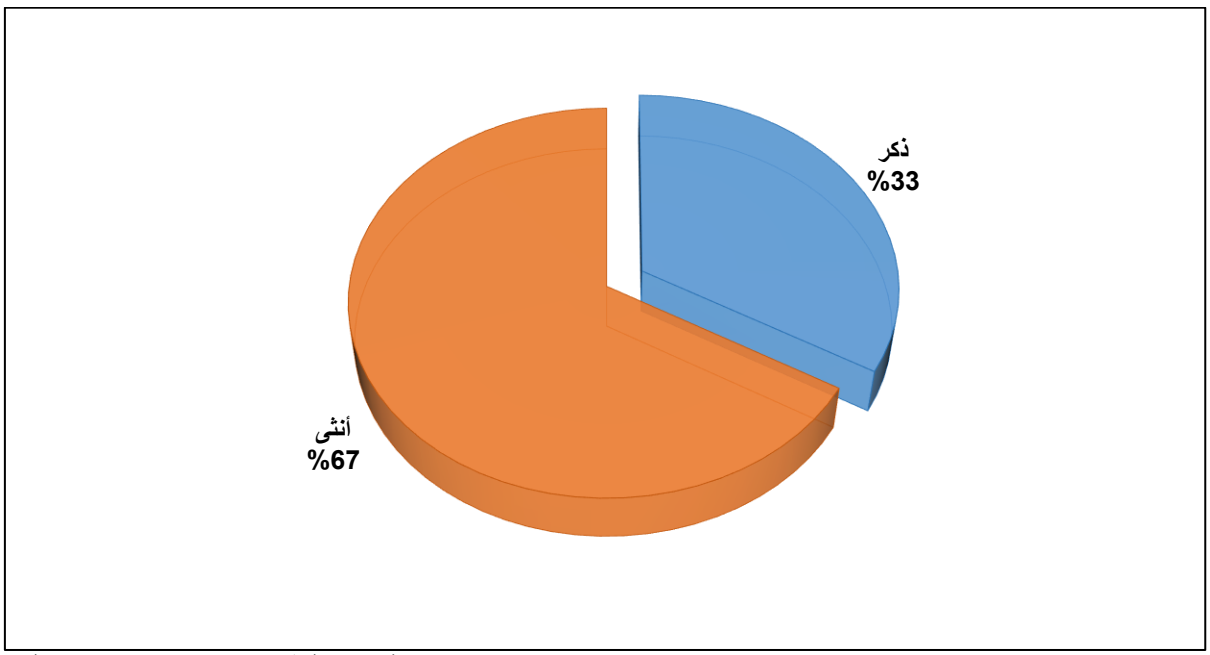
من ناحية أخرى، بلغ عدد الخِرّيجين الذكور من البرامج التدريبية في قطاع الصّـــناعات الإبداعيّة خلال الفترة 2022-2024 نحو 2325 خريجًا، حيث تركزت النسبة الأكبر منهم في برنامج مصمّم الجرافيك بنسبة(8.2 %) يليه "برنامج فنّيو التصميم الداخلي والديكور" بنسبة(7.8 %) ثم برنامج "المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى" بنسبة (2.9 %). أما عدد الخِرّيجات الإناث خلال الفترة نفسها فقد بلغ 4422 خِرّيجة، وتصدّر برنامج مصمّم الجرافيك أيضًا النسب الأعلى بواقع(18.9 %)، تلاه برنامج "فنّيو التصميم الداخلي والديكور" بنسبة(14.8 %)، ثم برنامج اختصاصي الفنون التشكيلية (المرئية والبصرية) بنسبة(8.1 %).



الشكل رقم 22: أعداد الخِرّيجين الذكور؛ حسب أبرز البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للفترة (2022-2024)



الشكل رقم 23: أعداد الخِرّيجات الإناث؛ حسب الجنس وأبرز البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للفترة (2024-2022)



الشكل رقم 24: توزيع خِرّيجي الجهات المزوِّدة للتدريب ضمن البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب الجنس للفترة (2024-2022)

وفيما يتعلق بالمؤهّل العلمي لخِرّيجي البرامج التدريبية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، فقد كشفت نتائج الدّراسة عن أن المؤهّل العلمي للمقبولين في هذه البرامج تراوح بين (بكالوريوس فأعلى)، و (دبلوم). ويبين الجدول (44) المؤهّلات العلمية للخِرّيجين لمجموع الأعوام (2022– 2024).

جدول44: خِرّيجو البرامج التدريبية المطبّقة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ حسب المؤهّل العلمي الأدنى للفترة (2022 –2024)

المستوى التعليمي	خِرّيجو 2022	خِرّيجو 2023	خِرّيجو 2024	المجموع
بكالوريوس فأعلى.	887	852	872	2611
دبلوم.	1316	990	799	3105
غير معرّف.	353	262	416	1031

وفيما يتعلق بالبرامج التعليمية والتدريبية التي تقدمها كل جهة من الجهات المزوّدة للتدريب، وعدد خِرّيجي كل برنامج، يبيّن الجدول رقم (45) أن برنامج مصـمّم الجرافيك، و" فنّيو التصـميم الداخلي والديكور" هي البرامج الأكثر إقبالا لدى الطلبة والمتدربين في كليات المجتمع والجامعات.

جدول45: أعداد الخِرّيجين؛ حسب الجهة المزوّدة للتدريب، والبرنامج التدريبي للفترة (2022–2024)

الجهة	خِرّيجو 2022	خِرّيجو 2023	خِرّيجو 2024	المجموع
كليات المجتمع.	1316	990	799	3105
مصمّمو الإنتاج والثياب.	106	92	101	299
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	9	5	20	34
مصمّم غرافيكي.	551	419	310	1280
مخرج ومنتِج المسرح والأفلام وما يرتبط بهم.	62	49	40	151
فنّيو التصميم الداخلي والديكور.	516	394	302	1212
العاملون في التجميل وما يرتبط بهم.	72	31	26	129
جامعة العلوم التطبيقية.	25	50	39	114
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	7	28	27	62
مصمّم غرافيكي.	18	22	12	52
جامعة الزيتونة.	82	78	76	236
مصمّم أزياء.	0	7	9	16
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	38	31	34	103
مصمّم غرافيكي.	44	40	33	117
جامعة الزرقاء الأهلية.	53	47	34	134
مصمّم غرافيكي.	16	27	13	56
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	37	20	21	78
جامعة البتراء.	89	65	55	209
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	26	20	20	66
مصمّم غرافيكي.	28	16	17	61
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	35	29	18	82

الجهة	خِرّيجو 2022	خِرّيجو 2023	خِرّيجو 2024	المجموع
جامعة الإسراء.	8	2	1	11
مصمّم واجهات التفاعل.	8	2	1	11
جامعة آل البيت.	0	4	48	52
مسوّق إلكتروني.	0	4	48	52
جامعة إربد الأهلية.	0	2	13	15
مصمّم غرافيكي .	0	2	13	15
جامعة عمان الأهلية.	31	30	11	72
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	3	10	2	15
مصمّم غرافيكي.	22	13	6	41
مصمّم الإنتاج.	6	7	3	16
جامعة فيلادلفيا.	7	11	2	20
مصمّم غرافيكي.	7	11	2	20
الجامعة الأردنية.	204	185	161	550
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصَرية).	183	159	140	482
الموسيقيّون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	10	11	11	32
مخرِج ومنتِج المسرح والأفلام وما يرتبط بهم.	11	15	10	36
جامعة البلقاء التطبيقية.	49	52	26	127
مصمّم غرافيكي.	0	0	0	0
مصمّم الرسوم المتحركة.	49	35	14	98
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز.	0	17	12	29
جامعة اليرموك.	219	217	303	739
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصرَية).	63	33	56	152
الموسيقيّون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	10	3	15	28
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	70	93	106	269
فنّيو التصميم الداخلي والديكور.	76	88	126	290
جامعة جدارا.	33	23	19	75
مصمّم غرافيكي.	33	23	19	75
الجامعة الأمريكية في مأدبا.	0	5	2	7
مصمّمو الرسومات والوسائ.ط المتعددة (وسائل الإعلام)	0	5	2	7
الجامعة العربية المفتوحة.	26	18	20	64
مصمّم غرافيكي.	11	10	15	36
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	15	8	5	28
جامعة الشرق الأوسط.	61	63	62	186
مصمّم غرافيكي.	33	24	23	80
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	28	39	39	106
مركز استشارات جامعة الشرق الأوسط.	0	0	15	15
كاتب سيناريو وحِوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	0	0	15	15
مركز استشارات جامعة العلوم التطبيقية الخاصّة.	53	20	65	138
كاتب سيناريو وحِوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	20	20	20	60
مصوّر.	33	0	45	78

الجهة	خِرّيجو 2022	خِرّيجو 2023	خِرّيجو 2024	المجموع
الهيئة الملَكية الأردنيّة للأفلام.	182	125	262	569
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	15	25	0	40
مسؤول استمرارية.	13	0	0	13
مخرج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	109	85	186	380
منتِج.	0	15	55	70
منسّق الديكور .	0	0	12	12
محرّر صورة/ مونتاج .	0	0	9	9
محرّر الصوت.	45	0	0	45
مجموعة المركز العربي الإعلامية.	118	74	39	231
مصمّمو الإنتاج والثياب.	13	8	5	26
مخرِج ومنتِج المسرح والأفلام وما يرتبط بهم.	12	7	4	23
مدير موقع (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا .	18	11	5	34
المصوّرون.	26	16	9	51
فنّيو التصميم الداخلي والديكور.	14	10	6	30
فنّي تجهيز الإضاءة.	20	12	5	37
مهندس صوت.	6	4	2	12
العاملون في التجميل وما يرتبط بهم.	9	6	3	18
مركز أسس الاتصال للتدريب والتسويق الإلكتروني.	0	43	35	78
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	0	33	20	53
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	0	10	15	25
المجموع	**2556**	**2104**	**2087**	**6747**

3.3 المهارات العامة المتضمّنة في برامج إعداد العاملين

أظهرت دراسة برامج إعداد العاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، التي تقدمها الجهات المزوِّدة للتدريب، وجود حاجة مُلحّة لتزويد المتدربين بمجموعة من المهارات العامة الداعمة للتشـــغيل. وقد تم التحقق من مدى توافر هذه المهارات في البرامج التدريبية المُطبّقة، وتبيّن وجود تفاوت في تغطيتها. وتشمل هذه المهارات الأساسية ما يأتي:

- مهارة استخدام الحاسوب.
- مهارة الإبداع والابتكار.
- مهارة الاتصال الفعّال.
- مهارة التحليل وحلّ المشكلات.
- مهارة التخطيط والتنظيم وإدارة الوقت.
- مهارة التواصل باللغة الإنجليزية.
- المهارات العددية.

