

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال



أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية
دراسة مسحية على عينة من القائمين بالاتصال في قناة و جريدة الشروق

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: وسائل الإعلام و المجتمع

إشراف الأستاذ:

د/مالك محمد

إعداد الطالبتين:

بلعربي شيماء

بن زواوي هدى

العام الجامعي: 2018/2017

شكر وعرفان

نشكر الله عز وجل الذي أنعم علينا بنعمة العلم ووفقنا لإنجاز هذا العمل

المتواضع

كل الشكر والتقدير للأستاذ المشرف الدكتور مالك محمد علي توجيهاته
العلمية القيمة ودعمه المعنوي الكبير

جزيل الشكر والعرفان لكل أسرة الإعلام والاتصال خاصة الدكتورة " قوطال
كنزة " علي توجيهاتها القيمة

كما نتوجه بالشكر إلى مؤسسة الشروق خاصة الصحيفة " آسيا شلابي "

كما نتوجه بالشكر الجزيل لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو
بعيد وكل من ساعدنا وشجعنا ماديا ومعنويا علي إتمام هذا العمل

إهداء

إلى:

❖ أعز الناس وأقربهم إلى قلبي، والديّ الكريمين " أطال الله في عمرهما"، واللذان كانا عوناً وسنداً لي، وكان لدخائهما المبارك أعظم الأثر في تسيير سفينة البحث حتى ترسو على هذه الصورة.

❖ إهداء خاص إلى الأستاذة والدكتورة " قوطال كنزة" التي ساعدتني بمعلوماتها وتوجيهاتها القيمة، جزاها الله خيراً.

❖ زوجي العبيب محمد أدامه الله تاجاً فوق رأسي.

❖ أختي أسماء وأختي أحلام، وأخويّ عبد المالك وعبد الرحيم.

❖ زميلتي في هذا العمل شيماء وكل صديقاتي.

❖ جميع الأساتذة ورفقاء المشوار الدراسي الذين ساندوني طيلة هذه الأعوام.

❖ كل من ساهم من قريب أو من بعيد في مساعدتي

إلى كل هؤلاء أهديهم هذا العمل، سائلة الله عز وجل

القدير أن ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه.

هدى

إهداء

إلى النور الذي ينير لي درب النجاح

أبي

ويا من علمتني الصمود مهما تبدلت

الظروف.....أمي

وإلى القلوب الطاهرة الرقيقة و النفوس البريئة إلى رياحين حياتي

إخوتي لخضر و محمد أيوب

إلى أستاذتي الكرام فمنهم استقيت الحروف خاصة الدكتوراة قوتال كنزة

إلى من أشعلتنا شمعة في دمي الصحافيتان

فاطمة حمدي و آسيا شلابي

إلى كل من رعدوا التفاؤل في دمي و قدموا لي يد المساعدة

و التسهيلات و المعلومات ربما دون أن يشعروا بدورهم بذلك

فإلى كل الشكر خاصة الإعلامي صادق محان

إلى مريم خديجة صبرينة هدى نسرين

إلى كل أصدقائي و أوسرتي و أصدقائي

ملخص الدراسة

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال سمة بارزة للمؤسسات الناجحة ولا تستغني عنها أي مؤسسة سواء كانت عامة أو خاصة، فالمؤسسات تعتمد بالدرجة الأولى على مدى التدفق المعلوماتي حيث أصبح توظيفها يمثل معيارا لتطورها ومن خلال الدراسة التي أجريناها والمسماة بأثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة الإعلامية الجزائرية أردنا إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الإعلامية الجزائرية "الشروق" كنموذج، حيث هدفت هذه الدراسة لتقييم الواقع الداخلي للمؤسسة الإعلامية والكشف عن نوعية التكنولوجيا المستخدمة فيها وإلى أي حد ساهمت في إنمائها ولهذه الدراسة أهمية كبيرة في معرفة اثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة الإعلامية الجزائرية والإشباعات المحققة من استخدامها.

Study summary

Information and communication technology is a prominent feature of successful institution and is not dispensed with by any institution, whether public or private. The institutions depend primarily on the extent of the information flow. Their employment is a standard for their development and through the study we have conducted. «This study aimed to assess the internal reality of the media institution and to reveal the quality of the technology used in it and to what extent contributed to its development. This study is of great importance in understanding the impact of the use of modern communication technology on the Algerian Media Foundation and the expectations of its use.

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

- أ. مشكلة الدراسة
- ب. تساؤلات الدراسة
- ت. أهمية الدراسة
- ث. أهداف الدراسة
- ج. أسباب اختيار الموضوع
- ح. منهج الدراسة
- خ. مجالي الدراسة
- د. مجتمع وعينة البحث
- ذ. أدوات الدراسة
- ر. الدراسات السابقة
- ز. تحديد مفاهيم الدراسة

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

- المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الاتصال
- المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال
- المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال
- المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال
- المطلب الرابع: تأثير تكنولوجيا الاتصال على "وسائل الإعلام- الجمهور- المضمون"

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا المعلومات

المبحث الثالث: الوسائل التكنولوجية الحديثة

المطلب الأول: الشبكات المعلوماتية

المطلب الثاني: وسائط التخزين

المطلب الثالث: الحواسيب الالكترونية

الفصل الثاني: نظرية الاستخدامات و الإشباعات

المبحث الأول: ماهية الاستخدامات والإشباعات

المطلب الأول: تعريف نظرية الاستخدامات والإشباعات

المطلب الثاني: نشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات

المطلب الثالث: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات

المبحث الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

المطلب الأول: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات

المطلب الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات

المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات

المبحث الثالث: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في المؤسسة الإعلامية والانتقادات الموجهة إليها

المطلب الأول: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات

المطلب الثاني: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

المطلب الثالث: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات

الفصل الثالث: المؤسسات الإعلامية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المطلب الأول: ماهية المؤسسات الإعلامية

المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الإعلامية

المطلب الثالث: أهداف المؤسسة الإعلامية

المطلب الرابع: خصائص المؤسسة الإعلامية

المطلب الخامس: الرقابة على المؤسسات الإعلامية

المبحث الثاني: عناصر المؤسسة الإعلامية والفرق بين المؤسسات الإعلامية و المؤسسات الأخرى

المطلب الأول: عناصر المؤسسة الإعلامية

المطلب الثاني: الفرق بين المؤسسات الإعلامية بالمؤسسات الأخرى

المطلب الثالث: التخطيط الإعلامي

المطلب الرابع: مصادر المؤسسة الإعلامية في التعرف على ردود أفعال المستمعين والمشاهدين

الإطار التطبيقي: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

نبذة عن مؤسسة الشروق

تحليل البيانات وعرض النتائج

المبحث الأول : طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية

المبحث الثاني: الاشباكات المحققة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية

نتائج الدراسة

خلاصة

خاتمة

قائمة المراجع

قائمة المحتويات

الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجداول	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	22
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	22
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	23
4	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	23
5	أهم الفروقات الأساسية بين الانترنت والانترانت	57
6	يمثل درجة اهتمام العينة بوسائل الاتصال الحديثة حسب الجنس	121
7	يمثل درجة اهتمام العينة بوسائل الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	122
8	يمثل درجة اهتمام العينة بوسائل الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	123
9	يمثل وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الجنس	125
10	يمثل وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	128
11	يمثل وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	130
12	يمثل طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس	133
13	يمثل طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	135
14	يمثل طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	137
15	يمثل نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب الجنس	139
16	يمثل نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب المستوى التعليمي	140
17	يمثل نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب الخبرة المهنية	141

قائمة الجداول

143	يمثل درجة استخدام شبكة الانترنت حسب متغير الجنس	18
144	يمثل درجة استخدام شبكة الانترنت حسب المستوى التعليمي	19
145	يمثل درجة استخدام شبكة الانترنت حسب الخبرة المهنية	20
147	يمثل طبيعة استخدام شبكة الانترنت حسب الجنس	21
149	يمثل طبيعة استخدام شبكة الانترنت المستوى التعليمي	22
152	يمثل طبيعة استخدام شبكة الانترنت الخبرة المهنية	23
155	يمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الجنس	24
157	يمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	25
159	يمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	26
161	يمثل حجم دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية حسب متغير الجنس	27
162	يمثل حجم دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية حسب المستوى التعليمي	28
163	يمثل حجم دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية حسب الخبرة المهنية	29
164	يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب حسب الجنس	30
165	يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب حسب المستوى التعليمي	31
166	يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب حسب الخبرة المهنية	32
168	يمثل سبب الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي حسب الجنس	33
170	يمثل سبب الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي حسب المستوى التعليمي	34

قائمة الجداول

172	يمثل سبب الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي حسب الخبرة المهنية	35
174	يمثل القيم المحققة من خلال استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس	36
175	يمثل القيم المحققة من خلال استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	37
176	يمثل القيم المحققة من خلال استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	38
178	يمثل صعوبات و عراقيل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس	39
180	يمثل صعوبات و عراقيل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	40
182	يمثل صعوبات و عراقيل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	41
184	يمثل البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمتل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس	42
185	يمثل البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمتل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	43
186	يمثل البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمتل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	44
188	يمثل أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس	45
190	يمثل أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب المستوى التعليمي	46
192	يمثل أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب الخبرة المهنية	47

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
81	عناصر نظرية الاستخدامات و الأشباكات	01

مقدمة

مقدمة

عملت المجتمعات القديمة على التعامل مع الخدمات الطبيعية كما حاول تسخيرها بما يتوافق مع احتياجاتها المتكررة والمتزايدة أدى هذا إلى تطويرها شيئا فشيئا، ولقد أدى إلى ظهور المجتمعات الصناعية والتي تعتمد كليا على الطاقة.

أما في العصر الحديث، وفي ظل التوجه العالمي نحو اقتصاديات المعرفة التي تعتمد بشكل أساسي على التقنيات الحديثة في استخدام المعرفة لرفع مستوى الأداء، أصبحت تكنولوجيا الاتصالات وسيلة بقاء وأداة لا يمكن الاستغناء عنها في عالم مفتوح يعتمد القدرة التنافسية معيارا للتقدم والازدهار، وأحد أهم المحركات التي تعمل على زيادة كفاءة وفعالية أداء الحكومات والمنظمات، وهو يؤدي إلى ارتفاع مستوى المعيشة في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتغير المتلاحق والتقدم السريع للمعرفة، وإعادة النظر في أسلوب الاتصال والوسائل المستخدمة له على حد سواء بما يتماشى مع أهم متطلبات المؤسسة وأهدافها المنشودة وعليه تعتمد المؤسسات على تحسين الاتصال الداخلي والخارجي كما و كيفا تعد سمة بارزة للمؤسسات الناجحة، ولا تستغني عنها أي مؤسسة سواء كانت تنتمي للقطاع العام أو الخاص. فالمؤسسات تعتمد بالدرجة الأولى على مدى التدفق المعلوماتي خصوصا بعد اتساع دائرة المعرفة والبحث في شتى الميادين وظهور الأجهزة الإلكترونية المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات، وأصبح عصرنا الحاضر يسمى بعصر المعلومات المنقولة والمتمثلة في الرسالة فإنه هو الآخر تأثر بالتطور والتقنيات التكنولوجية التي أعطت له بعدا ومفهوما جديدا وقد أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور ما يسمى بالاتصال الإلكتروني والمعتمد على الشبكات .

ولقد أحدثت الشبكات تغييرات جذرية في كيفية نقل المعلومات، ومشاركة المعلومات بين الموظفين في المؤسسة مما سهل العملية الاتصالية حيث شهدت العمليات الاتصالية تحولا جذريا من الشكل التقليدي، دعم عملية الاتصال هذه، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، كونها

تساهم بقوة في التنسيق وأداء المهام وتحقيق الأهداف، مما يجعل المؤسسة أكثر تحكما في العملية الاتصالية.

إزاء التعاظم المستمر للتكنولوجيا الحديثة باعتبارها المجال الرحب والأكثر أهمية في عصرنا الحالي حيث تزايدت التنافسية بين المؤسسات الإعلامية، فقد أصبح ضروريا على المؤسسات التغيير والتأقلم مع المحيط الجديد وذلك بإدخال التكنولوجيا الحديثة على نشاطها ليعتبر هذا شكلا من أشكال التجديد، وقد استفادت المؤسسات الإعلامية الجزائرية الكثير من المميزات التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة خاصة في مجال الحصول على المعلومات والسرعة في الأداء وزيادة الدقة، بالإضافة إلى الرفع من كفاءة العمل وسهولة الوصول إلى المشاهد والاطلاع على التطورات والمستجدات المتلاحقة، وقد تطلب ذلك وجود إطارات بشرية ومادية تملك الخبرة الكافية واللازمة ولديها الاستعداد الكافي لممارسة تلك الأنشطة على أكمل وجه، وأحسن صورة والمشكلة الرئيسية التي تعوق تطور المؤسسات الإعلامية تتمثل في نقص الخبراء والمختصين في استخدام التكنولوجيا الحديثة، بالإضافة إلى نقص الدورات التكوينية للعاملين في المؤسسة وتدريبهم حتى يكونوا مؤهلين لاستخدام هذه التكنولوجيا.

ومن هذا المنطلق ومن خلال دراستنا الموسومة بـ "أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة الإعلامية الجزائرية" قناة وجريدة الشروق نموذجا". حاولنا تسليط الضوء على بعض جوانب استخدام التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية عامة، وقناة وجريدة الشروق خاصة، ومعرفة ما وصلت إليه، إثر تبنيها للتكنولوجيا الحديثة، والأثر الذي أحدثته هذه الأخيرة على العمل الإعلامي ولإثراء هذه الدراسة قمنا بتقسيمها إلى "الإطار المنهجي وثلاثة فصول والإطار التطبيقي" وزعناها على النحو التالي:

خصصنا الإطار المنهجي للتعريف بموضوع دراستنا، ومنهجيتها ابتداء من تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها، أهدافها، أهميتها، وأسباب اختيار الموضوع، إضافة إلى

تحديد المفاهيم والمنهج المعتمد في الدراسة، ومجتمع الدراسة، عينة البحث، مجالي الدراسة، أدوات الدراسة والدراسات السابقة، وصولاً إلى مقارنة النظرية للدراسة.

أما الفصل الأول تحت عنوان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وقد قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مباحث تناولنا في المبحث الأول ماهية تكنولوجيا الاتصال ومعرفة مراحل تطورها ومختلف خصائصها وتأثيراتها على وسائل الإعلام والجمهور والمضمون. في حين تناولنا في المبحث الثاني مفهوم تكنولوجيا المعلومات إضافة إلى خصائصها وأنواعها.

تناولنا في المبحث الثالث الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعرف على الشبكات المعلوماتية ووسائط التخزين بالإضافة إلى الحواسيب الإلكترونية.

أما الفصل الثاني تحت عنوان نظرية الاستخدامات والإشباع وقد قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مباحث أيضاً تناولنا في المبحث الأول ماهية الاستخدامات والإشباع وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباع ومعرفة تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في المؤسسة الإعلامية والانتقادات الموجهة وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباع ومعرفة تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في المؤسسة الإعلامية والانتقادات الموجهة إليها.

أما بالنسبة للفصل الثالث تحت عنوان المؤسسات الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة وقد تناولنا فيه مبحثين تمثلاً في ماهية المؤسسات الإعلامية وعناصر المؤسسة الإعلامية والفرق بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى.

وخصصنا الإطار التطبيقي لعرض البيانات واستخلاص النتائج من خلال عرض الجداول وتفسيرها وتحليل واستخلاص النتائج.

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية (جريدة وقناة الشروق نموذجاً) والاستخدامات والإشباع المحققة من استخدامها.

الإطار المنهجي

أ. مشكلة الدراسة:

تعد عملية استخدام هذه التكنولوجيا في المؤسسات الإعلامية من المتطلبات الحديثة، ولذلك وجب على إدارات هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، ومواكبة هذا التطور البالغ الذي عرفته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة، والتي تتميز بتعاقبها السريع وتجديدها وتطورها المستمر وشمولها بكافة جوانب الصناعة الإعلامية، خاصة بعد اندماجها بتكنولوجيا المعلومات التي غيرت العالم المعاصر، وأصبحت مجارة هذه التقنيات ومسايرتها أولوية عند الدول السائرة في طريق النمو و التي منها الجزائر، سعيها منها للتحكم في ما أفرزته التكنولوجيا الحديثة، وصارة ما تدفع به من جديد في هذا المجال حتى لا تزيد في القوة المعرفية التي ظلت تميز البلاد الغربية عن بلادنا عامة، والسعي إلى القضاء على هذا الشرح المعلوماتي الحادث بفعل عدة عوامل فرضها الزمن والواقع، خاصة وأنا نعيش اليوم في عصر الشبكات والفضاء الإلكتروني الذي من أهم رهاناته في الوصول إلى المعلومات، وتقاسم المعرفة وحق الإعلام ولعل عدم تساوي الحظوظ في النفاذ إلى المعلومات وإلى الفكر والمعرفة، تمثل رهانا رئيسيا للأشخاص والتجمعات باعتبار أن المعلومات تؤثر على سلوكيات المواطنين وعلى الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية للجماعات لذلك تعد إتاحة المعلومات والتحكم في تقنياتها عنصرا أساسيا لتحرر الأشخاص ولتحقيق التنمية المستدامة .

نسعى من خلال هذه الدراسة دراسة أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية دراسة مسحية على عينة من القائمين بالاتصال في قناة وجريدة الشروق ومنه نطرح الإشكالية التالي:

كيف يؤثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

ب. تساؤلات الدراسة :

- ✓ ما هو واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟
- ✓ ما هي الاستخدامات الرئيسية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من مستوى أداء المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟
- ✓ هل رفعت تكنولوجيا الحديثة من مستوى أداء المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟
- ✓ - هل حققت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الرضا الوظيفي للعاملين؟

ت- أهمية الدراسة :

- جاء اختيارنا لهذا الموضوع انطلاقا من الاعتبارات التالية :
- ❖ تحديد أهمية تقنيات ووسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية .
- ❖ معرفة أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية .
- ❖ الكشف عن الرضا الوظيفي للعاملين، من خلال إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية .
- ❖ قياس مدى شعور أفراد العينة بالرضا الوظيفي وهم يستخدمون التكنولوجيا .

ث- أهداف الدراسة :

- ✓ معرفة مدى انتشار و استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية .
- ✓ أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء وسير المؤسسة الإعلامية الجزائرية .
- ✓ معرفة الوسائل التكنولوجية الحديثة المستخدمة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية .

✓ التعرف على الرضا الوظيفي الذي حققته الوسائل التكنولوجية الحديثة لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية الجزائرية .

ج- أسباب اختيار الموضوع:

إن عملية اختيار موضوع الدراسة يعتبر أولى الخطوات المنهجية لإعداد بحث علمي، فهذا التفكير الأولي في نوع الدراسة الأكاديمية العلمية لا يأتي بالصدفة، بل يخضع لعدة عوامل ذاتية وموضوعية تتفاعل فيما بينها تجعل الباحث يتطرق إلى هذا الموضوع على غرار موضوع آخر، ومن بين أهم الأسباب الموضوعية والذاتية لهذه الدراسة نجد :

أ - الأسباب الموضوعية:

- الدور الفعال لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية .
- إثراء المكتبة الجامعية ببحث جديد حول تكنولوجيا الاتصال الحديثة و استخدامها في المؤسسة الإعلامية الجزائرية .
- إبراز مدى حاجة المؤسسات الإعلامية الجزائرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

ب . الأسباب الذاتية :

- الميل والرغبة في دراسة الموضوع ومدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية .
- أهمية الموضوع والشعور بأهمية دراسة هذا الموضوع .
- إنجاز دراسة لها علاقة مباشرة مع التخصص في الماستر وسائل الإعلام و الاتصال .
- معالجة موضوع يمس مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة، ومحاولة التعرف على مختلف الآثار التي تتركها هذه التكنولوجيا على مستوى أداء المؤسسات الإعلامية الجزائرية .

ح. منهج الدراسة:

المنهج: وأصلها يوناني وتعني البحث أ والنظر أ والمعرفة أ والطريق وبمعنى آخر كلمة "نهج" تدل على الطريقة أ والنهج الذي يؤدي إلى الغرض المطلوب، ومنه فإن المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة للمشكلة من أجل اكتفاء الحقيقة¹

وفي تعريف ثاني: المنهج عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أ وتلك². ونظرا لكون المناهج تختلف باختلاف المواضيع وانطلاقا من الهدف العام الذي حدد للبحث والذي يتمثل في معرفة أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية، وإذ بنا نلتزم أن المنهج المناسب لهذه الدراسة المسحية والمنهج المسحي .

المسح في اللغة العربية يفيد إمرار اليد على الشيء من غبار أو تراب أو غير ذلك من المواد، حتى نبرزه عن حقيقته لغيرنا³.

إن المسح في البحث العلمي يفيد التعرف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال الجرد (المسح) المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.

يعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية بـ *la méthode d'enquete* أي منهج التحقيق العلمي الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين من خلال بحث التجارب والشواهد والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لمجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود.

¹ على غربي. أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار الفائز، قسنطينة 2009، ص71.

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1999، ص35.

³ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، ط3، 2007، ص285.

وقد عرف الباحث محمد زيان عمر المنهج المسحي بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي¹.
وفق التعريفات السابقة لمنهج المسح يمكن القول بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الخير الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جميع المعلومات والبيانات المحققة لذلك².

خ. محالي الدراسة:

- المجال الجغرافي:

يتمثل في أفراد العينة المتمثلة في مجموعة من الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الموجودة بالجزائر العاصمة، باعتبار أن معظم هذه المؤسسات توجد مقرها في العاصمة و يحدد المجال المكاني كالآتي :

*دار الصحافة، بلدية القبة الجزائر العاصمة جريدة الشروق.

*بلدية القبة حي المنظر الجميل قناة الشروق .

- المجال الزمني:

تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة من نهاية شهر ديسمبر 2017 إلى غاية شهر ماي 2018 وتنقسم فترة الإنجاز إلى جانبين:

-**الجانب النظري:** الذي استمر فيه طوال الفترة الممتدة من ديسمبر إلى ماي.

-**الجانب الميداني:** الذي استمر فيه من نهاية فيفري إلى أوائل ماي وهي الفترة التي تتخللها عملية توزيع الاستبيان على 45 إعلامي جزائري وبعدها بدأنا في مرحلة تفرغ الاستثمارات التي دامت شهر بالإضافة إلى تكليف الأدوات والإجراءات المنهجية مع موضوع الدراسة .

عامر قند يليجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، عمان، دار اليازوري، 2009، ص178.¹

²أحمد بن مرسلبي، نفس المرجع، ص 286.

د.مجتمع وعينة الدراسة:

مجموعة صغيرة من مجتمع البحث والتي يمكن من خلال دراستها إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختيارها منه.¹

التعريف الإجرائي :

مجموعة من الأفراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ أشكالاً مختلفة بناء على نوعية وظروف البحث، وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي .

ويشمل مجتمع بحثنا كل الإعلاميين الجزائريين الذين يشتغلون في القطاع الإعلامي، سواء الصحافة المكتوبة أو التلفزيون والمتعرضين بأي شكل من الأشكال للتكنولوجيا الحديثة، من خلال ممارستهم اليومية للعمل الإعلامي داخل المؤسسات التابعة لها أو خارجها .

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية، والتي يعرف بأنها عينة يتم اختيارها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، ولكون تلك الخصائص تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً كاملاً بما يخدم أهداف الدراسة.²

وعلى هذا الأساس كانت عينة الدراسة المختارة وفقاً للتصنيف التالي:

1. د. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008، ص 209 .

2. محمد عبيدات محمد أبونصر، عقله " مبيضين " : منهجية البحث العلمي، دار الولاء، الأردن، عمان، ط2، 1999، ص 63 .

الجدول رقم(01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	26	% 57.8
أنثى	19	%42.2
المجموع	45	%100

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة هم جنس الذكور بنسبة 57.8% ، أما جنس الإناث تقدر بنسبة 42,2%، و هذا يعني أن أغلب الصحفيين هم من جنس الذكور و هذا راجع إلى أن الذكور هم أكثر إقبالا على هذه المهنة، أو قد يكون بسبب صعوبة هذه المهنة.

الجدول رقم(02) يبين تقسيم أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي :

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ليسانس	35	% 77.8
دراسات عليا (ما بعد التدرج)	8	% 17.8
دون إجابة	2	% 4.4
المجموع	45	%100

نلاحظ من الجدول و بياناته الإحصائية أن نسبة 77.8% تمثل فئة ليسانس أما نسبة 17.8% تمثل فئة دراسات العليا تليها نسبة 4.4% تمثل فئة دون إجابة.

نلاحظ أن مسألة الشهادة العليا أصبحت تمثل أمرا ضروريا لالتحاق بالمؤسسة الإعلامية إذ تعتبر شهادة الليسانس حد أدنى لتوظيف الصحفيين خاصة خلال العقدين الآخرين اللذان عرفا ارتفاعا في عدد الطلبة خريجي جامعات.

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	9	20 %
من 6 إلى 10 سنوات	14	31.1 %
من 11 إلى 15 سنة	13	28.9 %
أكثر من 15 سنة	9	20 %
المجموع	45	100 %

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة أقل من 5 سنوات بنسبة 20% تليها نسبة 31.1% لفئة من 6 سنوات إلى 10 سنوات، أما نسبة 28.9% الفئة من 11 إلى 15 سنة والفئة الأخيرة أكثر من 15 سنة سجلت نسبة 20%.

الملاحظ ذوي الأقدمية من 6 سنوات إلى 10 سنوات هم الأكثر نسبة نظرا لكون المؤسسات الجزائرية تحاول التجديد في مواردها البشرية للاستفادة من الطاقات الفكرية التي تخرجها الجامعات الجزائرية و التي تكون أكثر قابلية للعمل و أكثر مسايرة.

الجدول رقم (04) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
صحفي	30	66.66 %
رئيس تحرير	04	8.88 %
مقدم برنامج	06	13.33 %
رئيس قسم	01	2.22 %
نائب رئيس تحرير	02	4.44 %
رئيس القسم المحلي	01	2.22 %
صحفي في القسم الثقافي	01	2.22 %
المجموع	45	99.97 %

نلاحظ من الجدول حسب متغير الوظيفة نجد نسبة 66.66% يعمل صحفيين أما نسبة 8.88% وظيفتهم رئيس تحرير تليها نسبة 13.33% يعملون مقدمي برنامج كما نجد أيضا نسبة 2.22% يعملون كل من رئيس قسم و رئيس قسم محلي و صحفي في القسم الثقافي نسبة 4.44% نجد نائب رئيس تحرير.

ذ. أدوات الدراسة :

الاستمارة:

يعرف على أنه وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحثي معين عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بملء الاستمارة بالمستجيب .

ويتم توزيع الاستمارات إما عن طريق البريد أو عبر الهاتف أو بالمقابلة الشخصية، أو تسلّم باليد على أن يتم أخذها بعد تعبئتها، وعادة ما يتم توزيع الاستمارات على عينة من المجتمع تكون ممثلة لمجتمع الدراسة

لعدم إمكانية القيام بمسح شامل لكافة أفراد المجتمع¹.

أنواع الاستمارة:

1 - الاستمارة المغلقة: تكون الإجابة عن الأسئلة ب " نعم " أو " لا " أو "موافق " أو " غير موافق "

2 - الاستمارة المفتوحة: الاستمارة المفتوحة تتيح الفرصة للمستجيبين التعبير عن رأيه بكل حرية .

3 - الاستمارة المغلقة المفتوحة: هنا الأسئلة المغلقة تتطلب من المفحوصين اختيار الإجابة المناسبة لها، والأسئلة المفتوحة هنا له الحرية في الإجابة².

¹ .د.أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية وإقتصادية، دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة، 2005، ص 181 .

² .صلاح مراد، فوزية هادي : طرائق البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002، ص 152 .

مراحل إعداد الاستمارة:

ومر إعداد استمارة دراستنا بالمراحل التالية: أولاً إعداد مجموعة من الأسئلة المبدئية وذلك بعد تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور، المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية (الجنس، المستوى التعليمي، الوظيفة، الخبرة المهنية)، المحور الثاني طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية، المحور الثالث الإشباع المحققة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية وقد احتوت على 18 سؤال موزع كالتالي:

- المحور الأول الخاص بالبيانات الشخصية وقد احتوى 4 أسئلة.
- المحور الثاني الخاص بطبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية وقد احتوى 7 أسئلة.
- المحور الثالث الخاص بالإشباع المحققة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية وقد احتوى 7 أسئلة.

صدق الاستمارة:

صدق الأداة:

تشير هذه العملية إلى التحليل المنطقي لمحتوى الاستمارة أو التثبيت من تمثيله للمحتوى المراد قياسه¹، إذا فحص الأداة للكشف عن مدى تمثيل أسئلته جوانب السمة التي يفترض أن يقيسها، يعبر صدق الأداة عن مدى صلاحيتها لقياس ما وضعت لقياسه، حيث تم التأكد من صدق أسئلتها كالتالي:

صدق المحكمين:

¹ محمد ابو الحسن الهاشم السيد، الخصائص السكومترية لادوات القياس في البحوث النفسية و التربوية باستخدام spss،

مركز البحوث التربوية كلية التربية، جامعة الملك سعود، 2002، ص 32

تم التأكد من صدق فقرات الاستمارة بعرضها على عدد من المحكمين ذوي خبرة من جامعة خميس مليانة، و قد استجبنا لآراء المحكمين و قمنا بإجراء ما يلزم من حذف و تعديل في ضوء مقترحاتهم بعد تسجيلها في نموذج تم إعداده لهذا الغرض.

ر. الدراسات السابقة:

لقد حظيت الظاهرة التكنولوجية الحديثة في الجزائر بالعديد من الدراسات التي تناولتها ضمن السياق التاريخي أو من الجانب المتعلق بالتحويلات التي طرأت عليها في مختلف المراحل التي مرت بها البلاد، كما تعددت الدراسات والبحوث والمؤلفات التي تناولت تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال من منظور قانوني وسياسي باعتبار أن القطاع الإعلامي ظل يسير وفق حظ متوازي مع التطورات التي تشهدها البلاد منذ الاستقلال .

ونظرا لطبيعة دراستنا والأهداف الرامية إلى تحقيقها نستعرض بعض الدراسات التي تقترب

من بحثنا وهي :

الدراسات الجزائرية :

الدراسة الأولى: " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية "1.

رسالة مقدمة إلى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، وهي أطروحة ماستر من إعداد الطالب توامي يعقوب، وتتمثل إشكالية الدراسة في محاولة فهم واقع وأثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي بالمؤسسات الاقتصادية وذلك من خلال بيان أثرها على الربحية وهيكل رأس المال .

وتمثلت أهم تساؤلات الدراسة في ما يلي :

- ما هي الاستخدامات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات، في المؤسسة ؟

¹توامي يعقوب، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية لمجمع المؤسسة الوطنية للأشغال في الأبار، رسالة مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح لنيل شهادة ماستر 2012.

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات، نم والأرباح ونسبة المديونية؟
- هل يوجد تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي بالمؤسسة؟
- ما هي مؤشرات الأداء المال التي تبين مدى التأثير بتكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في المؤسسة؟

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي إضافة إلى المنهج المقارن وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها :

- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على معدل المديونية في المؤسسة .

- قد استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري حيث تشترك مع دراستنا في جزء من أجزاء الإطار النظري وهو تناولها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودراستها للأثر الحاصل من جراء تطبيقها في المؤسسة.

الدراسة الثانية : «واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي»¹ رسالة مقدمة إلى كلية علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، من إعداد الطالبة صليحة شلواش، وتتمثل إشكالية هذه الدراسة في تناول استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ومعرفة انعكاساتها على الأداء المهني وتقصي الوسائط الحديثة المستخدمة في صيرورة العملية الإعلامية .

وتمثلت أهم تساؤلات الدراسة في ما يلي:

- ما مدة توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى الاتصال الداخلي للمؤسسة؟
- ما مدى توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى الاتصال الخارجي للمؤسسة؟.

¹صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي لدى عينة من صحفيي جريدة الشرق الجهوي، رسالة مقدمة إلى كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة خيضر لنيل شهادة ماجستير 2011.

- كيف أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العمل الإعلامي؟
- ما هي أهم التكنولوجيا الاتصالية المستخدمة على مستوى الجريدة وما مدى مسايرة وتحكم الصحفيين فيها؟

وقد تم استخدام المنهج المسحي وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها :
- التكنولوجيا الحديثة خلصت الصحفي وخاصة المراسل من أحكام الزمان والمكان واقتصار الجهد .