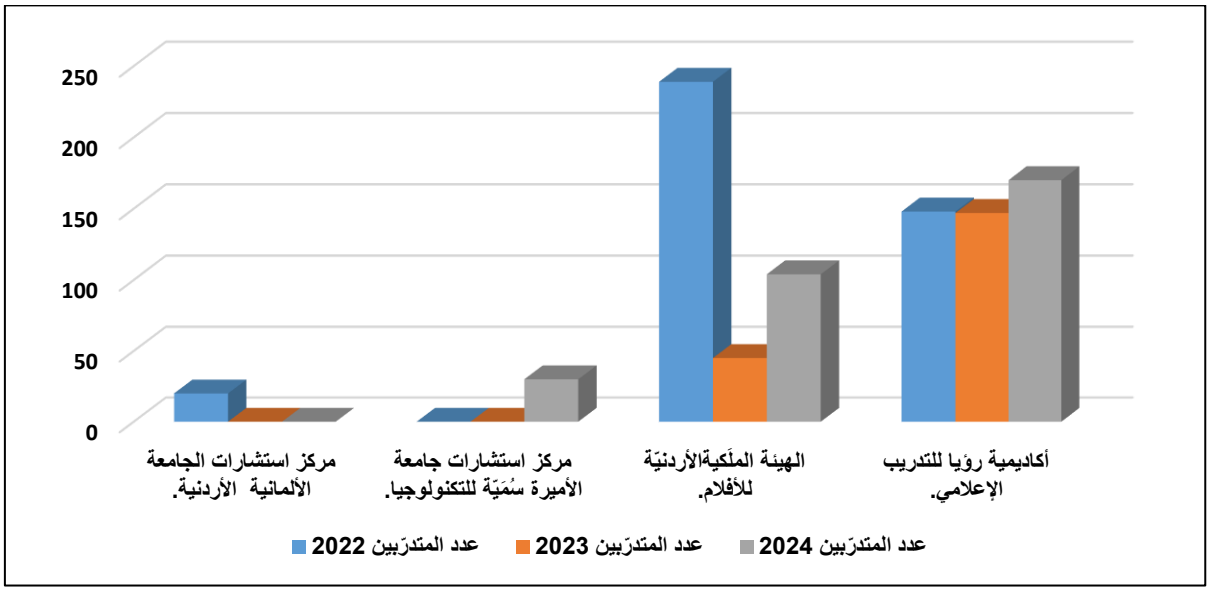
وتُعَدّ هذه المهارات ضـــرورية لتعزيز جاهزية الخِرّيجين لســـوق العمل، وتمكينهم من التكيّف مع متطلبات الوظائف في القطاع الإبداعي المتطور.

3.4 برامج رفع الكفاية المقدّمة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

تُعَدّ مراكز الاستشارات والتدريب المتخصّصة من أبرز الجهات المزوِّدة لدورات رفع الكفاية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في الأردن، ومن بينها: مركز الدراسات والاستشارات في الجامعة الألمانية الأردنية، ومركز الاستشارات في جامعة الأميرة سُمَيّة للتكنولوجيا، والهيئة الملَكية للأفلام، وأكاديمية رؤيا للتدريب الإعلامي. وتظهِر البيانات الواردة في الجدول رقم (46) أن إجمالي عدد المتدرّبين في هذه المؤسّسات خلال الفترة 2022 –2024 قد بلغ 903 متدربين، وقد توزّعوا على النحو الآتي: أكاديمية رؤيا استحوذت على النسبة الأكبر بواقع (51.4%) من إجمالي المتدرّبين، تلتها الهيئة الملَكية للأفلام بنسبة (42.9%)، بينما توزّعت النسبة المتبقية على المراكز الأخرى بنسبة محدودة.

جدول46: الجهات المزوِّدة لدورات رفع الكفاية وعدد المتدرّبين للفترة (2022–2024)

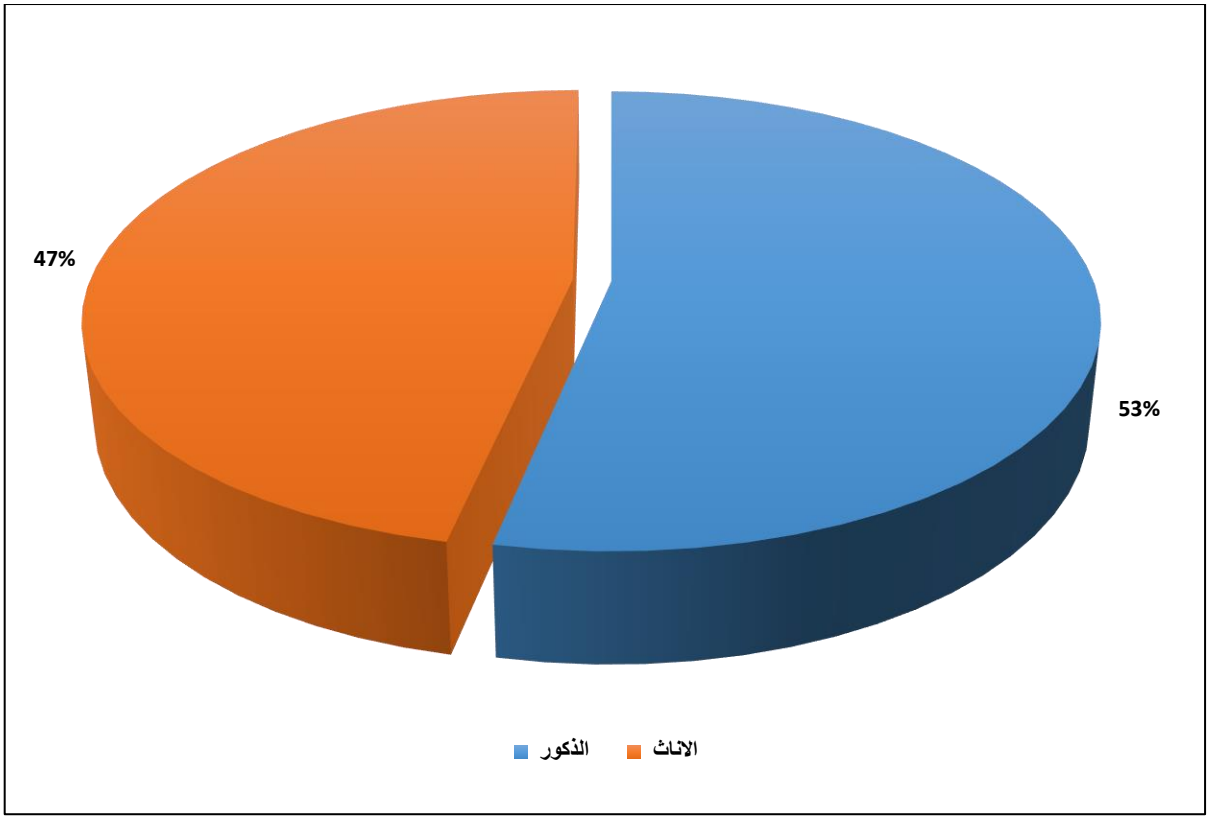
جهات المزوِّدة لدورات رفع الكفاية	عدد المتدرّبين 2022	عدد المتدرّبين 2023	عدد المتدرّبين 2024	المجموع
مركز استشارات الجامعة الألمانية الأردنية.	20	0	0	20
مركز استشارات جامعة الأميرة سُمَيّة للتكنولوجيا.	0	0	30	30
الهيئة الملَكيةالأردنيّة للأفلام.	239	45	104	388
أكاديمية رؤيا للتدريب الإعلامي.	148	147	170	465
المجموع	**407**	**192**	**304**	**903**



الشكل رقم 25: توزيع المتدرّبين؛ حسب الجهات المزوِّدة لدورات رفع الكفاية للفترة (2022 -2024)

من ناحية أخرى، بلغ عدد الذكور الملتحقين بدورات رفع الكفاية خلال الفترة (2022–2024) نحو 481 متدربًا، مشكّلين ما نسبته (53%) من إجمالي عدد المتدرّبين.

أما عدد المتدربات من الإناث خلال الفترة نفسها، فقد بلغ 422 متدربة، وبنسبة (47%) من إجمالي المشاركين في هذه الدورات.



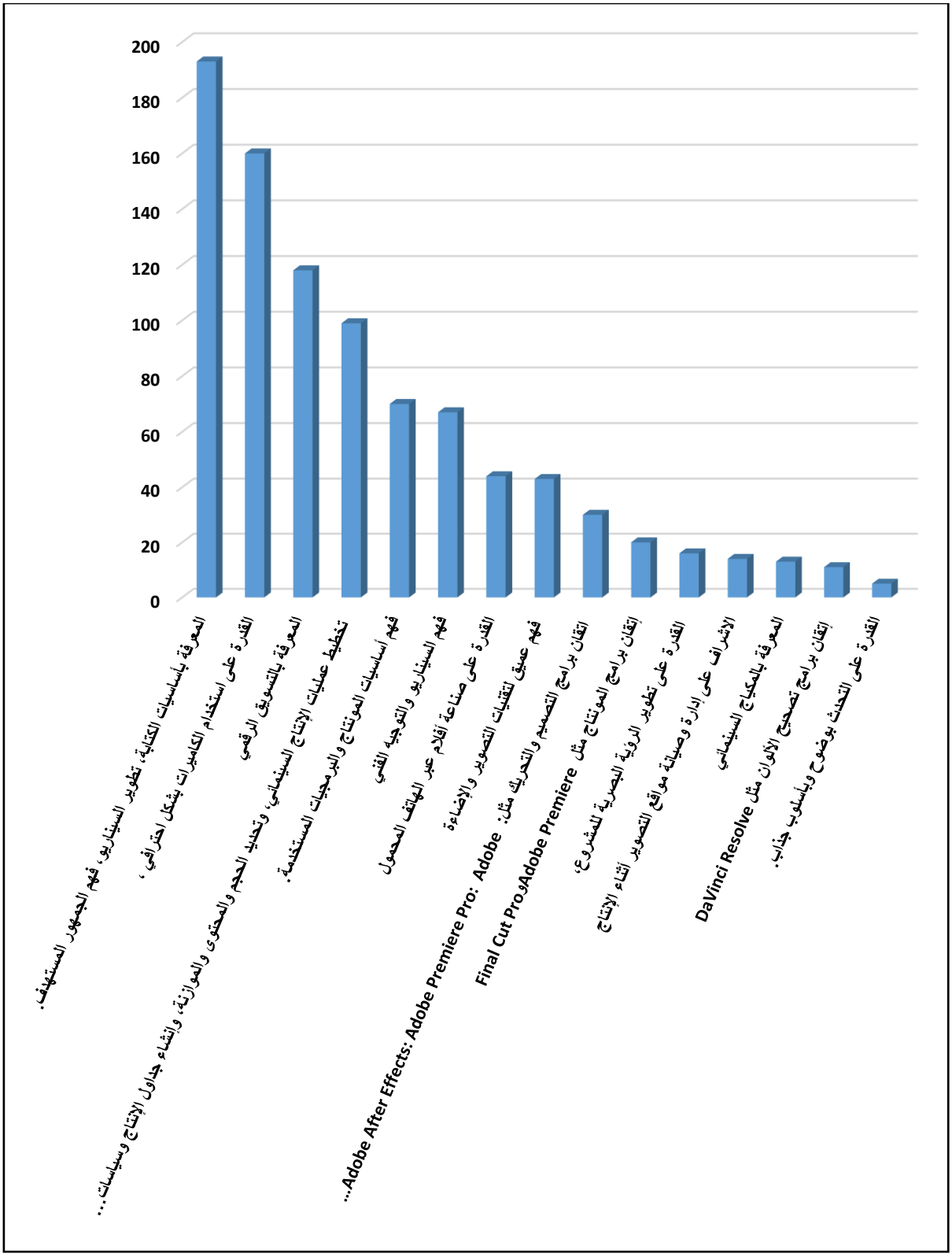
الشكل رقم 26: توزيع المتدرّبين في دورات رفع الكفاية؛ حسب الجنس

تنوّعت دورات رفع الكفاية المقدمة من الجهات المزوِّدة للتدريب خلال الفترة 2022–2024، حيث تركزت نسبة (21.3%) من المتدربين في دورة "المعرفة بأساسيات الكتابة، وتطوير السيناريو، وفهم الجمهور المستهدف"، تلتها دورة "القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي" بنسبة (17 %)، ثم دورة "المعرفة بالتسويق الرَّقْمي " بنسبة (13 %) من إجمالي المشاركين.

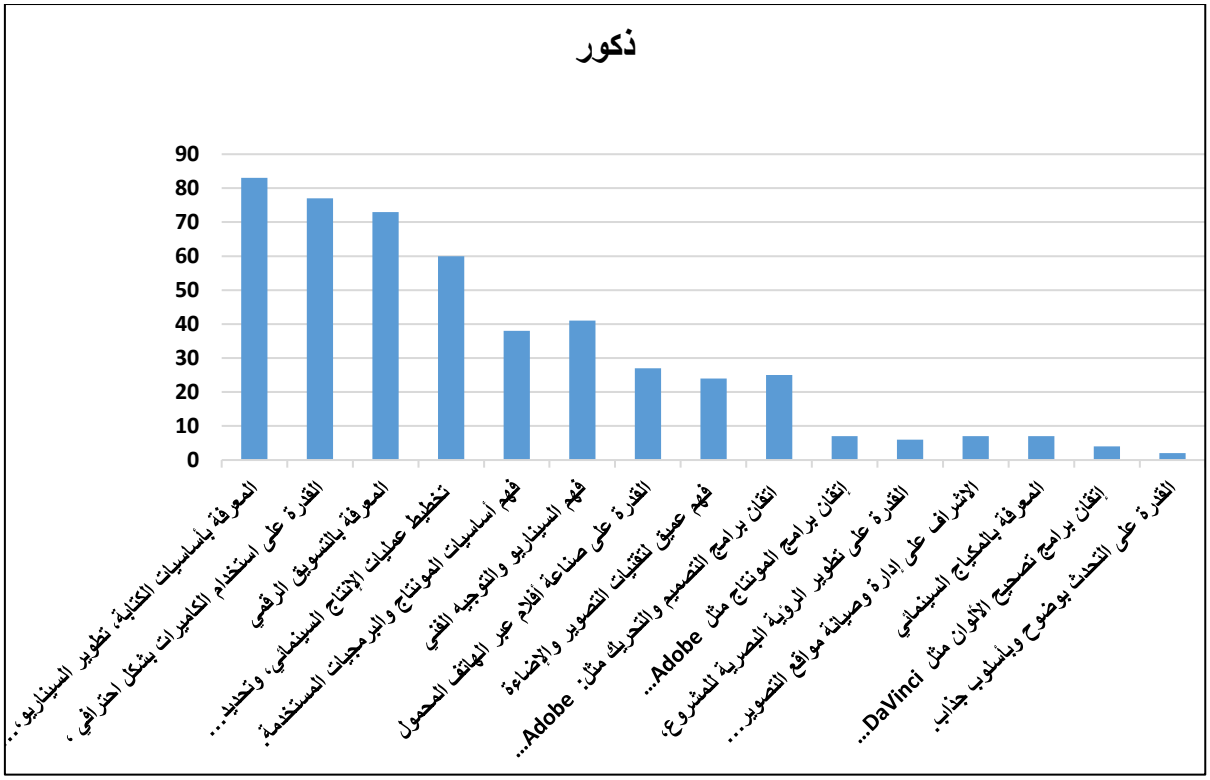
وفيما يتعلق بالتوزيع بحسب الجنس، تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (47) إلى أن الإناث تركزن بشكل أكبر في دورة استخدام الكاميرات بشكل احترافي، حيث بلغ عدد المتدربات 83 متدربة خلال الفترة نفسها. أما الذكور، فقد تركزوا أيضًا في الدورة ذاتها، وبلغ عددهم 77 متدربًا خلال الفترة 2022–2024، مما يدل على الإقبال المتوازن من كلا الجنسين على هذا النوع من التدريب العملي المتخصّص.

جدول47: توزيع خِرّيجي دورات رفع الكفاية؛ حسب الجنس والبرنامج التدريبي للأعوام (2022–2024)

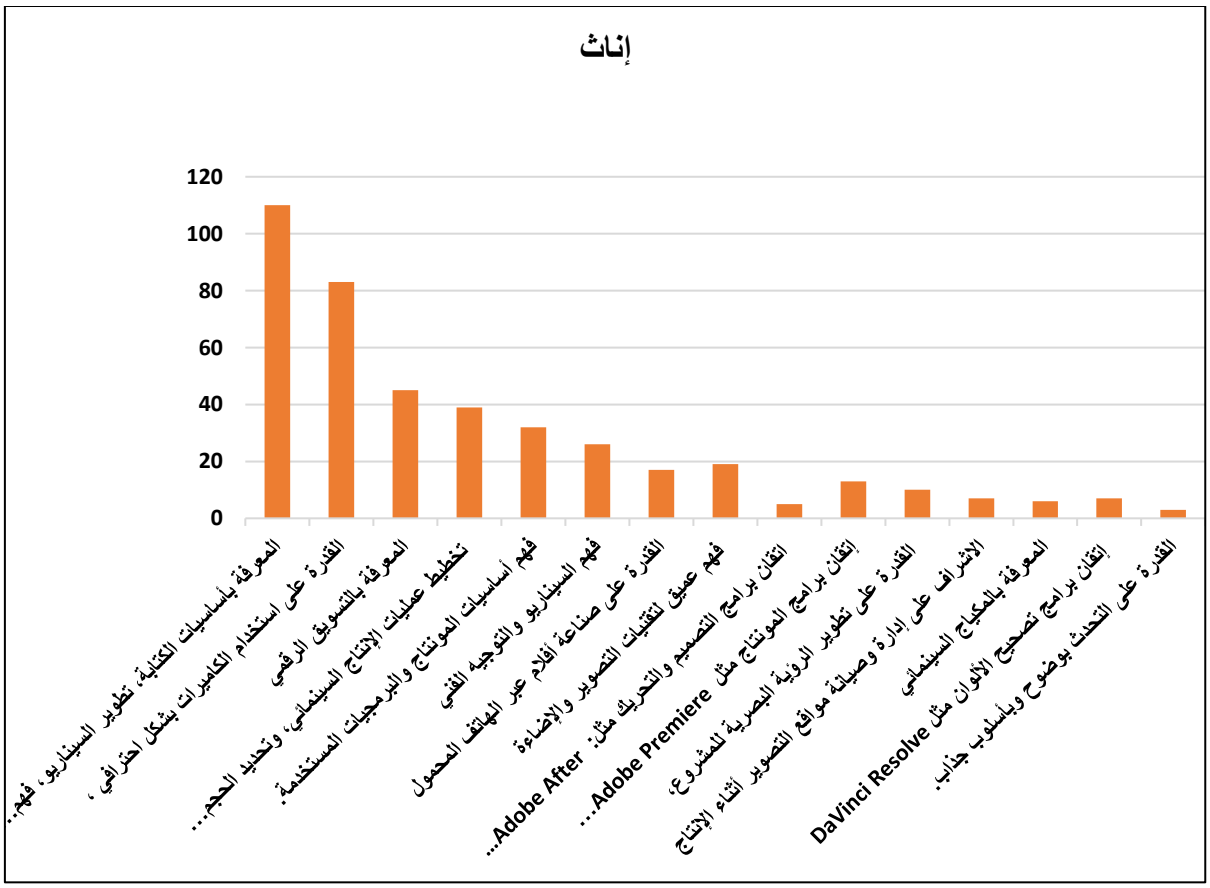
البرنامج التدريبي	ذكر	أنثى	المجموع
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator و Cinema 4D أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode.	25	5	30
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	73	45	118
المعرفة بأساسيات الكتابة، تطوير السيناريو، فهم الجمهور المستهدف.	83	110	193
فهم السيناريو والتوجيه الفنّي.	41	26	67
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	60	39	99
الإشراف على إدارة مواقع التصوير أثناء الإنتاج وصيانتها.	7	7	14
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	2	3	5
القدرة على تطوير الرؤية البصَرية للمشروع.	6	10	16
فهم عميق لتِقْنيّات التصوير والإضاءة.	24	19	43
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي .	77	83	160
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro.	7	13	20
إتقان برامج تصحيح الألوان مثل Resolve DaVinci.	4	7	11
فهم أساسيات المونتاج والبرمجيات المستخدمة.	38	32	70
المعرفة بالمكياج السينمائي.	7	6	13
القدرة على صناعة أفلام عبر الهاتف المحمول.	27	17	44
المجموع	**481**	**422**	**903**



الشكل رقم 27: إجمالي المتدرّبين في دورات رفع الكفاية المختلفة للفترة (2022–2024)



الشكل رقم 28: إجمالي المتدرّبين الذكور في دورات رفع الكفاية المختلفة للفترة (2022–2024)

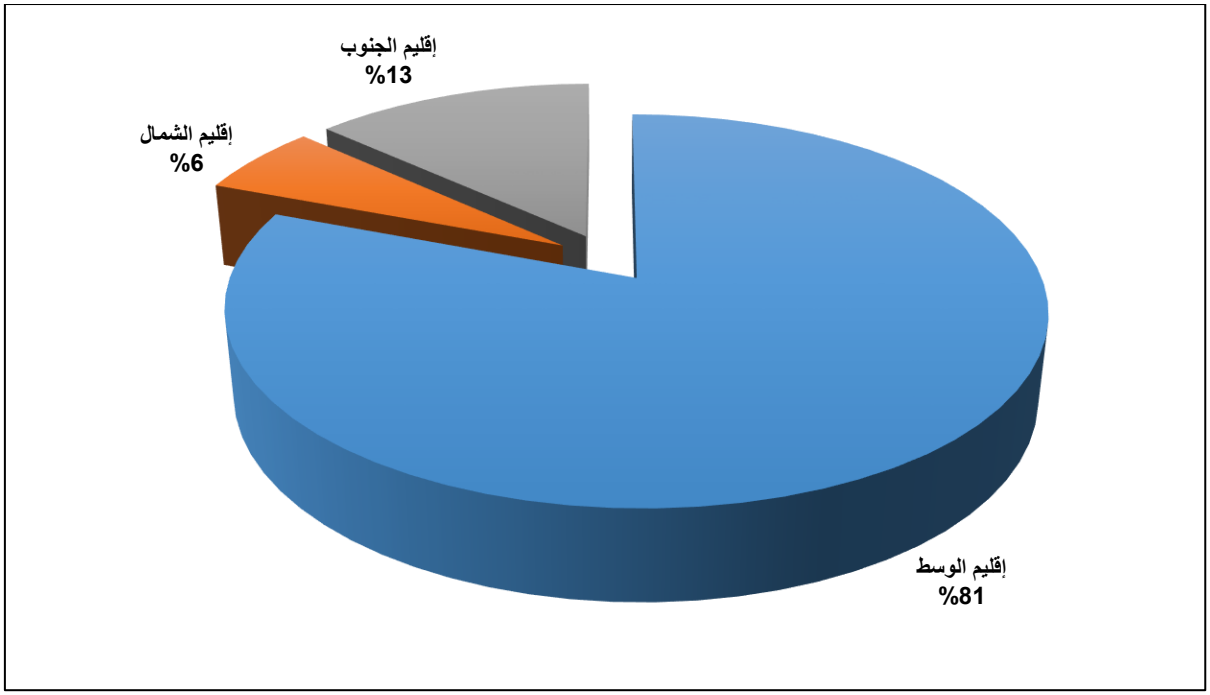


الشكل رقم 29: إجمالي المتدربات الإناث في دورات رفع الكفاية المختلفة للفترة (2022–2024)

وعلى مستوى الأقاليم، يوضح الجدول رقم (48) أن أعلى تركّز للمتدربين في دورات رفع الكفاية خلال الفترة 2022–2024 كان في إقليم الوسط، حيث بلغ عددهم 729 متدربًا، أي ما نسبته (80%) من إجمالي المتدرّبين. وجاء إقليم الجنوب في المرتبة الثانية بعدد 120 متدربًا، مشكّلين(13%) من الإجمالي، فيما سجّل إقليم الشمال أقل نسبة مشاركة، إذ بلغ عدد المتدرّبين فيه 54 متدربًا فقط، بنسبة بلغت(7%) من إجمالي عدد المتدرّبين.