- الاستخدام الكبير لوسائل التكنولوجيا الحديثة في العمل الصحفي على رأسها الانترنت .
- جريدة الشروق تملك أحدث التقنيات والوسائل المسخرة للعمل الإعلامي .
استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري حيث تشترك مع دراستنا من ناحية تكنولوجيا الاتصال والإعلام حيث تناولت أهم سماتها وأثرها على الأداء الصحفي .
الدراسات العربية :

- الدراسة الأولى : «تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسة الإعلامية»¹
رسالة مقدمة إلى كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات الكبرى، وهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، من إعداد الطالبة ليلي عبد الله العلاوين وتتمثل إشكالية هذه الدراسة في استخدام تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها على أداء المؤسسات الإعلامية بالتركيز على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية .

وتمثلت أهم تساؤلات الدراسة في ما يلي :

- ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟
- ما مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة أنشطة وأداء المؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدام تكنولوجيا الاتصال؟

¹ عبد الله علاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، رسالة مقدمة إلى كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، لنيل شهادة ماجستير 2009.

-هل يوجد أثر ذ ودلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء المؤسسة الإذاعة والتلفزيون؟

-قد تم استخدام المنهج الوصفي وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

-يوجد أثر ذ ودلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال التخطيط .

-توزيع تقنيات حديثة متعلقة بتكنولوجيا الاتصال على جميع وحدات الإنتاج في أقسام الإذاعة و التلفزة الأردنية .

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في جانب تناولها لتكنولوجيا الاتصال بالمؤسسة الإعلامية، ومدى تأثيرها.

-الدراسة الثانية : «أثر التكنولوجيا على القائمين بالاتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية»¹

دراسة مقدمة إلى كلية الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، الجامعة المصرية، من إعداد الطالب عادل عبد الرزاق ضيف، وتتمثل إشكالية هذه الدراسة في طبيعة التكنولوجيا الحديثة وأثرها على أداء القائمين بالاتصال في الصحف المصرية .

وتمثلت أهم التساؤلات فيما يلي :

- كيف أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العمل الصحفي؟

-ما مدى توظيف الاتصال على مستوى الاتصال بين الصحفيين؟

-ما هي أهم تكنولوجيا اتصالية مستخدمة على مستوى الجريدة وما مدى مسايرة وتحكم الصحفيين فيها؟

وقد تم استخدام المنهج الوصفي وتوصلت الدراسة إلى :

¹عادل عبد الرزاق ضيف، أثر تكنولوجيا على القائمين بالاتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية، رسالة مقدمة إلى كلية الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة مصر لنيل شهادة الماجستير 1999.

- أن الصحفيين في الأقسام الخارجية تعلموا استخدام التكنولوجيا الحديثة عن طريق زملائهم في العمل .

- عدم اهتمام الصحف بتدريب الصحفيين .

- عدم كفاءة بعض المحررين في الأجهزة .

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في جانب تناولها لتكنولوجيا الحديثة وأثرها على الأداء الصحفي .

الدراسات الأجنبية :

- الدراسة الأولى :

«influence of internet and information technology on work and human resource management »¹

دراسة مقدمة إلى كلية الاقتصاد جامعة لاجيلاجينا سلوفاكي، ومن إعداد الطلبة Peter baloh and Peter trkman وتتمثل إشكالية الدراسة في تأثير تكنولوجيا الانترنت والمعلومات على العمل وكيفية إدارة الموارد البشرية وتسييرها في ظل انتشار التكنولوجيا الحديثة .

وتمثلت أهم تساؤلات الدراسة في ما يلي :

- كيف أثرت تكنولوجيا الانترنت والمعلومات في العمل وإدارة الموارد البشرية؟

- ما هي عواقب تطبيق تكنولوجيا المعلومات؟

- ما هي الاتجاهات المستقبلية لتكنولوجيا المعلومات والانترنت؟

وقد تم استخدام المنهج المسحي وتوصلت الدراسة إلى :

- تعتبر الانترنت وتكنولوجيا المعلومات من أهم المستجدات في مجال العمل وإدارة الموظفين .
- مكنت تكنولوجيا المعلومات من خلق وسائل جديدة للعمل وتنمية الموظفين .

¹ Peter Boland and peter trkman ;influence of internet and information technology on work and hman resource management ;faculty of economies ; university of jubljana ; slovania ;2003

- الانترنت خلفت فرص تجارية جديدة متلائمة مع التغيرات البيئية .
 - يتأثر هيكل القيادة وأسلوب التحفيز بالتكنولوجيا الانترنت والمعلومات .
- وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في الجزء الخاص بتكنولوجيا المعلومات والأثر الذي تحدثه من جراء تطبيقها .

-الدراسة الثانية :

¹«the impact of information technology on human resource practies and competencies»

- دراسة مقدمة إلى كلية الاقتصاد، قسم الإدارة، جامعة فياس، من إعداد الطلبة Omar Faruk and sulyman Demirel، وتتمثل إشكالية هذه الدراسة في كيفية تأثر الموارد البشرية المتوقعة من جراء تعريض الموارد البشرية لتكنولوجيا المعلومات .
- تكنولوجيا المعلومات كعامل هيكلي وما يتوقع حدوثه بعد تطبيقها في إدارة الموارد البشرية.

وتتمثل أهم تساؤلات هذه الدراسة في ما يلي :

- ما مدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات في إدارة الموارد البشرية؟.
 - ما هي النتائج المتوقعة من جراء تعريض الموارد البشرية لتكنولوجيا المعلومات .
- وقد تم استخدام المنهج المسحي وتم الوصول إلى ما يلي :
- تعتبر تكنولوجيا المعلومات (IT) كعامل هيكل أساسي للمنظمات والعمليات الاتصالية .
 - تعمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة التكامل إدارة الموارد البشرية .
 - تساعد تكنولوجيا المعلومات و الانترنت والاتصالات من زيادة الكفاءات والخبرات .
- استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري حيث تشترك مع دراستنا في جزء من أجزاء الإطار النظري ألا وهو تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ز. تحديد مفاهيم الدراسة :

¹ Omar Farok and ulyman demirel ; the impact of information technology on human resource prcties and competencies ; faculty of economy ; university of fiyas .2010

تعد المفاهيم من الوحدات الأساسية للبحوث، فهي عناصر محورية في كل الدراسات مهما اختلفت أهدافها وأنواعها حيث يحفل كل حقل بحثي بمجموعة مفاهيم أساسية، وقد ورد في دراستنا هذه مصطلحات ومفاهيم منها:

1/ التكنولوجيا :

التكنولوجيا كلمة يونانية مشتقة من لفظين، الأولى هي techno والتي تعني التقنية، أما الثانية فهي logos ومعناها علم الدراسة، وعليه يمكن التعبير عن التكنولوجيا بأنها لا علم التقنية، أي دراسة الفنون التقنية¹.

- لغة: يعرفها القاموس الجديد للطلاب "أن التكنولوجيا هي التقنية وهي علم الفنون والمهن"².

- اصطلاحا :

* ويقصد بها اقتناء وتخزين وتعمير المعلومات في مختلف صورها ومجالات حفظها سواء أكانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة، مرئية ممغنطة، المعالجة بالليزر، وبثها باستخدام الحاسبات الإلكترونية ووسائل وأجهزة الاتصال عن بعد³.

* مجموع المعرفة والخبرة المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية الإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما، أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية، والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع⁴.

-**التعريف الإجرائي:** هو مجموع الوسائل المختلفة التي أنتجت التطورات العلمية لتسيير العمل البدني.

2/ الاتصال :

¹ الداوي شرف، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة المحلية علوم الإقتصادية والتسيير والتجارة، 2008، المجلد 3، العدد 17، ص17.

² علي بن هادية وأخرون، القاموس الجديد للطلاب، ط 7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص142.

³ عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظري والتطبيقي، العربي للنشر، القاهرة، 1990، ص112.

⁴ سلمان جمال، إقتصاد الموفي، ط1، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2009، ص69.

إن الأصل في كلمة الاتصال communication تتشقق من الأصل اللاتيني للفعل communicate بمعنى يتربح أ ويتشبع عن طريق المشاركة¹.

لغة : ، يتصل، اتصالاً، الشيء بالشيء : التصق به .

اصطلاحاً : هي عملية ديناميكية يقوم شخص ما أ وأشخاص، بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء و الاتجاهات أ والمشاعر إلى الآخرين لتحقيق هدف ما، عن طريق الرموز، لتحقيق استجابة ما في ظرف ما بغض النظر عما يعتبر ضمن تشويش².

- وعرفه plerre .g.bergeron : هو صيرورة نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل بهدف إفهامه الرسالة والتأثير على سلوكه³.

- **التعريف الإجرائي :** هو عملية نقل معاني، معلومات، أفكار، آراء من مصدر إلى مستقبل عبر قناة معينة مع وجود رد فعل مما يضيف اسمه التفاعلية، وتتم هذه العملية بصفة مباشرة أ و باستعمال وسائل الاتصال المختلفة .

- **3/الإعلام :**

- **لغة :** إن كلمة الإعلام مشتقة من العلم، يقال الغرب أستعمله الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته⁴.

- الإعلام في اللغة العربية ه والإشهار والإعلان والإخبار بالشيء أ وعن شيء ما⁵.

- **اصطلاحاً :**

¹أميرة منصور علي، سلوى عثمان الصديقي، الاتصال والخدمة الإجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 13.

² jaque durant ;les formes de communication ; paris ;bores ;1991 ;p57

³ محمد دروبي : الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 1996، ص45.

⁴ pierre .g.bergeron ;la gestion modernne théories et cas gaetn editeur ;québes ;1989 ;p369.

⁵ c.bussenailt et m. pretet ;organisation et gestion de l'entreprise ; édition paris 1990 ;p190

• عرفه الدكتور إبراهيم إمام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين أي صائب في واقعة من الوقائع أ ومشكلة من المشكلات .

• وعليه أن الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المرجوة¹.

• كما عرفه أحمد بدر بأنه تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقيقة والأخبار الصادقة بقصد معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أ ومسألة عامة².

4/المؤسسة:

إن الأصل المتعارف عليه والذي تستعمل في إطار كلمة مؤسسة هو الترجمة للمصطلح Entreprense ، بيد أن هذا المصطلح مشتق من الفعل Entreprenre لدى الباحث زيان عبد القادر إشارة إلى اللفظة ذات أصل إنجليزي Entreprense تشير إلى ذاك الربط بين المبادرة والمخاطرة وصولاً إلى أقصى درجاتها أي المغامرة، تعني المقولة وليس التأسيس، حيث ترمز بالنظر إلى أصلها ككلمة إنجليزية إلى المشروعات القائمة أو تلك التي هي بصدد التأسيس وحتى تلك المحتملة أو الممكنة مستقبلاً فهي تشير إلى سلوك أكثر منها إلى كيانات³.

لغة: وردنا في معجم لسان العرب لابن منظور في الفعل أسس، الأس، الأسس والأساس، أو الأسس و الأساس أصل البناء، وأسست الدار أي بنيت حدودها ورفعها من قواعدها⁴.

¹ هالة منصور، الاتصال الفعال مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، مصر 2006، ص 117.

² هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة، والخدمات الجامعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ص 147.

³ناصر دادى عدون، اقتصاد المؤسسة للطلبة الجامعيين، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص07.

⁴ صالح بن نوار، مطالبة التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2006، ص14.

اصطلاحاً: هي تركيبة يبتدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع، فالحب مثلاً ظاهرة طبيعية، أما الزواج فهو مؤسسة اجتماعية، إذ يشمل مفهوم المؤسسة على كل التنظيمات القائمة في المجتمع والمشروع الاقتصادي والبيئات الدينية والسياسية والقانونية¹. عرفها محفوظ الشعب على أنها الوسيلة المفصلة لإنتاج الموارد والخدمات وتراكم رأسمال ونعمل على تنفيذ برامج المؤسسة في إطار التنمية تحت إشراف الدولة².

التعريف الإجرائي:

المؤسسة عبارة عن تجمع ذوي الكفاءات المتنوعة، تستعمل رؤوس الأموال والقرارات من أجل الاستثمار والإنتاج.

5/التأثير:

ينظر إلى التأثير بشكل عام أنه الفعل الممارس من قبل شخص على شخص آخر، والتركيز من يكون على الفعالية وليست على الطريقة التي يتم الحصول بواسطتها على النتيجة³.

لغة: معنى أثر في لسان العرب الأثر بقية الشيء ويجمع آثار وأ..... وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده وأثرته أي تتبعت أثره عن الفارسي، ويقال أثر كذا وكذا أي أتبعه إياه، والأثر بالتحريك ما يبقى من رسم الشيء والتأثير إبقاء الأثر في الشيء ترك فيه أثراً⁴.

اصطلاحاً:

• عرفه صالح أبو إصبع أنه التغيير الذي يحدث لدى المستقبل نتيجة تعرضه للرسالة، وتعتبر مقياساً لمدى نجاح المرسل في تحقيق أهدافه من القيام بالاتصال¹.

¹ صالح بن نوار، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2006، ص14.

² محفوظ الشعب، دراسات في القانون الاقتصادي، الطبعة الرسمية، 1990، ص42.

³ خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 2001، ص219.

⁴ خيضر شعبان، مرجع سبق ذكره، ص09.

- أما عند أرنوف وتيح فهو التغيير في اتجاهات الشخص أي سلوكه الذي يعود أو يرجع إلى شخص أو جماعة أخرى².
- وقد عرفه روبرت دال بأنه استخدام نفس المعنى المحدد للسلطة عندما يقول أ يؤثر على ب في المستوى الذي يجعل معه ب يفصل ما يوده منه، ذلك يعني مفهوم التأثير في تتداخل مع مفهوم السلطة³.

التعريف الإجرائي:

التأثير هو رد فعل المتلقي لما قد تعرض له من قبل المستقبل، سواء بشكل إيجابي أو سلبي فهو يحدث تغيرات في شكل من الأشكال.

¹ صالح أبواصبغ وتيسير أبوجرعة، الاتصال والعلاقات العامة، منشورات جامعة القدس المفتوحة، المكتبة الوطنية، الأردن، 1999.

² عز الدين الأتول وآخرون، مقدمة في علم النفس، سلسلة شوم، ط5، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2005، ص171.

³ Russ, Jacqlin, les theorie du pouvoirlibraire general Francaise, 1994, p168.

الإطار النظري

الفصل الأول

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الإتصال.المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإتصال.مفهوم تكنولوجيا الإتصال:

ان جذور كلمة تكنولوجيا إغريقية، وتعني اللغة الحديثة والمناقشة حول المسائل والقضايا الفنية الحرفية وهي مركبة من الشق الأول logos يعني فن اومهارة والشق الثاني Techno logos يعني علما أودراسة، وللفضان يراد منهما "علم مهارات أوفنون أي دراسة المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة.¹

اما اصطلاحا يمكن تعريفها ككل المعارف والمنتجات والعمليات والأدوات وطرق العمل والنظم المستخدمة في ايجاد السلع والخدمات، وبهذا المعني فهي طريقة عمل الأشياء أوهي التطبيق العلمي للمعرفة في ميدان العمل.²

تكنولوجيا الإتصال أطلقت عليها العديد من التسميات فهناك من وصفها بالثورة في مجال المعلومات علي اعتبار أن هذه التكنولوجيا تعالج وتخزن وتستقبل وترسل المعلومات، هناك سماها بالموجة الثالثة باعتبار أن البشرية في سيرورتها مرت بثلاث مراحل، المرحلة الزراعية ثم الصناعية ثم الثورة المعلوماتية والتكنولوجية وهناك من اطلق عليها عصر التكنولوجيا والإتصال.

إن تكنولوجيا الإتصال في مجال المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والادوات والوسائل المادية والتنظيمية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وتخزينها وإسترجاعها ونشرها وتبادلها وتوصيلها إلي الافراد والمجتمعات، فهي بذلك تعد ظاهرة متعددة ومتداخلة الابعاد الإجتماعية، الإقتصادية، والسياسية والتكنولوجية وهي ليست طات طبيعة مطلقة وهذه

¹مجد الهاشم،تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري ، مدخل إلى الإتصال و تقنياته الحديثة ،ط1،عمان ،دار أسامة ،2004،ص44.

² ظاهر محسن ، الإدارة الإستراتيجية ، منظور منهجي مكتمل ، ط1 ،دار وائل للنشر 2007 ، ص450.

التكنولوجيا مرهونة بمدى تقدم وتطور المجتمع، فالتكنولوجيا المتواجدة في الدول المتقدمة أكثر تطوراً من المجتمعات النامية¹

يعرفها روين بأنها تقنية أو وسيلة تعمل علي إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو توزيع أو استقبال أو عرض المعلومات.²

أما عبد المجيد شكري فقد عرفها بقوله هي مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والادوات والوسائل المادية والتنظيمية والادارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها.³

وهناك من يعرف تكنولوجيا الإتصال بعنصرين مكملين لبعضهما البعض وهما العنصر المادي والعنصر الفكري.

1/العنصر المادي: ويشمل الآلات والمعدات وكذلك الإنشاءات الهندسية والفنية المختلفة.

2/العنصر الفكري: يضم الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادة الجاهزة.⁴

وهناك تعريف آخر يقول هو مجموعة التقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي توظف لمعالجة المضمون أو محتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو التي من خلالها يتم جمع المعلومات والبيانات المجموعة والمكتوبة أو المصورة أو المسموعة أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الجلسات الإلكترونية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب⁵

¹ طاهر محسن ، الإدارة الإستراتيجية ، منظور منهجي مكتمل ، ط1 ، دار وائل للنشر 2007 ، ص450.

² عبد الملك ردمان الدنائي، تطور تكنولوجيا الإتصال و عصر المعلومات ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 2005، ص11.

³ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الإتصال ، إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1996، ص57.

⁴ محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الجماهيري ، العربي للنشر و التوزيع ، ط1، 1990، ص 18.

، علي فيصل فرحان المخلافي ، المؤسسة الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة واقع المؤسسات الصحفية اليمنية ، الإسكندرية⁵ دار المكتب الجامعي الحديث ، 2005 ص86.

ولكون تكنولوجيا الإتصال ظاهرة اجتماعية واسعة الانتشار فإن هناك عوامل وأسباب ساعدتها في ذلك وهي :

- تحول الاقتصاد نحو العولمة من خلال تزايد عمليات ومجالات التدويل.
- حاجة عملية اتخاذ القرار المتزايد الي توزيع مصادر المعلومات الصحيحة والدقيقة.
- اتجاه الدول والمؤسسات نحو تعجيل حركة الأفراد والاستعانة عنها بوسائط الإتصال الحديثة¹.

من خلال ما سبق يمكن القول بأن هناك تعاريف عديدة لتكنولوجيا الإتصال، تتوقف علي طبيعة الموقف منها، فبينما يؤمن البعض بمقولات الحتمية التكنولوجية فإن البعض الآخر يؤمن بفكرة الليبرالية التكنولوجية، فالفريق الأول يري أن الحتمية من طبيعة التكنولوجيا، وأنه لا مفر ولا مهرب منها، وأنها مقبولة ومرغوبة في كل مجتمع يأمل في التقدم، أما الفريق الثاني فريق الليبرالية التكنولوجية الذي يري أن التكنولوجيا ليست ضارة في حد ذاتها وأنها لا تترث بضرورة السوء ولا تمثل مشكلة ولكنها يجب أن يتم استخدامها وفقا معايير المسؤولية الإجتماعية.²

المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الإتصال:

مرت البشرية عبر تطورها بمراحل اتصالية متعددة قبل أن تدخل مرحلة مجتمع الإعلام والمعلومات، وكان لكل مرحلة من هذه المراحل مبتكراتها من وسائل الإتصال³ لذلك لا بد من سرد مختلف المراحل الاتصالية التي مرت بها البشرية منذ فجر التاريخ إلي يومنا هذا حتي يتسني لنا فهم مسار التطور التكنولوجي الذي قطعه هذه الوسائل

¹ نفس المرجع ص 90.

² السيد بخيت ، تأثير تكنولوجيا الإتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العرلابية ، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية ، رسالة دكتوراه منشورة ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس بكلية الإعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا الإتصال الواقعو المستقبل ، ص 15.

³ محمد لعقاب ، مجتمع الإعلام و المعلومات ، ماهية و خصائصه ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، 2003، ص 17.

وقد مرت البشرية بثلاث مراحل اتصالية وهي كما يلي :

1-المرحلة البدائية الفطرية:

استعمل الإنسان في هذه المرحلة الكلام، كما استعمل وسائل أخرى تقوم مقام الكلام وهي علامات يقع الاتفاق عليها مسبقا، كاشعال النار علي قمم الهضاب وكصوت الدفء للاشعار بالخطر أوالفرح، وهذه الوسائل وان كانت اكتشافات لأن الانسان لم يستعملها إلا بعد فترة طويلة من حياته الإجتماعية، فهي غير متطورة ولم تفتح له أفاق واسعة للاتصال، فهي وسائل أشد الإرتباط بحاسة البصر والسمع، وبقدراتها المحلية الفطرية، لذلك لم تغير من نوعية الاتصال الذي بقي شخصي¹.

2-مرحلة الاكتشافات:

استمدت هذه المرحلة باكتشاف الكتابة، ثم الورق ثم الطباعة، وقد انتقل الجنس البشري إلي عصر الكتابة منذ حوالي خمسة آلاف سنة، وقد تم ابتكارها بشكل مستمر في أكثر من جزء في العالم، وعلي وجه الخصوص في الصين وقبائل المايا، غير أن الإنتقال الأول لعصر الكتابة حدث بين السومريين والمصريين².

ومنذ ذلك الحين، مرت الكتابة بالعديد من المراحل قبل أن تستقر علي ماهي عليه الآن، وبعد اختراع الكتابة كان لابد من ايجاد وسائل لحفظ ونقل واسترجاع المعلومات، ومن اقدم هذه الوسائل نجد الحجر ثم الطين والفخار في عهد الكتابة المسمارية ثم حدث تحول كبير في وسائل حفظ وتخزين المعلومات، حيث انتقلنا الي وسائل أنجح وأقدر علي صمود أمام العوامل الطبيعية كالورق، مما فتح الباب أمام تغير كبير³.

¹زهير احدادن ، مدخل لعلوم الإعلام و الإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 2، 1993،ص19.

²ملفين -ل دفلير و ساندر ، بول وكيش ، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة ، الطبعة العربية ،1993،ص35، نقلا عن محمد لعقاب 2003،ص12.

³زهير احدادن ، المرجع السابق ص17.

وبالتوازي مع التطور الذي حدث في الكتابة، نشأت الخطابة في القرن الرابع قبل الميلاد في صقلية وكان للناشرين الميحين دور كبير في انتشارها، وبعد مجيء الاسلام اعطاها دفعا قويا لتستمر عبر الزمن، لتكون بذلك الكتابة والخطابة من أقدم تقنيات الاتصال، إذ تشير البحوث التاريخية إلي وجود تقنيات الاتصال الاجتماعي منذ زمن بعيد، كما توضح أن الكتابة والخطابة كانت الوسيلتين الأولى¹.

وفي القرن الخامس عشر ظهر اكتشاف آخر اعتبره العلماء أهم إنجاز بشري علي الإطلاق بالنظر لما ترتب عنه من ثورة علمية أوتقنية واجتماعية، ألا وهو اختراع الطبعة علي يد يوهان غوتبرغ عام 1450 وبفضل تقنيات الطباعة كان انتشار الكتابة مذهلا، إذا تزايدت عدد الكتب المطبوعة وأصبح الكتاب وسيلة اتصال ووسيلة تبادل الأفكار مما دفع تقنيات الاتصال تدريجيا نحو التطور، وهوما أوصلنا إلي الدخول إلي مرحلة جديدة تتمثل في :

3- المرحلة الثالثة :

وهي تشمل العصر الحديث بالتقريب الذي اتسم بصفة عامة بانتشار التصنيع وادخال تقنيات جديدة ومنظورة علي الاكتشافات المختلفة، وفي هذه المرحلة ظهرت وسائل اخري استعملت بسرعة في الاتصال والاعلام وهي الصحف والراديو والتلفزيون، وعليه سميت هذه المرحلة بعصر وسائل الاعلام والاصال، وقد بدأت ملامح هذا العصر في القرن التاسع عشر بظهور الصحف، وبلغ غايته في مستهل القرن العشرين وانتشار السينما والراديو والتلفزيون بين عدد كبير من الناس، وبقي مستمر إلي نهاية القرن².

وبالعودة لتاريخ وسائل الاعلام الذي توالي ظهورها تباعا، سيتبين لنا تأثير ظهور كل وسيلة علي مجتمع وعلي الوسيلة أوالوسائل التي سبقتها، وانطلاقا من هذه الفكرة ساد الاعتقاد لدي جملة من المفكرين بوجود علاقة وتناظر بين هذه الوسائل، حيث أن كل وسيلة تظهر

¹سرج برو ، فيلين برتون ، ثورة الإتصال ، ترجمة هالة عبد الرؤوف مراد ، دار المتقبل العربي ، القاهرة ، الطبعة العربية

الأولى ، 1993، ص15، نقلا عن محمد لعقاب مرجع سبق ذكره ، ص 12.

²محمد لعقاب مرجع سبق ذكره ، ص26.

تقضي علي الوسيلة التي سبقتها وذلك بخطف الأضواء منها، وبالتالي الجمهور الذي يعد المحرك الأساسي لكل وسيلة إعلامية، مما جعل ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة يكون مصحوبا دائما بنوع من القلق والخوف والهجوم علي تلك الوسيلة.

فمنذ ظهور المذيع دار جدل طويل حول ما يمكن أن يحدثهم تهديد للصحافة، إلا أن الأمر جاء علي عكس ذلك تماما، فقد استمرت الصحافة وارتفع ادائها ولم تؤثر الاذاعة علي الصحافة كما كان متوقعا، لتأتي بعدها ثورة تكنولوجية أخرى بظهور وسيلة إعلامية ثالثة، وهي التلفزيون، فيستمر الجدل حول مدي تاثير هذا الجهاز علي الوسائل التي استبقته وانه سوف يحل محلها بشكل أواخر، إلا أن الصحافة استطاعت أن تطور نفسها وتؤكد أنها الوسيلة الأسهل في الرجوع إليها الإمتاع في تناولها بين الوسائل الأخرى، وهو ما طبق أيضا علي التلفزيون حتي جاءت الثورة المعلوماتية الجديدة بظهور الأنترنت لتعود الكرة من جديد حول تأثير هذه الوسيلة علي الوسائل التي قبلها¹.

وبالتالي نلاحظ أن تقسيم تاريخ البشرية الاتصالي الي مراحل اتصالية ثم علي اساس سيطرة اتصالية معينة دون غيرها².

مما جعل العلاقة بين وسائل الاعلام تبوومن النظرة الأولى غير المتعمقة علي انها علاقة مواجهة وتنافر وصدام، ولكن الواقع يشير الي عكس ذلك تماما، حيث أن التجربة العلمية أثبتت قياسا إلي الوسائل الاعلامية تغني عن الأخرى، لأن كل وسيلة تتمتع بمميزات عديدة قياسا إلي الوسائل الاعلامية الأخرى، إذ إن هذه المميزات تعطيها القدرة علي الاستثمار في ظل مواجهة الوسائل الحديثة ففي عصر الصحافة المكتوبة مثلا تطورت وسائل الاتصال الأخرى، وساد التنافس بينها. وفي عصر الالكترونيات تطورت أيضا الصحافة المكتوبة مستفيدة من تلك التقنيات الاتصالية القائمة، مثل الهاتف والاقمار الصناعية، كما أن

¹ عبد الأمير الفيصل ، المعلوماتية ، التقنيات و وسائل الإعلام ، موسوعة الدهشة ، 20/05/2007.

² محمد لعقاب ، المرجع السابق ، ص 62.

الاتصال بواسطة الإشارات التي تعتبر وسيلة اتصال بدائية جدا مازال قائما لحد الآن، وواكب كل المراحل الاتصالية البشرية¹.

المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال:

تمتاز تكنولوجيا الحديثة بكثير من الخصائص التي تجعلها جذابة جدا لاستقلالها في المؤسسات الاعلامية. وأيا كانت أنواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فإن هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص أهمها:

إن هذه تكنولوجيا صممت لتسهيل الاتصال في اتجاه واحد قدرتها على تحقيق النقدية العكسية والمشاركة ضئيلة سببا في ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد الهاتف،الاتصال الشخصي، الاستبيان وهي البحوث عادة ما email تحصل على استجابة فردية أيضا وليست جماعية بعبارة أخرى فإن التكنولوجيا وغم ميلها للإشهار والوصول إلا أكبر عدد ممكن من الأفراد إلا أنه يغلب على الطابع الفردي وليست الجماعي².

التفاعلية: نسجل هنا عدم اتفاق الباحثين حول مفهوم واحد ومحدد لمصطلح التفاعلية ونورد بعض التعاريف كالتالي:

1/هي تعبير عن حجم التبادلات في سلسلة ما من التبادلات الاتصالية، إذ يكون أي ارسال مرتبط بمدي اشارته إلى التبادلات السابقة وحتى تلك قبلها.

2/هي مدي إمكانية المستعملين المشاركة في تعديل شكل بيئة وساطية ومحتواها في الزمن الحقيقي.

3/ نعني الاتصال في اتجاهين بين مصدر والمتلقي،أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والملتقين³.

ومع ظهور ثورة الاتصال الحديثة أخذت التفاعلية أشكالا وصور مختلفة، أساسها المشاركة والحوار والاندماج مع ما تقدمه وسائل الاعلام والاتصال فأصبحت الوسائط التقنية تغذي المشاركة الفنية والفلسفية ولم يعد النظر إلى التفاعلية على أساس أنها وسيط في العملية

¹محمد لعقاب ، نفس المرجع ، ص63.

² عاطف عدلي العبد، الإعلام الشمولي والتميز الاجتماعي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 2007، ص47.

³خالد زعموم و السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، 2007، ص28.

التواصلية ولغة الحوار بين المرسل والمستقبل. فلم يعد تقتصر المستعملون فقط على استقبال المعلومات الذي يتحكم في نظام ظهور الصور أو البيانات لبرامج ما، بل أصبحوا يصغون أيضا المحتوي الذي يتواصلون معه¹.

تحديد المستفيدين: وتعني هذه السمة إن المعلومات التي تتبادل سوف تكون محددة الغرض أي أن هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من المعلومات معنية دون غيرها، وهذه السمة أفرزتها تكنولوجيا الاتصالات المتمثلة بأحدي أنظمة البريد الالكتروني ألا وهي "الرمز البريدية الخادمة" التي تسمح للمشارك بها مجالا واسعا للتحكم بكمية المعلومات المرغوبة ونوعيتها، ومن طبيعي أن يقوم بهذه الخدمة شخص يدعي المنسق الذي يقوم بترتيب هذه العملية عن طريق "صناديق البريد الالكتروني" الخاص بكل مشترك لقاء اشتراك شهري أو سنوي يدفع لقاء تقديم هذه الخدمات.

التزامية: وتبرر هذه السمة كونها تسمح بإمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها وهذا يعني أن هناك إمكانية تخزين المعلومات المرسله عند استقبالها في الجهاز واستعمالها في وقت الحاجة فمثلا في أنظمة البريد الالكتروني ترسل المعلومات من منتجها إلي المستفيد في أي وقت.

قابلية التحرك أو الحركية: وتسمح هذه السمة في بث المعلومات واستقبالها من أي مكان إلي الآخر أثناء حراك منتج ومستقبل المعلومات، وذلك باستعمال عدد من الأجهزة مثل الهاتف النقال والتلفاز المدمج في ساعة اليد، وجهاز فاكس الذي يمكن استعماله في السيارة وكذلك الحاسب الالكتروني النقال والمزود بطابعة.

قابلية التحول: وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء لآخر باستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقية إلي مصغرات فلمية وبالعكس، وكذلك إمكانية تحويل المعلومة المسجلة على المصغرات الفلمية microforme إلي الأوعية الممغنطة أو الليزرية وكذلك إمكانية تحويل نصوص أخرى من لغة إلي أخرى أو ما يسمى بنظام ترجمة آلية².

التكامل والاندماج بين كافة وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات فمع تطور الحاسبات وشبكات الهاتف والمعلومات واستخدام تكنولوجيا البث الفضائي ظهرت تكنولوجيا متعددة الوسائط interaticrr وتكنولوجيا الإتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة³.

¹خالد زرعوم والسعيد بمعزة، نفس المرجع، ص43.

²حسن نجار، تكنولوجيا الإتصال، المفهوم والتطور، أبحاث مؤتمر البحرين، الإعلام الجديد، جامعة البحرين، 2009، ص507.

³رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والإتصال، مطبوعات الكتاب والحكمة، الجزائر، 2007، ص05.