جدول48:أعداد المتدرّبين في دورات رفع الكفاية؛ حسب الأقاليم للفترة (2022–2024)

الدورة	عدد المتدرّبين 2022	عدد المتدرّبين 2023	عدد المتدرّبين 2024	المجموع
إقليم الوسط	**263**	**185**	**281**	**729**
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator، Blender: Plugins and Scripts: Duik Cinema 4D، Red Giant، Video Copilot، Trapcode	0	0	30	30
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	43	32	43	118
المعرفة بأساسيات الكتابة، تطوير السيناريو، فهم الجمهور المستهدف.	26	52	63	141
فهم السيناريو والتوجيه الفنّي.	22	15	30	67
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	41	0	0	41
الإشراف على إدارة مواقع التصوير أثناء الإنتاج وصيانتها.	14	0	0	14
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.	5	0	0	5
القدرة على تطوير الرؤية البصَرية للمشروع،	16	0	0	16
فهم عميق لتَقْنيّات التصوير والإضاءة.	0	0	43	43
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	50	45	45	140
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere و Final Cut Pro	20	0	0	20
إتقان برامج تصحيح الألوان مثل Resolve DaVinci.	0	11	0	11
فهم أساسيات المونتاج والبرمجيات المستخدمة.	13	30	27	70
المعرفة بالمكياج السينمائي.	13	0	0	13
إقليم الشمال	**24**	**7**	**23**	**54**
المعرفة بأساسيات الكتابة، وتطوير السيناريو، وفهم الجمهور المستهدف.	10	7	23	40
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	14	0	0	14
إقليم الجنوب	**120**	**0**	**0**	**120**
المعرفة بأساسيات الكتابة، وتطوير السيناريو، وفهم الجمهور المستهدف.	12	0	0	12
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .	44	0	0	44
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.	20	0	0	20
القدرة على صناعة أفلام عبر الهاتف المحمول.	44	0	0	44
المجموع	**407**	**192**	**304**	**903**



الشكل رقم 30: توزيع المتدرّبين في دورات رفع الكفاية؛ حسب الأقاليم للفترة (2022-2024)

الفصل الرابع

تقدير فجوة العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

4.1 الفجوة بين الاحتياجات التدريبية لكل مِهْنة، وبين البرامج التدريبية المتوافرة لهذه المِهَن

يتناول هذا الفصل من الدّراسة مقارنة البرامج التدريبية التي يطلبها أصحاب العمل من العاملين المراد استخدامهم في قطاع الصّناعات الإبداعيّة للفترة (2025–2027)، مع البرامج التدريبية التي وفرتها الجهات المزوِّدة للتدريب خلال الفترة (2022–2024)، وذلك بهدف معرفة مدى التقارب، أو التباعد بين ما هو مطلوب، وما هو معروض.

يُعَدّ ارتفاع معدلات البطالة في الأردن من أبرز المؤشرات على وجود اختلال في سوق العمل، ويُعزى ذلك بدرجة كبيرة إلى الفجوة القائمة بين العرض والطلب على الكفاءات في مختلف القطاعات، ومن بينها قطاع الصّناعات الإبداعيّة. وقد سعت هذه الدّراسة إلى تحليل حجم هذه الفجوة عن طريق مقارنة عدد الخِرّيجين والمتدرّبين في التخصّصات الإبداعيّة المختلفة مع فرَص العمل المتاحة في السوق خلال الفترة (2025–2027). وأظهرت النتائج وجود فائض ملحوظ في عدد الخِرّيجين في بعض المِهَن، كالتصميم الجرافيكي الذي بلغ عدد خِرّيجيه 1,833 مقابل 62 فرصة عمل فقط. وتجدر الإشارة إلى أن تخصّص التصميم الجرافيكي من التخصّصات التي تخدم قطاعات مختلفة أخرى، مما يعني أن حجم الفجوة هو أقل بكثير مما ظهر في هذا القطاع.

تشير البيانات في الجدول (49) إلى وجود فجوة واضحة بين العرض والطلب في البرامج التدريبية الخاصّة بقطاع الصّناعات الإبداعيّة، تعكس اختلالًا كبيرًا في مواءمة مخرَجات التعليم مع متطلبات سوق العمل، فعلى سبيل المثال، بلغ عدد خريجي تخصص التصميم الجرافيكي 1,833 فردًا، في حين لم يتجاوز الطلب عليه 62 وظيفة فقط. بالمقابل، يعاني السوق من عجز شديد في تخصّصات تِقْنيّة وإعلامية دقيقة مثل هندسة الصوت، حيث بلغ عدد فرَص العمل 83 مقابل 12 خريجًا فقط، أي بعجز يقارب 85%.

ويظهر الخلل ذاته في تخصّص إعداد البرامج الإعلامية، الذي سجل طلبًا على 79 وظيفة، مقابل 53 خريجًا فقط، بنسبة نقص تبلغ حوالي 33%، كما أن عددًا من التخصّصات الحديثة مثل: تصميم الواقع الافتراضي، والبرمجة، والرسوم المتحركة، والمونتاج تشهد طلبًا فعليًا دون أن يقابله عرض تدريبي كافٍ، أو في بعض الحالات دون وجود أي عرض على الإطلاق، وهو ما يؤكد وجود فجوة نوعيّة مؤسّسية في التخطيط للبرامج التدريبية. هذا التفاوت الكبير بين التخصّصات ذات الفائض، وتلك التي تعاني من نقص يفرض ضرورة إعادة هيكلة السياسات التدريبية، وتركيز الجهود على تطوير برامج متخصّصة في مجالات الإعلام الرَّقْمي، والإنتاج المرئي، والتِّقْنيّات الإبداعيّة الحديثة، بما يضمن تقليص الفائض، وسَدّ فجوات النقص وتحقيق توازن فعّال بين العرض والطلب.

في المقابل، تعاني تخصّصات أخرى كالإنتاج الإعلامي، وهندسة الصوت من نقص في المعروض مقابل الطلب المرتفع، هذا التفاوت يعكس اختلالا نوعيّا وعدديّا في إدارة رأس المال البشري داخل القطاع، ويُبرِز الحاجة الملحّة إلى إعادة هيكلة منظومة التدريب والتعليم التِّقْني لتكون أكثر ارتباطًا بمتطلبات سوق العمل، لا سيما في ظل الطابع المتداخل للصناعات الإبداعيّة مع قطاعات أخرى مثل الإعلام، والتكنولوجيا، والسياحة.

جدول49: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
مصمّمو الإنتاج والثياب.	325	-	2	فائض عرض
مصمّم أزياء. (costume designer)	16	مصمّم أزياء. (costume designer)	2	فائض عرض
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	340	-	-	فائض عرض
مصمّم واجهات التفاعل. Graphical User Interface designer	11	مصمّم واجهات التفاعل. Graphical User Interface designer)	6	فائض عرض
مصمّم غرافيكي (Graphics Designer).	1833	مصمّم غرافيكي. (Graphics Designer)	62	فائض عرض
مصمّم الرسوم المتحركة. motion graphic designer	98	مصمّم الرسوم المتحركة. motion graphic designer	32	فائض عرض
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز. (VR/AR designer)	29	-		فائض عرض
مسوّق إلكتروني.	52	-		فائض عرض
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	115	-		فائض عرض
مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	53	مُعِدّ برامج: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	79	عجز عرض
مسؤول استمرارية. script Supervisor (scripty)	13	-		فائض عرض
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصَرية).	634	-		فائض عرض
الموسيقيّون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	60			فائض عرض
مخرج ، ومنتِج المسرح والأفلام.	210			فائض عرض
مخرِج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	380	مخرج: (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	14	فائض عرض
منتِج.	70	-		فائض عرض
مدير موقع (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	34	-		فائض عرض
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام.	535	المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام.	115	فائض عرض
مصوّر. (camera operator)	129	مصوّر. (camera operator)	36	فائض عرض
مصمّم الإنتاج. (Production designer).	16			فائض عرض

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
منسّق الديكور (set decorator).	12			فائض عرض
محرّر صورة/ مونتاج (editors).	9	محرّر صورة/ مونتاج (editors).	26	عجز عرض
فنّي تجهيز الإضاءة grip.	37			فائض عرض
مهندس صوت.	12	مهندس صوت.	83	عجز عرض
		محرّر أخبار: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا)	49	عجز عرض
		عازِف موسيقي.	17	عجز عرض
		الصحفيّون.	21	عجز عرض
		مسوّق محلّي.	11	عجز عرض
		مذيع تقارير/ ميداني.	14	عجز عرض
		أخصائي إرشاد تسويقي ومنصات تسويقية.	18	عجز عرض
		مبرمِج رسوم متحركة. (Animation Programmer)	13	عجز عرض
		مصمّم مؤثرات بصَرية. (visual effect artist)	13	عجز عرض
		راقص	10	عجز عرض
		مساعد مخرِج / راكور حركي.	10	عجز عرض
		مُحرك رسوم متحركة. (Animator)	10	عجز عرض

أظهرت نتائج تحليل الفجوة بين العرض والطلب في البرامج التدريبية المخصّصة للذكور في قطاع الصّناعات الإبداعيّة تفاوتًا واضحًا بين التخصّصات التي يُقبِل عليها المتدرّبون وتلك التي يحتاجها سوق العمل فعليًا خلال الفترة المدروسة. فقد تبيّن أن هناك فائضًا كبيرًا في بعض المِهَن مثل: "مصمّم غرافيكي" (556) خريجًا مقابل طلب قدره (60)، و"مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة" بـ(168) خرّيجًا مقابل (4) فقط، و"المذيعون في الراديو والتلفاز" بعدد عرض بلغ (201) دون أي طلب مقابل.

في المقابل، كشفت الدّراسة عن نقص حادّ في عدد من المِهَن ذات الطابع التِّقْني والإنتاجي، ومنها "مصوّر" حيث بلغ الطلب (83) مقابل (40) فقط، و"مُعِدّ برامج" بـ(79) فرصة مقابل (23) خرّيجًا، و"محرّر صورة/ مونتاج" بـ(23) طلبًا مقابل (4) فقط.

وفي المجمل، تعكس هذه البيانات وجود خلل هيكلي في مواءمة البرامج التدريبية المقدَّمة من مزوّدي التدريب مع احتياجات سوق العمل الفعلية، إذ تُركّز البرامج على مِهَن تقليدية، أو ذات جاذبية عامة دون الأخذ بعين الأهمية متطلبات

سوق العمل الدقيقة، لا سيما في المجالات التِّقْنية الناشئة. وتوصي الدّراسة بضرورة إعادة هيكلة أولويات التدريب بناءً على الطلب الفعلي في المِهَن ذات الفجوة السلبية؛ لتقليص نسب البطالة، وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشَريّة.

جدول50: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة؛ حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	الطلب	العرض	الفجوة
بكالوريوس فأعلى	1,417	2,611	فائض بالعرض
دبلوم	404	3,105	فائض بالعرض
ثانوي	280	-	
أقل من ثانوي	22	-	

يكشف جدول (50) عن وجود فجوة واضحة بين العرض والطلب على البرامج التدريبية في قطاع الصّناعات الإبداعيّة عند تحليلها؛ حسب المستوى التعليمي، فقد سُجّل فائض كبير في العرض لحملة البكالوريوس فأعلى، وبلغ مقدار العرض (2,611) مقارنة بطلب لا يتجاوز (1,417)، أي بفائض في جانب العرض يتجاوز نسبة (84%). وتزداد الفجوة اتساعًا في فئة الدبلوم، حيث يبلغ العرض (3,105) مقابل طلب لا يتجاوز (404)، وهو ما يعكس ضعفا في التوجيه المِهْني والجامعي، وعدم اتساق بين مخرَجات التعليم وحاجات السوق الفعلية.

في المقابل، تظهِر البيانات عجزًا حادّا في فئة التعليم الثانوي، حيث يبلغ الطلب (280) في حين لا يتوافر أي عرض ضمن هذه الفئة، ما يدل على إغفال واضح لدور خِرّيجي المرحلة الثانوية في سدّ احتياجات المِهَن الإبداعيّة التي لا تتطلب مؤهلات جامعية. أما فيما يتعلق بفئة "أقل من ثانوي"، فلا تتوافر بيانات عرض كافية، مما يُصعّب من تقييم حجم الفجوة بدقة، لكنه يشير ضمنيّا إلى غياب هذه الفئة عن برامج التدريب الرسمي.

وتشير هذه الفجوة في مجملها إلى ضعف في التخطيط الاستراتيجي للمواءمة بين مؤهلات الخِرّيجين، ومستويات الطلب المِهْني، كما تسلط الضوء على الحاجة إلى إعادة توجيه السياسات التعليمية والتدريبية نحو الفئات التعليمية ذات الطلب المرتفع، وتطوير مسارات مِهْنية لخِرّيجي الثانوية تستند إلى الحاجة الفعلية لسوق العمل، بما يسهم في تقليص معدلات البطالة المقنّعة، ويعزز من كفاية سوق العمل في القطاع الإبداعي.

جدول51: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة للذكور

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
مصمّمو الإنتاج والثياب.	18			فائض عرض
مصمّم أزياء (costume designer).		مصمّم أزياء. (costume designer)	6	فائض عرض
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	168	مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	4	فائض عرض
مصمّم واجهات التفاعل. (Graphical User Interface designer)	3			فائض عرض

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
مصمّم غرافيكي. (Graphics Designer)	556	مصمّم غرافيكي. (Graphics Designer)	60	فائض عرض
مصمّم الرسوم المتحركة. (motion graphic designer)	41	مصمّم الرسوم المتحركة. (motion graphic designer)	10	فائض عرض
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز. (VR/AR designer)	12	مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز. (VR/AR designer)	4	فائض عرض
مسوّق إلكتروني.	21	مسوّق إلكتروني.	9	فائض عرض
كاتب سيناريو وحوار: (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	71	كاتب سيناريو وحوار :(سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	11	فائض عرض
مُعِدّ برامج: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	23	مُعِدّ برامج: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	79	فائض عرض
مسؤول استمرارية. script Supervisor (scripty)	6	مسؤول استمرارية. script Supervisor (scripty)	4	فائض عرض
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصرية).	86	اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصرية).	1	فائض عرض
الموسيقيّون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	32	الموسيقيّون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	3	فائض عرض
مخرِج، ومنتِج المسرح والأفلام.	123			فائض عرض
مخرِج: (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	197	مخرِج: (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	16	فائض عرض
منتِج.	23	منتِج.	16	فائض عرض
مدير موقع (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	28	مدير موقع (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4	فائض عرض
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	201			فائض عرض
المصوّرون.	48	المصوّرون.	3	فائض عرض
مصوّر. (camera operator)	40	مصوّر(camera operator)	83	فائض عرض
مصمّم الإنتاج. (Production designer)	7	مصمّم الإنتاج. (Production designer)	3	فائض عرض
منسّق الديكور. (Set decorator)	5	منسّق الديكور. (Set decorator)	4	فائض عرض
محرّر صورة/ مونتاج (editors).	4	محرّر صورة/ مونتاج (editors).	23	فائض عرض
محرّر الصوت (Sound editor)	24	محرّر الصوت (Sound editor).	15	فائض عرض

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
فنّي تجهيز الإضاءة grip.	37	فنّي تجهيز الإضاءة grip.	18	فائض عرض
مهندس صوت.	12	مهندس صوت.	94	عجز عرض
		مهندس إلكتروني/ بث وإرسال.	92	عجز عرض
		مذيع رئيسي/ استديو برامج.	69	عجز عرض
		ممثل رئيسي.	66	عجز عرض
		مسوّق محلي فنّي.	39	عجز عرض
		منفّذ إنتاج. (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	18	عجز عرض
		عازف موسيقي.	18	عجز عرض
		مُحرك رسوم متحركة (Animator)	16	عجز عرض
		محرّر أخبار: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	15	عجز عرض
		مهندس إلكتروني/ إذاعة وتلفزيون.	13	عجز عرض

تشير نتائج تحليل الفجوة بين العرض والطلب في البرامج التدريبية المخصّصة للإناث في قطاع الصّناعات الإبداعيّة إلى وجود فائض واسع في غالبية المِهَن، مقابل وجود نقص محدود في مِهَن محدّدة، فقد سُجّل فائض ملحوظ في تخصّصات مثل: "مصمّم غرافيك" حيث بلغ عدد الخِرّيجات 1277 مقابل طلب قدرُه 25 فقط، و"اختصاصيّو الفنون التشكيلية" بعدد عرض بلغ 548 مقابل طلب على حالتين فقط، و"المذيعون في الراديو والتلفاز" بـ 334 خِرّيجة دون تسجيل أي طلب مقابل.

كما يظهَر فائض في تخصّصات تِقْنيّة ومِهْنية مثل: "العاملون في التجميل" (136)، و"فنّيو التصميم الداخلي والديكور" (1004)، ما يدل على تركّز العرض في تخصّصات تقليدية تفضلها الإناث، أو تحظى بانتشار أوسع ضمن مؤسّسات التدريب.

في المقابل، ظهرت فجوات نقص في مِهَن محدّدة ودقيقة مثل: "مصمّم واجهات التفاعل" (13 مطلوبة مقابل 8 فقط)، و"محرّر صورة/ مونتاج" (11 مطلوبة مقابل 5 فقط)، و"مهندس صوت" (17 مطلوبة مقابل صفر)، ما يشير إلى ضعف في التوجه نحو بعض المِهَن التِّقْنيّة المتقدمة، أو الأقل تقليدية، كما تجدر الإشارة إلى أن بعض المِهَن مثل: "مصمّم أزياء" و"مصمّم واقع افتراضي"، و"منتِج" و"مخرِج" سُجلت فيها حالات فائضة؛ رغم أن الطلب عليها موجود، ما يعكس اختلالًا في توازن أعداد المتدربات مع الحاجات الفعلية للمِهْنة.

وتدل هذه النتائج على ضرورة إعادة هيكلة البرامج التدريبيّة التي تستهدف الإناث بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل الدقيقة، والتركيز على تشجيع الالتحاق بالمِهَن التي تظهِر عجزًا واضحًا، لا سيما في المجالات التِّقْنيّة والفنّية الحديثة، مع تعزيز مهارات التخصّصات الإبداعيّة الأقل جذبًا للمتدربات حاليًا، بما يضمن تقليص الفجوة وتحقيق كفاية أعلى في تشغيل الإناث ضمن القطاع.

جدول52: الفجوة بين البرامج التدريبية المطلوبة، والمعروضة الإناث

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
مصمّمو الإنتاج والثياب.	307			فائض عرض
مصمّم أزياء (costume designer)	16	مصمّم أزياء (costume designer).	3	فائض عرض
مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	172	مصمّمو الرسومات والوسائط المتعددة (وسائل الإعلام).	1	فائض عرض
مصمّم واجهات التفاعل (Graphical User Interface designer).	8	مصمّم واجهات التفاعل (Graphical User Interface designer).	13	عجز عرض
مصمّم غرافيكي. (Graphics Designer)	1277	مصمّم غرافيكي. (Graphics Designer)	25	فائض عرض
مصمّم الرسوم المتحركة motion graphic designer	57	مصمّم الرسوم المتحركة. motion graphic designer	23	فائض عرض
مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز. (VR/AR designer).	17	مصمّم واقع افتراضي / واقع معزّز. (VR/AR designer).	13	فائض عرض
مسوق إلكتروني.	31	مسوق إلكتروني.	10	فائض عرض
كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	44	كاتب سيناريو وحوار (سينمائي/مسرحي / تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	3	فائض عرض
مُعِدّ برامج: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	30	مُعِدّ برامج: (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4	فائض عرض
مسؤول استمرارية script Supervisor (scripty)	7			فائض عرض
اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصَرية).	548	اختصاصيّو الفنون التشكيلية (مرئية وبصَرية).	2	فائض عرض
الموسيقيّون والمغنّون ومؤلفو الألحان.	28			فائض عرض
مخرجو ومنتِجو المسرح والأفلام.	87			فائض عرض
مخرج: (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	183	مخرج (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	4	فائض عرض
منتِج.	47	منتِج.	11	فائض عرض
مدير موقع: (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	6			فائض عرض
المذيعون في الراديو والتلفاز ووسائل الإعلام الأخرى.	334			فائض عرض
المصوّرون.	3			فائض عرض

العرض	العدد المعروض	الطلب	العدد المطلوب	الفجوة
مصوّر. (camera operator)	38			فائض عرض
فنّيو التصميم الداخلي والديكور.	1004			فائض عرض
مصمّم الإنتاج. (Production designer)	9			فائض عرض
منسّق الديكور (Set decorator).	7			فائض عرض
محرّر صورة/ مونتاج (editors).	5	محرّر صورة/ مونتاج (editors).	11	عجز عرض
محرّر الصوت (Sound editor).	21	محرّر الصوت (Sound editor).	6	فائض عرض
فنّي تجهيز الإضاءة grip.	0			فائض عرض
مهندس صوت.	0	مهندس صوت.	17	عجز عرض
		ممثل ثانوي.	64	فائض عرض
		مسوّق محلّي فنّي.	46	فائض عرض
		مصوّر. (camera operator)	34	فائض عرض
		الصحفيّون.	24	فائض عرض
		مُحرك رسوم متحركة (Animator).	24	فائض عرض
		مصمّم ثلاثي الأبعاد. 3D Designer	18	فائض عرض
		عازف موسيقي.	16	فائض عرض
		مهندس إلكتروني/ بث وإرسال.	15	فائض عرض
		مبرمِج رسوم متحركة. Animation Programmer	14	فائض عرض
		مدير إنتاج: (سينمائي/ مسرحي/ تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).	10	فائض عرض

4.1 الفجوة بين المهارات المطلوبة لكل مِهْنة، وبين المهارات التي توفرها البرامج التدريبية لهذه المِهَن

بيّنت الدّراسة، عن طريق المقارنة بين المهارات التي يتطلبها أصحاب العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، وتلك التي توفرها البرامج التدريبية القائمة، وجود اختلال واضح في مواءمة المهارات الفنّية والتِّقْنيّة. فقد كشفت النتائج أن غالبية المهارات المطلوبة من قبل أصحاب العمل، خصوصًا تلك المرتبطة بالتقديم الإذاعي والتليفزيوني، وتِقْنيّات التصميم والتحريك، والإنتاج الفنّي، لا يتم تغطيتها ضمن البرامج التدريبية الحالية، أو يتم تغطيتها بدرجة محدودة وغير كافية. وفي المقابل، لوحظ وجود فائض في بعض المهارات التي لا يقابلها طلب فعلي في سوق العمل، مثل: "المعرفة بأساسيات الكتابة وتطوير السيناريو"، ما يشير إلى خلل في تخطيط البرامج التدريبية، واتساع الفجوة بين العرض والطلب في المهارات الفنّية.