المطلب الرابع: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الوسائل، الجمهور والمضمون:

أثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الجماهيري وعلى وسائلها وعلى الجمهور ويمكن رصدها كالتالي:

أ/تأثيرات على وسائل الاتصال:

ويمكن حصرها في:

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لم تلغي وسائل الاتصال القديمة بل تطورها، فعلى مستوى الاتصال الذاتي مثلا كانت الوسائل هي تدون الملاحظات، المذكرات الشخصية. أما المستحدثات التكنولوجية فهي الأشرطة المسموعة، الحاسبات الالكترونية وعلى مستوى الاتصال الشخصي كانت الوسائل التقليدية، المقابلة، الهاتف، البريد، التلغراف، أما المستحدثات التكنولوجية الراهنة فهي عند عقد المؤتمرات عن بعد هاتفيا والكترونيا وعن طريق الفيديو البريد الالكتروني، الهاتف المحمول، والهاتف المرئي وعلى مستوى الاتصال الجمعي كانت الوسائل التقليدية الاتصالات الموجهة المتمثلة في الندوات والمؤتمرات وحلقات النقاش والخطب، أما المستحدثات التكنولوجية فهي عقد المؤتمرات عن بعد، اتصالات الحاسب الالكتروني وعلى مستوى الاتصال الجماهيري كانت الوسائل هي الجريدة، الراديو التلفزيون، الفيلم السينمائي، أما الآن فنجد التلفزيون بالاشتراك الكلي، الاستقبال التلفزيوني المباشر من الاقمار الصناعية أنظمة المعلومات الرقمية، الكتاب الالكتروني، ألعاب الفيديو والمسجلات المحولة¹.

إن الشكل أو النمط الإنتاجي العام والمسيطر الذي كان يميز التطورات التكنولوجية السابقة هو ظهور مراكز توزيع على نطاق واسع من مصادر مركزية محدودة الي إعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمنية ومكانية بينما يتميز النمط الحالي للاتصال الجماهيري بالتوجه الي جماهير قليلة محددة جغرافيا من خلال مراكز اقليمية مختلفة التوازن وبين المراكز والأطراف، فزال بعض الحدود أو الفروق التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض. كما أن البعض الآخر في طريق للزوال، ولم تعد الحدود بين الانماط المختلفة والمتنوعة من وسائل الاتصال حادة جدا كما كان من قبل فالأفلام السينمائية نجدها الآن متاحة للعرض في دور السينما وعلى شاشات التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو كاست².

إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني كان لها أثرها على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة، فبسبب منافسة

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، الدار العربية للنشر، القاهرة، 1999، ص174.

² محمود علم الدين، المرجع سبق ذكره، ص180.

التلفزيون بقنواته العديدة المركزية والفضائية المشفرة والمفتوحة التي أتاحتها أنظمة التلفزيون السلبي وأنظمة البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، أثر على قراء الصحف مما أدى إلي تخفيض أسعار بعض الصحف القوية كصحيفة SUN البريطانية، نفس الأمر حدث بالنسبة لصالوات عرض السينما حيث تراجع عدد المشاهدين نتيجة عوامل أيضا. كالتلفزيون والفيديو كاست ...

أصبحت وسائل الاتصال تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، حيث أحدثت الثورة المعاصرة طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية أو الوطنية جزءا من نسيج الحياة اليومية للمواطن، وما لهذا الامر انعكاس على اتجاهات الرأي العام¹.

ب/تأثيرات على الجمهور:

إن تطور وسائل الاتصال الجماهيرية صاحبة أيضا نمو وتطور الجمهور معها من جمهور الصفوة التي يمثل الجمهور المتعلم والمتقف والثري، إلى الحشد الذي يمثل الجمهور الفعلي من السكان كلية والذي يمكن التأثير فيه، إلى مرحلة الجمهور المتفاعل وفيها نوع من التحكم الانتقائي للفرد في نوعية المعلومات التي يختارها ليعلمها أو يشاهدها، وبالتالي يمكن تحديد أثار تكنولوجيا الإتصال على الجمهور في الجوانب التالية:

-تعد قنوات الاتصال المتاحة التي يتعرض لها الفرد أو يمكن أن يتعرض لها، سواء كانت خدمات إذاعية دولية أو محلية وصحف مطبوعة أو إلكترونية أو قنوات تلفزيونية خارجية أو إقليمية أو محلية.

- السمة الأساسية لهذه التكنولوجيا المتمثلة في التفاعل بين المستقبل والمرسل، وإمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية مما يعطي للمستقبل سيطرة أكبر على عملية الاتصال، مما ساعد على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها كما وكيفا من خلال الانتقاء والاختيار ونتيجة لهذه العملية يقوم الفرد بعزل نفسه عن المعلومات غير السارة أو المزعجة أو الغير مسلية، وقد يتطور الأمر إلى القضاء على الشكل الحاد من المنافسة الإعلامية المفيدة التي يحتاجها المجتمع.

- أثرت هذه التطورات على عادات وأنماط استخدام الجمهور لها ومن أمثلة ذلك التلفزيون اللاسلكي الذي يتيح زيادة إمكانات وفاعلية استقبال قنوات تحمل مواد تلفزيونية وجهاز التحكم عن بعد والفيديو كاست التي يتيح للمشاهد مرونة أكثر فيما يتعلق بأوقات المشاهدة.

- حدث تحول من التجميع إلى التقنين لجمهور وسائل الاتصال، حيث تقلص أعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسية، وخدمات الراديو والتلفزيون العامة، ومع زيادة عدد

حسن عماد مكاري، ص 329¹.

القنوات الاتصالية التي تنتج خدمات مختلفة تلبي الحاجات الفردية، صارت عملية انتاج الاتصال وتوزيعه تميل الى مخاطبة الجماهير أكثر تخصصا ويظهر هذا التقنين من خلال مظهرين، مظهر يتم فيه المرسل وآخر يتحكم فيه المستقبل¹.

ج/تأثيرات على المضمون:

رغم استيراد الدول النامية للتقنيات الحديثة التي قد تتفق اولا تتفق مع امكانياتها وحاجياتها، يبقى هناك مشكل آخر هو جلب البرامج والمضامين التي تغطي ساعات الارسل الممتد لأربع وعشرين ساعة، إضافة إلى زيادة عدد القنوات الفضائية مما يتحتم على الجهات المستخدمة استيراد كم كبير من البرامج مما يعود بسلب على الجماهير المستقلة لتلك المواد الاجنبية التي تختلف اختلافا كبيرا عن عادات وقيم وثقافات تلك الدول مما يهدد هويتها الثقافية، ومن ذلك برمجيات الكمبيوتر والمواد المرسله من تلك الدول الأجنبية، بجانب تلك المواد المستوردة بواسطة القمر الصناعي إلى المشاهدين مباشرة، وفي هذا فقدان القدرة على الابداع الذاتي والمبادرة وبالتالي الاستسلام للآخرين.

اضافة الى التأثير على المضمون يتحدث العلماء عن التأثير على الجانب النفسي والاجتماعي حيث يتوقع علماء الاجتماع إن التزاوج بين الحاسوب وشبكة الانترنت يؤدي الى العزلة النفسية والاجتماعية للأفراد، برزت هذه المشكلة بعد أن أصبحت عملية الاتصال تتم داخل المنزل بمعنى لقاء إلكتروني أو ما يسمى أيضا الاتصال الافتراضي دون التقاء مباشر معروف، بناء على ذلك قلت الصداقات وأصبح الأفراد يعانون ضغوطا كثيرة في حياتهم ويشعرون بالعزلة والاكتئاب².

ومنه لتكنولوجيا الاتصال الحديثة مزايا عديدة إضافة إلى سلبياتها منها جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره لهم من جهد ووقت ومال، عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد وكمبيوتر، وقللت من استهلاك الورق بظهور الكتاب الإلكتروني والجريدة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرصا كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات التعليم و الإسهام في تعويض قصور التعليم التقليدي الرسمي كم أنها ساهمت في رفع مستوى جودة المنتج الاعلامي النهائي بعناصر من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية، وكذا السرعة الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات.

¹ عبد الباسط عبد الوهاب محمد، استخدام تكنولوجيا لاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2005، ص279.

² بنون فاطمة الزهراء، القيم الاجتماعية والثقافية في ظل التكنولوجيا الحديثة، الاستعلامات والتأثيرات، أطروحة لنيل دكتوراه علوم

المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات.**المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات.**

لم تحظ تكنولوجيا المعلومات، كغيرها من المصطلحات الجديدة بتعريف واحد خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد، هذه التعريفات وتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لذا نستنتج عدة تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف والاتفاق بينها لنعطي في الأخير تعريفاً لها:

تعرف على أنها الحصول على معلومات واختزالها، وبنها وذلك باستخدام توليفة من المعدات المايكرو الكترونية الحاسبة والاتصالية عن بعد¹.

تعرف على أنها الوسائل المستعملة لإنتاج، معالجة، تخزين، استرجاع، إرسال المعلومة سواء كانت في شكل كلامي "صوتي أو كتابي أو صورة"².

وهي كذلك استعمال التكنولوجيا الحديثة للقيام بالنقاط ومعالجة وتخزين واسترجاع وإيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت، صورة³.

وتعرف كذلك على أنها الأجهزة والوسائل المستعملة لتسيير إنتاج من معالجة وتبادل من أجل إتاحتها لمستعملها بسرعة وفاعلية، مثل الأجهزة السمعية البصرية وآلات التصوير والاستنساخ والتكلس والحاسب الالكتروني.

وهناك من يعرفها بأنها خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، التي يستعملها الإنسان في التحكم في المعلومات واستثمارها في مختلف المجالات⁴.

من خلال التعريفات السابقة نستنتج عنصرين هامين:

الأول: تكنولوجيا المعلومات هي حقل من حقول التكنولوجيا والتي تهتم بمعالجة المعلومات.

الثاني: التركيز على عمليات الاستقطاب، التخزين، والمعالجة المعلوماتية و عملية البث.

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات.

لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من تكنولوجيات بمجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

✓ تقليل الوقت: فالتكنولوجيا تجعل الأماكن متجاورة "إلكترونيا".

العبيدي محمد، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2009، ص19.¹

²Michel Paquin, Management of information technology, agency edition, Canada, 1990, p17.

³Roger Carter, information trchnology, made simple blooks, without place, London, 1991, p08.

قنديلجي، عامر إبراهيم السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق للنشر والتوزيع، 2009، ص38.⁴

- ✓ تقليص المكان: تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما كبيرا من المعلومات والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة.
- ✓ الذكاء الاصطناعي: إن من مميزات تكنولوجيا المعلومات تطور المعرفة وتقوية فرص تدريب المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- ✓ التفاعلية: أي أن مستعمل هذه تكنولوجيا يكون المستقبل والمرسل في نفس الوقت.
- ✓ قابلية التحرك والحركة: أي أن يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقله من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي، النقال ...
- ✓ قابلية التوصل: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المختلفة¹.

المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا المعلومات.

تعد تكنولوجيا المعلومات من أهم أنواع التكنولوجيا في الوقت الحاضر إذا أنها تتميز بتعدد أنواعها وقدرتها على الإنجاز وتتمثل أنواعها فيما يلي:

أولاً: تكنولوجيا التخزين والاسترجاع وتتمثل في:

أ/تكنولوجيا المصغرات الفيلمية:

ولقد ظهرت هذه التكنولوجيا نتيجة التشتت وعدم وجود الوثائق في مكانها وسوء عملية الحفظ، فيحتوي مصطلح المصغرات على الصور الشفافية الفيلمية والصور المعتمة وهي تتضمن معلومات نصية وخطية، وبهذا هي عبارة عن نتاج عملية التصوير الفوتوغرافي المصغر يصعب قراءتها بالعين المجردة فهي تحتاج إلى أجهزة قراءة².

ب/تكنولوجيا الحاسوب:

تعد تكنولوجيا الحاسبات واحدة من أهم تكنولوجيا المعلومات، وذلك لأنها قاسما مشتركا مع بقية تكنولوجيا المعلومات الأخرى من جهة، ولقد أصبح لها الفضل في سرعة الاسترجاع من جهة أخرى، بالإضافة إلى قدرتها الكبيرة على التخزين من جهة ثالثة، لذلك يعتبر الحاسوب أحد الركائز الأساسية في تكنولوجيا المعلومات حيث أصبح من السهل التعامل في خزن واسترجاع المعلومات داخل المكتبات ومراكز المعلومات لماله دور فاعل في تنفيذ إجراءات الخزن والاسترجاع³.

ت/ قواعد المعلومات وبنك المعلومات:

قواعد البيانات هي عبارة عن مجموعة من الملفات البيانات المترابطة منطقيا والمنظمة، بحيث يمكن الحصول على المعلومات بشكل تقارير بعد معالجتها بواسطة برامج تطبيقية

¹العتيبي لمرابزة، المرجع السابق، ص22.21.

²عفيفي محمود محمود، التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات، القاهرة: دار الثقافة، 1994، ص58.

³الjasم جعفر، تكنولوجيا المعلومات، عمان: دار أسامة، 2005، ص57.

تحافظ على عدم تكرار البيانات، وتنظيمها عبر برامج إدارة قواعد البيانات. أما بنك المعلومات فهي الشكل المتطور لمفهوم قواعد البيانات، فهي تعني تجميع منظومة متكاملة من المعلومات بعد التجميع والمعالجة وحفظها في حواسيب ضخمة ووضعها في مجال خدمة المعلومات بواسطة تطبيقات إدارة البيانات المختلفة¹.

ث/تكنولوجيا الأقراص المكنزة:

:CD-ROM

يمكن تعريف الأقراص المكنزة على أنها عبارة عن أقراص مسطحة مستديرة، فهي تعتمد على تكنولوجيا أشعة الليزر في تخزين المعلومات واسترجاعها، فهي تتميز بقدرة خزن كبيرة مع طول مدة استخدامها مقارنة مع الأقراص المغناطيسية².

ج/ أسطوانات الفيديو المكنزة التفاعلية :

يعد هذا النوع من الأسطوانات من أحدث المبتكرات في مجال تخزين المعلومات في جميع أشكالها حتى الآن، وتعمل هذه الأسطوانة CD-I كنظام موحد لمختلف أشكال المعلومات بما فيها النصوص والأرقام والرسوم والصور والموسيقى.

ثانيا: تكنولوجيا الاتصالات:

أ/ الهاتف:

يعد العمق التاريخي للهاتف بوصفه أداة اتصال لأنه الوسيلة الأولى والأقدم بمفهوم وسائل الاتصال المتعارف بها اليوم فقد تطور الهاتف عبر التاريخ حيث أدخلت إليه الوسائل الإلكترونية و الليزرية وذلك لتسهيل نقل المعلومات، وتعد المكتبات واحدة من بين المؤسسات التي استخدمت ومازالت تستخدم الهاتف في تقديم خدماتها.

ب/ الكابل المحوري:

هو نوع من أنواع تكنولوجيا الاتصالات حيث ساهم بشكل كبير في تأمين وصول البيانات والمعلومات، وهذا ما بالمكتبات ومراكز المعلومات إلى إدخال هذه التكنولوجيا ضمن خدماتها نظرا لإمكانيات التي تتمتع بها.

ت/ الأقمار الصناعية:

تعتبر الأقمار الصناعية من أهم وسائل الاتصال نظرا لما لها من مميزات تتمتع بها مقارنة مع وسائل، فهي عبارة عن محطة مصغرة في جسم متحرك، تعمل بواسطة الموجات الدقيقة، إذا استطاعت المكتبات ومراكز المعلومات أن تستفيد من الأقمار الصناعية في عدة مجالات منها:

¹ الخوري هاني شحاتة، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرون، مدخل تعريفى للتكنولوجيا

المعلومات، دمشق، مكز الرضا للكمبيوتر، 1998، ص32-38.

بن السبتي عبد المالة، التكنولوجيا الحديثة في المكتبات ومراكز المعلومات، قسنطينة، دار بهاء، 2001، ص57.

- إمكانية تبادل إعاره الوثائق بين المكتبات ومراكز المعلومات.
 - البحث في قواعد البيانات والمعلومات.
 - القيام بخدمات البث الانتقائي للمعلومات.
 - إصدار الدوريات والكتب في أماكن بعيدة.
- المطلب الرابع:** آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات.

إن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات قد أحدثت تطورات هائلة على مستوى المؤسسات، كما استطاعة هذه التطبيقات أن تغزو جميع المؤسسات العامة والخاصة على مختلف أنواعها فلا نكاد نجد أياً منها يخلو بشكل أو آخر من هذه التطبيقات، وسنسلط الضوء على آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال آثارها على جوانب مختلفة: التنظيمية، الاقتصادية، الاجتماعية.

1/ الآثار التنظيمية:

ان استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات المعاصرة خلق تحديات كبيرة تمثلت في مجالات عدة خاصة من الناحية التنظيمية. وهي كالاتي:

الاتجاه نحو المركزية أو اللامركزية:

في عام 1958 قدم كل من LEAVITET WHISLER تنبؤاتهم حول تأثير تكنولوجيا المعلومات على الفضاء التنظيمي للمؤسسات سوف تتجه نحو المركزية وذلك لأن وفرة المعلومات مقارنة بما كان متاح في السابق سوف يسمح للإدارة بأن تكون في قراراتها مركزية من خلال نظام المعلومات المركزي الذي يتواجد في المقر الرئيسي ويرتبط جميع أجزاء المؤسسة بشبكة اتصالات تتيح للإدارة نقل وتبادل العاملين فيها، ولكن هناك من يرى العكس أي أن استخدام الحاسوب سوف يدفع المؤسسات نحو التوجه إلى المركزية وذلك لأن الإدارة لا تستطيع التغلب على المشاكل الناتجة عن كمية المعلومات التي ستولدها تكنولوجيا المعلومات¹.

تقليص حجم الوظائف والمستويات الإدارية:

عملت تكنولوجيا المعلومات على زيادة التوافق بين الوظائف وبالتالي اختيار الموارد المؤهلة الكفاءة، تدريبها وتقييم أدائها وتخطيط مسارها الوظيفي، وعملت تكنولوجيا المعلومات على زيادة التوافق بين الوظائف وبالتالي اختيار الموارد المؤهلة الكفاءة، تدريبها وتقييم أدائها وتخطيط مسارها الوظيفي، وإدارة الرواتب وتحسين نوعية وظروف العمل،

الجاسم جعفر، نفس المرجع السابق، ص 63.¹

كما أسهمت من زيادة كفاءة عملية الاتصال وتحسين عملية التحفيز والدفاعية لدى الأفراد، أما فيما يتعلق بتقليص عدد المستويات الإدارية فقد أشار HANDOL وأبده LUCAS بأن ازدياد قدرات الإدارة في الحصول على معلومات بالسرعة والدقة الملائمة من خلال الاعتماد على أنظمة المعلومات المحسوبة التي تساهم في تقليل الاعتماد على الإدارة الوسطى، وبالأخص ظهور شبكات الاتصالات المحلية والدولية التي تساهم من زيادة حجم نطاق إشرافهم وأن زيادة حجم نطاق الإشراف يؤدي لتقليص دور الإدارات الوسطى.

2/ الآثار الإجتماعية:

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لا تمنحنا فقط أساليب مختلفة للعمل والتفكير والترفيه، بل أنها تقدم لنا الخيارات الأخلاقية المختلفة، والتحويلات الثقافية التي تنعكس وتساعد في توجيه السلوك والتصرفات، مما يخلق آثار على البنيان المجتمعي والبناء العتميمي ويترتب على استخدام تكنولوجيا المعلومات هذا يخلق آثار متعددة منها:

- الآثار المتغلبة على العملية التربوية والتعليمية وتطوير البحث العلمي والتقني وما يترتب على ذلك من خلق فلسفة جديدة في الانفتاح والتعاون الدولي في مجال المعلومات.
- كيفية تميز هذه التكنولوجيا في حل المشكلات وتخفيف المعاناة التي يتعرض لها الأفراد.
- القياسات الحيوية والعمل على مكانة الجريمة.
- تشجيع السلوكيات الجديدة من المطالبة بالمساواة والعدالة الاجتماعية وحرية التعبير¹.

3/ الآثار الاقتصادية:

تحت تأثير عصر المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات تغيرت عدة مفاهيم، فقط أصبح الرأسمال الفكري أهم نسبيا من الرأسمال المادي، وأصبحت المعلومات قوة وثورة تضفي على العمل قيمة مضافة لأن الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثورة بتنقلها السريع عكس منتجات الاقتصاد الزراعة والصناعة ولعل الآثار الاقتصادية الناجمة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات تتمثل في استخدام الحاسب الالكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، حيث كان لتطور استخدام هذه التكنولوجيا وما ذلك، كما تتميز هذه الآلات من انخفاض في مستويات أسعارها والسهولة في تشغيل وصيانة وضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل بالإضافة إلى قابليتها للتوسع وتطابق أنظمة الحاسبات المختلفة، وأهميتها في تعمير مفهوم المركزية واللامركزية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة بالإضافة إلى قدرتها على تخزين الكم الهائل من المعلومات وإسهاماتها للمؤسسة ودقة إنجاز المهام والوجبات المطلوب

بن السبتي عبد المالك، نفس المرجع السابق، ص 60.¹

المبحث الثالث: وسائل التكنولوجيا الحديثة.**المطلب الأول: الشبكات المعلوماتية.**

تتمثل هذه الشبكات في الانترنت والانترانت والاكسترانت التي يتم التطرق إليها بشيء من التفصيل على النحو التالي:

1/شبكة الانترنت: الشبكة الدولية للمعلومات

ان ظهور الشبكات الواسعة في عام 1922 كان بداية مرحلة جديدة في ثورة الشبكات التي لم تتوقف عند هذا الحد، وكان أعظم نتائجها ظهور الانترنت التي انتشرت في جميع أقطاب هذا العالم وجعلته قرية صغيرة، ومن المؤكد أن آمال القائمين على تطوير الشبكات الكمبيوتر لن تتوقف عند هذا الحد، فقد ظهرت بعض الدراسات والبحوث التي تمثل توجهات الارتقاء لشبكات الكمبيوتر ان ما يحاكي الشبكة العصبية للإنسان من حيث الفاعلية والاستجابة، وقد استخدمت الانترنت بشكل واسع في العمليات التجارية بالمؤسسات وفتحت لها مجالاً واسعاً لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها بكلفة أقل، وفي الوقت المناسب، ويعتبر الإتصال بالزبون الحصول على آرائه واستفساراته من أحسن الأمثلة على ذلك.

كما سمحت للمؤسسات اختيار الجغرافية وذلك عن طريق التبادل التجاري عن طريق الانترنت والذي ادى بالعديد من المؤسسات لزيادة سرعة وصولها الى الاسواق العالمية¹.

تعريف الانترنت:

ظهرت الانترنت في بداية سنة 1969 كنتيجة بحث لوكالة مشاريع البحث المتقدم Arpanet التي كانت ممولة من طرف وزارة الدفاع الأمريكية وكانت تربط بين مجموعة قليلة من الحواسيب في عدد قليل من المناطق الو. م. أ وفي منتصف الثمانينات أنشأت المؤسسة الوطنية للعلوم بالولايات المتحدة الأمريكية (usnsf) شبكة سميت (nsf)

اعتمدت التكنولوجيا المستعملة في (ARPANET) واتسعت لتربط الشبكات الصغرى في جميع أنحاء الو. م. أ وتمويل من المؤسسة الوطنية للعلوم ومشاركته بدأت شبكة NSF بالإتباع بشكل كبير تربط بين آلاف الحواسيب في مؤسسات البحث والجامعات والمعاهد والدوائر الحكومية والصناعات الخاصة².

اشتق مصطلح الانترنت من الكلمتين الانجليزي يتيل network أي الشبكة العالمية وهي شبكة عالمية تسمح للمؤسسات والأفراد بالاتصال فيما بينهم عن طريق مجموعة

عفيفي محمود محمود، نفس المرجع السابق، ص70¹.

²شاذلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007-2008، ص18-19.

الشبكات والحواسيب وهندسة بناءها تسمى "الزبون المزود" وهذا يعني أن الحواسيب ترسل معطياتها "المزود" باتجاه حواسيب مجهزة ببرامج التصفح والطرق المستعملة قد تكون مختلفة "خط هاتفي، ارتباط بالأقمار الصناعية، الأسلاك الأرضية". ويمكن تعريفها على أنها "شبكة" دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي تنظم بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة في جميع أنحاء العالم¹. توفر الانترنت العديد من المزايا ومن أهمها:

- تسهيل العلاقة بين المؤسسات من خلال تطوير تدفق المعلومات، وتحسين وزيادة فعالية العمل لزيادة الإنتاج.
 - تمكين المؤسسة من تجهيز طلبات الشراء للموردين وعرض منتجاتها للعملاء عن طريق قوائم البيع بطريقة لم تكن متاحة من قبل، وتوفير خدمات التسويق الالكتروني.
 - اشتغال الانترنت على آلاف المجالات والنشرات الاخبارية الالكترونية في مواضيع اقتصادية، ثقافية سياسية.
- خدمات الانترنت:**

تعتبر شبكة الانترنت ابداعا تكنولوجيا في عصر الاتصالات فالعمود الفقري للمؤسسات هو الاتصال سواء الداخلي أو الخارجي، هو الذي يسمح بتبادل الموارد المادية والمالية من المحيط. وفيما يلي عرض لأهم خدمات الانترنت².

1/ خدمة البريد الالكتروني: تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال رسائل الكترونية من وإلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم، ويتميز البريد الالكتروني عن البريد العادي المألوف بعدة مميزات كالسرعة والتكلفة في الاتصال، أمن وحفظ الرسائل السرية في الاتصال.

2/ خدمة مجموعة النقاش: مبدأ العمل في هذه الخدمة هو استخدام البريد الالكتروني في كل رأي يدلي به ويوزع فوراً لبقية المشاركين، ولكل واحد منهم الحق في الادلاء برأيه أو عدم الرأي.

3/ خدمة الاتصال المباشر: تمكن هذه الخدمة من استخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصال مباشر بين الافراد المؤسسة، بغية خفض تكلفة الاتصالات خصوصا منها الخارجية من المنطقة الهاتفية مستفيدة بذلك المؤسسات من عقد لقاءات عبر الشبكة مع الزبائن أو كلاهما

¹ طارق طه، نظم ودعم القرارات في بيئة العولمة والانترنت، دار الحرمين للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008، ص462.

² النعاس صديقي، أهمية نظم المعلومات في تدعيم الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة، 2005، ص64-65.

أو مورديها أو فروعها الموزعين جغرافيا في مناطق متعددة، ويمكن تصور تركيبة شبكة الانترنت على ضوء المخطط الآتي الذي يبين تفاصيل عن ثلاثة مجالات متفاعلة مع بعضها البعض وهي المعلومات وحواسيب الاتصالات.

وتتميز شبكة الانترنت بثلاث خصائص رئيسية هي:

* **شبكة الشبكات net work of netubrck**: بمعنى أن الانترنت هي شبكة واسعة النطاق تضم بداخلها مجموعة الشبكات الحاسبة الآلية سواء عامة أو خاصة.

* **مستخدمي شبكة مجهولين ACONY MONS USERS**: نظرا لأنها شبكة دولية يتعامل معها مستخدمون من مختلف دول العالم، وبالتالي فهم مجهولين لبعضهم البعض. * ذات قدرات غير محدد ويقصد بذلك أن أداء الشبكة لا ينخفض بزيادة عدد المستخدمين، فهذا العدد لا يمكن التحكم فيه¹.

2/شبكة الانترنت:

وهي شبكة داخلية محلية تربط مجموعة موظفي المؤسسة نفسها سواء كانوا في موقع واحد أو في مواقع مختلفة من أجل تسهيل الاتصال وتسيير عملهم، حيث تمنح الانترنت واجهة موحدة على سطح الكمبيوتر لكل المستخدمين، وهي وسيلة سهلة لتقاسم ومشاركة المعلومات داخل المؤسسة².

كما تعرف أنها يتم تصميمها لمقابلة احتياجات العاملين في المؤسسة من المعلومات وتتضمن عدة معلومات مثل الأرقام الهواتف، عناوين البريد الإلكتروني للعاملين بالمؤسسة، أو خدمات الرعاية الصحية أو أنواع البرامج التدريبية أو أسعار المنتجات، ويلاحظ أن الجماهير خارج المؤسسة تقوم بتصميمها لاستخدم خاص بأعضائها العاملين لها فقط، وهي تساعد المؤسسات الأعمال المعاصرة في عدة مجالات³.

ومن أهم المزايا الأساسية التي تتمتع بها شبكة الاتصال الداخلية الانترنت:

- الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي أو فور حدوث الحدث المتعلق بها.

- رفع كفاءة عملية الاتصال واتخاذ القرار.

- المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يساهم في تسريع عملية التشغيل.

وباختصار يمكن القول إن وجود هذه الشبكة سوف يؤدي إلى تخفيض التكاليف ويساهم في تنسيق وإدارة عمليات المؤسسة وزيادة قدراتها التنافسية فهي شبكة محسوبة داخل المؤسسة الواحدة مستندة في عملها ومعالجتها على تكنولوجيا الانترنت أو الشبكة العنكبوتية

¹بشير أوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الإيصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية الزعمومية

الجزائرية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012، ص39.

شاذلي شوقي، نفس المرجع السابق، ص18.

ثابت عبد الرحمان إدريس، نفس المرجع السابق، ص497.

ومعاييرها بالرغم من أن الانترنت والانترانت لها نفس مبدأ العمل. إلا أن الكثير لا يستطيع أن يميز بينهما ولذلك فالجدول يبين أهم الفروقات الأساسية بينهما¹:

الجدول رقم 05

أهم الفروقات بين الانترنت والانترانت:

INTRANET	INTERNET	الفروقات
- هوملك المؤسسة التي تستخدمه - وصول الاشخاص المسموح له فقط. - تحتوي على المواضيع، المعلومات الخاصة بالمؤسسة.	- غير مملوك لأحد - أي شخص يستطيع الوصول اليه - يحتوي كل المواضيع، المعلومات المختلفة المتعددة.	الملكية الوصول المحتوى

/شبكة الاكسترانت:

تعد الاكسترانت نتاج التزاوج بين كل من الانترنت والانترانت، فهي شبكة الانترنت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسات المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها، بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة بالمرور عبر الجدران النارية وهي تركيبة من الأجهزة أو البرامج التي توفر نظاما آمنا أو تستخدم عادة لمنع الوصول غير المصرح به من خارج شبكة الاتصال الداخلية أو الانترنت التي تمنح ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة أو على الأقل جزء منها وقد يكون هناك شركاء الأعمال موردين أو موزعين أو مراكز الأبحاث تجمعهم شركة العمل في مؤسسة واحدة².

و تستخدم شبكة الاكسترانت تقنيات الانترنت في ربط المسؤولين داخل المؤسسة بأطراف من خارج المؤسسة ونظرا لكونها شبكة خاصة، فهي تتطلب إدخال كلمة سر حتى تتمكن من الدخول إليها والتعامل معه، وذلك بغية حماية بياناتها فتكنولوجيا الاكسترانت تحقق مفهوم المؤسسة الواسع باعتبارها متفتحة على الخارج³.

والمزايا الرئيسية لاستخدامات الاكسترانت هي:

مراد ادريس، نفس المرجع السابق، ص47¹.

شادلي شوقي، نفس المرجع السابق، ص21².

طارق طه، نظم المعلومات والحاسبات الآلية، نفس المرجع السابق، ص492³.

- أداة قادرة على زيادة فاعلية العمليات التشغيلية والصفقات.
- عامل معهم في تخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات والسرعة في نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التزويد.
- تتميز هذه الشبكة بأنها توفر الأمن المطلوب داخل الشبكة لتبادل المعلومات الخاصة بين الشركاء مع بعضها ووضع الصلاحيات في تبادل هذه المعلومات بينهم¹.

المطلب الثاني: وسائط التخزين (تكنولوجيا وسائط التخزين).

تطور العلم ومد الانسانية بعدة وسائط للتخزين " البيانات والمعلومات " والرجوع إليها مرة ثانية أو أكثر، سواء كانت وسائط بيانية مكتوبة أم مسموعة أم مرئية وتفوقت قدرات تلك الوسائط من حيث السعة وسهولة الاستخدام والسرعة والتكلفة بداية بألة التصوير التي صنعت عام 1890، مرورا بأسطوانة الكاتب التي تم اختراعها في عام 1887، انتهاء بالوسائل الالكترونية ومن ثم بالأقراص الضوئية ذات السعة المهولة والتي تعتمد على تكنولوجيا الرقمية.

1/ نشأة وسائط التخزين:

في عام 1801 اخترع العالم الفرنسي "جوزيف ماري جاكار " النول الميكانيكي لنسج القماش ذو الرسومات المختلفة وباختراع ذلك ظهرت البطاقة المثقبة التي استخدمها "هيرمان هوليريت " في تخزين البيانات والمعلومات حيث جعل لكل نموذج تعدادا يرمز له على شكل ثقب في البطاقة وذلك يمكن الإنسان من قراءة البيانات وطبع الورق دون تدخل منه، وفي عام 1887 تم اختراع القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت، وفي عام 1894 تم اختراع الفيلم السينمائي مقاس 35 سم.

وفي عام 1956 تم صناعة أول جهاز فيديو كاسيت وصار له أقراص تسمح بتخزين كميات ضخمة من المعلومات بالصوت والصورة .

إن تقنية التخزين المغناطيسي التي بدأت في الستينات بالأقراص المرنة Floppy Disk

مراد إدريس، نفس المرجع، ص48.¹

والصلبة Hard Disk ثم الأشرطة المغناطيسية ذات سعة التخزين الضوئي بوسائلها المتعددة التي تحفظ البيانات على نوع من الأقراص المدبجة ذات سعات أكبر للتخزين البيانات الرقمية.

وقد ظهرت أقراص الليزر في عام 1979 تعاون امريكي ياباني، وفي عام 1981 ظهرت أقراص السعة الالكترونية بواسطة شركة RCA الامريكية¹.

2/ تقسيم وسائط التخزين:

تم تقسيم وسائط التخزين الى 3 أقسام وكل قسم ينقسم إلى أقسام فرعية:

أولاً: وسائط تخزين خاصة بكمبيوتر.

وتنقسم إلى وحدتين رئيسية ومساعدة:

1/ وحدة التخزين الرئيسية: وهي التي تحفظ فيها البيانات الجاري التعامل معها ومعالجتها أثناء تشغيل الجهاز وتسمى ذاكرة الوصول العشوائية أو ذاكرة القراءة والكتابة ويوجد منه عدة ذاكرات منها ما هو للقراءة فقط بدون تغير فيها ويحفظ فيها البيانات بشكل عام وهناك ذاكرة قراءة قابلة للبرمجة والتي تتيح للمستخدمين تخزين برنامجهم كمرة واحدة، وهناك ذاكرة قراءة قابلة للبرمجة والمحو والتي تتيح للمستخدم برمجتها أكثر من مرة.

2/ وحدة تخزين مساعدة:

مهمتها القيام بأعمال التخزين الدائم وتستخدم فيها الأسطوانات المرنة والأسطوانات الثابتة والشرائط الممغنطة وتسمى هذه الوحدات بوحدات التخزين الخارجية وتنقسم إلى قسمين مغناطيسية وضوئية.

أ/ الشرائط المغناطيسية:

وتستعمل لتخزين كمية كبيرة من المعلومات وهي أرخص أنواع وحدات التخزين، وتسجل البيانات فيها على هيئة بقع مغناطيسية وبطريقة تماثل أشرطة التسجيل الصوتية، تتيح تخزين وإعادة البيانات فيه، ويمكن مسح بياناته مع إعادة التسجيل عليه مرة أخرى.

- **الأقراص الممغنطة:** تستعمل لتخزين المعلومات والبرامج عندما لا تكون مستعملة.

- **الأقراص المرنة:** وتتكون من أقراص بلاستيكية مطلية بمادة يمكن التسجيل على وجهي

الشريط أو على وجه واحد منه، تتراوح سعته من 320 إلى 1. وقد تصل إلى 2. 27.

¹ عبد الباسط محمد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيون، المكتب الجامعي الحديث، مصر،

- الأقراص الصلبة: تتكون هذه الأقراص من قرص أو مجموعة من الأقراص مثل الأقراص المرنة ولكنها صلبة وتسجيل المعلومات على كلا وجهي الأقراص، وتتميز سرعتها على الأقراص المرنة، وتكون ثابتة في الحاسوب، وتتراوح سعتها من 20 وقد قامت شركة توشيا اليابانية بدمج قرص صلب خمس جيجا بايت داخل بطاقة الكمبيوتر أكبر من تلك تفرها الأقراص الرقمية التي تستطيع تخزين 4.7 جيجا بايت من البيانات.

ب/ الأقراص الضوئية: وتسمى أيضا بالأقراص المدبجة حيث يستعمل شعاع الليزر في التسجيل، وهو عبارة عن وحدة تخزين يمكن قراءتها فقط وقدرة تخزين هائلة فالقرص الواحد قطره خمسية بوصة وسعته التخزينية حوالي 5 ملايين بايت

ثانيا: وسائط تخزين خاصة بالتسجيلات الضوئية.

وهو ما استحدث من أجهزة تسجيل رقمية حيث تم استحداث نظام الشفرة الزمنية لأجهزة التسجيل الرقمية وكذلك استحداث أجهزة الكاست الرقمية المضغوطة وهو عبارة عن نظام تسجيل صوتي يتم على شرائط الكاسيت المضغوطة رقميا.

ثالثا: وسائط تخزين خاصة بالتصوير المصغر " الميكرو فيلم " .

وتسمى بالمصغرات الفيلمية لأنها ناتجة عن تصغير موارد ثقافية مختلفة كالكتب والدوريات والخرائط، وتحفظ تلك البيانات في تلك الأفلام لمدة زمنية معينة قد تصل إلى 500 سنة¹.

المطلب الثالث: الحواسيب الالكترونية.

إن الحاسب الآلي عبارة عن إلكترونية مصممة بطريقة تسمح باستقبال البيانات وتخزينها ومعالجتها، بحيث يكون إجراء جميع العمليات البسيطة والمعقدة بسرعة، والحصول على نتائج هذه العمليات بطريقة آلية ويتم تحويل البيانات إلى اللغة التي يتعامل بها الكمبيوتر مثل " كوبل " و " فورتران " ويتكون الكمبيوتر من عدد من الأنظمة الالكترونية المعقدة يقوم كل منها بوظيفة خاصة².

مكونات الحاسوب:

يتكون الحاسوب من أربعة عناصر رئيسية بغض النظر عن نوع الجهاز:

1/ وحدة الإدخال:

حسن عماد مكاي، نفس المرجع السابق، ص 85¹.

²محمد سيد فهمي، هناك حافظ بدوي، تكنولوجيا الإتصال والخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ص 230.

إن الإدخال هي العملية التي يتم فيها تزويد الحاسوب بالبيانات، والجدير بالذكر إن وحدة الإدخال الرئيسية كانت عام 1981 عندما أطلقت الشركة أول حاسوب شخصي كان المدخل للوحة المفاتيح، أما الآن ومع التطور التكنولوجي لتلك الحواسيب والوسائط أصبحت بالعثرات ونذكر منها ما يلي: لوحة المفاتيح، الفأرة، الأقراص المرنة بأنواعها المختلفة الأقراص المدبجة، المايكروفون، أجهزة الفلاش الإلكترونية، الكاميرات الرقمية، الفاكس، المودم، الماسحات الضوئية، الأقلام الإلكترونية¹.

2/ وحدة المعالجة المركزية:

في هذا الجزء تحدث أهم وأعقد العمليات في الحاسوب الذي يكون مسؤول عن تلقي البيانات والمعلومات من أجهزة إدخال البيانات، وإجراء العمليات عليها وبعد ذلك توجيهها إلى وحدة المعالجة المركزية في الحاسوب من جزئين رئيسيين هما:

:Ram

ذاكرة الوصول العشوائي، وهي المكان المؤقت المستخدم لتخزين البيانات والنتائج أثناء إجراء العمليات، حيث تعبئ البيانات أو المعلومات في الذاكرة، وفق ترتيب وتنظيم دقيقين ثم تجرى عليها المعالجة اللازمة بواسطة وحدة الحاسب والمنطق والتي تقوم بتوجيه تلك البيانات إلى جهاز المخرجات المناسب.

:Rom

من الذاكرة هي نوع المتطاير بمعنى أنها لا تحتفظ بالبيانات في حال قطع التيار الكهربائي ولهذا فإنها تستخدم لتخزين المعلومات التي تحتاج للاحتفاظ بها لوقت طويل أو بشكل دائم كما تحتوي الذاكرة الرئيسية على حيز صغير يسمى ذاكرة القراءة.

:ALU

وحدة الحساب والمنطق وهي المسؤولة عن إجراء العمليات وتوجيه ومراقبة وتنسيق عمل الوحدات المختلفة والمكونة للحاسوب².

3/ وحدة تخزين البيانات Stokage:

إن وحدات تخزين البيانات في الحاسوب هي المسؤولة عن الاحتفاظ بالبيانات بشكل دائم لتسهيل وضمان استرجاعها في أي وقت، إن هذا النوع من وحدات التخزين له ذاكرة دائمة من النوع الثابت غير المتطاير، وتنقسم وسائل التخزين المستخدمة في هذه الوحدات من

فيصل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، نفس المرجع السابق، ص137.¹

فيصل دليو، نفس المرجع السابق، ص139.²

حيث طبيعة المادة المستعملة في صنعها إلى وسائل ممغنطة مثل القرص الصلب والقرص المرن، والوسائل الضوئية مثل الأقراص المدمجة.

4/ وحدة الإخراج Out put:

هي نتائج العمليات التي تجريها الحاسوب على البيانات المعطاة وتعد الشاشات العادية والطابعات من ضمن الأجهزة التي تنفذ العمليات التقليدية.

أنواع الحاسبات الآلية:

تتنوع الحاسبات حسب الطريقة المتبعة في تصنيفها وتوضح فيما يلي أنواع الحاسبات من حيث:

أ/ الغرض من استخدامها: وتنقسم إلى:

✓ **حاسبات عامة الغرض:** وهي حاسبات التي يتم تصميمها لكثير من الاستخدامات العملية والتجارية والاجتماعية، ويمكنها حل مجموعات متعددة من المشكلات مثل الحاسبات التي تستخدم في الهيئات والمؤسسات الحكومية أوفي البنوك أوفي المدارس والجامعات.
✓ **حاسبات محدودة الغرض:** وهي أنواع من الحاسبات صممت لأداء عملية معينة أو عدد من العمليات، ولا ينصح استخدامها خارج هذه العملية، مثل تلك المصممة لأغراض حربية أو طيران أو قياس الحرارة.

ب/ حسب طريقة أدائها: وتنقسم إلى:

✓ **حاسبات رقمية:** وهي الحاسبات المتعارف عليها في المؤسسات التجارية والدوائر الحكومية، وهو ينتمي في الغالب إلى الحاسبات عامة الغرض مثل الحاسب الذي نراه في مكاتب حجز التذاكر، وسميت بهذا الاسم لأنها تعمل بأسلوب خاص وهو نظام لترميز البيانات ويحول الأرقام والأحرف إلى الرقم 0 أو الرقم 1.

✓ **حاسبات قياسية:** وهي تنتمي في الغالب إلى الحاسبات محدودة الغرض وهولا يعتمد على ترجمة البيانات إلى رموز وإنما يعتمد على عملية القياس في أدائه لعمله، فهو يستطيع قراءة البيانات المتعلقة بظواهر طبيعية كالحرارة والضغط والسرعة من مصدرها مباشرة¹.

ت / حسب حجمها وتنقسم إلى:

✓ **الحاسبات الكبيرة:** والتي ظهرت في بداية الخمسينيات وكانت كبيرة الحجم وقليلة السرعة وباهظة التكاليف، ثم تطورت بشكل كبير من حاسبات تستخدم الصمامات

¹ خالد محمد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلومات، دار أمين للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة، 2005

المفرغة والدوائر الإلكترونية إلى حاسبات التي تستخدم دوائر الترانزستور، وأخيرا استخدمت شرائح السيلكون في صناعة الذاكرة¹.
✓ الحاسبات المصغرة: والتي ظهرت في الستينات عندما استخدمت الدوائر المتكاملة بدلا من الترانزستور في صناعة الحاسبات مما أدى إلى تقليل حجمها، فقد استخدمتها المؤسسات بدلا من الحاسبات الكبيرة.

✓ الحاسبات المصغرة: وهي التي تسمى الحاسبات الشخصية Personal computers وظهرت في بداية الثمانينات وتوجد عدة أنواع منها الحاسب المنزلي، والحاسب الشخصي الحاسب المحمول، حاسب المفكرة².
تطور الحاسبات الإلكترونية:

تطور الحاسب الإلكتروني كجهاز بلغ الدقة ل الحاسب الإلكتروني كجهاز بلغ الدقة لإجراء العمليات الحسابية والمنطقية على مدى عدة أجيال حيث ارتبط كل جيل بمستحدثات تكنولوجية جديدة إضافة إلى الحاسبات مزيدا من الكفاءة والوظائف المستحدثة، ويتم تصنيف هذه الأجيال المتعاقبة إلى خمسة أجيال هي كالاتي:

الجيل الأول: ظهر الجيل الأول من الحاسبات عام 1948 وسمي الحاسب Entac وكان يعتمد على الصمام الإلكتروني، بحيث يتكون جسم ثقيل الوزن ويشغل حيزا كبيرا ويستهلك طاقة كهربائية، وبعدها تكونت أول شركة لإنتاج الحاسبات على مستوى التجاري باسم UNIVAC³.

وفي هذه الفترة انتقلت الحاسبات من استخدام التجهيزات الميكانيكية إلى المكونات الكهربائية وظهرت فصائل متتالية من الحاسبات أطلق عليها أسماء مختلفة كالحاسبات الكهروميكانيكية والحاسبات التناظرية، والحاسبات الكهربائية، حتى تم الوصول إلى الحاسبات الرقمية، ولقد اتسمت حاسبات هذا الجيل بضخامة الحجم والبطء النوعي في المعالج⁴.

الجيل الثاني: ظهر الجيل الثاني من الحاسبات عام 1958، حيث أدى استخدام العناصر الإلكترونية الحرارية الشبه موصلة للترانزستور في بناء دوائر الأجهزة الحاسبة كبديل

¹ نفس المرجع السابق، ص34.

² صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي، مذكرة لنيل ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة خيضر، 2011-2012، ص39.

³ إياد شاكر البكري، نفس المرجع السابق، ص133.

⁴ محمد محفوظ، نفس المرجع السابق، ص137.

لاستخدام الصمامات المفرغة¹. ما أدى الى ظهور حاسبات أقل حجما وأكثر كفاءة وأقل في الأعطال².

الجيل الثالث: أما الجيل الثالث من الحاسبات فقد ظهر في عام 1964، واستخدمت فيه شريحة سيلكون واحدة، وحلت محل العديد من الوحدات الترانزستور والعناصر الالكترونية الدقيقة، وفيه انخفض معدل استخدام الطاقة الكهربائية مع اتساع القدرة على التخزين واتساع الطاقة الحسابية³. واستخدمه الذرات الالكترونية المدمجة وبعد تطوير المواد فوق الموصلة وأشبه الموصلات الحرارية، مما سمح بتحصيل مرد ودية وأداء هذه الحاسبات.

الجيل الرابع: حيث يمثل الحاسب الشخصي الجيل الرابع والذي في بداية الثمانيات، وهو يتمتع بصغر الحجم وسهولة التشغيل وقابلية الربط مع حاسبات أخرى أو وسائل اتصال مغايرة مثل الهاتف والتلفزيون والفاكس⁴.

الجيل الخامس: وتعتمد على عدة تقنيات ومستحدثات جديدة أضافت لعالم الحاسبات أبعادا جديدة تتمثل في الذكاء الاصطناعي، والنظم الخبرة ونظام المساعدة في اتخاذ القرار وتحويل الرسالة المنطوقة إلى رسالة مطبوعة أو الرسالة الخطية إلى رسالة مطبوعة والترجمة الآلية للغات⁵.

استخدامات الحاسوب:

يستعمل الكمبيوتر كوسيلة للشبكات المعلوماتية في مجال الاتصال الشخصي والجماهيري من خلال العديد من التطبيقات الالكترونية معالجة الكلمات والنصوص مع إتاحة متابعة مرئية مباشرة وواضحة لها، وإمكانية التعديل والتصحيح وإعادة الترتيب الجزئي أو الكلي للمادة وكذا تخزينها بسهولة كبيرة⁶. الاتصال والدرشة عبر شبكات المعلومات داخل المؤسسات أو بينها أو بين محيطها الخارجي، بالإضافة لأعمال التوظيف والتشغيل الذاتي لوسائل الاتصال حيث يلعب الحاسب الالكتروني دورا مهما في عملية المونتاج للبرامج التلفزيونية وأفلام السينما وتركيب الصور وتصميم الرسوم وتحسين أدائها باستخدام نظم معلوماتية تسمح بتخزين رسوم جاهزة وتعديلها وسهولة معالجتها⁷.

¹ فيصل ديليو، تاريخ وسائل الاتصال، ص 137.

² محمد محفوظ، المرجع السابق، ص 135.

³ إباد شاكر البكري، المرجع السابق، ص 91.

⁴ فيصل ديليو، المرجع السابق، ص 137.

⁵ محمود محفوظ، مرجع سابق، ص 136.

⁶ فضيل ديليو، نفس المرجع السابق، ص 143.

⁷ صليحة شاوش، نفس المرجع السابق، ص 139.

الفصل الثاني

تمهيد :

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع المدخل النظري لهذه النظرية، وذلك لأن خصائص وسائل الاتصال والإعلام الجديدة وفي مقدمتها الإنترنت تعزز قروض ومفاهيم النظرية، فالتفاعلية مثلاً وهي ميزة من مميزات وسائل الاتصال والإعلام الحديثة عززت مفهوم الجمهور النشط الذي تفترضه نظرية الاستخدامات والإشباع، وتكمن أهمية نظرية الاستخدامات والإشباع بالنسبة إلى هذه الدراسة في دوافع المبحوثين المستخدمين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، وكذا الإشباع التي يحققها لهم هذا الاستخدام.

المبحث الأول : ماهية الاستخدامات و الإشباع

المطلب الأول : تعريف نظرية الاستخدامات:

يعرف الاستخدام في اللغة : من استخدم استخداما، أي اتخذ خادما ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام¹.

ويعرفه فرونسوا لو كوياديك françois le coadic بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم فحينها يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات الفرد وعاداته يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام².

مع تطور التكنولوجيا بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة غلب التوظيف مصطلح الاستخدام أو الاستعمال في أحيان أخرى وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم user التقنية، الآلة، وما يطبع هذه العلاقة من التفاعل ومشاركة وما قد يؤدي في المستقبل من اندماج بين الآلة والإنسان، ويعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا في المعلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أنه ربما يرضي احتياجات المستفيد أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل، ويتخذ مصطلح الاستخدام في مجال الإنترنت مفهوميين هما كالتالي :

الاستخدام العام: وهو الدخول إلى شبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام .

الاستخدام الخاص: وهو الاستخدام المتخصص يكون في غالب الأحيان في إطار عمل³.

المنجد في اللغة والإعلام، ط92، منشورات دار المشرق، بيروت، 6891، ص171.

فضيل دليو، الإتصال مفاهيمه ووسائله، دار النشر والتوزيع، 2003، ص119.

³ عبد الحميد بلعباس، إتاحة وإستخدام المعلومات الإلكترونية، دار الإستخدام المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا، بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة ماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة، 2005-2006، ص7.

كما عرف لا كروا la croix الاستخدامات على أنها أنماط تظهر وتبرز بصورة منتظمة، فهي تشكل عادات مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقاً، وتعيد نفسها وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها¹.

أما الإشباع في اللغة : فهي مأخوذة من الشبع بفتح الشين وفتح الباء والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاك في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيع الغزل أي كثيره، وشبيع العقل أي وافر، والتشبيع من يرى أنه شبعان وليس كذلك².

فالإشباع كلمة تدل على الحال الذي يتم فيه إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع ويعني في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فتراكم التنبيه يحدث إحساس بالألم ويدفع الجهاز الذهني إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة³.

ويرتبط مفهوم الإشباع ارتباطاً وثيقاً بالدافعية في كل الميادين كانت، مهنية أو نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو علمية، نظراً لكون هذه العمليات النفسية كلها تتابع استمرارياً، فالحاجات سبب نتيجة الدوافع، والدوافع سبب نتيجته السلوك والسلوك سبب نتيجته الإشباع أو عدم الإشباع، كما أن الإشباع نتائج كثيرة ومتنوعة حيث يتدخل الإشباع في تحديد شعور الفرد

¹ عبد الوهاب بوخلفة، التلميذ المدربة والمعلم وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، التمثيل والاستخدامات، أطروحة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 1، 2007، ص35.

² المنجد في اللغة والإعلام، مرجع سابق، ص273.

³ لخضر بن غنام، الإشباع الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات، دراسة ميدانية على عمال التربية بمقاطعة صالح باي، ولاية سطى، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2006، ص80.

بالرضا أو الإحباط عن طريق تعيينه للنسبة الحاجيات التي لقيت الإشباع عند الفرد وبين الحاجيات التي لم تلقى الإشباع¹.

وعليه يمكن تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباع على أنها تلك النظرية التي تستخدم لفهم الأسباب أو الدوافع التي تدفع الجمهور لاستخدام وسائل الإعلام، ويوضح كاتز ورفاقه Katzetal، أن نظرية تفترض أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام ولديه هدف يسعى لإشباعه وأن الجمهور في هذا الحال يكون واع بحاجاته ويختار وسائل الإعلام التي تشبع هذه الحاجات، وبرغم تانكارد tankrad أن هذه النظرية تمثل منظورا نفس الاتصال الجماهيري، ولهذا يذكر روبين rubin أن الهدف الرئيسي لنظرية الاستخدامات و الإشباع يتمثل في دراسة الحاجات النفسية التي تؤثر على سلوك الجمهور قيما يتعلق باستخدام وسائل الإعلام، كما يؤكد روجر ruggiero على أن هذه النظرية تستحق التقدير والاحترام مع الزمن لأنها قادرة على التكيف ليس فقط مع وسائل الإعلام التقليدية ولكن أيضا مع وسائل الإعلام الحديثة مع الإنترنت².

المطلب الثاني : نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

إن البحث حول استعمال وسائل الاتصال تحت عنوان الاستعمالات والرضا أو الاستخدامات والإشباع User and gratification جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف

على ماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟ بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟³

ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال " هيرتا هيرزج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات هي (التنافسية، تربية، التقدير الذاتي، رياضية، إشباع

سميح عاطف الزين، علم النفس، معرفة النفس الإنسانية، ط1، دار الكتاب، بيروت، 1991، ص119.¹

²Jhas, sunde rstanding internet usage patterns, amony students in a nitheastem state if india, icfai journal of marketing management, vol , 7,10

فضيل دليو، الإتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص30.³

مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة، النصح)، ومن ناحية ثانية إستنتج الباحث " ستثمان " دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى الجادة والراديو، و " لازرسفيلد" وولف فيسك" عن تطور الطفل بالفكاهة بينما لاحظ " بيرلسون" استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار والتفسير الشؤون العامة وكأداة من أدوات الحياة الراححة إعتبروا الاتصال الاجتماعي، ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من " هيرتا هيرزج" عام 1944، والتي هدفت للكشف عن إشباعات الجمهور والرأي وتوصلت ضرورة إشباع الحاجات العاطفية.

وفي عام 1945 فقد تمكن " بيرلسون" من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالا للجمهور ما الذي افنقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم به بادوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي¹.

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف كاتز و بلومر 1974.

ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.

ومن جهة أخرى " كاتز و بلومر" فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعني يليك :

- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.

- الاحتياجات التي يتولد عنها.

- التوقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدي إلى :

-أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام ينتج عنها :

بسام عبد الرحمانمشاقبة، نظريات الإعلام، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011، ص85¹.

- إشباعات للاحتياجات.

- ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة.¹

يشير ويرنروتانكرد wirnertarkand إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات، حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب، ومسلسلات الراديو، والصحف اليومية والموسيقى الشعبية وأفلام السينما، وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب على ذلك لرأي العام وخلال سنوات الحرب العالمية أصبح هناك كم وفي من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباع التي تحققها، واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينات في أعمال لزار سفيلد lazardsfiled وستاتون staton و بيلسون pilsson، وفي الخمسينات في أعمال ريليزوفريدسون ruiliez et fridson وماك كوب mac cop، في الستينات في أعمال شرام cheram و ليل lille و بارك² parker وهناك سببين رئيسيين وراء ظهور نظرية الاستخدامات و الإشباعات هما :

الأول: هو المعرضة لفروض تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، وهو ما يعد اكتشافاً للجمهور خاصة في المجتمع الأمريكي.

الثاني: قدم هذا المدخل بديل في العلاقة بين المضمون الإعلامي والجمهور كما قدم البديل في تقسيم المضمون الإعلامي إلى فئات حسب الوظيفة التي يقوم بها وليس حول مستوى الاستمتاع والتذوق المترتب عن التعرض لوسائل الإعلام، ومن الأمثلة الدراسات التي استخدمت مدخل الاستخدامات والإشباعات في بدايات الأوفى بدراسة هيرتاترا Hitra 1944 والتي استهدفت

محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003، ص252،
1.253

1- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001،
ص240.²

الكشف عن إشباعات مستمعي المسلسلات اليومية من خلال اختبار معمق، وتوصلت هذه الدراسة إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى إشباعات عاطفية تهتم بتحرير العواطف والأحاسيس بالإضافة إلى أنها تقدم المتعة والنصيحة للقارئ، كما وجدت هذه الدراسة أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها¹.

كما قدم بيرلسون pirlsson عام 1949 ما يفنر إليه قراء الصحف أثناء الإضراب وقد خلص إلى أن الصحف تحقق للفرد قدراً من الأمان في عالم مزعج أي أنها تلبي حاجة الأمان لدى الفرد، أو الأفراد يقرؤون الصحف لخمس أسباب هي المعرفة والمكانة الاجتماعية والاتصال الاجتماعي والهروب من مشاكل الحياة وكوسيلة للحياة اليومية².

كما أجري ديلاي وريلاي dialy wirlay عام 1951 دراسة ربط فيها الاندماج والاستخدام، فقد أوضحت الدراسة أن الأطفال المندمجين بشدة مع أقرانهم في الجماعة يستخدمون قصص المغامرات التي تقدمها وسائل الإعلام في اللعب، أما الأطفال قليلي الاندماج في الجماعة يستخدمون نفس وسائل الإعلام ولكن لأحلام اليقظة والخيال، وتوصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن نفس الرسالة الإعلامية قد يستخدمها أطفال مختلفين لأهداف مختلفة³.

أما البداية الأولى لمصطلح الاستخدامات و الإشباعات كان في مقال كتبه الياهو كلتز elihukatz عام 1959⁴ وذلك ردا على برنارد برلسون bernardberelson الذي ادعى بأنه بحث في مجال الاتصال يبدوا ميتا و أوضح كاتز بأن السبب وراء وصف هذه البحوث بأنها ميتة هو

¹Wemer j senerin and james, w.tankard, communication theories, origins, methods, and user in the mass media, london, longman,1992,p271

محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص272.

القاني فاطمة، محمد شومان، الاتصال الجماهيري، اتجاهات نظرية ومنهجية دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة،

2004، ص122.

⁴ مديحة جيطاني، استخدامات الثبات للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، رسالة ماجستير غير منشورة في الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الجبل لخضر، باتنة، 2009-2010، ص35.

أنها كانت تهدف في دراستها للاتصال من جانب واحد وهم تأثير الحملات الإقناعية على الجمهور وتسعى للإجابة على سؤال واحد وهو ماذا تفعل وسائل الاتصال للجمهور، حيث سعت بحوث الإعلام والاتصال إلى الإجابة على هذا السؤال وكان الجواب أن الاتصال الجماهيري له تأثير ضئيل في إقناع الناس والتأثير عليهم، لذلك قام كانز بطرح السؤال جديد وهو ما إذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ و استند إلى مجموعة من الدراسات التي تناولت الإجابة على هذا السؤال¹.

وقد صمم هذه النظرية للبحث عن طرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لمواجهة احتياجاتهم ويركز المدخل بشدة على دوافع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام، ومنذ الوقت الذي ظهرت فيه مقالة كانز بدأ التركيز نحو هذا مدخل وبدأ نموه عبر أدبيات دراسة وسائل الإعلام، بحيث أننا نعرف الآن الكثير من الأسباب المختلفة التي تقف وراء اختبارات الجمهور لمشاهدة نوعية معينة من البرامج².

وهناك من الباحثين من الحد أن نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع والتطور الفعلي لها كان سنة 1944 في مقال كتبه عالمة الاجتماع هارزوك harzog بعنوان " دوافع الاستمتاع للمسلسل اليومي و إشباعاته" وذلك من خلال عدة مقابلات مع مستمعات المسلسل لتصل إلى إشباع عاطفية ثم أتت دراسة بيرلسون 1945 التي أجراها بعد توقف 8 صحف بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك وتوصل إلى أن الصحف تلعب عدة أدوار وتقوم بعدة وظائف تجعل من الجمهور بحاجة دائمة لها منها : نقل المعلومات والأخبار، الهروب من المتاعب اليومية، تقديم التغيرات حول شؤون العامة والمعلومات حول الأوضاع المالية والإعلانات وأحوال الطقس.

¹ Wemer jseverin and james w tankard, op cit, p270.

² Glenn g sparks, media effects research, canada, wadsworth, thomson learning, 2002, p58.

ولاحظ كل من وولف وفسك سنة 1949 أن لكوميديا الأطفال ثلاث وظائف هي: التجول في العالم الخيالي، تقديم صورة البطل الذي لا يقهر وتقديم المعلومات عن العالم الحقيقي، غير أن البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة اليهوكاتز 1959 الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور وقد اعترض كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية، لتستمر جهود كل من لازار سفيلد وشرام وريفر لفهم العلاقة بين المتغيرات الإحصائية و استخدام وسائل الاتصال ويرى دينيس ما كويل أنه لابد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته عن طريق استخداماته لوسائل الاتصال، وبهذا فقد قدم تصوراً للوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع الفرد لها، كمدخل رئيسي لدراسة العلاقة بين الوسائل الاتصالية والمتلقي وقد كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب " أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لصاحبيه إليه كاتز وبلمر سنة 1974 احتوى الكتاب على الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع استخدام الفرد لها.¹

المطلب الثالث : مراحل تطور مدخل الاستخدامات والإشباع:

ويمكن بلورة مراحل تطور بحوث الاستخدامات والإشباع كما يلي :²

1-المرحلة الأولى: مرحلة الدراسات الوصفية أو الاستطلاعية descriptive or investigative phase

تمتد هذه المرحلة خلال أربعينات والخمسينات من القرن العشرين واهتمت الدراسات فيها بتقديم وصف عميق بتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق باختبارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال.

¹ أشرف جلال حسين، دوافع استخدام الجمهور للإعلان التلفزيوني وإشباعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1955-1996، ص54.

فرج كامل، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص80.²

وقد نشرت أبحاث هذه المرحلة خلال الحرب العالمية الثانية مثل أبحاث " لازرسفيد " lararsfed 1942 1944 1949 وهيرزوج herzog 1942، والتي تناولت برامج المسابقات والإشباع الذي يوفره الاستماع إلى المسلسلات اليومية الاجتماعية مثل opera soap والتي تذاق فترة الظهيرة وهناك دراسة " لساتشمان suchman عام 1942 عن دوافع الاستماع إلى الموسيقى الكلاسيكية بالراديو، وهناك أيضا دراسة " برلسون " berelson عام 1949 حيث استخدم مدخل الاستخدامات و الإشباع في أحد الدراسات الكلاسيكية أثناء إضراب إحدى الصحف اليومية، وتوصل إلى أن الصحف اليومية تحقق الوظائف التالية : إعطاء المعلومات وتفسير الشؤون العامة، إعطاء مكانة اجتماعية، تحقيق التواصل الاجتماعي، و استخدامها كأحد الطقوس في حياة الفرد¹.

وقد تميزت البحوث والدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات في هذه المرحلة بعدد من السمات أهمها:

- اهتمت هذه الدراسات بالإشباع والحاجات لكنها، لم تحاول اكتشاف العلاقة بين الإشباع التي تم الوصول إليها وبين الأصول النفسية والاجتماعية للحاجات التي تم إشباعها .

وكذلك العلاقة المتبادلة بين وظائف وسائل الإعلام سواء بشكل كمي أو وصفي.

-تشابهت هذه الدراسات في مدخل منهجي حيث كانت العبارات التي تستقي من المبحوثين والتي تعبر عن وظائف وسائل الإعلام يتم الحصول عليها من خلال الأسئلة المفتوحة، كذلك شاركت هذه البحوث في الاهتمام بالمدخل الكيفي وحاولت تجميع الإشباع في قوائم المتجاهلة بشكل كبير المنهج الكمي، وتوزيع تلك الإشباعات تكراريا بين المبحوثين².

غادة فاروق عبد الفتاح، مطبوعات العلاقات العامة، الاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000، ص141.¹

أشرف جلال حسن، إشباعه، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، ص54.²

-اهتمت دراسات هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام والتي تحكم اختيارها للأشكال المختلفة من محتوى هذه الوسائل.
 قلة ارتباط هذه الدراسات بالجوانب النظرية لأنها تبعت من الحاجات العلمية لناشري الصحف والقائمين على المحطات الإذاعية لمعرفة جماهيرهم كن أجل تقديم خدمة أكثر كفاءة¹.