وفي ضوء نتائج الدّراسة، يتضح أن هذه الفجوة لا تقتصر فقط على النقص في عدد البرامج، بل تشمل أيضًا غياب التخصّصية والتِّقْنيّات الحديثة المطلوبة، الأمر الذي يستدعي تعزيز التنسيق بين مؤسّسات التدريب والقطاع الإبداعي الإنتاجي. ويُوصى بإعادة تصميم البرامج التدريبية لتشمل المهارات التي تم تحديدها في جانب الطلب، مثل: القدرة على البحث وصناعة المحتوى، واستخدام برامج التحرير والمؤثرات البصَرية، والقدرة على تقديم الرؤية الفنّية، والتي تمثل مهنًا حيوية في السوق الإبداعي المحلي والإقليمي.

جدول53: أبرز المهارات المطلوبة في القطاع

أبرز المهارات المطلوبة
القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب.
إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe Illustrator و Adobe Premiere Pro: After Effects: Cinema 4D أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode
القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي.
إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro.
المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.
تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة .
القدرة على تطوير الرؤية البصرية للمشروع.
فهم عميق لتِقْنيّات التصوير والإضاءة.

الفصل الخامس

خطة تنمية الموارد البشَريّة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

منهجيّة إعداد خطة تنمية الموارد البشَريّة لقطاع الصّناعات الإبداعيّة (2025-2027)

أولًا: تشكيل المجلس القطاعي الإبداعي متعدّد التخصّصات

تشكلت اللجنة الاستشارية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة، بالتنسيق بين المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة، وهيئة تنمية وتطوير المهارات الفنّية والتِّقْنيّة، ومجلس مهارات القطاع. وتضمّنت مهام اللجنة المشاركة في مراحل إعداد الدّراسة كافة، وتقديم المشورة خاصة ما يتعلق بتطوير أدوات الدّراسة وعَيِّنتها، وتحفيز أصحاب العمل للتعاون مع الباحثين القائمين على جمع البيانات، والمناقشة وإبداء الرأي حول فصول الدّراسة وخطة تنمية الموارد البشَريّة للقطاع.

ثانيًا: إعداد دراسة فجوة العرض والطلب في الصّناعات الإبداعيّة

قامت اللجنة الاستشارية بالشراكة مع المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة بتطوير منهجيّة الدّراسة التحليلية وأهدافها وعَيِّنتها للفجوة بين جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة. وتم تنفيذ مسْح ميداني بالتعاون مع دائرة الإحصاءات العامة شمل: مُنشآت ممثلة للقطاع، وتعبئة استمارات من قبل مؤسّسات تزويد التدريب في القطاع. وقامت اللجنة بمتابعة العمل مع المركز الوطني في مختلف مراحل الدّراسة.

ثالثا: تطوير خطة تنمية الموارد البشَريّة القطاعية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ بناءً على نتائج دراسة المركز الوطني للفجوة بين جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة.

بناءً على نتائج دراسة المركز الوطني للفجوة بين جانِبَي العرض والطلب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، فقد تم ما يأتي:

- المشاركة في صياغة التوصيات، أو مذكرة سياسات تخدم قطاع الصّناعات الإبداعيّة.
- عرض مسوّدة خطة الموارد البشَريّة القطاعية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة على اللجنة الاستشارية للدّراسة، وأخذ ملاحظاتهم على الخطة وتضمينها.
- إقرار خطة تنمية الموارد البشَريّة القطاعية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة بشكلها النهائي.

(وضِعت هذه الخطة؛ بناءً على نتائج دراسة المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة)

الهدف الاستراتيجي (1): الارتقاء بخِدمات التدريب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ لإنتاج قوة عاملة مؤهلة لتلبية الاحتياجات الحالية، والمستقبلية للقطاع.

(مؤشر الأداء للهدف الاستراتيجي 1: زيادة مستوى رضا أصحاب العمل عن خِرّيجي قطاع الصّناعات الإبداعيّة في عام 2027).

النتيجة (1) : برامج التدريب تستجيب لاحتياجات قطاع الصّناعات الإبداعيّة.

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
1.1 إعداد خطة عمل تنفيذية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة.	– إعداد خطة العمل التنفيذية للفترة (2025-2027) وتنفيذها. – توزيع الأدوار والمسؤوليات على الجهات المعنية. – التواصل مع الجهات الممولة والداعمة لتبنّي تمويل خطة العمل التنفيذية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة.	الرّبع الرابع من عام 2025.	– وثيقة الخطة التنفيذية. – تقارير المتابعة والتقويم الرّبعية. – التقرير السنوي. – ميزانية الخطة التنفيذية.	– مجلس المهارات القطاعي. – وزارة العمل.	– هيئة الاعتماد وضمان الجودة. – الجهات المموّلة والداعمة. – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي . – نقابة الفنانين. – الهيئة الملَكية للأفلام. – وزارة الثقافة. – وزارة العمل. – النقابات والجهات المعنية.
1.2 مراجعة المعايير المِهْنية للمِهَن المطلوبة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة وتطويرها؛ بما ينسجم مع نتائج دراسة المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة.	– تحديث المعايير المِهْنية للمهَن والأعمال الآتية: • مصوّر. • مسوّق محلّي فنّي. • المساعدون الآخرون في الاختصاصات المرتبطة بالفنون والثقافة. • مصمّم غرافيكي . (Graphics Designer) • مهندس صوت. • مهندس إلكتروني/ بث وإرسال.	الرّبع الأول والثاني من 2026.	– وثيقة المعايير المِهْنية المحدّثة.	– مجلس المهارات القطاعي.	– هيئة الاعتماد وضمان الجودة. – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. – نقابة الفنانين. – الهيئة الملَكية للأفلام. – وزارة الثقافة. – وزارة العمل.

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
	• مذيع رئيسي/ استديو برامج. • ممثل رئيسي. • ممثل ثانوي. • مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا). • اختصاصيّو الإعلان والتسويق. • اختصاصيّو العلاقات العامة.				
1.3 تطوير البرامج التدريبية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة في مؤسّسات التدريب والقطاع. .الخاص، حيث تشمل الاحتياجات التدريبية للأشخاص ذوي الإعاقة.	– مراجعة وتطوير البرامج التدريبية التي تغطي المهام الآتية: • القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب. • إتقان برامج التصميم والتحريك مثل Adobe : After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustratorو Cinema 4D : أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، وTrapcode. • القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي. • إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro. • المعرفة بالتسويق الرَّقْمي. • تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة. • القدرة على تطوير الرؤية البصرية للمشروع، وفهم عميق لتقنيات التصوير والإضاءة.	مستمرّ.	– تقارير مؤسّسات التدريب والتعليم لمراجعة البرامج التدريبية والتِّقْنيّة وتطويرها. – وثائق البرامج التدريبية والتِّقْنيّة المطورة.	– وزارات ومؤسّسات التدريب والتعليم المِهْني والتِّقْني من القطاعين العام، والخاص.	– مراكز تدريب/ القطاع الخاص. – الهيئة الملَكية للأفلام. – معهد الإعلام الأردني.
1.4 تنفيذ دورات تدريبية لرفع كفاية المدربين/ المعلمين المِهْنيّين في مؤسّسات التدريب، والتعليم على المهارات التي يطلبها	عقد (4) دورات رفع كفاية فنّية للمدربين/ المعلمين المِهْنيين العاملين في مراكز تدريب/ قطاع الخاص، في مجال البرامج التدريبية التي تنفذها مؤسّساتهم، ومنها: • مصوّر. • مسوّق محلّي فنّي.	الربع الأول والثاني من عام 2026.	– وثائق الدورات التدريبية.	– وزارات ومؤسّسات التدريب والتعليم المِهْني. والتقني من القطاعين العام، والخاص.	– مراكز تدريب/ قطاع الخاص. – معهد الإدارة العامة. – الهيئة الملكية للأفلام. – معهد الإعلام الأردني.

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
سوق العمل، بما ينسجم مع نتائج دراسة المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة.	• مصمّم غرافيكي. (Graphics Designer) • مهندس صوت. • مهندس إلكتروني/ بث وإرسال. • مذيع رئيسي/ استديو برامج. • ممثل رئيسي. • ممثل ثانوي. • مُعِدّ برامج (تلفزيوني/ إذاعي/ سوشال ميديا).				
1.5 إنشاء شراكات بين القطاعين العام، والخاص في مجال تنفيذ برامج التدريب وتقويمها، حيث تشمل تغطية متطلبات الأشخاص ذوي الإعاقة.	توقيع اتفاقية مشتركة لإدارة المَرافق التدريبية في القطاع العام من قبل القطاع الخاص. تنفيذ دراسات ومسوح حول رضا الطلبة والخِرّيجين، وأصحاب العمل عن برامج ومؤسّسات التدريب والتعليم.	الرّبع الثالث والرابع من عام 2026.	– وثيقة اتفاقية تنفيذ التدريب. – وثائق الدّراسات والمسوح.	– هيئة الاعتماد وضمان الجودة. – وزارة العمل. – القطاع الخاص.	– هيئة الاعتماد وضمان الجودة. – الجهات الممولة والداعمة. – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي . – نقابة الفنانين. – الهيئة الملكية للأفلام. – وزارة الثقافة. – وزارة العمل. – النقابات والجهات المعنية.
1.6 تعزيز الشراكات الخارجية. والاتفاقيات الدولية في مجالات التدريب، والتشغيل، والاستشارات مع الجهات الإقليمية والدولية العاملة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة.	• إعداد قائمة بالمؤسّسة والجهات الإقليمية والدولية المستهدفة. • التواصل مع هذه الجهات. 1. التدريب وبناء القدرات: – تطوير برامج تدريبية مشتركة مع مؤسّسات دولية مرموقة. – تبادل الخبرات والمعارف الفنّية والإدارية بين العاملين في القطاع. – استحداث فرص للتدريب العملي (Internships) بالخارج. 2. التشغيل وفرَص العمل.	الرّبع الأول من عام 2027.	– قائمة أسماء المؤسّسة. والجهات ذات العلاقة. – وثائق التراسل مع الجهات الإقليمية والدولية. – تقرير زيارة العمل. – وثيقة اتفاقية التعاون.	– مراكز تدريب/. القطاع الخاص. – الهيئة الملَكية للأفلام. – الجهات الممولة والداعمة.	– هيئة الاعتماد. وضمان الجودة. – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. – الهيئة الملَكية للأفلام. – وزارة الثقافة. – وزارة العمل. – النقابات والجهات المعنية.