2- المرحلة الثانية : المرحلة العملية.

أكدت الدراسات التي تمت في هذه المرحلة على الاستخدام العملي الميداني للمتغيرات الاجتماعية والسيكولوجية، والتي يفترض أن توضح الأشكال المتباينة في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.²

وتضمنت هذه المرحلة مجموعة من الدراسات منها دراسة " ريليز " riley عام 1951 والتي أكدت أن الأطفال الذين لديهم أصدقاء يتكاملون معهم بشكل جيد يستخدمون قصص المغامرات بشكل مختلف عن الأطفال المنعزلين اجتماعيا وكذلك دراسة " فريديسون " fredson وجونستون johnstone عام 1953، والتي وجد فيها أن القوة النفسية للتعلم بالأباء والأقران يمكن أن تؤدي لأنماط مختلفة من استهلاك وسائل الاتصال.³

ومن أبرز الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة كانت دراسة كل من شرام schram و " لايل " lyle وباركر Parker عام 1961 والتي استهدفت التعرف على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى أنماط استخدام وسائل الإعلام وإشباعها وخلص الباحثون فيها إلى أن استخدام الأطفال التلفزيون يتأثر بمقدرتهم الذهنية وعلاقاتهم بالوالدين وعلاقة الأطفال بنظرائهم والرغبة في التسلية والترفيه والرغبة في تقليد الكبار.⁴

غادة فاروق عبد الفتاح، مرجع سابق، ص142.¹

حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام القاهرة دار الفكر العربي، 1991، ص14.²

أشرف جلال حسن، مرجع سابق، ص55.³

غادة فاروق عبد الفتاح، مرجع سابق، ص142.⁴

وكانت أهم السمات التي ميزت هذه المرحلة هي :

- تميزت هذه المرحلة ببداية وضع نماذج لبحوث الإشباع وسائل الاتصال الجماهيرية،¹ وكانت على شكل قوائم بالوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام لجمهورها مثل وظائف التي طرحها " لازويل " lasswil عام 1948.
- ربطت الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة بين استخدام وسائل الإعلام والوظائف التي تؤديها هذه الوسائل ورغم أن هذه الدراسات لم تكن مصممة أساسا لكي تبحث في الاستخدامات والإشباع إلا أنها ساهمت في تطوير المفهوم الوظيفي لوسائل الإعلام.²
- كانت هذه الدراسات استنباطية أكثر منها استقرائية، حيث تم استنتاج الإشباع المرتبطة بالسلوكيات الأفراد أكثر من اكتشافها بشكل محدد كما هو في دراسة " ويس " weiss.³
- أظهرت دراسات هذه المرحلة قياس استعداد الجمهور للحصول على إشباع معينة من مضمون الوسيلة باستخدام التحليل الكمي.⁴

3- المرحلة الثالثة : مرحلة التفسير:

يرى كاتزوبلومر أن هذه الدراسات في هذه المرحلة عملت على استخدام المادة العلمية التي وفرتها الدراسات في المراحل السابقة لمدخل الاستخدامات والإشباع وذلك لشرح وتوضيح الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور.⁵ ويرجع تاريخ هذه المرحلة إلى أوائل السبعينات وأبرز الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة هي دراسة " روز نجرين " وويندال rossengrnanwindahl عام 1972 التي تضمنت العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مثل التعويض، التحارب البديلة، التفسير، التوحد في

حمدي حسن، مرجع سابق، ص 14.¹

غادة فاروق عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 142.²

أشرف جلال حسن، مرجع سابق، ص 55.³

Bulmer, jay and kater, op cit, p20..⁴

حمدي حسن، مرجع سابق، ص 14.⁵

المحتوى، وكذلك دراسة ماكوين maquial وبلومر blumler وبراون brown والتي وضعوا فيها إطار لاستخدامات التلفزيون، ودراسة جرينبرج geenberg عام 1974 التي استهدفت التعرف على دوافع التعرض للتلفزيون ودراسة " ليفي " levy عام 1978 حول أسباب التعرض للأخبار التلفزيونية ودراسة " روبين " rubin عام 1979 حول استخدام الأطفال والمراهقين للتلفزيون، ودراسة debock حول الارتباط الذي يصيب المشاهد نتيجة حجب السبق الصحفي في الأخبار التلفزيونية، ودراسة " جيمس لو " عام 1980 حول الاستخدامات الاجتماعية للتلفزيون ودراسة كومبيسي compesi عام 1980 حول الإشباع التي تحققها المسلسلات التلفزيونية¹ وكانت أهم السمات المميزة لهذه المرحلة:

- تمكنت الدراسات في هذه المرحلة من جعل الكثير من الخطوات المنطقي التي كانت ضمنية في البحوث الأولى، إلى مسائل قابلة للقياس وبمعنى آخر إيجاد وسائل قياس للمفاهيم².
- ركزت الدراسات في هذه المرحلة على الدوافع وتم تناول وسائل الإعلام من منظور إشباع الحاجات النفسية والاجتماعية ومثلت الفروض التي افترضها جرينبرج) والخاصة بوعي الجمهور بدافعه استخدام وسائل الاتصال بؤرة الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة³.

المبحث الثاني : أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول : الأهداف التي تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لتحقيقها:

- تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى ترسيخ وشرح مفهوم الجمهور النشط الذي تقوم عليه في الأساس، إضافة أهداف أخرى نذكر منها :
- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .

غادة فاروق عبد الفتاح، مرجع سابق، ص143،¹

أشرف جلال حسين، مرجع سابق، ص56.²

غادة فاروق عبد الفتاح، مرجع سابق، ص144.³

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكد من نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري¹
- الكشف عن الإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام .
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين موافق الاستخدام و أنماط التعرض لوسائل الاتصال و الإشباعات الناتجة عن ذلك
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل استخدامات الوسائل وإشباعاتها².

المطلب الثاني : عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

- تتركب نظرية الاستخدامات والإشباع من مجموعة من المفاهيم والعناصر المكونة لها وهي :
- 1-الجمهور النشط:** حيث يؤكد باحثو الاستخدامات والإشباع أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام، وقد حدد " جوتير " أبعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط التالية :
- مفهوم الجمهور النشط selectivity: فالجمهور وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباع لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من رسائل.
- 2- العمدية: intentionality:** حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة .

حسن عماد مكاوي، ليل حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص37.¹
 منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص186، 187.²

3- المنفعة utility: أستخدم جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع للاحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.

4- عدم السماح بفرضية التأثير imperviousnesstoinfluence:

الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد كما يؤكد باحثو هذه النظرية أنه إيجابي ونشط ويوجه اختيار اتعبناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام .

5- الاستغراق involment: وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام و يؤثر بها.

ويرى بالمجرين palmagreen أن الجمهور يكون نشطا من خلال :

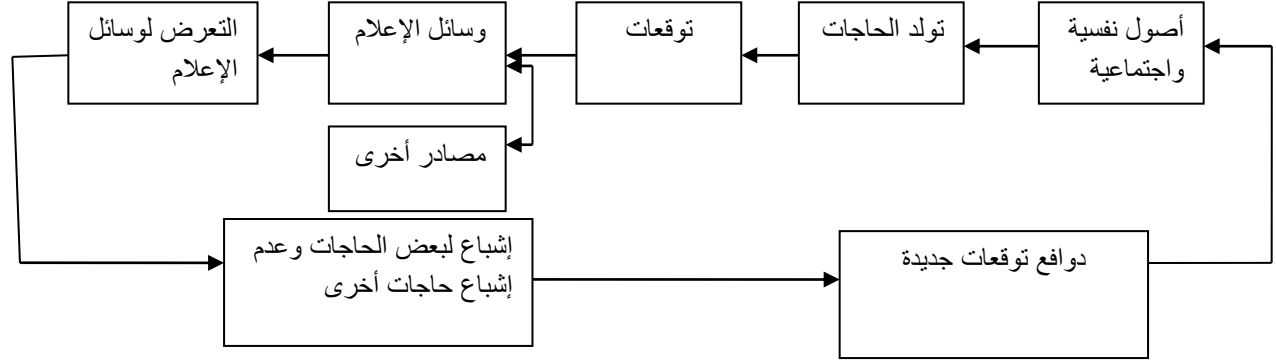
- الانتقاء: هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الاتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفق لما يتفق واحتياجات ه اهتماماته.

- الاستغراق: هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين .

- الإيجابية: بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الاتصال، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل الإعلام وتؤكد هذه الأبعاد والعناصر الخاصة بإيجابية الجمهور أن هذا الجمهور قادراً على تحديد اهتمامات هو احتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام.¹

¹مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والاتجاهات، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة باتنة، 2010، ص38-39.

يضم مدخل الاستخدامات والإشباع ستة عناصر أساسية ولشرح أبعاد هذا المدخل لا بد من توضيح هذه العناصر والتي يوضحها الشكل الآتي¹:



شكل رقم (1) : عناصر مدخل الاستخدامات والإشباع

2- الأصول النفسية و الاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام :

لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم و يفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة و متباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن ان تؤدي إلى وجود حوافز و أن تحدد أصول كثير من الاستخدامات ووسائل الإعلام .

و قد قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي على دور العوامل الديمغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل : ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة، و المستوى التعليمي، الحاجة الاجتماعية، الاقتصادي

3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام : و ترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام

بمجموعة من الحاجات نتخلص أساسا في حاجات معرفية، حاجات عاطفية، حاجات اجتماعية، حاجات تحقيق الذات، و الحاجة إلى الترفيه، يضاف إليها الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر .

¹Mc quail, denis and windahl, sern, communication, models for study mass communication, (london : longman, 1993, p143)

إما عن الدوافع فيقسمها "روبن" إلى فئتين هما :

_ **الدوافع الوظيفية (النفعية) :** نفي اختيار الفرد لنوع معين من المضمون، و لوسيلة اتصالية

معينة لإشباع حاجته من المعلومات و المعرفة

_ **الدوافع الطقوسية :** و تستهدف تضيئة الوقت، التنفيس، و الاسترخاء، و الهروب من

الروتين اليومي و المشكلات

4- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال :

تخلق حالة الفرد الداخلية و ميولاته النفسية توقعات لإشباع حاجاته من خلال التعرض إلى

وسائل الاتصال، و هو مفهوم يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث انه إذا كان على

الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية و غير اتصالية أخرى طبقا لاحتياجاتهم، فلا بد أن

يكونوا على درجة كافية من الوعي ببدايل تكون أكثر إشباعا لاحتياجاتهم، حيث أن سلوك

الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات و المعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك مساهمة

في إشباع احتياجاتهم المختلفة .

و قد عرف مفهوم التوقع من عدد كبير من الباحثين، و منها تعريف ماكلويد و بيكر القائل

بان التوقع هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها كاتز

بأنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام و كذلك ان التوقع هو الإشباع الذي يبحث عنه

الجمهور .

5- اشباع وسائل الإعلام : يتم وفق مدخل و الاستخدامات و الاشباعات أن يختار

الجمهور من بين الوسائل الإعلامية المتاحة أمامه و من مضامينها، ما يمكن أن يشبع حاجاته

و يلبي رغباته، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات، و هناك إمكانية

ربط محتوى الرسالة بلاشباع المتحققة، فبرامج الدراما و الترفيه و المنوعات يمكن أن تحقق

إشباعات مختلفة، مثل التنفيس و التلخيص من الملل، و القلق و الهروب من المشكلات اليومية .

أما البرامج الأخبار و المعلومات فتحقق إشباعا معلوماتيا يتمثل في الحصول على المعلومات و الخبرات و المهارات، و تأتي الإشباعات (المطلوبة و المتحققة) من الوسائل الاتصالية من خلال مصادر رئيسية ثلاثة تتمثل في محتوى أو مضمون الوسيلة الإعلامية من خلال التعرض إلى مضامين برمجية محددة، أو تتمثل في التعرض لوسيلة إعلامية معينة، و من شأن ذلك أن يشبع احتياجات معينة للفرد المشاهد، مثل الترفيه و التنفيس، و الاسترخاء و الهروب من مشكلة ما أو تتمثل أيضا في الإطار المجتمعي عند المشاهدة، كان يكون التعرض للوسيلة من خلال المشاركة مع آخرين كأفراد الأسرة أو الأصدقاء أو بشكل منفرد

المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

وضع الباحثون الأسس العلمية و الفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها و ذلك بعد ان اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية اعتمد هؤلاء الباحثين و شكلت هذه الأسس و العناصر المداخل العلمية للنظرية و لان نظرية الاستخدامات و الإشباعات قامت على افتراض جمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة التأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة ايجابية على الجمهور فلم يعد الجمهور من خلال هذه المنظور متلقيا سلبيا، بل أصبح ينظر إليه على انه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل، و المضامين التي تلبي حاجاته النفسية و الاجتماعية، لذا وضعه " اليهوكاتز " و زملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، و الإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذه الاستخدام

_ أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال و استخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم

_ الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، و اختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه و تحدد الفروق الفردية.

_ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الفرد¹.

_ يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود إليه، و بدوافعه و باهتماماته، فهو يستطيع ان يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه وسائل الإعلام.

_ الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال².

تصنيف الدوافع و الإشباعات

تصنيف الدوافع :

لقد صنف الكثير من الباحثين دوافع المشاهدة إلى دوافع متعددة فقد حدد " جربير " هذه الدوافع في العادة، الاسترخاء . قضاء وقت الفراغ، البحث عن المعلومات و المعرفة، الرغبة في تحقيق المنفعة التي تتم بهدف معين، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية

تصنيف الإشباعات :

لقد صنف الكثيرون أيضا الإشباعات التي تحقق من المشاهدة على النحو التالي :

قدم "لورانس " و " ونير " 1985 نموذجا للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها و اختيار وسيلة معينة

منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص181.¹

محمود حسن اسماعيل، مرجع سابق، ص254.255.²

كما قام ماكويل و زملائه بتقسيمها إلى : معلومات، تحديد الهوية الشخصية و التي تشمل التعرف على النماذج مختلفة للسلوك و تعزيز قيم الشخص و اكتساب الشخص لحسن البصيرة، ثم التكامل و التفاعل الاجتماعي مع الآخرين، و أخيرا التسلية و الترفيه¹.

المبحث الثالث : تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباع في المؤسسة الإعلامية

و الانتقادات الموجهة اليها :

المطلب الأول : تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة:

تهتم نظرية الاستخدامات و الإشباع بتفسير استخدامات التكنولوجيا الإعلام و الاتصال، انطلاقا من احتياجات و ضروريات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي و الجماعي لتكنولوجيا الإعلام إلى إشباعها، كما يضع هذا النموذج المتلقي في موقع المؤسسة عن المضامين الإعلامية التي يختارها و من ثم ينشرها فاستخدام الفرد لتكنولوجيا الإعلام يكون محتوما بأدواره الاجتماعية و ميولاته النفسية، و تساعد نظرية الاستخدامات و الإشباع على دراسة موضوع البحث، حيث تساهم نظرية الاستخدامات و الإشباع في هذا البحث على التعرف على استخدام الصحفي الجزائري للتكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و طبيعة هذا الاستخدام و كذلك التعرف على الدوافع و الحاجات التي يسعى لإشباعها من استخدامه مثل هذه التقنيات، من منطلق تأكيد نظرية الاستخدامات و الإشباع على نشاط الجمهور المتعرض لها، و محاولاته إشباع مجموعة من الدوافع و الحاجات التي دفعته للتعرض لهذه الوسائل و استخدامها .

كما يتضح انه في خلال مفهوم الجمهور النشط لنظرية الاستخدامات و الإشباع أن الصحفيين أكثر الفئات نشاطا، حيث تتمتع هذه الفئة بفاعلية، فالصحفي هو القوة الدافعة و المحركة لشراء لشراء المستحدثات التكنولوجية، و استخدامها و التعامل معها مقارنة بالفئات

محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 255.256¹

الأخرى، و من هنا توظف الدراسة هذه النظرية للتعرف على تأثير التكنولوجيات الحديثة للاتصال على أداء المهني للصحفي الجزائري، و من ناحية أخرى فان نظرية الاستخدامات و الإشباع تساعد على التعرف على العلاقة بين التصنيف مضامين شبكة الانترنت و احتياجات الصحفي، و يمكن كذلك توظيف نظرية الاستخدامات و الإشباع في التعرف على مدى نشاط الصحفي في استخدامه لشبكة الانترنت من اجل تحقيق مجموعة من الأهداف.

المطلب الثاني : الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباع:

تعرضت نظرية الاستخدامات و الإشباع بعدة انتقادات من قبل الباحثين، و هذا عرض لأهم هذه الانتقادات فالردود عليها، و ذلك في محاولة لتقييم هذه النظرية :

طرح سوانسون عدة انتقادات و هي كما يلي :

1- إن نظرية الاستخدامات و الإشباع تحوي غموضاً أو عدم مرونة، أو عدم اتفاق ما تشير إليه أفكارها الأساسية و بين المصطلحات المستخدمة في دراستها التطبيقية، حيث أن تحديد هذه المصطلحات بدقة مثل الاستخدام، الحاجة، الدافع، الإشباع، ساعد في خلق غموض و حيرة لمن يطالع على تلك الدراسات، فالنتائج قد تختلف في كل دراسة لاختلاف هذه التعريفات، مما جعل البعض ينظر إلى استخدام هذه المصطلحات في دراسة ما، لا يصلح إلا لهذه الدراسة فقط .

2- كذلك فان العناصر الأساسية و كيفية استخدامها لهذه النظرية غير واضحة لإعطاء تفسيرات واضحة و مرضية، و يحيطها الغموض.

3- و كذلك هناك شكوك حول افتراض الجمهور النشط، فالنظرية تقترض أن الفرد لديه الوعي الكامل باحتياجاته، و يتصرف وفقاً لهذه الاحتياجات¹.

¹ مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص126.127.

4- ادعاء المدخل الى الجمهور يختار وسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة و بناءا على الاحتياج فقط، و هو أمر ربما يكون مبالغ فيه، حيث أن هناك عوامل اجتماعية و اقتصادية يتطلب ذلك و تحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.

5- كما ان عدم توفر بدائل عديدة من وسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي أو النشط، الذي يسعى إلى تحقيق أهداف محددة و إشباع حاجات بعينها كما انه يلغي مبدأ حرية الاختيار فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي، يحدد وجود وسيلة اتصالية واحدة، و لا يوجه أمامها أي مجال للرفض و اختيار للمضمون الاتصالي المعروض.

6- إن هناك جدلا و تساؤلا حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية و الكيفية، التي يتم فيها القياس، و زمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعدة و كثافة و محدود به المشاركة.

7- إن المدخل لم يفرق بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، و الإشباع التي تحققت عند المشاهدة، علما أن هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين.

8- لم يشرح المدخل درجة ايجابية في السلوك الاتصالي لإفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح، حيث انه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها او بعدها و هذا لم يحدد في المدخل و لم يتم التطرق إليه بدقة .

9- عدم الاتفاق على المصطلحات النظرية، و من ثم توظيفها و ربطها بالنماذج المختلفة لإشباع.

10- دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الانترنت، و هذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة و جمهورها¹.

المطلب الثالث : الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباع :

دافع باحثو الاستخدامات و الإشباع عن النظرية بالردود الآتي ذكرها :

1- استطاع الباحثون في نظرية الاستخدامات و الإشباع وضع قائمة من الحاجات و الإشباع، بما يتيح للجمهور اختيار ما يلائم حاجاته المختلفة و الإشباع التي يسعى لتحقيقها، و بذلك يمكن تقادي عدم القدرة الأفراد على التعبير عن دوافعهم و اشباعاتهم . و على سبيل المثال يقول دومينيك 1996 " أن العديد من الباحثين في مدخل الاستخدامات و الإشباع صنفوا الاستخدامات إلى أربع فئات رئيسية يختار منها المبحوث ما يناسبه و هي : المعرفة، التسلية، الهروب، المنفعة الاجتماعية

2- كذلك يدافع باحثو الاستخدامات و الإشباع عن النظرية بأنها ليست وظيفة بطبيعتها، و مصادر تغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور اتجاه وسائل الإعلام، أو في تنظيم و محتوى هذه الوسائل، فالتناقض بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور، و بين ما يحصل عليه بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى و تنظيم وسائل الإعلام في إي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه.

3- من الطبيعي أن تختلف نتائج الدراسات في البحوث الاستخدامات و الإشباع باختلاف المجتمعات، نظرا لخصوصية كل مجتمع و اختلاف ظروفه النفسية و الاجتماعية و الاتصالية، لذلك فالتعميم ممكن في إطار المجتمع الواحد، الذي مهما اختلفت ظروفه من منطقة لأخرى فانه يجمعها طابع عام واحد.

منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص205.206.¹

4- أن غموض افتراض الجمهور النشط، أيضا تم التغلب عليه من خلال تقسيم ايجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في :

_ الانتقال قبل التعرض

_ الاهتمام لثناء التعرض

_ زيادة المعرفة و النقاش بعد التعرض

5- مفهوم الاستخدامات و الإشباعات لا يتناول عناصر منفصلة، و إنما هو مفهوم متكامل يختلف باختلاف علاقة الفرد، و التي يدخل الإطار الاجتماعي و الاقتصادي كما يختلف باختلاف علاقة الفرد مع وسائل الاتصال .

و قد تطورت نظرية الاستخدامات و الإشباعات في العقدين الأخيرين نتيجة الانتقادات التي تعرضت لها، مما أدى إلى ظهور بعض الاتجاهات الجديدة في محاولة لعلاج هذه السلبيات . و هذه الاتجاهات هي :

1- اتجاه يهتم بالربط بين الدوافع الاستخدامات، و أنواع الإشباعات و طبيعة المضمون، و طبيعة الوسيلة المستخدمة¹ .

فتعرض الفرد لوسيلة معينة و مضمون معين يؤدي إلى إشباعات معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد عند التعرض للوسائل الإعلامية و مضامينها.

2- اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل و الأصول النفسية و الاجتماعية عند التعرض للأفراد للوسائل مثل : المتغيرات الشخصية، و السياق التي يتم فيه التعرض، و النشاط الاجتماعي، و التفاعل الشخصي، و هذا الاتجاه ليس بجديد، حيث بحث ماكوبي و زملاؤه تأثير ما إذا كان قبول الطفل في العائلة أو المدرسة ينتج عن أنماط مختلفة من التعرض للوسائل، و الجديد في هذا الاتجاه انه يدرس تأثير الظروف النفسية و الاجتماعية مجتمعة و ليس بشكل منفرد كما

مرزوق عبد الحكم، مرجع سابق، ص129.130.131.¹

في الدراسات السابقة، فالواضح أن هذه الظروف النفسية و الاجتماعية تتفاعل مع بعضها البعض لتشكل في النهاية السلوك الانتقائي للأفراد.

3- اتجاه يهتم بفحص العلاقات المتداخلة بين الدوافع استخدام وسائل الإعلام، و بين سلوكيات تلك الوسائل و اتجاهاتها، و يتمثل هذا الاتجاه في بحوث روبن 1983م و دراسة مورلي 1986 م و دراسة سوانسون 1987م و تشير نتائج تلك الدراسات إلى أن الدوافع استخدام وسائل الإعلام ليست منعزلة أو مستقلة، و إنما يمكن أن تنتج من أنماط استخدام وسائل الإعلام ليست منعزلة أو مستقلة، و إنما يمكن إن تنتج من أنماط استخدام تلك الوسائل، كذلك إشارات نتائج تلك البحوث الى وجود علاقة قوية بين دوافع الاستخدام و أنماط الإشباع، و لذلك يقول روزنجرين و زملاؤه عام 1985 م ان بحوث الاستخدامات و الإشباع بدأت تتدخل مرحلة جديدة تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء و الاختيار¹.

مرزوق عبد الحكم، مرجع سابق، ص131.132.¹

الفصل الثالث

تمهيد

تشهد المؤسسات الإعلامية اليوم تطورا هائلا مقارنة بالسنوات الماضية، وقد مس هذا التطور جوانب الشكل والمضمون، حيث أصبحت المؤسسة الإعلامية اليوم تواجه ولاسيما في العالم العربي متطلبات جديدة ومواكبة التطورات التكنولوجية الهائلة في مختلف الميادين، الشيء الذي فرض عليها المعيشة العصرية لكل المشكلات التي يطرحها العالم وجعل منه مؤسسة فاعلة في المجتمع لتشجع منه وله برامج إعلامية هادفة ولعظم المسؤوليات التي تتقلدها كان لزاما عليها اللحاق بركب التقدم الفكري والتكنولوجي الذي تشهده متغيرات العصر.

سننظر في الفصل الثالث إلى ماهية المؤسسات الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الإتصال الحديثة.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الإعلامية.المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الإعلامية.أ - مفهوم المؤسسة:

لغة: أسس تأسيسا، البناء: رفع قواعده، نشاء أساساته، الشركة: أنشأها، والأساس جمعها أسس هو أصل البناء، القاعدة، أصل كل شيء.

والأساسي: المنسوب إلى الأساس، فهو الأصلي والأهم¹.

اصطلاحا: هي صورة عقلانية النشاط يقوم به مجموعة من الأشخاص من أجل تحقيق أهداف مشتركة ومحددة بالاعتماد على نظام تقسيم العمل تحت قيادة سلطة معينة².

ب . مفهوم المؤسسة الإعلامية:

يقترّب مفهوم المؤسسة الإعلامية من التعريفات السابقة للمؤسسة، ولكن الاختلاف يكمن في أهداف كل مؤسسة، فالمؤسسة الإعلامية تتقلد وظائف اجتماعية جد متنوعة ولاسيما في الدول الصناعية³.

وبذلك فإن المؤسسة الإعلامية تتميز بمجموعة من الوسائل لكل واحدة منها ارتباط حضاري معين، حيث تتطلب مشاركة عناصر مختلفة، مهنيين وغيرهم، كما تخضع إلى قوانين مختلفة مكتوبة أو غير مكتوبة، شكلية أو غير شكلية، وتعتبر المؤسسات الإعلامية

1 . هيئة الأبحاث والترجمة، الأداء القاموس العربي الشامل (عربي - عربي) دار الراءب الجامعية، بيروت، 1997، ص 32-42.

2 . مصطفى عاشوري، أسس علم النفس الصناعي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992، ص 35.

3 . فريس بال، الإعلام والإعلام المضاد ترجمة الصغير بن عمار، فضاء الإعلام، دسوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

في الوقت نفسه الكيان الملائم للتعرف بكل سهولة على المجتمع في تغيراته وإعادة إنتاجه في نشاطه وتنظيمه وبنيته وتفاعله مع وسائل الإعلام¹.

ويقصد بالمؤسسة الإعلامية التي تقوم بتقديم الخدمة الإعلامية سواء في شكلها المقروء، المرئي، أو المسموع وهذا في إطار قانوني وإداري معين، وهي تهدف إلى امتلاك مقومات الديمومة و الاستمرار من خلال تحقيق التواصل مع الجمهور على اختلاف أنماطه البيئية وتوجهاته المعرفية، والذي يمثل مستهلك الخدمة الإعلامية.

إن المؤسسات الإعلامية تعمل على صياغة ثقافة المجتمع ونقلها إلى الأجيال (وظيفية) وتقوم سلطتها وتستمد شرعيتها من قيم أخلاقية ومبادئ وقواعد سلوكية مبنية على اقتناع الجمهور بها، واعتناقه لها، ولذا فإن الطائفة المستفيدة منها هي الجمهور الكبير التي تسهر على تحقيق مصالحه، وهذه المؤسسات تتبع النموذج العصري وتستخدم إستراتيجية المبادلة في تعاملها مع مستجدات البيئة المحيطة بها².

إذن فالمؤسسة الإعلامية هي تنظيم يقوم بعدة وظائف اجتماعية وسياسية وثقافية واقتصادية وترفيهية، أوهي بناءات لنشر أفكار وقيم عامة، وامتداد للحاجات الإنسانية وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع، ومهما اختلفت النظم فهي تنظيم اجتماعي يحول الفردية ويصهرها في وعاء عام ذو فائدة عامة تقوم على الأهداف الإجتماعية بالدرجة الأولى³.

ترتبط المؤسسة الإعلامية بأربعة عناصر أساسية وهي:

¹ . محمد صاحب سلطان، إدارة المؤسسات الإعلامية، أنماط وأساليب القيادة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 20.

² . أمين سعيد عبد الغني، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، إيثارك للطباعة والنشر و التوزيع، مصر، 2006، ص 54.

³ . محمد صاحب سلطان، نفس المرجع السابق، ص 24 - 25.

1. الأفراد: حيث يعد العنصر البشري أهم العناصر الأربعة مجتمعة لأن تحقيق الأهداف لا يمر إلا عبر الاتصال بين الأفراد، وعلى الرغم من التطورات التكنولوجية التي شهدتها المؤسسة اليوم لم تتمكن أي مؤسسة لحد الآن من تجاوز دور الفرد، ذلك أن إلغاء احتمالات وإمكانيات تطور المؤسسة كما يعني تسييرها بشكل آلي.

2. الأفكار: ذلك أن المؤسسة أساس وجودها فكرة، تم إنشاؤها بناء عليها ثم تتم صياغة هذه الفكرة في شكل مبادئ وتشريعات تنظم علاقة العمل.

3- الموارد المادية: حيث تعتبر إحدى أهم ركائز أي مؤسسة، فبواسطتها يتم التسيير والتجهيز والتمويل، ولذلك لا بد من إيجاد علاقات بينها لتعمل بشكل متجانس.

4- الأهداف: كل مؤسسة لها هدف أو مجموعة أهداف تسعى للوصول إليها سواء كانت قصيرة أو طويلة المدى، وإلا فقدت المؤسسة المبرر من وجودها¹.

المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الإعلامية:

هناك عدة تقسيمات للمؤسسة الإعلامية، فمنها ما هو تقسيم وظيفي وهناك ما هو تقسيم حسب نوع السلطة، ولكن في هذا المقام سوف نأخذ بالتقسيم الكلاسيكي الذي قدمه الدكتور أمين عبد الغني حيث يقوم على معيار الوسيلة الإعلامية وهو كالتالي²:

1- المؤسسات الصحفية:

تعني الصحافة بمفهومها العام صناعة وإصدار الصحف وانتقاء الأنباء ونشر

¹. محمد فريد عزت، المؤسسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 194، ص 13-14.

². أحمد تركي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، القاهرة، 1985، ص 24

المقالات بهدف الإعلام ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين هيئة الحكومة فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام وتفسيره¹.

أما المؤسسة الصحفية فهي المؤسسة التي تتمثل في إحدى وسائل الإعلام المكتوبة الصحفية التي تحمل وظيفة تحويل الأحداث إلى أخبار وأنباء، والمؤسسة الصحفية حسب الدكتور محمد منير حجاب تعني المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف، وهي في الوقت نفسه تعتبر وحدة اقتصادية تأخذ الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلائم مع اعتبارات كثيرة².

2. المؤسسة الإذاعية:

مفهوم الإذاعة: تعني كلمة الإذاعة بالمعنى الاصطلاحي إرسال الإشارات والصور لاسلكيا بواسطة أجهزة تحول الإشارات إلى موجات كهرومغناطيسية، أما الإذاعة المسموعة فهي البث عن طريق محطات هرتزية للإشارات تحمل رسائل صوتية مسموعة، ويكون البث الإذاعي عن طريق التردد العالي أو عبر الخط الهاتفي³.

أما مفهوم المؤسسة الإذاعية حسب التعريف الذي قدمه اليونسكو عام 1979 أن المؤسسة الإذاعية هي منظمة مرخص لها قانونيا بتقديم خدمة إذاعية أو يقوم بهذه الخدمة أفراد مختصون في المهن.

3. المؤسسات التلفزيونية:

¹ .. محمود علم الدين، نفس المرجع السابق، ص 07.

² محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 33.

³ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، بيروت، 1989، ص 74.