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
	–فتح قنوات لتوظيف الكفاءات المحلية في مشاريع إبداعية إقليمية ودولية. –استقطاب استثمارات أجنبية تسهم في خلق فرص عمل داخلية. –دعم المواهب الإبداعيّة لتسويق مهاراتها في أسواق خارجية. 3. الاستشارات والتعاون الفنّي –التعاون مع خبراء دوليين لتقديم الدعم الفنّي والتِّقْني في المشاريع المحلية. –تطوير البنية المؤسسية للقطاع عبر شراكات استشارية استراتيجية. –إشراك الجهات الدولية في تطوير الأطر القانونية والتنظيمية للصناعات الإبداعيّة. 4. المَعارض والفعاليات الدولية: –المشاركة في المَعارض والمؤتمرات الفنّية والثقافية حول العالم. –الترويج للمنتِجات والخِدمات الإبداعيّة المحلية في المحافل الدولية. –إقامة فعاليات مشتركة لتعزيز التبادل الثقافي والفنّي. 5. التمويل الدولي والدعم المؤسّسي. –الاستفادة من برامج الدعم والتمويل الأوروبية والدولية) مثل Erasmus+, Interreg NEXT MED، .Creative Europe) –بناء شراكات مع المنظمات الدولية المانحة والممولة.				
1.7 متابعة ترخيص مزوّدي التدريب بقطاع الصّناعات الإبداعيّة واعتماد برامجهم التدريبية.	عدد مزوّدي التدريب في قطاع الصّناعات الإبداعيّة الذين تم ترخيصهم، واعتماد برامجهم التدريبية.	مستمرّ.	– تقارير المتابعة والتقويم.	– هيئة الاعتماد وضمان الجودة.	– مؤسّسات التدريب والتعليم المِهْني والتِّقْني، ومؤسّسات القطاع الخاص. – هيئة الاعتماد وضمان الجودة.

الهدف الاستراتيجي(2): تحسين بيئة العمل والاستثمار في قطاع الصّناعات الإبداعيّة.

(مؤشرات الأداء للهدف الاستراتيجي 2: ارتفاع معدلات الاستثمار في قطاع الصّناعات الإبداعيّة في عام 2027)

النتيجة (2): تطوير بيئة العمل وظروفه في قطاع الصّناعات الإبداعيّة

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
2.1 توعية العاملين في مِهَن قطاع الصّناعات الإبداعيّة بحقوقهم وواجباهم العمالية.	على مستوى كل محافظة تمّ عقد: • ورش عمل توعوية للعاملين في مِهَن الصّناعات الإبداعيّة حول حقوقهم وواجباتهم. • عقد ورشة عمل صحة وسلامة عامة للعاملين في مِهَن الصّناعات الإبداعيّة.	الرّبع الثاني والثالث من عام 2026.	– وثائق ورش العمل.	– وزارة العمل. – القطاع الخاص.	– المؤسّسات والشركات الخاصّة، ومحطات التلفزة والإذاعة
2.2 الإسهام في تحسين ظروف العمل وبيئته في مُنشآت قطاع الصّناعات الإبداعيّة.	- إعداد دراسة تقويمية، وتقديم التوصيات حول واقع الصحة والسلامة العامة، وبيئة العمل وظروفه في مُنشآت الصّناعات الإبداعيّة. -إعداد دراسة تقويمية، وتقديم التوصيات حول واقع التشريعات وسياسات العمل في قطاع الصّناعات الإبداعيّة. - تطوير التفتيش على قطاع الصّناعات الإبداعيّة.	الرّبع الثالث من عام 2026 –الربع الرابع 2027	– الدّراسة التقويمية. – آليات التفتيش.	– وزارة العمل. – القطاع الخاص.	– المؤسّسات والشركات الخاصّة. – محطات التلفزة والإذاعة. – مؤسّسة الضمان الاجتماعي.
2.3 رفع كفاية العاملين الفنّية في مُنشآت قطاع الصّناعات الإبداعيّة؛ لزيادة تنافسهم في سوق العمل.	-على مستوى كل محافظة، تم عقد دورة رفع كفاية واحدة (بأدناه) للعاملين في القطاع على المهارات الآتية: • إتقان برامج التصميم والتحريك مثل Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator و Cinema 4D : أو Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، و Trapcode	الرّبع الرابع 2026. -الرّبع الرابع. من عام 2027.	– وثائق الدورات التدريبية.	– المؤسّسات والشركات في القطاع الخاص. – محطات التلفزة والإذاعة.	– مراكز الاستشارات في الجامعات العامة والخاصّة. – مراكز التدريب في القطاع الخاص.

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
	• المعرفة بالتسويق الرَّقْمي. • المعرفة بأساسيات الكتابة، تطوير السيناريو، فهم الجمهور المستهدف. • فهم السيناريو والتوجيه الفنّي. • تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة. • الإشراف على إدارة وصيانة مواقع التصوير أثناء الإنتاج. • القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب. • القدرة على تطوير الرؤية البصرية للمشروع. • فهم عميق لتقنيات التصوير والإضاءة. • القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي. • إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiereو Final Cut Pro. • إتقان برامج تصحيح الألوان مثل DaVinci Resolve • فهم أساسيات المونتاج والبرمجيات المستخدمة. • المعرفة بالمكياج السينمائي. • القدرة على صناعة أفلام عبر الهاتف المحمول.				
2.4 تطوير المهارات العامة الضرورية للعاملين في قطاع الصّناعات الإبداعيّة لزيادة تنافسهم في سوق العمل.	-على مستوى كل محافظة، عقد دورة تدريبية واحدة (بأدناه) على المهارات العامة الآتية: • إتقان برامج التصميم والتحريك مثل: Adobe After Effects: Adobe Premiere Pro: Adobe Illustrator Cinema 4D، Blender: Plugins and Scripts: Duik، Red Giant، Video Copilot، Trapcode • المعرفة بالتسويق الرَّقْمي.	الرّبع الأول من عام 2026.	– وثائق الدورات التدريبية.	-هيئة الاعتماد وضمان الجودة.	– مراكز الاستشارات في الجامعات العامة والخاصّة. – مراكز التدريب في القطاع الخاص

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
	• المعرفة بأساسيات الكتابة، تطوير السيناريو، فهم الجمهور المستهدف. • فهم السيناريو والتوجيه الفنّي. • تخطيط عمليات الإنتاج السينمائي، وتحديد الحجم والمحتوى والموازنة، وإنشاء جداول الإنتاج وسياسات التخطيط والإدارة . • الإشراف على إدارة وصيانة مواقع التصوير أثناء الإنتاج. • القدرة على التحدث بوضوح وبأسلوب جاذب. • القدرة على تطوير الرؤية البصرية للمشروع، • فهم عميق لتقنيات التصوير والإضاءة. • القدرة على استخدام الكاميرات بشكل احترافي. • إتقان برامج المونتاج مثل Adobe Premiere وFinal Cut Pro. • إتقان برامج تصحيح الألوان مثل DaVinci Resolve • فهم أساسيات المونتاج والبرمجيات المستخدمة. • المعرفة بالمكياج السينمائي.				
2.5 تطوير قاعدة بيانات قطاع الصّناعات الإبداعيّة تغطي معلومات جانب الطلب في سوق العمل؛ بناءً على دراسة المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة.	-قاعدة البيانات تضم معلومات الطلب الحالية والمستقبلية حول: • فرَص العمل. • المُنشآت. • العاملون. • المهارات المطلوبة في سوق العمل (الفنّية والعامة).	مستمرّ.	– قاعدة البيانات.	– المركز الوطني لتنمية الموارد البشَريّة.	– القطاع الخاص. – آلاتحادات والنقابات. – الصناديق التمويلية. – وزارة العمل. – مكاتب التوظيف الخاصّة. – الإحصاءات العامة.
2.6 إنشاء صفحة إلكترونية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة.	-صفحة إلكترونية لقطاع الصّناعات الإبداعيّة على موقع هيئة تنمية وتطوير المهارات المِهْنية والتِّقْنيّة.	الرّبع الثاني من عام 2027.	– عدد الزيارات للصفحة الإلكترونية. – نشر تقارير المتابعة والتقويم والتقارير	– هيئة الاعلام.	– وزارة العمل. – مكاتب التوظيف الخاصّة. – النقابات.

النشاط	أهم محاور النشاط	الإطار الزمني	مؤشر الأداء	مسؤولية التنفيذ	الجهات ذات العلاقة
			الرّبعية، والتقرير السنوي.		– القطاع الخاص.
2.7 التنسيق مع الجهات والمؤسّسات المعنية بالتمويل؛ لزيادة استفادة قطاع الصّناعات الإبداعيّة من برامجها ومشاريعها التمويلية.	-تقديم مقترحَي عمل للجهات التمويلية لزيادة استفادة قطاع الصّناعات الإبداعيّة من برامجها ومشاريعها التمويلية.	الرّبع الثالث والرابع من عام 2027.	– وثائق مقترحات العمل والتقارير ذات العلاقة.	– وزارة التخطيط والتعاون الدولي.	– الصناديق التمويلية مثل صندوق التنمية والتشغيل. – المؤسّسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية. – الجهات الدولية المانحة.

الفصل السادس

النتائـج والتوصيــات

6.1 النتائج:

أظهرت الدّراســـة أن إجمالي عدد العاملين في قطاع الصّـــناعات الإبداعيّة بلغ (4,889) عاملا وعاملة، منهم (3,658) من الذكور بنسـبة (74.8%)، و(1,231) من الإناث بنسـبة (25.2%)، مما يشـير إلى وجود فجوة جندرية واضــحة في القطاع، تعكس تحديات تتعلق ببيئة العمل، أو بضــعف تمكين المرأة في المِهَن الإبداعيّة. وتبيّن أيضًــا أن الفئة العمرية الأكبر من 24 سنة تستحوذ على (84.2%) من العاملين، أي ما يعادل (4,118) فردًا، مقابل (15.8%) فقط ممن تتراوح أعمارهم بين 15–24 عامًا (771 فردًا)، وهي نســـبة منخفضـــة تُثير القلق حول محدودية إدماج فئة الشـباب والخِرّيجين الجدُد في هذا القطاع الحيوي، الذي يُفترض أن يسـتقطب الكفاءات الحديثة والنابضـة بالتجديد التِّقْني والمعرفي.