مفهوم التلفزيون: وسيلة من وسائل الإتصال تعتمد على الصورة والصوت في آن واحد، ومن ثم فقد جمع بين خواص الإذاعة المسموعة وخواص الوسائل المرئية، ويرجع الفضل في اختراع التلفزيون إلى جون بيرد الذي عرض اختراعه لأول مرة عام 1926¹.
أقسام المؤسسة التلفزيونية:

- لكل دولة تنظيمها الخاص بها فيما يتعلق بالمؤسسات التلفزيون، إلا أن هناك أقسام مشتركة في كل المؤسسات التلفزيونية لا يمكن الاستغناء عنها وأهمها:
- قسم الأخبار: وهو القسم الذي يتم فيه إنتاج و بث الـ 24 ساعة اليومية في النشرات الرئيسية ومواجز الأنباء، حيث تعتبر الوظيفة الإخبارية هي جوهر العمل التلفزيوني.
 - مديرية البرمجة: ومهمتها توزيع المنتج الإعلامي المحلي والمستورد ليتناسب مع الأوقات المحددة للبث.
 - مديرية الشؤون الفنية والهندسية: هي التي تتولى بأقسامها المختلفة إرسال و بث الرسالة الإعلامية.
 - مديرية البث والتخطيط: وهي التي تضمن حسن عمل الإذاعة والتلفزيون ورفع كفاءتها، حيث تقوم بعملية التقويم والتخطيط من أجل أن تستمر على تحسين الخدمة الإعلامية كما ونوعاً².
 - وكالات الأنباء: تعتبر وكالات الأنباء من المؤسسات الإعلامية الكبرى التي تستخدمها المؤسسات الصحفية أو الإذاعية أو التلفزيونية على حد سواء كمصدر من مصادر الخبر، حيث تحتل مكانة لا يستهان بها على المستوى الوطني والدولي.

¹. كرم شلبي، نفس المرجع السابق، ص 63.

² .. عبد الرزاق محمد ديلمى، عولمة التلفزيون، دار جزيير للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 19

مفهوم وكالات الأنباء: تعرف وكالات الأنباء بأنها منظمات أو مؤسسات أو هيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم وصياغتها وبيعها لوسائل الإعلام الجماهيرية مثل الصحف والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون، وكل ما يشترك في خدمات هذه الوكالات مثل معرفة الأخبار أول بأول¹.

المطلب الثالث: أهداف المؤسسات الإعلامية:

تهدف المؤسسات الإعلامية إلى تحقيق العديد من الأهداف والتي تمس كل من البنى الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، والتي يمكن حصرها فيما يلي:

1 . الإعلام والأخبار: تهدف المؤسسات الإعلامية عن طريق وظيفتها الإعلامية والإخبارية إلى تزويد المستهلكين بمختلف الأخبار في مختلف المجالات، وهذا لتمكينهم من التعامل مع مختلف الأحداث لمستوى معين من الفهم والإدراك، وهذا لتحقيق المصلحة الوطنية والقومية، وكذا تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

2 . التنشئة الاجتماعية: تحرص المؤسسات الإعلامية عند تقديمها لمادتها الإعلامية على غرس قيم وسلوكيات معينة لدى الأفراد وتحقيق التفاعل الاجتماعي بينهم وهذا لجعلهم أعضاء فاعلين في المجتمع.

3 . التربية والتعليم: يمكن اعتبار المؤسسات الإعلامية مؤسسات تربوية تعليمية، حيث أن رسائلها الإعلامية تحتوي على مواد تعليمية وتربوية، وهي موجهة لجميع الفئات العمومية وجميع المستويات الفكرية، مما يساهم في تكوين شخصية الفرد واكتسابه العديد من المعارف.

¹ . كرم شلبي، نفس المرجع السابق، ص 63.

4 . النهوض الثقافي: تعمل المؤسسات الإعلامية من خلال تقديمها رسائل إعلامية ثقافية جماهيرية واسعة وتعزيز التواصل الثقافي بين الأفراد والمجتمعات، بالإضافة إلى تزويد الأفراد بمختلف المعارف في مختلف المجالات، كما أنها تعتبر مناخ ملائم لنمو الملكات الخلاقة وتشجيع الطاقات الإبداعية¹.

5 . بناء التوجهات السياسية: تعتبر المؤسسات الإعلامية وسيلة أساسية لإدارة العمل السياسي الداخلي والخارجي، حيث تهدف إلى نقل مختلف الإتجاهات السياسية للفرد وكذا غرس الثوابت العليا للوطن.

6 . الترويج التجاري والتوعية والإرشاد : تهدف المؤسسات الإعلامية إلى تقديم خدمات الترويج التجاري وكذا خدمات التوعية والإرشاد، وهذا كون أن لها القدرة على الوصول إلى جمهور واسع مما يسهل عملية التحكم في اتجاهات السوق والتأثير على سلوك المستهلكين عن طريق التأثير على خياراتهم وتفصيلاتهم

7 . الترفيه: تهدف المؤسسات الإعلامية إلى توفير جانب من الترفيه لمستهلكين الخدمة الإعلامية، هذا لإعادة شحن قدراتهم، وتجديد نشاطهم.

المطلب الرابع: خصائص المؤسسات الإعلامية :

تتفرد المؤسسات الإعلامية بمجموعة من الخصائص تميزها عن باقي المؤسسات الأخرى، وهذا راجع لخصوصية النشاط الإعلامي، حيث تتمثل أهم الخصائص فيما يلي²:

- يتطلب المنتج الإعلامي ضرورة السرعة في التعامل مع الأحداث وهذا لقصر عمره وسرعة استهلاكه، مما يؤثر على طبيعة العمل الإداري في المؤسسة الإعلامية، حيث

¹ .. إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 27.

² . إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 27.

- يتطلب هو الآخر السرعة والمرونة في عملية اتخاذ القرارات.
- يتميز المنتج الإعلامي بطبيعة خاصة، حيث أنه موجه لمستهلكين من مستويات مختلفة، الأمر الذي يجعل لتأثيرات البيئة الخارجية أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية.
- تتميز السوق الإعلامية بشدة المنافسة وعمقها، هذا ما يجعل المؤسسات الإعلامية تسعى باستمرار إلى تحقيق الميزة التنافسية.
- تقوم المنافسة في السوق الإعلامية على مضمون الرسالة الإعلامية لمعلومات وفكر، لذا تحرص المؤسسات الإعلامية على إختيار مواردها البشرية من ذوي الكفاءات، كما تعمل على الاستثمار فيهم، وهذا للتمكن من تحقيق الميزة التنافسية لمنتجها الإعلامي شكلا ومضمونا، .
- تتطلب طبيعة النشاط الإعلامي ضرورة وجود تكامل بين كل من الموارد البشرية والموارد المادية المتاحة في المؤسسة الإعلامية، الأمر الذي يتطلب وجود معارف فنية على درجة عليا من الكفاءة، وهذا للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة.
- تهدف المؤسسات الإعلامية إلى تحقيق هدفين في آن واحد، حيث تسعى إلى المصلحة العامة وهذا ليس فقط من خلال تقديم الأخبار، ولكن أيضا من خلال عملية التقويم وقيادة المجتمع لما هو أفضل، كما تسعى إلى تحقيق المصلحة التجارية والمتمثلة في الربح، هذا من أجل التمكن من الاستمرار في نشاطها ومواجهة المنافسة الشديدة التي تشهدها السوق الإعلامية.
- تعتبر المؤسسات الإعلامية وسيلة من وسائل العولمة، ومن ثم فهي مطالبة بالالتزام بمسئولياتها الاجتماعية بسبب التأثير الكبير الذي تمارسه على الأفراد، حيث أنها تؤثر

في فكرهم واتجاهاتهم في جميع الميادين.

• تخضع المؤسسات الإعلامية للعديد من التشريعات التي تنظم النشاط الإعلامي، وبالتالي فهي معرضة باستمرار لخطر إيقافها عن مزاوله نشاطاتها.

إلى جانب هذه الخصائص هناك خصائص أخرى التي تتميز بها المؤسسة الإعلامية وهي:

❖ المؤسسة الإعلامية هي مؤسسة ثقافية خدمتية بالدرجة الأولى ويعتبر العمل الثقافي هو منبع وسائل الإتصال.

❖ يتخذ التنظيم العملي لكل من السينما والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الثقافة آليات الصناعة، ومن ثم القيام باليات تجارية كالتسويق والتوزيع¹.

❖ يسيطر على العمل الثقافي ومجمل النشاط الاتصالي الجماهيري في بعض بلدان العالم منطق المصالح التجارية، ويتضح هذا في دخول الكثير من الشركات الكبرى في مجالات النشاط التجاري مثل: وكالات الأنباء وبنوك المعلومات والمؤسسات الصحفية ودور نشر الكتب ومحطات الإذاعة والتلفزيون واستوديوهات الإنتاج السينمائي.

❖ إسترداد الطاقة، ذلك أن المؤسسة الإعلامية تعقد على البيئة للحصول على الطاقة اللازمة لممارسة نشاطها والمتمثلة في المواد الخام (القوى البشرية، رأس المال) وتعتبر هذه العناصر بمثابة مدخلات النظام inputs².

¹ . جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، الجزائر، 2003، ص 28.

² . عبد الجواد سعيد محمد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في الواقع والمستحدثات، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص 47، 48.

❖ تقوم المؤسسة الإعلامية بعملية تحويل الطاقة المستوردة أو الموارد المتاحة لها في شكل مادة إعلامية مقدمة إلى الجمهور، حيث تقوم المؤسسة الإعلامية باعتبارها نظام مفتوح بتصدير منتوجاتها output للبنية المحيطة بها ونشرها وتوزيعها.

المطلب الخامس: الرقابة على المؤسسات الإعلامية:

تختلف النظم والتشريعات القانونية المنظمة للنشاط الإعلامي من دولة لأخرى ومن زمن إلى آخر، وهذا تبعا للأنظمة السياسية القائمة اتجاه الإعلام. ويمكن أن نميز بين نوعين من القوانين:

أولاً: القوانين العامة

يقصد بالقوانين العامة القوانين غير الإعلامية والتي لها تأثير غير مباشر على النشاط الإعلامي، حيث تتمثل هذه القوانين في:

- **الدستور:** يضع الدستور قيوداً على حرية الإعلام، وهذا من خلال فرض بعض الشروط التي يجب الإلتزام بها عند ممارسة النشاط الإعلامي.
- **القوانين الأمنية:** تمنع القوانين الأمنية النشاط الإعلامي من أن يمس أمن الدولة وسلامة النظام.
- **القوانين الجزائية:** تعتبر المؤسسات الإعلامية بمقتضى هذه القوانين مسؤولة عن كل ما يصدر عنها، فهي تخضع للمسألة القانتية عندما تنشر عبارات من الوجهة القانونية تحريضا على الفوضى قذفاً بالمواطنين أو تدخلا في سير العدالة.¹

ثانياً: القوانين الإعلامية

¹ . عزام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، ط 1، 2011، ص 98، 104.

- تسمى بقوانين تنظيم الإعلام، وهي التي تحدد مستوى أداء المؤسسة الإعلامية لاسيما أداء إدارتها الإعلامية، حيث تتمثل فيما يلي:
- وضع الشروط التي يجب أن تتوفر فيها المؤسسة الإعلامية.
 - منح الاعتماد وسحبه من المؤسسات الإعلامية.
 - تحديد محظورات النشر.
 - تحديد بعض أشكال التنظيم الإداري والهيكل التنظيمية للمؤسسات الإعلامية.
 - القيام بتنظيم نقابات الصحفيين، وكذا مواثيق الشرف، ويعتبر دليل الإذاعة والتلفزيون في الأقطار العربية نموذج للرقابة على المؤسسات الإعلامية، وهو شبيه للتقرير الدولي حول الإعلام والاتصال الصادر عن منظمة اليونسكو (unesco) حيث تهدف إلى:
 - ✓ تحدي الإطار القانوني لمختلف المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية العربية.
 - ✓ جمع مختلف المعلومات حول أجهزة الإرسال والالتقاط وشبكات النت.
 - ✓ تحديد حجم البث السنوي الإذاعي والتلفزيوني.
 - ✓ حصر المشاريع المستقبلية لكل مؤسسة إذاعية أو تلفزيونية¹.
 - ✓ تحديد طرق التعامل مع المؤسسات الإعلامية العربية وكذا الأجنبية.

¹ . عزام أبو الحمام، نفس المرجع السابق، ص 105.

المبحث الثاني: عناصر المؤسسة الإعلامية والفرق بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى.

المطلب الأول: عناصر المؤسسة الإعلامية.

ترتبط المؤسسة الإعلامية بأربعة عناصر أساسية وهي¹:

- أ. الأفراد: حيث يعد العنصر البشري أهم العناصر الأربعة مجتمعة لأن تحقيق الأهداف لا يمر إلا عبر الإتصال بين الأفراد على الرغم من التطورات التكنولوجية التي شهدتها المؤسسة اليوم لم تتمكن أية مؤسسة لحد الآن من تجاوز دور الفرد، ذلك أن إلغاء احتمالات وإمكانيات تطور المؤسسة كما يعني تسييرها بشكل آلي.
- ب. الأفكار: ذلك أن كل مؤسسة أساس وجودها فكرة، تم إنشائها بناء عليها ثم تتم صياغة هذه الأفكار في شكل مبادئ وتشريعات تنظم علاقات العمل.
- ج. الموارد المادية: حيث تعتبر إحدى أهم ركائز أي مؤسسة، فبواسطتها يتم التسيير والتجهيز والتمويل، ولذلك لا بد من إيجاد علاقات بينها للعمل بشكل متجانس.
- د. الأهداف: لكل مؤسسة هدف أو مجموعة أهداف تسعى للوصول إليها سواء كانت قصيرة أو طويلة المدى وإلا فقدت المؤسسة مبرر وجودها.

المطلب الثاني: الفرق بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى:

هناك فروق ملحوظة بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى الاجتماعية والاقتصادية، السياسية، التجارية،... يمكن تحديد أهمها في مايلي²:

¹ محمد فريد عرات، إدارة المؤسسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994، ص14.13.

² أشرف فهمي خوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة: الأطر النظرية والمناهج التطبيقية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2006، ص27.

- إن الرسائل الإعلامية لها طبيعة مميزة وذات تأثيرات متعددة على مستوى الفرد والجماعة والمجتمع مما يفرض على هذه المؤسسات مسؤولية اجتماعية وأخلاقية تستلزم ضوابط ذاتية لا نجدها عند المؤسسات الأخرى.
- إن طبيعة المادة الإعلامية تتميز من حيث الزمن بضرورة مواكبة الأحداث والسرعة في تغطيتها والتعامل مهما وهذا يؤثر على طبيعة العمل الإداري التنظيمي الذي يتطلب سرعة اتخاذ القرار في المؤسسة والتشريعات التي تسنها المجتمعات وتأثيرها على الممارسة المهنية للإعلاميين والصحفيين كالقيود والقوانين.
- التعامل مع القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية والصحفية يختلف عن التعامل مع الموظفين في الشركات، ذلك أن قطاعا كبيرا من القائمين بالاتصال مبدعون وذو مواهب، وفنانون مما يتطلب التعامل معهم بشكل مختلف عن الموظفين الآخرين في المؤسسات والشركات وهذا يتطلب وجود عوامل تنظيمية خاصة بما تمتاز بالمرونة والتنظيم الأفقي، وذلك لإنتاج الرسائل بطريقة منتظمة يتم إنجازها في الوقت المطلوب.
- إن المؤسسات الإعلامية هي منظمات تتأثر بالبيئة المحيطة بها بكل جوانبها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية مما ينعكس ذلك على الأداء المهني للعاملين بها، فنجدها تخضع في أحوال كثيرة إلى قيود وضغوط تمارس من قبل المؤسسات الأخرى السياسية كالدولة، الاجتماعية كالمجتمع، الاقتصادية كالشركات والمؤسسات الأخرى.
- إن المؤسسات الإعلامية أيا كان الإطار السياسي الذي تكون فيه أدوار أو مسؤوليات اجتماعية تلتزم بها في إطار قيم النظام الاجتماعي والسياسي¹.

¹ عصام الدين فرج، اقتصاديات الإعلام، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص39.

• إن العاملين بالمؤسسة الإعلامية يتصفون بصفات معينة من حيث الثقافة والقدرات المهنية حيث يجمع أغلبهم بين المعارف العامة والمتخصصة في المجال الإعلامي والصحفي والمهارة الحركية والكتابة والتصوير والإخراج ... إلخ، إلى جانب القيم التي تحركهم داخليا ووجدانيا فهم يشكلون رغم التطور التكنولوجي الرهين أساس للعملية الصحفية والإعلامية، ولا يمكن لباقي المسؤولين الإداريين من باقي المهن أن يراقبوا أداء الصحفيين لعملهم ولا سيما فيما يتعلق بالعمل الصحفي، فجزء كبير من هذا العمل يتم خارج الصحفية كما أن العاملين في ميدان الإعلام عادة ما يكون لديهم الإحساس بمهنة الصحافة و الانتساب لها، تتم في ذلك الإنتساب إلى مؤسسة إعلامية بعينها¹.

المطلب الثالث: التخطيط الإعلامي:

يعتبر التخطيط الإعلامي أحد الموضوعات الهامة الحديثة التي أكد عليها علماء الإعلام في العالم، إضافة إلى المنظمات والهيئات الدولية ذات العلاقة بالإعلام وتدفق المعلومات، وقد برز التخطيط الإعلامي في منتصف السبعينات من القرن العشرين، وتحولت غلى محور نشاط المؤسسات الإعلامية المركزية خاصة بعد استخدام قواعده وأسسه في العمل الدعائي²، ومع حداثة موضوع التخطيط الإعلامي، إلا أنه حاز على اهتمام العديد من الإعلاميين في مختلف مجالات الحياة، والتحديد أدق لمفهوم التخطيط الإعلامي وتقريب معناه بغرض المجموعة من التعريفات والتي تزيد استبصار لمفهومه وهي كالتالي:

¹ إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص39.

² ليندة ضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص55.

- تعريف استبصار حسن¹: هو توجيه الإتصال في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية وخاصة دعم الوحدة القومية وتعجيل ومساندة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية عن طريق استخدام الأساليب الفنية والعلمية للاتصال طبقا لظروف البلد وتعديل هذه لأساليب تبعا لمدى القرب أو البعد عن تحقيق الهدف عن طريق المتابعة والتقييم.

- تعريف أشرف فهمي خوخة: حيث يتميز بالدقة والوضوح والشمول حيث يعتبر التخطيط الإعلامي هو دراسة البدائل المختلفة لأداء عمل معين، ثم الوصول إلى أفضل البدائل الممكنة والتي تحقق هدفا معينا في وقت معين وفي حدود الإمكانيات المتاحة (البشرية والمادية) وتحت الظروف والملابسات الممكنة وننتهي التخطيط إلى وضع خطة عمل محددة، وإلى تحديد مسار تنفيذها في وقت معين ومحدد، هناك خطط قصيرة المدى وأخرى طويلة المدى².

- يقول أحد خبراء الاتصال في منظمة اليونيسكو أن التخطيط الإعلامي مثل الذهاب إلى رحلة ما، فقبل كل شيء عليك أن تقرر ما إذا كانت الرحلة ضرورية في الواقع ثم تقرر أين تذهب، حتى قبل النظر للطريق التي يمكن أن تسلكها أو نوع المواصلات التي يمكن أن تستعملها³ وإذا كانت العملية الإعلامية هي رحلة القائم بالاتصال والجمهور هو غايته، فمنه يتعين عليه أن ينتهج طريقه باستخدام ثلاث وسائل أو مقومات للوصول إلى

¹ أمين سعيد عبد الغني، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، إيتراك للنسر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص62.

² اشرف فهمي خوخة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، مرجع سبق ذكره، ص27.

³ حميد جاعد محسن، التنمية والتخطيط الإعلامي في العراق في ليندا ضيف: دور الإضاءة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص55.

غايته، وهذه مقومات هي البحوث، التدريب، ووجود هيئة تخطيط مركزية. وهي مقومات التخطيط الإعلامي وسوف نقف عندها شيء من العرض والتقديم:

أولاً: البحوث.

تعتبر البحوث أهم المقومات الرئيسية للتخطيط الإعلامي حيث ينبغي أن يقوم التخطيط على معرفة المجتمع من حيث: إمكانيته، احتياجاته، ورغباته، كما تعتبر البحوث رجع الصدى الذي يحتاج إليه المخطط، ولذلك يضمن التطور المستمر للبحوث الإعلامية فاعلية التخطيط¹.

ولم يعد التخطيط الإعلامي يقتصر على الاهتمام ببحوث معرفة ردود أفعال الجمهور حيال برنامج أو قناة معينة أو قياس الرأي لدى المتلقين، بل أخذ التخطيط الإعلامي اليوم تهتم بكل أنواع البحوث سواء كانت تدور حول تحليل المضامين الإعلامية والتي تهتم بدراسة القائم بالاتصال أو التي تهتم بتطوير المؤسسات الإعلامية أو تلك البحوث التي تهتم بمعرفة المحيط والمتغيرات التي تؤثر في سير العملية الاتصالية في المجتمع.

وتبرز في هذا الإطار أهمية البحوث الإعلامية باعتبارها الركيزة الأولى والمنطقية لوضع الخطط الإعلامية فالبحوث الإعلامية على تنوع مناهجها ومجالاتها هي الكفيلة بتحديد اهتمامات الجماهير واحتياجاتهم الثقافية ورسم خارطة توزيع وسائل الاتصال وكيفية وصول المضامين الثقافية عبر وسائل الإعلام المختلفة إلى المستقبلين وكيفية استقبالهم لها، ومدى استفادتهم منها، وماهية العوامل الأخرى التي تؤثر في تكوين وجدانهم وأفكارهم

¹ عاطف عدلي العبد، عدلي رضا، إدارة المؤسسات الإعلامية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر، القاهرة، 2004، ص163.

والكشف عن معوقات التأثير الإعلامي وغير ذلك مما يساعد على فهم أوضح للعملية الاتصالية¹، وتفعيل التخطيط بعيد المدى وقريب المدى من أجل فهم أكثر للمجتمع واحتياجاته ولذلك ينبغي أن يكون علاقة تكامل بين الباحث والمخطط، فإذا كان الباحث هو الذي يكشف عن الحقيقة فإن المخطط هو الذي سيستثمرها لصالح المجتمع، وكلما زاد الفهم التبادل بين الباحث والمخطط زادت احتمالات التعاون بينهما بما يحقق الهدف المنشود². وتقوم وسائل الإعلام بإجراء البحوث من خلال إدارات البحوث الخاصة بها أو قد تقوم بالتعاون مع إحدى مراكز البحوث لقيام بهذه المهمة، وللبحوث أهمية كبيرة بالنسبة لوسائل الإعلام، وذلك باعتبارها مصدرا أساسيا للمعلومات التي يستفيد منها كل من المحررين وإدارة التسويق في المؤسسة على حد سواء، حيث لا توجد هيئة من الهيئات أو المؤسسات الكبرى والرائدة في الإعلام لاسيما المؤسسات الإعلامية التي ترتبط بجمهورها ارتباطا وثيقا وتعتمد على الدراسات والأبحاث العلمية في التخطيط الإعلامي سواء كان هذا التخطيط على المدى القريب أو البعيد وذلك من أجل تحديد السياسات الإعلامية وتقييم البرامج المقدمة للجمهور ووسائل الإعلام وتقويمها وترشيده الأداء الإعلامي لدى القائمين بالاتصال.

مشكلات البحوث في الوطن العربي:

بعد أن أخذ العالم اليوم يتبارى في سياقاته مع التطور التقني والفني والعلمي بدأت الحاجة تزداد أكثر وأكثر للبحوث، التي تعتبر رافدا مهما وأساسيا في الاعتماد عليها في التخطيط قريب المدى وبعيد المدى، ولكن هذه البحوث وخاصة تلك التي تخص قياس

¹ عاطف عدلي العبد، المرجع السابق، ص163.

² عدلي سيد محمد رضا، عاطف العيد العبيد، التخطيط الإعلامي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2001، ص203.

الرأي لدى المتلقين¹ أخذت تشوبها نقائص كثيرة ومشكلات عديدة وعلى عدة مستويات يمكن تحديدها فيما يلي:

- مشكلات على مستوى المبحوثين.
- مشكلات على مستوى الباحثين.
- مشكلات على مستوى الهيئة العامة للبحث.
- مشكلات على مستوى التدعيم والتمويل.

ولتقادي تكرر الأفكار ارتأينا أن نحيل القارئ إلى الإطلاع على هذه المشكلات المذكورة أعلاه والتي أدرجناها ضمن محتويات الفصل الأول وهي بنفس العنوان.

ثانياً: التدريب الإعلامي:

إن ما يفهم من التدريب الإعلامي كمقوم من مقومات التخطيط أنه تلك التنمية الفاعلة للقدرات والكفاءات البشرية التي تعمل على تنفيذ الخطط المرسومة من أجل تحقيق الأهداف التي يرسمها المخطط الإعلامي، وذلك من خلال الإختيار الأفضل للممارسين بالمؤسسة الإعلامية وتنمية قدراتهم المهنية بما يتلائم مع التطورات الحديثة في العمل والمهنة، وإطلاق طاقاتهم وقدراتهم وإمكاناتهم وإبداعاتهم وتحفيزهم وتنسيق جهودهم، وإزالة التضارب والازدواجية فيما يقومون من مهمات ووظائف وأعمال².

ولكن من أجل اعداد إطارات وكوادر إعلامية ناجحة الذي يعتبره الباحثون أحد المهام الأساسية للجامعات، حيث يتطلب أعمال تطبيقية تقترب أكثر فأكثر من التقنيات والأساليب

¹ مليحة سعود عبد الله، ضرورة استخدام العينات في بحوث المستمعين والمشاهدين، مجلة البحوث، العدد 26،

أفريل 1989، تصدر عن المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، ص17.

² ربحي مصطفى عليان، الإدارة المفهوم العلمي: الأهمية والوظائف، مجلة الأمن والحياة، العدد 266، سبتمبر 2004.

المستعملة في الحياة المهنية، ولا شك أن التدريب بعد الخروج من الجامعة سيظل أمراً ضرورياً لتأمين الانتقال من حالة الطالب إلى حالة المهني المسؤول¹. إن أشد ما تحتاج إليه الدول النامية في نهضتها الإعلامية المرتقبة ضرورة إعداد طائفة من الإعلاميين المتخصصين في شرح وتبسيط والتفسير والإقناع، ومن ذوي القدرة والموهبة على استيعاب معلومات ومن ثم نقلها أو شرحها وتفسيرها بأسلوب سهل مقنع ميسور ومفهوم لكافة جمهور المتلقين، مما يكون له أكبر الأثر في تأدية الدور الإعلامي المنشود².

أهم مشكلات التدريب الإعلامي في الوطن العربي:

لقد أجمعت كافة التقارير والدراسات والمؤتمرات والبحوث التي أجريت في مجال السياسات الإعلامية والتدريب الإعلامي على النقص الفادح الذي تعاني منه معظم الدول النامية والدول العربية في القوى البشرية المدربة تدريباً عالياً في مجالات الإعلام المختلفة، وعلى ضرورة التصدي لمشكلة إعداد تدريب الإعلاميين كجزء رئيسي من مجهودات التطوير الإعلامي الهادف والاستخدام الواعي لوسائل الإعلام وأساليب لتحقيق الأهداف الوطنية والقومية³ وفي هذا الصدد يؤكد الباحثون على ضرورة تجاوز المشكلات والعقبات التي يعاني منها التدريب الإعلامي في الوطن العربي والتصدي لها ويمكن إيجاز بعض هذه المشكلات فيما يلي⁴:

- حادثة المعاهد بالتدريب الإعلامي في المنطقة العربية والخبرة المحدودة للدول العربية فيه.

¹ فلاديمير كوغانوف، مناهج البحث العلمي: ترجمة: علي مقلد دار الحداثة، ط7، بيروت، دس، ص22.

² محمود منصور هيبية، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2004، ص175.

³ محمود منصور هيبية، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مرجع سابق، ص 166.

⁴ محمود منصور هيبية، مرجع سابق، ص170.171.

- عدم وجود تدريب إعلامي منظم في عدد كبير من الاهتمام بالتدريب.
- الاهتمام بالتدريب الإذاعي بدرجة أكبر من التدريب الصحفي.
- الخلط بين التدريب الإعلامي والتعليم الإعلامي.
- عدم قيام التدريب الإعلامي على أساس تقدير احتياجات التدريب الفعلية.
- التدريب الإعلامي لا ينال من اهتمام معظم الدول العربية ما يناله التدريب في المجالات الأخرى كالصناعة والزراعة.
- التدريب الإعلامي يعني مجالات الإنتاج والتنفيذ للجوانب الفنية على حساب التخطيط الإعلامي، والإدارة والبحوث والإعلان والتوثيق الإعلامي.
- النقص الملحوظ في بعض الدول العربية في معينات التدريب ومعداته وإمكاناته.

المطلب الرابع: مصادر المؤسسات الإعلامية في التعرف على ردود أفعال المستمعين

والمشاهدين:

في البدايات الأولى التي ظهرت فيها وسائل الإعلام كانت تسود النظرة السلبية للجمهور المستقبل من حيث تلقيه للرسائل الإعلامية ويقدر ما زادت وسائل الإعلام تطورا واستعمالا للتقنيات الجديدة زادت هناك فجوة بين القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية والجمهور المتلقي حيث تتمثل هذه الفجوة في عدم معرفة رأي المتلقين حيال البرامج المقدمة لهم، وجعل القائم بالاتصال بردود أفعال المتلقين، ولخطورة هذه الفجوة لجأ بعض القائمين بالاتصال إلى بعض الطرائق للربط بينهم وبين المستقبلين ومعرفة ردود أفعالهم¹ في وقت

¹ زهير إحدادن، مدخل علوم الإعلام والاتصال، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص15.

أصبح يعتبر فيه المتلقي مخرج إضافي وذلك للمكانة التي يحضها بها المتلقي في عملية الإتصال ولا سيما بعد تطور دراسات الإتصال الإنساني، حيث يمكن لأي هيئة إذاعية أو تلفزيونية اليوم ترغب في التعرف على ردود أفعال المستمعين والمشاهدين إزاء برامجها مختلفة الإعلامية اللجوء إلى ثلاث مصادر وهي: المصادر الداخلية، المصادر الوثائقية، المصادر الأولية والأساسية¹.

أولاً: المصادر الداخلية.

بالنسبة للمصادر الداخلية فهي المصادر التي يمكن الحصول عليها كليا لتحديد خيارات البرمجة لأنها لا تعكس سوى جزء بسيط من ردود فعل الجمهور، على الرغم مما تقدمه من المعطيات المفيدة وتنقسم هذه المصادر إلى أصناف مختلفة²:

1. ردود فعل العاملين داخل الهيئة الإذاعية والتلفزيونية: يتم التعرف على ردود فعل الجمهور من خلال الاجتماعات التي تعقد لإعادة البرمجة أو تقييم البرامج التي عادة ما تكون موسمية ولا سيما قبل الانطلاق في شبكات برمجية جديدة³.

¹ محمد قنطرة، ردود فعل المشاهدين في خدمة خيارات البرمجة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2004/01، تصدر عن إتحاد إذاعات الدول العربية، المركز العمراني الشامل، تونس، ص12.

² المرجع نفسه، ص12.

³ المرجع نفسه، ص12.

2. البريد الصادر عن المشاهدين: ويتمثل في المراسلات التي يوجهها جمهور المستمعين والمشاهدين إلى القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وتتضمن ردود أفعالهم تجاه البرامج المبثثة إليهم ولكن هذه الطريقة تضم بعض المساوئ، حيث تتميز بالبطء الشديد إضافة إلى قلة الأفراد الذين يقومون بهذه المراسلات وبذلك تكون العينة صغيرة وغير كافية لان تأخذ بعين الاعتبار¹.

3. المكالمات الهاتفية: حيث تسمح بقياس الإقبال ودرجة الرضى لدى الجمهور المستمعين والمشاهدين، ولذلك معرفة الأجهزة السمعية البصرية التي يملكونها، والملاحظ أن ربوات البيوت غير العاملات والمتقاعدون وبعض الشباب أو ما يطلق عليها إسم الفئات غير الناشطة هم أكثر الناس اتصالا عن طريق الهاتف².

4. مواقع الانترنت: وذلك من خلال ما تنشئه كثيرا من القنوات من مواقع على شبكة الانترنت، حيث تخصص فيها ساحة للنقاش ولمعرفة آراء الجمهور وتقييمه لما تقدمه هذه القنوات من برامج.

ثانيا: المصادر التوثيقية:

تعد هذه المصادر أهم من الأولى (المصادر الداخلية) نوعا ما تساعده من معرفة أكثر عن الجمهور وهي بدورها تأخذ عدة أشكال أهمها:

1. الدراسات الجامعية: وهي مجمل البحوث التي تنجز على مستوى المعاه والجامعات ومراكز البحوث الأكاديمية على اختلاف تخصصاتها، إلا أن معاهد علوم الإعلام تعد

¹ نصر الدين العياطي، التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر، 1998، ص93.

² Francis Ball, medias et sousiete: presse edition cinema radio television internet cd.rom dvd, montchretien, 10 eme edition, Paris, 2001, p703.

الأكثر إنجازا لمثل هذه البحوث. وفي بلانا يعد قسم علوم الإعلام والاتصال المؤسسة الأكاديمية الوحيدة التي تنتج بحوثا في مجال الإعلام بشكل منتظم، حيث يقوم الطالب في نهاية المرحلة الجامعية بإعداد بحث للحصول على شهادة ليسانس.

2. المقالات الصحفية: هذه المقالات تعكس في جانب منها ردود أفعال الجمهور ونقده للبرامج وهي تصدر أحيانا عن صحفيين متابعين للإذاعة والتلفزيون ومطالعين على عمليات الإنتاج، وقد أدت بعض الهيئات على تجميع هذه المقالات على مدار السنة لتعد من خلالها تقارير نقدية تقويمية سنوية تعكس اهتمامات الصحف وعادة ما تكون مصحوبة بإحصائيات، غير أن التعامل مع مثل هذه المصادر يجب أن يكون على درجة معينة وتوجهات ايديولوجية¹.

ثالثا: هيئة تخطيط مركزية:

يعتبر بعض الباحثين في علوم الإعلام وأن مجلس إدارة المؤسسة الإعلامية هو الجهة المسؤولة عن التخطيط الإعلامي فيما يرى آخرون ان على كل مؤسسة إعلامية أن تعين لنفسها هيئة تخطيط مركزية تشرف على تسيير كل خطة إعلامية سواء كانت قصيرة المدى أو متوسطة المدى أو طويلة المدى، وتوجد مجموعة من الاعتبارات التي يجب مراعاتها في تشكيل هيئة التخطيط الإعلامي منها².

1. تمثيلها لمختلف الاختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الإعلام بصفة خاصة، ومن العلوم ذات العلاقة بالنشاط الاجتماعي والفكري بصفة عامة.

¹ محمد قنطرة، مرجع سبق ذكره، ص15.

² عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق، ص221.

2. إعطائها سلطة وضع الخطة الإعلامية، وإقرار تنفيذها في إطار السياسة العامة للدولة والسياسات الإعلامية.

3. تمكينها من الحصول على المعلومات المطلوبة والضرورية لتصميم الخطط الإعلامية.

4. تحويلها حق اختيار الوسائل والأساليب والكوادر البشرية المطلوبة التي تحتاجها الخطة وإقرار استخدامها.

ومن جهة أخرى يشترط في المخطط الإعلامي أن يمتلك الخبرة في الصحافة والإذاعة وتنظيم وإدارة المؤسسات الإعلامية، مع امتلاكه معلومات فنية على الهندسة الإذاعية والطباعة الإلكترونية إلى جانب المعلومات عن الإعداد والتدريب الإعلامي (الصحي والإذاعي) وأنظمة جمع المعلومات ومعالجتها وإعادة توزيعها إضافة على معلومات عن التكاليف والمصروفات والواردات والأمور الحسابية الأخرى.

صعوبات قيود التخطيط الإعلامي: يسود لدى غالبية المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي النظرة الدولية للتخطيط بعض النظر عن مدى أهميته، فإن هناك عدة قيود تحد من الاعتماد على التخطيط في المؤسسات الإعلامية منه:¹

- الشك في مدى المعلومات والحقائق المتعلقة بالمستقبل، حيث لا يمكن التنبؤ بصفة دقيقة وكاملة بالأحداث المستقبلية، وتتأثر فائدة الخطة بمدى صحة الفروض المستقبلية التي استخدمت لتكوين الخطة.

- تعتقد البعض بارتفاع تكلفة التخطيط يقيد الحرية والمبادلة، حيث يقيد من حرية الأفراد ولا يشجعهم المبادأة والتطرف في المواقف الحرجة.

¹ عدلي سيد محمد رضا، عاطف عدلي العبد العبيد، التخطيط الإعلامي، مرجع سابق، ص 151.150.

- يهتم البعض بالحاضر أكثر من اهتمامهم بالمستقبل، فالحاضر مؤكد ومرغوب بينما يعني المستقبل التغيير والتعديل طبقاً للظروف الجديدة.
- نظرة البعض للتخطيط أنه يؤخر العمل ويضيع الوقت مما يترتب عليه التأخير في عملية التنفيذ.
- تحميل مسؤولية فشل وصول الرسالة الإعلامية أو عدم تأثيرها للجمهور والمستقبل واعتبار الطرف المرسل، أو مصدر الرسائل منزهاً عن الخطأ¹.
- ومما سبق يمكن القول أن من أهم مميزات التخطيط أنه يحقق درجة عالية من المنطقة والوضع الأفضل ... فموجب التخطيط الذي يقوم على العناصر الثلاث السابقة الذكر (البحوث، التدريب، وهيئة تخطيط مركزية) يسمح للمسؤولين بدرجة عالية من المبادأة والتصوف في التعامل مع المجتمع ومحيط كل.
- وهذا الوضع لا يمكن أن يتحقق في غياب منطق التخطيط، لأنه في تلك الحالة سوف يتصرف المسؤولون بطريقة ارتجالية وربما تكون اعتباطية بل وفوضوية مما قد يؤدي إلى مواقف درجة باستمرار².

¹ نسيم مدانات، نظرة تمهيدية على برنامج اليونسكو الإقليمي للاتصال السكاني في المنطقة العربية ومتطلبات المرحلة المقبلة، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 18/17، جانفي، ديسمبر، 1990، ص82.

² رياض أمين حمزاوي، مشكلات العملية التخطيط لمنظمات الرعاية الاجتماعية: دراسة ميدانية لمحافظة القاهرة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 02، صيف 1988، تصدر عن قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة الكويت، ص99.

الإطار التطبيقي

نبذة عن مؤسسة الشروق الجزائرية للنشر و الإعلام :

تعتبر مؤسسة الشروق للإعلام و النشر مؤسسة إعلامية بالدرجة الأولى و هي مؤسسة خاصة و ليست عمومية تابعة للدولة أنشأها السيد فضيل علي المدير العام لها حاليا في سنة 1991 .حيث انطلقت مؤسسة الشروق في البداية كجريدة يومية ، في بداية سنة 2000 ، مع الانفتاح السياسي سنة 1989 ، حيث صارت تحتل المرتبة الأول وطنيا و مغاربيا بحلول سنة 2007 ، و ظلت في تطور مستمر إلى أن تجاوزت مليون نسخة يوميا ، و هو غير مسبوق على المستوى الوطني . بعد ذلك قامت بإطلاق قناتين هما الشروق نيوز ،ثم الشروق tv و الشروق بنة حيث انطلق البث التجريبي للقناتين مع عيد الثورة و ذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي ، حيث اتخذت العاصمة الأردنية "عمان" مقرا لها ، لها مكتب معتمد بالجزائر . تبث قناة الشروق new على نايل سات و عرب سات و الوت برد ، حيث أطلقت البث التجريبي على الساعة الصفر 01 نوفمبر 2011 ، على القمر الصناعي نايل سات و جاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 47 لاندلاع ثورة التحرير .فيما بدأ بثها الرسمي في 2014 . تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني و مكاتب عالمية أخرى ، اختصاصها إخباري تحت شعار "كن أول من يعلم" ، هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة "الشروق" فيما تواصل مجهوداتها في تقديم ما هو أفضل لجمهورها ، فقامت بإطلاق قناة جديدة تهتم بالمرأة متخصصة في الطبخ مع تقديم برامج تخص المرأة ، وهي تابعة لقناة الشروق tv

التعريف بالقناة :

هي قناة جزائرية تم إطلاقها على القمر الصناعي نايلسات 11393 رعمودي 27500 أتلانتيك بيرد 7 ، انطلق بثها الرسمي ابتداء من 05 جويلية 2012 بشبكة برامجية متنوعة - مديرها : صحفي سابق سمير بوحاجة

- مقرها : الأردن بالنسبة للبث

- مالکها : علي فوضيل

- المقر الرسمي : الجزائر العاصمة

- القطاع : خاص

- الشعار : قناة كل العائلة

من خلال الفصل التطبيقي سنتعرف على أثر استخدام الصحفي الجزائري لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في ظل التحولات العميقة

و سنقف في هذا الفصل على كيفية استخدام الصحفيين تكنولوجيا الاتصال الحديثة و الإشباعات المحققة جراء هذا الاستخدام.

كما قمنا بجمع البيانات الاستبيان و هي العملية التي استخدمنا فيها برنامج spss

المبحث الأول : طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية

الجدول رقم(06): يمثل درجة اهتمام أفراد العينة بوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس:

الجنس						ما هي درجة اهتمامك بوسائل الاتصال الحديثة ؟
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
66.6%	30	73.3%	14	61.5%	16	عالية
33.3%	15	26.3%	5	38.5%	10	متوسطة
100%	45	100%	19	100%	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن درجة اهتمام المبحوثين بوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس، بالنسبة لفئة الذكور نسبة 61.5% يهتمون بوسائل الاتصال الحديثة بدرجة عالية، أما نسبة 38.5% من الذكور يهتمون بدرجة متوسطة، تليها فئة الإناث بنسبة 73.3% يهتمن بدرجة عالية، أما نسبة 26.3% يهتمن بدرجة متوسطة بوسائل الاتصال الحديثة.

نستنتج من النتائج أن فئة الإناث يهتمن بدرجة عالية بنسبة 73.3%، تقابلها فئة الذكور بنسبة 61.5% المهتمين بدرجة عالية، فالإناث يهتمن أكثر من الذكور بوسائل الاتصال الحديثة، لأن الإناث لديهم الرغبة في التجديد و تجريب و الاطلاع على كل ما هو جديد و التفاعل معه عكس الذكور.

الجدول رقم(07): يمثل درجة اهتمام أفراد العينة بوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								ما هي درجة اهتمامك بوسائل الاتصال الحديثة ؟
المجموع		دراسات عليا		ليسانس		دون إجابة		
النسبة	التكرار	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
2.2%	1	0%	0	2.9%	1	0%	0	دون إجابة
33.3%	15	12.5%	1	34.3%	12	100%	2	عالية
64.4%	29	87.5%	7	62.9%	22	0%	0	متوسطة
100%	45	100%	8	100%	35	100%	2	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن درجة اهتمام المبحوثين بوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى التعليمي، نسبة 100 من المبحوثين يهتمون بدرجة عالية، في حين نسبة منعدمة الذين يهتمون بدرجة متوسطة، أما فئة ليسانس نسبة 2.9% دون إجابة، تليها نسبة 34.3% يهتمون بدرجة عالية، نسبة 62.9% يهتمون بدرجة متوسطة، فئة دراسات العليا نسبة 12.5% يهتمون بدرجة عالية، أما نسبة 87.5% يهتمون بدرجة متوسطة بوسائل الاتصال الحديثة.

نستنتج أن اهتمام أفراد العينة بدرجة متوسطة بالنسبة لفئة دراسات العليا بنسبة 87.5%، تليها نسبة 62.9% لفئة ليسانس و منه المستوى التعليمي له دور في درجة اهتمام العينة بوسائل الاتصال الحديثة حيث اطلاعهم استخدام هذه الوسائل و من تجاربهم السابقة و زادهم العلمي و المعرفي خلال مسارهم الدراسي .

الجدول رقم (08): يمثل درجة اهتمام أفراد العينة بوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية										ما هي درجة اهتمامك بوسائل الاتصال الحديثة؟
المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
1	2.2%	1	11.1%	0	0%	0	0%	0	0%	دون إجابة
15	33.3%	0	0%	6	46.6%	6	42.9%	3	33.33%	عالية
29	64.4%	8	88.9%	7	53.8%	8	57.1%	6	66.7%	متوسطة
45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	100%	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن درجة اهتمام المبحوثين بوسائل الاتصال الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية، الفئة أقل من 5 سنوات نسبة 33.3% من المبحوثين يهتمون بدرجة عالية، أما نسبة 66.7% يهتمون بدرجة متوسطة، تليها فئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 42.9% الذين يهتمون بدرجة متوسطة، ونسبة 57.1% يهتمون بدرجة عالية، أما الفئة 15 سنة الذين يهتمون بدرجة متوسطة بنسبة 46.2%، و نسبة 53.8% يهتمون بدرجة عالية، أخيرا الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 11.1% دون إجابة، ونسبة 60% يفضلون بدرجة متوسطة، تليها نسبة 88.9% يفضلون درجة عالية الاهتمام بوسائل الاتصال الحديثة.

نستنتج أن الدرجة عالية بوسائل الاتصال الحديثة هي التي تهتم كل الفئات بنسبة 88.9% لفئة أكثر من 15 سنة، تليها نسبة 66.7% بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات، أما النسبة 57.1% الفئة من 6 إلى 10 سنوات، وأخيرا نسبة 53.8% الفئة من 11 إلى 15 سنة، حيث ساعدت وسائل الاتصال الحديثة الصحفي على إنجاز العديد من الأمور و العمليات اليومية بشكل أسهل و أسرع و كما مكنته من التواصل المستمر بين الأشخاص من جهة و من جهة يهتم المبحوثين بدرجة متوسطة بوسائل الاتصال الحديثة بنسبة 46.2% بالنسبة لفئة أكثر من 15 سنة خبرتهم المهنية جعلتهم يهتمون بدرجة متوسطة بوسائل الاتصال الحديثة بحكم خبرتهم المهنية يتحكمون جيدا بالوسائل الحديثة من خلال تجاربهم المكتسبة في مساهم المهني أما الفئة أقل من 5 سنوات تهتم بدرجة متوسطة بوسائل الاتصال الحديثة بنسبة 33.3% باعتبارهم الفئة أقل خبرة في مهنة، في حين فضل آخرون عدم تصفيح عن رأيهم.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن وسائل تكنولوجيا الحديثة الموظفة في المؤسسة حسب متغير الجنس، فئة الذكور يستخدمون الحاسوب، الفاكس بنسبة 96.2%، تليها نسبة 92.3% يستخدمون الهاتف و البريد الإلكتروني، أما نسبة 30.8% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، الرسائل الخاصة، نسبة 88.5% يفضلون الانترنت، نسبة 7.7% يستخدمون الأقمار الصناعية ، البريد الخطي، تليها نسبة 3.8% يستخدمون الرسوم البيانية، نسبة 38.5% يستخدمون المقابلات، أخيرا نسبة 15.4% يستخدمون الملصقات، أما فئة الإناث نسبة 94.7% يستخدم الحاسوب ، تليها نسبة 8.4% يستخدم الهاتف، البريد الإلكتروني، نسبة 73.7% يستخدم الفاكس، أما نسبة 15.8% يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، نسبة 26.3% يستخدم الرسائل الخاصة، أما نسبة 84.2% يستخدم الانترنت، نسبة 68.4% يستخدم البريد الإلكتروني، أما نسبة 5.3% يستخدم الأقمار الصناعية، الرسوم البيانية، الملصقات، نسبة 10.5% يستخدم البريد الخطي، أخيرا نسبة 42.1% من الإناث يستخدم المقابلات.

تفحص الأرقام الواردة في الجدول أعلاه يوضح عدم وجود أي وسيلة معدومة، بمعنى أن كل الوسائل المتوفرة في المؤسسة مستخدمة من طرف أفراد العينة ، حيث يستخدم الإناث الحاسوب نسبة 94.7%، تقابلها نسبة 92.3% للذكور فالإناث يستخدم الحاسوب على الذكور يعتبر الحاسوب ضروريا للصحي في مجال عمله فيقوم بعدة نشاطات بواسطة هذا الجهاز كالإخراج الصحفي و التحرير، تلي الفاكس و البريد الإلكتروني بنسبة 92.3% لفئة الذكور يستخدمون البريد الإلكتروني، عكس الإناث يستخدمون البريد الإلكتروني بنسبة 8.4% ،اهتمام الذكور بالبريد الإلكتروني و استخدامه في مجال العمل أكثر من فئة الإناث، والوسائل الحديثة لم تقضي على الوسائل التقليدية ،فالهاتف يعد من أهم وسائل الاتصال في المؤسسة نسبة 92.3% لفئة الذكور الذين يستخدمون الهاتف تقابلها فئة الإناث بنسبة 8.4%، أما نسبة 88.5% من أفراد العينة الذكور يستخدمون الانترنت، تقابلها نسبة 84.2% بالنسبة للإناث، فالانترنت تقدم عدة مزايا للصحفيين كنقل المعلومات، الحصول على معلومات و تخزينها في مجال العمل، و كما تستخدم

كل الفئات الوسائل من الفاكس و مواقع التواصل الاجتماعي و الأقمار الصناعية و البريد الخطي و الرسوم البيانية و المقابلات و الملصقات متفاوتة، و منه فئة الذكور أكثر اهتمام من فئة الإناث من حيث استخدام وسائل الاتصال سواء الحديثة أو القديمة فالحديثة سهلت على الصحفي الوقت و التكلفة و الجهد لإنجاز أعماله، و القديمة لا يمكنه الاستغناء عنها.

الجدول رقم(10) : يبين وسائل التكنولوجيا الاتصال الموظفة في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																فيما تتمثل وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم ؟		
المجموع				دراسات العليا				ليسانس				دون إجابة						
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت				
ن	ت	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم			
%100	45	%4.4	%95.6	2	43	%0	%100	0	8	%5.7	%94.3	2	33	%0	%100	0	2	الحاسوب
%100	45	%17.8	%82.2	8	37	%0	%100	0	8	%22.9	%77.1	8	27	%0	%100	0	2	الهاتف
%100	45	%28.9	%71.1	13	32	%12.5	%87.5	1	7	%31.4	%68.6	11	24	%50	%50	1	1	الفاكس
%100	45	%75.6	%24.4	34	11	%50	%50	4	4	%82.9	%17.1	29	6	%50	%50	1	1	مواقع التواصل الاجتماعي
%100	45	%71.1	%28.9	32	13	%75	%25	6	2	%68.6	%31.4	24	11	%100	%0	2	0	الرسائل الخاصة
%100	45	%13.3	%86.7	6	39	%12.5	%87.5	1	7	%14.3	%85.7	5	30	%0	%100	0	2	الانترنت
%100	45	%17.8	%82.2	8	37	%12.5	%87.5	1	7	%17.1	%82.9	6	29	%50	%50	1	1	البريد الإلكتروني
%100	45	%93.3	%6.7	42	3	%87.5	%12.5	7	1	94.3%	%5.7	33	2	%100	%0	2	0	الأقمار الصناعية
%100	45	%91.1	%8.9	41	4	%87.5	%12.5	7	1	%91.4	%8.6	32	3	%100	%0	2	0	البريد الخطي
%100	45	%95.6	%4.4	43	2	%87.5	%12.5	7	1	%97.1	%2.9	34	1	%100	%0	2	0	الرسوم البيانية
%100	45	%60	%40	27	18	%75	%25	6	2	%54.3	%45.7	19	16	%100	%0	2	0	المقابلات
%100	45	%88.9	%11.1	40	5	%75	%25	6	2	%91.4	%8.6	32	3	%100	%0	2	0	الملصقات

نلاحظ من الجدول أعلاه أن وسائل تكنولوجيا الحديثة الموظفة في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي تتمثل في جهاز الحاسوب و الهاتف الانترنت بنسبة 100% لفئة دون إجابة، أما نسبة 50% يستخدمون كل من الفاكس، مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني في حين نسبة منعدمة تماما من لوسائل التالية الرسائل الخاصة، الأقمار الصناعية، البريد الخطي، الرسوم البيانية، المقابلات، الملصقات، أما فئة ليسانس بنسبة 94.3% يستخدمون الحاسوب تليها نسبة 77.1% يستخدمون الهاتف بنسبة 68.6% يستخدمون الفاكس، أما نسبة 17.1% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، نسبة 31.4% يستخدمون الرسائل الخاصة، تليها نسبة 85.7% يستخدمون وسيلة الانترنت، نسبة 82.9% يستخدمون وسيلة البريد الإلكتروني، أما نسبة 5.7% يستخدمون الأقمار الصناعية، نسبة 8.6% من أفراد العينة يستخدمون البريد الخطي، تليها نسبة 2.9% يستخدمون الرسوم البيانية، في حين نسبة منعدمة تماما المقابلات و الملصقات، فئة الدراسات العليا نسبة 100% يستخدمون وسيلتا الحاسوب و الهاتف، أما نسبة 87.5% يستخدمون وسائل الفاكس، الانترنت، البريد الإلكتروني، تليها نسبة 50% مواقع التواصل الاجتماعي نسبة 25% كل من وسيلة الرسائل الخاصة، المقابلات ، الملصقات، نسبة 12.5% من أفراد العينة يستخدمون الأقمار الصناعية، البريد الخطي، الرسوم البيانية هذه الوسائل الموظفة في مؤسسة الشروق في كل من القناة و الجريدة.

نستنتج من الجدول أعلاه أنه يؤثر المستوى التعليمي في استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال حيث يستخدمون الحاسوب بنسبة 100% فئتا دون إجابة و دراسات العليا، تليها نسبة 94.3% فئة ليسانس حيث أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي لدى الفرد ازداد اهتمامه بالوسائل الموظفة في المؤسسة، و يتبين لنا مدى وعي و تحكم أفراد العينة و استغلالهم جهاز الحاسوب، تليها وسيلة الانترنت بنسبة 85.7%، حيث تقدم خدمات هذه الأخيرة من مزايا و فوائد لأفراد العينة و خاصة إذا كان تحكم جيد لهذه الوسيلة.

الجدول رقم (11) : يبين وسائل التكنولوجيا الاتصال الموظفة في المؤسسة حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية																				فيما تتمثل وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم ؟	
أقل من 5 سنوات				من 6 إلى 10 سنوات				من 11 إلى 15 سنة				أكثر من 15 سنة				المجموع					
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت				
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم				
9	0	100%	0%	14	0	71.4%	28.6%	12	1	92.3%	7.7%	8	1	88.9%	11.1%	43	2	95.6%	4.4%	45	100%
7	2	77.8%	22.2%	10	4	57.1%	42.9%	12	1	92.3%	7.7%	8	1	88.9%	11.1%	37	8	82.2%	17.8%	45	100%
7	2	77.8%	22.2%	8	6	21.4%	78.6%	10	3	76.9%	23.1%	7	2	77.8%	22.2%	32	13	71.1%	28.9%	45	100%
5	4	55.6%	44.4%	3	11	35.7%	64.3%	1	12	7.7%	92.3%	2	7	22.2%	77.8%	11	34	24.4%	75.6%	45	100%
2	7	22.2%	77.8%	5	9	85.7%	14.3%	4	9	30.8%	69.2%	2	7	22.2%	77.8%	13	32	28.9%	71.1%	45	100%
7	2	77.8%	22.2%	12	2	78.6%	21.4%	12	1	92.3%	7.7%	8	1	88.9%	11.1%	39	6	86.7%	13.3%	45	100%
8	1	88.9%	11.1%	11	3	78.6%	21.4%	10	3	76.9%	23.1%	8	1	88.9%	11.1%	37	8	82.2%	17.8%	45	100%
1	8	11.1%	88.9%	1	13	7.1%	92.9%	0	13	0%	100%	1	8	11.1%	88.9%	3	42	6.7%	93.3%	45	100%
1	8	11.1%	88.9%	0	14	0%	100%	2	11	15.4%	84.6%	1	8	11.1%	88.9%	4	41	8.9%	91.1%	45	100%
1	8	11.1%	88.9%	0	14	0%	100%	1	12	7.7%	92.3%	0	9	0%	100%	2	43	4.4%	95.6%	45	100%
3	6	33.3%	66.7%	8	6	57.1%	42.9%	5	8	38.5%	61.5%	2	7	22.2%	77.8%	18	27	40%	60%	45	100%
1	8	11.1%	88.9%	2	12	14.3%	85.7%	1	12	7.7%	92.3%	1	12	7.7%	92.3%	5	40	11.1%	88.9%	45	100%

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أنه تتمثل وسائل الاتصال الحديثة الموظفة في المؤسسة حسب متغير الخبرة المهنية بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات يستخدمون الحاسوب بنسبة 100%، نسبة 77.8% يستخدمون كل من الهاتف و الفاكس و الانترنت، أما نسبة 55.6% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، نسبة 22.2% من أفراد العينة يستخدمون الرسائل الخاصة، تليها نسبة 88.9% يستخدمون البريد الإلكتروني، أما نسبة 11.1% يستخدمون كل من الأقمار الصناعية، البريد الخطي، الرسوم البيانية، الملصقات، أخيرا نسبة 33.3% يفضلون المقبلات، الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 100% الحاسوب، أما نسبة 71.4% يستخدمون الهاتف، تليها نسبة 57.1% يستخدمون الفاكس، نسبة 21.4% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، تليها نسبة 35.7% يستخدمون الرسائل الخاصة، نسبة 85.7% يستخدمون شبكة الانترنت، أما نسبة 78.6% يستخدمون البريد الإلكتروني ، نسبة 7.1% يستخدمون الأقمار الصناعية في حين نسبة منعدمة في البريد الخطي، الرسوم البيانية، نسبة 57.1% يستخدمون المقابلات، أخيرا نسبة 14.3%، تليها الفئة من 11 إلى 15 سنة نسبة 92.3% يستخدمون كل من الحاسوب و الهاتف و الانترنت، تليها نسبة 76.9% يستخدمون الفاكس و البريد الإلكتروني ،نسبة 7.7% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي و الرسوم البيانية و الملصقات، أما نسبة 30.8% يستخدمون الرسائل الخاصة، في حين نسبة منعدمة في الأقمار الصناعية ، تليها نسبة 15.4% يستخدمون البريد الخطي، نسبة 38.5% يستخدمون المقابلات، أخيرا الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 88.9% يستخدمون الحاسوب، الهاتف، الانترنت، البريد الإلكتروني، نسبة 77.8% يستخدمون الفاكس، أما نسبة 22.2% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، الرسائل الخاصة، المقابلات ، أما نسبة 11,1% يستخدمون الأقمار الصناعية، البريد الخطي، في حين نسبة منعدمة من حيث استخدام الرسوم البيانية' أخيرا نسبة 7.7% يستخدمون الملصقات .

نستنتج أن معظم الوسائل المتوفرة في المؤسسة مستخدمة من طرف أفراد العينة، فالبعض منها يستخدم الحاسوب بنسبة 100% لفئة أقل من 5 سنوات، وهذا مؤشر إيجابي يوضح أهمية

واستخدام هذا الجهاز في مؤسسة ،تليها استخدام البريد الالكتروني بنسبة 88.9%، ثم يأتي استخدام الهاتف و الفاكس و مواقع التواصل الاجتماعي الرسائل الخاصة منها الحديثة و منها القديمة ،لكل وسيلة دورها و تأثيرها على العمل و كل مبحوث لديه وسيلة اتصال مفضلة، و هذا ما يفسر نسبة استخدام الوسائل و انخفاض أخرى، كما أن عملية التكيف مع الوسائل الجديدة و تقبل استخدامها قد ساهم في تفسير ارتفاع و انخفاض استخدامها أيضا.

الجدول رقم(12):يمثل طبيعة النشاطات والمهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس:

الجنس																	ما هي طبيعة النشاطات والمهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال في مؤسستكم؟	
المجموع								أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		ن		ت
ن		ت		النسبة		التكرار		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا		نعم
%100	45	%4.4	62.2	17	28	%100	19	%100	26	47.4	52.2	9	1	30.8	%69.2	8	1	حفظ المعلومات
			%							%	%	0		%		8		
%100	45	17.8	91.1	4	41	%100	19	%100	26	%5.3	94.7	1	1	11.5	88.5	3	2	التحرير الصحفي
		%	%								%	8		%	%	3	3	
%100	45	28.9	11.1	40	5	%100	19	%100	26	94.7	%5.3	18	1	84.6	%15.4	2	4	إصدار مجلات ودوريات
		%	%							%				%		2		
%100	45	%60	%40	27	18	%100	19	%100	26	63.2	36.8	12	7	57.7	%42.3	1	1	الإخراج الصحفي
										%	%			%		5	1	

نلاحظ من الجدول أعلاه أن طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال حسب متغير الجنس، يستخدم فئة الذكور نشاط حفظ المعلومات بنسبة 69.2%، يليها نشاط التحرير الصحفي بنسبة 88.5%، أما نسبة 15.4% مهام إصدار دوريات و مجلات، أخيرا نسبة 42.3% مهام الإخراج الصحفي، من بين المهام و النشاطات بالنسبة للإناث حفظ المعلومات بنسبة 52.2% بنسبة 5.3% مهام التحرير الصحفي، أما نسبة 94.7% من مهام إصدار مجلات و دوريات، أخيرا نسبة 63.2% يقمن بالإخراج الصحفي عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة.

نستنتج أنه من طبيعة المهام و النشاطات التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو التحرير الصحفي بنسبة 94.7% بالنسبة للإناث، تقابلها نسبة 88.5% للذكور ، أما نسبة 94.7% من بين المهام إصدار مجلات و دوريات بالنسبة لفئة الإناث، نسبة 15.4%، باعتبارها مؤسسة إعلامية من طبيعتها و نشاطها التحرير الصحفي و إصدار المجلات و الدوريات و خاصة مع استخدام وسائل الاتصال الحديثة حسنت نوعية و الوقت و الجودة.

الجدول رقم(13) : يبين طبيعة النشاطات ومهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسساتكم حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																	ما هي طبيعة النشاطات ومهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسساتكم ؟
المجموع				دراسات العليا				ليسانس				دون إجابة					
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت			
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم		
37.5	62.2	17	28	%0	%100	0	8	%42.9	57.1	15	20	%100	%0	2	0	حفظ المعلومات	
%	%								%								
8.9	91.1	4	41	12.5	87.5	1	7	%8.6	91.4	3	32	%0	100	0	2	التحرير الصحفي	
%	%			%	%			%	%			%	%				
88.9	11.1	40	5	%100	%0	8	0	%85.7	14.3	30	5	%100	%0	2	0	المجلات والدوريات	
%	%								%								
60	40	27	18	37.5	62.5	3	5	%62.9	37.1	22	13	%100	%0	2	0	الإخراج الصحفي	
%	%			%	%			%	%			%	%				

من معطيات الجدول نلاحظ أن طبيعة المهام و النشاطات التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي أن الفئة دون إجابة بنسبة منعدمة، نسبة 100% من مهام التحرير الصحفي، فئة ليسانس بنسبة 57.1% مهام حفظ المعلومات، أما نسبة 91.4% نشاط التحرير الصحفي، نسبة 14.3% إصدار مجلات و دوريات، أخيرا نسبة 37.1% مهام الإخراج الصحفي، أما فئة دراسات العليا نسبة 100% من المهام حفظ المعلومات، نسبة 8.6% نشاط التحرير الصحفي، تليها نسبة 85.7% إصدار مجلات و دوريات ،أخيرا نسبة 62.9% مهام الإخراج الصحفي التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة.

نستنج من الجدول أعلاه أن طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة التحرير الصحفي بنسبة 100% بالنسبة لفئة دون إجابة و نسبة 91.4% فئة ليسانس، من بديهي يتم تحرير الصحفي في المؤسسة الشروق باستخدام تكنولوجيا الحديثة، بالإضافة إلى المهام و النشاطات نشر الأخبار على موقع الشروق الإلكتروني .

الجدول رقم (14): يمثل طبيعة النشاطات والمهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية												ما هي طبيعة النشاطات ومهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسستكم ؟		
المجموع				أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات				
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
100	45	37.8	62.2	17	28	%55.6	5	%69.2	9	%57.1	8	% 66.7	6	حفظ المعلومات
%		%	%											التحرير الصحفي
100	45	8.9	91.1	4	41	%88.9	8	%84.6	11	%100	14	%88.9	8	المجلات والدوريات
%		%	%											الإخراج الصحفي
100	45	88.	11.1	40	5	%22.2	2	%7.7	1	%14.3	2	% 0	0	
%		%9	%											
100	45	%60	%40	27	18	%33.3	3	%38.5	5	%35.7	5	%55.6	5	
%														

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة حسب متغير الخبرة المهنية، الفئة أقل من 5 سنوات نسبة 66.7% توظف حفظ المعلومات، تليها نسبة 88.9% من العينة يوظفون تكنولوجيا في التحرير الصحفي، في حين منعدمة في توظيفها في المجالات و الدوريات ، و نسبة 55.6% توظف في الإخراج الصحفي ، تليها فئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 51.1% من العينة يوظف حفظ المعلومات، في حين 100% التحرير الصحفي ، و تتعدم في المجالات و الدوريات، أما نسبة 55.6% توظفها أفراد العينة في الإخراج الصحفي ' الفئة من 11 إلى 15 سنة توظف حفظ المعلومات بنسبة 69.2%، و نسبة 84.6% توظفها أفراد العينة في التحرير الصحفي، من المهام و النشاطات التي تستخدم من طرف أفراد العينة المجالات و الدوريات ب نسبة 7.7%، و أخيرا الإخراج الصحفي بنسبة 38.5%، تليها الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 55.6% من أفراد العينة يوظفها حفظ المعلومات تليها نسبة 88.9% يفضلون أفراد العينة استخدام تكنولوجيا في مهام التحرير الصحفي، أما نسبة 22.2% من نشاطات المجالات و الدوريات، وأخيرا نسبة 33.3% من نشاط الإخراج الصحفي.