أما على مســـتوى المِهَن، فقد كشـــف تحليل الفجوة بين العرض والطلب عن وجود اختلالات جوهرية، أبرزها تمركز العرض في مِهَن تقليدية مقابل ندرة العرض في مِهَن نوعيّة وحديثة. فعلى ســـبيل المثال، بلغ عدد المعروضـــين من مصـــمّمي الغرافيك (1833) مقابل طلب لا يتجاوز (62)، ما يعني فائضًـــا نسـبته 2856%. وينطبق الأمر ذاته على مِهَن "مصمّم وسائط متعددة"، و"اختصاصي فنون تشكيلية"، حيث يتخرج سنويّا أضعاف ما يطلبه السوق، مما يُسهم في تكوين بطالة مقنّعة ضمن هذه التخصّصات.

في المقابل، لوحظ نقص حادّ في مِهَن حرِجة مثل: "مهندس الصـــوت" (83 مطلوب مقابل 12 معروضًـــا)، و"محرّر أخبار"، و"مصوّر كاميرا"، وكذلك في مِهَن نوعيّة لم يُسجل فيها أي عرض تدريبي، مثل "مصمّم مؤثرات بصرية"، "كاتب نصوص"، و"مبرمِج رسوم متحركة"، وهي تخصصات باتت محورية في الإنتاج الرَّقْمي الحديث.

أما من حيث المهارات الفنّية، فقد بيّنت الدّراســـة وجود فجوات عميقة بين ما يُدرّس وما هو مطلوب فعليّا في بيئة العمل، حيث لم تُغطِّ البرامج التدريبية المهارات الأسـاسـية مثل: "إجراء المقابلات الإعلامية"، و"تحليل الأداء"، و"التعامل مع المُعَدات الصـوتية"، و "إتقان برمجيات تحرير الصـوت"، و"توجيه الفرَق الفنّية والموسـيقية". فعلى سـبيل المثال، بلغ الطلب على "مهارة التحدث بوضـوح وبأسـلوب جاذب" (97)، بينما لا يتجاوز العرض (5)، أي أن الفجوة المهارية تصـل إلى (92%)، وهي نسبة تدل على خلل بنيوي في سياسات إعداد الكوادر وتأهيلها.

كما بيّن تحليل الفجوة بين العرض والطلب بحســـب النوع الاجتماعي، فإن التفاوت في توزيع المتدرّبين والمتدرّبات يعمّق من إشـــكالية عدم المواءمة بين مخرَجات التدريب، واحتياجات الســـوق، فقد بلغ عدد الذكور المتدرّبين في برامج التصـــميم الجرافيكي مثلًا (556) مقابل طلب قدرُه (60)، أي فائض بنســـبة تفوق 827%، فيما بلغ عدد الإناث في المجال نفسه (1277) مقابل طلب بلغ (25) فقط، أي فائض يتجاوز 5010%، وينسحب هذا الفائض على تخصصات أخرى مثل الوسائط المتعددة، والإنتاج التليفزيوني، والتجميل، ما يدل على أن البرامج التدريبية تميل إلى تغذية تخصّصات مألوفة، أو مطلوبة مجتمعيّا دون النظر إلى الواقع المِهْني الفعلي.

في المقابل، سُـجّلت فجوات نقص حادة لدى الذكور والإناث في مِهَن تَقْنيّة وميدانية متقدمة، مثل "مهندس صـوت"، و"محرّر مونتاج"، و"مصـمّم واجهات الاسـتخدام". إذ يظهر غياب شـبه تام للبرامج التدريبية التي تسـتهدف هذه التخصّـصـات، رغم الطلب المتزايد عليها، حيث سـجّلت الإناث مثلًا نقصًـا في "مهندس الصـوت" بنسـبة 100% (17 وظيفة مطلوبة مقابل صـفر عرض)، في حين يفتقر الذكور لمهارات تِقْنيّة في مجالات مثل التصـوير والمونتاج، ما يبرز الحاجة إلى توجيه السـياسـات التدريبية نحو المِهَن الرَّقْمية والصـاعدة، وتعزيز مشـاركة المرأة في تخصّـصـات الإنتاج والتِّقْنية، وتطوير مهارات الشباب في الفجوات الحرجة.

إن هذا التفاوت يعكس اختلالًا مزدوجًا: كمّيا في توزيع الموارد البشَـريّة، ونوعيّا في ملاءمة المهارات المكتسـبة مع متطلبات المِهْنة، ويُبرِز أهمية بناء مسارات تدريبية متكاملة تستند إلى تحليل سوق العمل بدقة، وتضمن العدالة الجندرية، والتوزيع الجغرافي، وتوسيع نطاق المِهَن التي تُغطّى تدريبيًا، بما يسهم في إعادة هيكلة العرض، وضمان شمولية التمكين الاقتصادي لكلا الجنسين ضمن قطاع الصّناعات الإبداعيّة.

وفيما يتعلق بالبرامج التدريبية، فقد أظهرت النتائج أنها محدودة في عددها، ومتشـظية في تغطيتها متطلبات المِهَن، فبعض المِهَن مثل "الراقص"، "مشـرف خزانة ملابس"، و"مخرِج بث مباشـر"، لا تتوافر لها أي برامج تدريبية، على الرغم من تسجيل احتياجات فعلية لها من قبل مؤسّسات الإنتاج والتوزيع، كما أن هناك مِهَنًا حرِجة في مسار الإنتاج الإعلامي والبصَري، مثل: الإضاءة، وإدارة الخشبة، وتصميم الصوت، لا تحظى بأي اهتمام تدريبي رسمي.

إن تحليل هذه الفجوات يُشـير بوضـوح إلى خلل هيكلي في منظومة التخطيط التربوي والتدريب المِهْني في قطاع الصّـناعات الإبداعيّة، حيث تبين أن حوالي (60%) من المِهَن التي تشـهد طلبًا متزايدًا لا يقابلها تدريب فعلي، في حين تواصل مؤسّسات التدريب تخريج أعداد كبيرة في تخصّصات تقليدية لا تتماشى مع متطلبات المرحلة الرَّقْمية، مما ينعكس سلبًا على معدلات التوظيف، ويُهدر الطاقات البشَريّة الوطنية.

بناءً على ما سبق، توصـي الدّراسة بضرورة تبنّي سياسات تدريبية مرِنة وحديثة، يتم فيها ربط مخرَجات التعليم الفنّي والإبداعي مباشـرة باحتياجات السـوق، ويشـمل ذلك تطوير المحتوى التدريبي، وتحديث المُعَدات، وتوسـيع الشـراكات مع مجالس المهارات والقطاع الخاص، واعتماد نماذج تدريبية متقدمة مثل: "التدريب في بيئة العمل الحقيقية"، وصـولًا إلى تحقيق المواءمة الحقيقية بين العرض والطلب، واستثمار الموارد البشَريّة في القطاع الإبداعي بشكل فاعل ومستدام.

6.2 التوصيات

1. أن تتولى هيئة الاعتماد وضمان الجودة، ومجلس المهارات المعني، وبالتنسيق مع وزارة العمل، رسم السياسات القطاعية في مجال تدريب القوى العاملة الأردنية وتشغيلهم في قطاع الصّناعات الإبداعيّة.
2. مراجعة شاملة للبرامج التدريبية المقدمة إلى القطاع من قبَل الجهات المزوِّدة للتدريب، حيث يتم:
   - تطوير محتوى البرامج الحالية؛ لتواكب متطلبات المِهَن الجديدة.
   - إلغاء البرامج التي لا يقابلها طلب حقيقي في السوق.
   - تصميم برامج تدريبية جديدة للمِهَن ذات الطلب المرتفع والتي لا يوجد لها عرض، مثل: "مصمّم مؤثرات بصَرية"، "كاتب نصوص"، "مهندس صوت"، "مخرِج بث مباشر"، وغيرها.
3. إدماج المهارات الناعمة والرَّقْمية الأساسية مثل: مهارات التحدث الجاذب، وإجراء المقابلات، وفهم البيئة الإعلامية الحديثة، كونهاحقائب إلزامية في جميع المسارات التدريبية في القطاع؛ لتأهيل المتدربين على متطلبات سوق العمل التنافسي.
4. إطلاق حملة وطنية لتفعيل مشاركة الشباب والخِرّيجين الجدُد في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، عبر توفير حوافز للتوظيف، وفرص تدريب عملي مدعومة بالتعاون مع الشركات العاملة في القطاع، وذلك للحدّ من تدني نسبة مشاركة الفئة العمرية (15–24 سنة).
5. تعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص، والمؤسّسات التعليمية لتصميم مسارات تدريبية مرِنة تعتمد على التوجيه المِهْني المستند إلى الطلب الفعلي، وتضمين أصحاب العمل في بناء المناهج التعليمية والتدريبية.
6. تطوير نظام وطني للرصد والتقييم الدوري للمهارات المطلوبة في قطاع الصّناعات الإبداعيّة، وتحديث البيانات كل ثلاث سنوات على الأقل، بما يضمن استجابة البرامج التدريبية للتغيرات السريعة في هذا القطاع الحيوي.
7. توفير دعم مالي وفنّي للمؤسّسات التدريبية الصغيرة والمتوسطة في مجال الصّناعات الإبداعيّة؛ لتتمكن من تقديم برامج نوعيّة، ومواكِبة التِّقْنيّات الجديدة مثل: الذكاء الاصطناعي، والتصميم التفاعلي، والإنتاج الرَّقْمي، والواقع المعزّز.
8. العمل على تمكين المرأة في القطاع عن طريق برامج توعوية، وحوافز تشغيلية، وتقديم تدريبات تخصّصية تراعي طبيعة العمل في الصّناعات الإبداعيّة، ومتطلبات المرونة الوظيفية.
9. دعم جهود وزارة العمل في الإشراف على تطبيق سياسات إحلال العَمالة المحلية مكان الوافدة في المِهَن الإبداعيّة التي تشهد فجوة في المهارات، خصوصًا في مجالات التصميم، والصوت، والإنتاج.
10. تعزيز ثقافة ريادة الأعمال الإبداعيّة عبر إدخال مسارات تدريبية خاصة بتأسيس المشاريع الصغيرة في الفنون، والتصميم، والإنتاج الرَّقْمي، ودعم الخِرّيجين في تنفيذ مشاريعهم المستقلة بما يسهم في خلق فرص عمل ذاتية ويعزّز الاقتصاد الإبداعي في الأردن.
11. تفعيل العمل بالتشريع القانوني الذي ينصّ على ضرورة التزام المُنشآت بتشغيل ذوي الإعاقات بنسبة لا تقل عن (4%)، وإعطائهم التدريب اللازم، بالتعاون مع وزارة العمل، والمجلس الأعلى للأشخاص من ذوي الإعاقة.

12. إجراء دراسات دوريّة لتحديث بيانات القطاع، بمعدل مرّة واحدة كل ثلاث سنوات؛ لتتبّع التطور في القطاع من حيث العَمالة وخصائصهم، والمهارات المطلوبة منهم، وللتأكد من انعكاس تطبيق خطة تنمية الموارد البشَريّة على القطاع.
13. تعزيز الشراكة مع القطاع الخاص لإتاحة الفرصة أمام الطلبة، والمتدربين لتنفيذ مادة التدريب العملي المقررة في خططهم الدراسية، والتدريبية في مواقع العمل لدى القطاع الخاص، حيث يكونوان شركاءَ حقيقيّين بالإشراف على التدريب، وتعليم الطلبة.