نستنتج أن طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريقها توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة ألا و هو التحرير الصحفي لكل الفئات بنسبة 88.9% لكلا الفئتين أقل من 5 سنوات و أكثر من 15 سنة تليها نسبة 84.6% تمثل الفئة من 11 إلى 15 سنة، وهي نسب مرتفعة نوعا ما وهذا أمر طبيعي فهي مؤسسة إعلامية من مهام الصحفي تحرير الأخبار و أنواع الصحفية، تليها نسبة 66.7% من مهام و نشاطات حفظ المعلومات لفئة أقل من 5 سنوات حيث ساهمت تكنولوجيا الحديثة بتسهيل عملية الحفظ و الوقت لصحفي و خاصة إذا استغلها بطريقة صحيحة، أما النسبة المتوسطة 55.6% تمثل الإخراج الصحفي الفئة أقل من 5 سنوات، و يمكن تفسير ذلك على أن المطلوب في العمل الإعلامي هو

التحرير الصحفي و الإخراج الصحفي و حفظ المعلومات و هي من مهام الصحفي بمساعدة تكنولوجيا الموظفة في المؤسسة.

الجدول رقم(15) : يمثل نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب متغير الجنس:

الجنس						ما نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها في المؤسسة؟
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%6.7	3	%10.5	2	% 3.8	1	3G
%6.7	3	%0	0	%11.5	3	4G
%71.1	32	%73.7	14	%69.2	18	ADSL
%13.3	6	%15.8	3	%11.5	3	FIBRO
%2.2	1	%0	0	%3.8	1	O
%100	45	% 100	19	%100	26	المجموع

من خلال بيانات الجدول أن نوع الشبكة التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب متغير الجنس، نسبة 3.8% من الذكور يستخدمون شبكة 3G و منعدمة تماما من نفس النسبة أما نسبة 11.5% من الذكور يستخدمون شبكة 4G، تليها نسبة 69.2% من الذكور يفضلون شبكة ADSL، يقابلها نسبة 10.5% من الإناث يفضلن شبكة 3G، ونسبة منعدمة تماما لشبكة 4G، تليها نسبة 73.7% يفضلن شبكة ADSL، وأخيرا نسبة 15.8% من الإناث يفضلن شبكة FIBRO التي تلج عن طريقها في المؤسسة.

من خلال قراءة معطيات الجدول نلاحظ نسبة 73.7% من الإناث يفضلن شبكة ADSL، تقابلها فئة الذكور بنسبة 69.2% و هذا راجع للخدمات والمميزات التي تقدمها شبكة ADSL ومن بين خدمات شبكة ADSL تمكن من الاتصال بسرعة لم تكن تتخيلها

من قبل حيث صممت هذه الشبكة لأصحاب الأعمال أو الشركات لتتناسب مع عدد المستخدمين و تنوع الاستعمال و ذلك بعناوين ثابتة FIXED IPS الذي يسمح للشركات باستضافة المواقع على الانترنت، إضافة إلى أنها توفر الوقت، و مميزات شبكة ADSL كلفتها منخفضة، ولا تحتاج إلى مد أسلاك جديدة كذلك استقبال و إرسال البيانات بسرعة عالية و مستمرة¹، هذا يغري المؤسسات لتبني هذه الشبكة و رغم تطور الشبكات الأخرى منها شبكة 3G، و شبكة 4G إلا أنها لا تقدم مميزات كشبكة ADSL ومنه نستنتج أن نوع الشبكة التي تلج في مؤسسة الشروق هي شبكة ADSL.

الجدول رقم(16) : يمثل نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								ما نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها في المؤسسة؟
المجموع		دراسات العليا		ليسانس		ثانوي		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
								3G
								4G
								ADSL
								FIBRO
								O
								المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول و معطياته أن نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي بالنسبة لفئة ليسانس نسبة منعدمة تماما في شبكة 3G و شبكة 4G شبكة FIBRO، تليها نسبة 100% شبكة ADSL، أما فئة ليسانس

¹ <https://www.paldf.net>

نسبة 5.7% يستخدمون شبكة 3G، نسبة 8.6% من المبحوثين يستخدمون شبكة 3G، تليها نسبة 8.6% الذين يستخدمون شبكة 4G، أما نسبة 71.4% يستخدمون شبكة ADSL، وأخيرا نسبة 14.3% شبكة FIBRO، تليها فئة دراسات العليا نسبة 12.5% يستخدمون 3G، في حين نسبة منعدمة بشبكة 4G، أما نسبة 62.5% يستخدمون شبكة ADSL، في حين نسبة 12.5% يستخدمون شبكة FIBRO، و دون إجابة.

نستنتج أن نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها في المؤسسة كل الفئات تستخدم شبكة ADSL، بنسبة 100% لفئة الثانوي، تليها نسبة 71.4% فئة ليسانس، أما نسبة 62.5% فئة الدراسات العليا، و منه أن الشبكة التي تلج في مؤسسة الشروق هي ADSL و تليها الشبكات الأخرى، رغم التجديد في تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يلغي القديمة تبقى شبكة ADSL في الريادة لأنها تقدم خدمات في العمل الصحفي و باعتبارها ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها.

الجدول رقم (17) : يمثل نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة حسب متغير الخبرة المهنية:

المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		ما نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها في المؤسسة؟
		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	3G
3	6.7%	0	0%	2	15.4%	1	11.1%	0	0%	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	4G
3	6.7%	1	11.1%	1	7.7%	0	0%	1	11.1%	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ADSL
32	71.1%	8	88.9%	7	53.8%	11	78.6%	6	66.7%	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	FIBRO
6	13.3%	0	0%	3	23.1%	1	7.1%	2	22.2%	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	دون إجابة
1	2.2%	0	0%	0	0%	1	7.1%	0	0%	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	المجموع
45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	100%	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها المؤسسة الإعلامية حسب متغير الخبرة المهنية لفئة أقل من 5 سنوات منعدمة تماما في شبكة 3G، و نسبة 11.1% يستخدمون 4G، و نسبة 66.7% يستخدمون شبكة ADSL ، تليها نسبة 22.2% الذين يستخدمون شبكة FIBRO، أما الفئة من 6 إلى 10 سنوات 11.1% يستخدمون شبكة 3G ، في حين منعدمة شبكة 4G ،نسبة 78.6% يفضلون استخدام ADSL، وأخيرا نسبة 7.1% لشبكة FIBRO و دون إجابة، تليها الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 15.4% يستخدمون شبكة 3G، تليها نسبة 7.7% استخدموا شبكة 4G، أما نسبة 53.8% يستخدمون شبكة ADSL، وأخيرا نسبة 23.1% يستخدمون FIBRO و الفئة أكثر من 15 سنة منعدمة في شبكة 3G و شبكة FIBRO، تليها نسبة 11.1% يستخدمون شبكة 4G، ونسبة 88.9 من المبحوثين يستخدمون شبكة ADSL التي تلج في المؤسسة الإعلامية الجزائرية.

نستنتج من معطيات الجدول أن كل الفئات العينة تستخدم شبكة ADSL التي تلج عن طريقها المؤسسة الإعلامية فالفئة أكثر من 15 سنة تستخدم شبكة ADSL بنسبة 88.9%، أما الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 78.6%، تليها نسبة 66.7% لأقل من 5 سنوات وهذا راجع أن شبكة ADSL هي التي تلج في المؤسسة، حيث تتميز بسرعتها الفائقة و متاحة طول الوقت و ذو اشتراك ثابت و تعتبر ضرورية لصحفي في عمله و لا يمكنه الاستغناء عنها.

الجدول رقم (18) : يمثل درجة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس						ما هي درجة استخدامك لشبكة الانترنت في عملك؟
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%13.3	6	% 21.1	4	% 7.7	2	أحيانا
%86.7	37	%78.9	15	%92.3	24	دائما
%100	45	% 100	19	%100	26	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن درجة اهتمام أفراد العينة شبكة الانترنت حسب متغير الجنس، بالنسبة لفئة الذكور نسبة 7.7% يستخدمون أحيانا شبكة الانترنت، تليها نسبة 92.3% يستخدمون دائما شبكة الانترنت، في مقابل فئة الإناث بنسبة 21.1% يستخدمون شبكة الانترنت، بنسبة 78.9% يستخدمون شبكة الانترنت في العمل.

نستنتج أن فئة الذكور يستخدمون دائما شبكة الانترنت في العمل بنسبة 92.3%، تقابلها نسبة 78.9% من الإناث يستخدمون دائما شبكة الانترنت، فالذكور أكثر من الإناث في مؤسسة الشروق، و الذكور أكثر تفرغا و اطلاعا و استخدموا لشبكة الانترنت، فأصبحت شبكة الانترنت وسيلة اتصال و نقل المعلومات و استخدامها بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة بسبب طبيعتها الديناميكية .

الجدول رقم(19) : يمثل درجة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت في العمل حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								ما هي درجة استخدامك لشبكة الانترنت في عملك؟
المجموع		دراسات العليا		ليسانس		دون إجابة		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
6	13.3%	0	0%	6	17.1%	0	0%	أحيانا
39	86.7%	8	100%	29	82.9%	2	100%	دائما
45	100%	8	100%	35	100%	2	100%	المجموع

نلاحظ من الجدول درجة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت في العمل حسب متغير المستوى التعليمي، نسبة منعدمة تماما لفئة دون إجابة، و نسبة 100% استخدام الدائم لشبكة الانترنت، تليها الفئة ليسانس بنسبة 17.1% يستخدمون أحيانا شبكة الانترنت، نسبة 82.9% يستخدمون دائما شبكة الانترنت، أما فئة دراسات العليا نسبة منعدمة تماما من أفراد العينة الذين يستخدمون شبكة الانترنت، تقلبها نسبة 100% يستخدمون شبكة الانترنت دائما في العمل.

نستنتج أن نسبة 100% يستخدمون دائما شبكة الانترنت في العمل بالنسبة لفئة الدراسات العليا، و فئة دون إجابة، تليها نسبة 82.9% فئة ليسانس، و منه المستوى التعليمي له أثر على أفراد العينة و مدى وعيهم بمزايا شبكة الانترنت و استخدامها بصفة دائمة في العمل الإعلامي، و تظهر أيضا مكانة الانترنت كوسيط إعلامي لدى إعلاميين الجزائريين حيث أصبحت من أبجديات العمل الإعلامي.

الجدول رقم(20): يمثل درجة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت في العمل حسب متغير الخبرة المهنية:

المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		ما هي درجة استخدامك لشبكة الانترنت في عملك؟
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
6	6.7%	1	11.1%	2	15.4%	2	14.3%	1	11.1%	أحيانا
39	6.7%	8	88.9%	11	84.6%	12	85.7%	8	88.9%	دائما
45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول و بياناته الإحصائية أن درجة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت في العمل حسب متغير الخبرة المهنية، الفئة أقل من 5 سنوات نسبة 11.1% يستخدمون أحيانا شبكة الانترنت، أما نسبة 88.9% يستخدمون دائما شبكة الانترنت، الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 14.3% يستخدمون أحيانا شبكة الانترنت، تليها نسبة 85.7% يستخدمون شبكة دائما شبكة الانترنت، أما الفئة من 11 إلى 15 سنة نسبة 15.4% يستخدمون دائما شبكة الانترنت، نسبة 84.7% يستخدمون دائما شبكة الانترنت، الفئة أكثر من 15 سنة بنسبة 11.1% يستخدمون أحيانا شبكة الانترنت، أخيرا نسبة 88.9% يستخدمون دائما شبكة الانترنت في العمل.

نستنتج أن استخدام أفراد العينة شبكة الانترنت دائما في العمل كل من الفئتين أقل من 5 سنوات و أكثر من 15 سنة بنسبة 88.9%، تليها نسبة 85.7% الفئة من 6 إلى 10 سنوات، أما نسبة 84.7% بالنسبة لفئة من 11 إلى 15 سنة، يرجع هذا إلى أن الانترنت بوابة فريدة للدخول إلى قلب المؤسسة و الإطلاع على نشاطها، و يمكن اعتبارها فضاء افتراضيا تسمح

بتجميع مصادر المعلومات المختلفة التي تخص المؤسسة و تهتم أفرادها، و الجدول موالى
يوضح طبيعة استخدام شبكة الانترنت من طرف الصحفيين في المؤسسة.

الجدول رقم (21) : يمثل طبيعة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت حسب متغير الجنس:

الجنس																فيما تتمثل طبيعة استخدامك لشبكة الانترنت ؟		
المجموع				أنثى		ذكر		أنثى				ذكر				ن	ت	
ن	ت	النسبة		التكرار		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
		لا	نعم	لا	نعم													لا
%100	45	%6.7	%93.3	3	42	%100	19	%100	26	%10.5	%89.5	2	17	%3.8	%96.2	1	25	الحصول على المعلومات
%100	45	%91.1	%68.9	41	4	%100	19	%100	26	%89.5	%10.5	17	2	%92.3	%7.7	24	2	الإعلان
%100	45	%15.6	%84.4	7	38	%100	19	%100	26	%15.8	%84.2	3	16	%15.4	%84.6	4	22	مشاهدة الأخبار
%100	45	%73.3	%26.7	33	12	%100	19	%100	26	%78.9	%21.1	15	4	%69.2	%30.8	18	8	الترفيه والمتعة
%100	45	%40	%60	18	27	%100	19	%100	26	%47.4	%52.6	9	10	%34.6	%65.4	9	17	التواصل بين الأشخاص
%100	45	%51.1	%48.9	23	22	%100	19	%100	26	%47.4	%52.6	9	10	%53.8	%46.2	17	12	نقل الملفات

نلاحظ من الجدول أعلاه أن طبيعة استخدام شبكة الانترنت حسب متغير الجنس، فئة الذكور بنسبة 96.2% يستخدمون الانترنت للحصول على معلومات، أما نسبة 7.7% يستخدمون الانترنت للإعلان، تليها نسبة 84.5% مشاهدة الأخبار، نسبة 30.5% تمثل استخدام أفراد العينة الترفيه و المتعة. تليها نسبة 65.4% استخدام التواصل بين الأشخاص، أخيرا نسبة 46.2% استخدام شبكة الانترنت في نقل الملفات، تقابلها فئة الإناث بنسبة 89.5% استخدمت شبكة الانترنت للحصول على معلومات، أما نسبة 10.5% استخدام شبكة الانترنت في الإعلان، نسبة 84.5% استخدمت شبكة الانترنت في مشاهدة الأخبار، أما نسبة 21.1% يستخدمون شبكة الانترنت في الترفيه و المتعة، نسبة 52.5% يستخدمون شبكة الانترنت في التواصل بين الأشخاص و نقل الملفات.

نلاحظ من الجدول أن نسبة 96.2% من الذكور الذين يستخدمون الانترنت للحصول على معلومات، تليها نسبة 89.5% من الإناث اللواتي استخدمت شبكة الانترنت في الحصول على المعلومات، أما نسبة 84.5% يستخدمون شبكة الانترنت لمشاهدة الأخبار بالنسبة لفئة الذكور و الإناث، و ذلك أن شبكة الانترنت تتوفر على كل المعلومات التي تهم المبحوثين، كما توفر قاعدة للمعلومات المختلفة التي تستخدم للتبادل مع الآخرين.

الجدول رقم (22) : يمثل طبيعة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																	فيما تتمثل طبيعة استخدامك لشبكة الانترنت ؟	
المجموع				دراسات عليا				ليسانس				دون إجابة						
ن	ت	النسبة		التكرار		ن		ت		ن		ت		ن		ت		
		لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم			
%100	45	%6.7	%93.3	3	42	12.5	%87.5	1	7	% 5.7	94.3	2	33	% 0	100	0	2	الحصول على المعلومات
%100	45	%91.1	%68.9	41	4	%75	%25	6	2	% 94.3	5.7	33	2	% 0	100	0	2	الإعلان
%100	45	%15.6	%84.4	7	38	12.5	%87.5	1	7	% 17.1	82.9	6	29	% 0	100	0	2	مشاهدة الأخبار
%100	45	%73.3	%26.7	33	12	62.5	%37.5	5	3	% 74.3	25.7	26	9	%100	% 0	2	0	الترفيه والمتعة
%100	45	%40	%60	18	27	%25	%75	2	6	% 40	60	14	21	%100	% 0	2	0	التواصل بين الأشخاص
%100	45	%51.1	%48.9	23	22	%25	%75	2	6	% 54.3	45.7	19	16	%100	% 0	2	0	نقل الملفات

ملاحظة (السؤال يحتمل أكثر من إجابة و التحليل يخص نعم)

نلاحظ من الجدول و بياناته الإحصائية أن طبيعة استخدام أفراد العينة شبكة الانترنت حسب متغير المستوى التعليمي بالنسبة لفئة دون إجابة بنسبة 100% استخدام شبكة الانترنت للحصول على معلومات، الإعلان، مشاهدة الأخبار، في حين نسبة منعدمة تماما الترفيه و المتعة و التواصل بين الأشخاص و نقل الملفات، أما الفئة ليسانس بنسبة 94.3% من أفراد العينة يستخدمون شبكة الانترنت في الحصول على معلومات، أما نسبة 5.7% يستخدموا شبكة الانترنت في الإعلان، نسبة 82.9% يستخدموا شبكة الانترنت في مشاهدة الأخبار، تليها نسبة 25.7% يستخدموا شبكة الانترنت في الترفيه و المتعة، تليها نسبة 60% التواصل بين الأشخاص، أخيرا نسبة 45.7% يستخدمون شبكة الانترنت في نقل الملفات، تليها الفئة دراسات العليا بنسبة 87.5% يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على معلومات و مشاهدة الأخبار، أما نسبة 25% يستخدمون شبكة الانترنت في الإعلان، تليها نسبة 37.5% يستخدمون شبكة الانترنت في الترفيه و المتعة، نسبة 75% يستخدمون شبكة الانترنت في التواصل بين الأشخاص و نقل الملفات.

نستنتج من البيانات الإحصائية أن طبيعة استخدام أفراد العينة شبكة الانترنت بنسبة 100% بالنسبة لفئة دون إجابة. تليها نسبة، 94.3% بالنسبة لفئة ليسانس، أما نسبة 87.5% بالنسبة لفئة الدراسات يستخدمون شبكة الانترنت في الحصول على المعلومات حيث تعتبر الانترنت من ضروريات الحياة في وقتنا الحالي و ما تقدمه من مميزات و خدمات خاصة في مجال الإعلام من تقنيات الاتصال الحديثة و التطبيقات الحديثة، و منه يمكن القول أن استخدام أفراد العينة شبكة الانترنت للحصول على المعلومات بأقصى سرعة حيث تتضمن شبكة الانترنت مجموعة كبيرة من الصفحات التي تحتوي معلومات في شتى المجالات، و ما يميزها أيضا الحصول عليها بسهولة و يسر، كما يستخدم أفراد العينة شبكة الانترنت لمشاهدة الأخبار بنسبة 100% بالنسبة لفئة دون إجابة، تليها نسبة 87.5% لفئة الدراسات العليا، نسبة 82.9% لفئة ليسانس، فالصحفي يتوجب عليه الاطلاع على آخر الأخبار و المستجدات الحصرية التي تهتمه، أما نسبة 75% يستخدمون شبكة الانترنت في التواصل

بين الأشخاص بالنسبة لفئة دراسات العليا، تليها نسبة 60% الذين يستخدمون شبكة الانترنت للتواصل بين الأشخاص بالنسبة لفئة ليسانس، حيث ألغت شبكة الانترنت الحدود بين أفراد، إضافة إلى استخدامات أخرى أفادنا 2 من أفراد العينة ب الحصول على الأخبار الحصرية و التثقيف.

الجدول رقم (23) : يمثل طبيعة استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت حسب متغير المستوى الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية																				فيما تتمثل طبيعة استخدامك لشبكة الانترنت ؟		
أقل من 5 سنوات				من 6 إلى 10 سنوات				من 11 إلى 15 سنة				أكثر من 15 سنة				المجموع						
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت				
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
		لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	الحصول على المعلومات
%100	45	%6.7	%93.3	3	42	22.	77.	2	7	%0	100	0	13	%0	100	0	14	11.	88.9	1	8	الإعلان
		%	%			%2	%8				%			%6	%			%9	%			مشاهدة الأخبار
%100	45	91.1	%8.9	41	4	10	%0	9	0	100	%0	13	0	78.	33.3	11	3	88.	11.1	8	1	الترفيه والمتعة
		%	%			%0	%			%	%			%6	%			%9	%			التواصل بين الأشخاص
%100	45	15.6	%84.4	7	38	22.	77.	2	7	%0	100	0	13	28.	71.4	4	10	11.	88.9	1	8	نقل الملفات
		%	%			%2	%8			%	%			%6	%			%1	%			
%100	45	73.3	%26.7	33	12	77.	22.	7	2	69.	30.	9	4	71.	28.6	10	4	77.	22.2	7	2	
		%	%			%8	%2			%2	%8			%4	%			%8	%			
%100	45	%40	%60	18	27	22.	77.	2	7	53.	46.	7	6	21.	78.6	3	11	66.	33.3	6	3	
		%	%			%2	%8			%8	%2			%4	%			%7	%			
%100	45	51.1	%48.9	23	22	55.	44.	5	4	46.	53.	6	7	42.	57.1	6	8	66.	33.3	6	3	
		%	%			%6	%4			%2	%8			%9	%			%7	%			

ملاحظة (السؤال يحتمل أكثر من إجابة و التحليل يخص نعم)

نلاحظ من الجدول و بياناته الإحصائية أن طبيعة استخدام شبكة الانترنت حسب متغير الخيرة المهنية بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات بنسبة 88.9% يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على معلومات و مشاهدة الأخبار، أما نسبة 11.1% يستخدمون شبكة الانترنت لإعلان، تليها نسبة 22.2% يستخدمون شبكة الانترنت في الترفيه و المتعة، نسبة 33.3% يستخدمون شبكة الانترنت للتواصل بين الأشخاص و نقل الملفات، الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 100% يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على معلومات، أما نسبة 21.4% يستخدمون شبكة الانترنت للإعلان، نسبة 71.4% يستخدمون شبكة الانترنت لمشاهدة الأخبار، أما نسبة 28.6% يستخدمون شبكة الانترنت لترفيه و المتعة، تليها نسبة 78.7% يستخدمون شبكة الانترنت للتواصل بين الأشخاص، أخيرا نسبة 57.1% يستخدمون شبكة الانترنت لنقل الملفات، أما الفئة من 11 إلى 10 سنوات نسبة 100% يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على معلومات، و مشاهدة الأخبار، في حين نسبة منعدمة تماما لاستخدام الإعلان، تليها نسبة 30.8% يستخدمون شبكة الانترنت للترفيه و المتعة، نسبة 46.2% يستخدمون الانترنت للتواصل بين الأشخاص، أخيرا نسبة 53.8% يستخدمون شبكة الانترنت لنقل الملفات، الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 77.8% يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على معلومات، و مشاهدة الأخبار، و التواصل بين الأشخاص، في حين نسبة منعدمة تماما في استخدام الإعلان، تليها نسبة 22.2% يستخدمون شبكة الانترنت لترفيه و المتعة، أخيرا نسبة 44.4% يستخدمون شبكة الانترنت لنقل الملفات.

من تفحص البيانات الموجودة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أهم طبيعة لاستخدام شبكة الانترنت هو الحصول على معلومات و مشاهدة الأخبار بنسبة 100% لفئتا من سنوات إلى 10 سنوات، و من 11 إلى 15 سنة، تليها نسبة 88.9% بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات، نسبة 77.8% لفئة أكثر من 15 سنة، و ذلك أن لشبكة الانترنت توفر كل متطلبات الصحفي الخاصة بآنية و سرعة و دون مجهود و توفر قاعدة معلومات فيها اللوائح و الإعلانات، كما تحتوي الشبكة على آخر الأخبار الحصرية، بينما يستخدمون شبكة الانترنت

في التواصل بين الأشخاص بنسبة 77.8% لفتتاً من 6 إلى 10 سنوات و أكثر من 15 سنة ،تليها نسبة 4.2% بالنسبة لفئة من 11 إلى 15 سنة، نسبة 33.3% لفئة أقل من 5 سنوات،فالتواصل بين الأشخاص مهم داخل المؤسسة بين أفراد العينة، و تستخدم شبكة الانترنت أيضا في نقل الملفات و الإعلان، فيتوضح لنا أن هناك استخدامات متنوعة لشبكة الانترنت، لكن هذه الاستخدامات تبقى قليلة و بحاجة لاستغلال أكبر، هذه الاستخدامات القليلة يمكن إرجاعها إلى عدم وعي المستخدمين بأهمية و دور الشبكة في تحسين جو العمل.

الجدول رقم (24) : يمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس:

																الجنس	فيما تتمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم ؟	
المجموع				أنثى		ذكر		أنثى		ذكر		ن		ت				
ن	ت	النسبة		التكرار		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
		لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم			
%100	45	%64.4	%35.6	29	10	%100	19	%100	26	%73.7	%26.3	14	5	%57.7	% 42.3	15	11	التجهيزات
%100	45	%24.4	%75.6	11	34	%100	19	%100	26	%15.8	%84.2	3	16	%30.8	%69.2	8	18	ربح الوقت
%100	45	%60	%40	27	18	%100	19	%100	26	%52.6	%47.4	10	9	%65.4	%34.6	18	9	تنمية الكفاءة
%100	45	%46.7	%53.3	21	24	%100	19	%100	26	%57.9	%42.1	11	8	%38.5	%61.5	10	16	دقة العمل

ملاحظة (السؤال يحتمل أكثر من إجابة و التحليل يخص نعم)

نلاحظ من خلال الجدول نمط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس بالنسبة لفئة الذكور نسبة 42.3 % يمثل نمط التجهيزات، أما نسبة 69.2 % تمثل نمط ربح الوقت، نسبة 34.6 % تمثل نمط تنمية الكفاءة، تقابلها فئة الإناث نسبة 26.3 % نمط التجهيزات، أما نسبة 84.2 % نمط ربح الوقت، تليها نسبة 74.4 % نمط تنمية الكفاءة الموظفة في المؤسسة.

نلاحظ من الجدول وبياناته الإحصائية أن نسبة 84.2 % بالنسبة لفئة الإناث تقابلها نسبة 30.8 % نمط استخدام تكنولوجيا هو ربح الوقت، حيث تساعدهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تقلل من مجهودهم أثناء القيام بالأعمال، و تتسم تكنولوجيا الاتصال بمزايا هي جلب الراحة و الرفاهية للمستخدمين لما توفره من جهد و وقت و مال، و ذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد و الكمبيوتر، و تقدم التقنيات الحديثة، و تتيح كذلك فرص كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات و البرامج التعليمية، كما أنها تزيد من المعرفة، و ساهمت التكنولوجيا في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة و سرعة و قدرة إنتاجية و من مزاياها سرعتها الفائقة في نقل و استقبال المعلومات و البيانات، فهي تتيح بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة¹، أما نسبة 74.4 % تمثل نمط تنمية الكفاءة بالنسبة للإناث، تقابلها نسبة 34.6 % لفئة الذكور، حيث من خلال استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة اكتسبوا مهارات و خبرة لتعامل مع هذه التقنيات.

عبد الباسط عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 265¹

الجدول رقم (25) : يمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسساتكم حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																	فيما تتمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسساتكم؟			
المجموع				دراسات عليا				ليسانس				0								
ن		ت		النسبة		التكرار		ن		ت		ن		ت		ن		ت		
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا		نعم	لا	نعم
%100	45	64.4	35.6	29	16	37.5	62.5	3	5	%68.6	31.4	24	11	100	%0	2	0	التجهيزات		
%100	45	24.4	75.6	11	34	37.5	62.5	3	5	%17.1	82.9	6	29	100	%0	2	0	ربح الوقت		
%100	45	%60	%40	27	18	%75	%25	6	2	%54.3	45.7	19	16	100	%0	2	0	تنمية الكفاءة		
%100	45	46.7	53.3	21	24	%75	%25	6	2	%42.9	57.1	15	20	%0	100	0	2	دقة العمل		

من خلال الجدول و بيانات الإحصائية أن أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي، نسبة المبحوثين من فئة ليسانس نسبة 31.4% يرجحون التجهيزات، أما نسبة 82.9% من العينة يفضلون ربح الوقت، من أنماط استخدام تكنولوجيا تنمية الكفاءة ب نسبة 45.7% ،أما نسبة 57.1% من أفراد العينة نمطهم دقة العمل، تليها فئة دراسات العليا حيث يوظف أفراد العينة نسب 62.5% لنمطين هما التجهيزات و ربح الوقت، أخيرا نسبة 25% من المبحوثين تتمثل لديهم نط استخدام تكنولوجيا كل من تنمية الكفاءة و دقة العمل.

الأرقام المحصل عليها في الجدول تبين أن أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي ربح الوقت حيث قدرت ب 82.9 % لأن إدخال تكنولوجيا الحديثة في المؤسسة و التجهيزات حديثة سهل من مهام الصحفي و وفرة له الوقت و الجهد المبذول و سرعة الأداء مقارنة بالوسائل التقليدية.

الجدول رقم (26) : يمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم حسب متغير المستوى الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية																						فيما تتمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم؟
أقل من 5 سنوات				من 6 إلى 10 سنوات				من 11 إلى 15 سنة				أكثر من 15 سنة				المجموع						
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت				
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم			
5	4	55.6	44.4	4	10	28.6	71.4	5	8	38.5	61.5	2	7	22.7	77.3	16	29	35.6	64.4	45	100	التجهيزات
4	5	44.4	55.6	2	12	85.7	14.3	11	2	84.2	15.8	7	2	77.2	22.8	34	11	75.6	24.4	45	100	ربح الوقت
2	7	22.2	77.8	6	8	42.9	57.1	6	7	46.3	53.7	4	4	44.4	55.6	18	27	40	60	45	100	تنمية الكفاءة
4	5	44.4	55.6	6	8	42.9	57.1	8	5	61.5	38.5	2	6	25.0	75.0	24	21	53.3	46.7	45	100	دقة العمل

نلاحظ من خلال الجدول وبياناته إحصاءاته أن أنماط استخدام تكنولوجيا الحديثة الموظفة في المؤسسة الإعلامية حسب متغير المستوى الوظيفي نسب متفاوتة بين الفئات، فالفئة أقل من 5 سنوات تمثل نمط التجهيزات ب نسبة 55.6%، و نسبة 44.4% لكل من نمط ربح الوقت، دقة العمل، تليها نسبة 22.2% من نمط تنمية الكفاءة، أما الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 28.6% يمثل نمط التجهيزات، نسبة 85.7% نمط ربح الوقت، يليها نسبة 42.9% نمط تنمية الكفاءة، دقة العمل، تليها الفئة من 11 إلى 15 سنة حيث تعتبر التجهيزات نمط لاستخدام تكنولوجيا بنسبة 38.5% و من بين الأنماط ربح الوقت نسبته 84.7%، نسبة 46.2% نمط تنمية الكفاءة، تليها نسبة 61.5% نمط دقة الوقت، أخيرا الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 22.2% لنمط التجهيزات، أما نسبة 77.8% نمط ربح الوقت، تليها نسبة 44.4% نمط ربح الوقت، ونسبة 66.7% نمط دقة العمل.

نستنتج من البيانات الإحصائية أن كل الفئات تتفق على أن نمط استخدام تكنولوجيا الحديثة المتمثل في ربح الوقت بنسب مرتفعة 85.7% تمثل الفئة أقل من 5 سنوات، ونسبة 84.6% الفئة من 11 إلى 15 سنة حيث توظف المؤسسة تكنولوجيا الحديثة مما ساعد الصحفيين على ربح الوقت لإنجاز أعمالهم تليها نمط التجهيزات التي تمثل بخصوص الحاسبات و الأجهزة التي تملكها المؤسسة، كما ساهمت تكنولوجيا في تنمية كفاءاتهم و دقة في العمل.

المبحث الثاني: الإشباع المحققة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة

الإعلامية

الجدول رقم (27) : يمثل دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية

الجزائرية حسب متغير الجنس:

هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة دور في المؤسسة الإعلامية الجزائرية؟					
الجنس		أنثى		ذكر	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
%13.3	10	% 5.3	1	% 34.6	9
%86.7	35	%94.7	18	%65.4	17
%100	45	% 100	19	%100	26

نلاحظ من الجدول أعلاه دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية حسب متغير الجنس، لفئة الذكور نسبة 34.6% لها دور بشكل صغير، ونسبة 65.4% لها دور بشكل كبير، تقابلها فئة الإناث بنسبة 5.3% يرون أن لها دور بشكل صغير، أما نسبة 94.7% له دور بشكل كبير إدخال التكنولوجيا في المؤسسة الإعلامية.

نستنتج من معطيات الجدول نسبة 94.7% من الإناث رأين أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة له دور بشكل كبير، تقابلها نسبة 65.4% من الذكور في رأيهم لها دور بشكل كبير، و منه إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة كعنصر إضافي له أثر كبير من خلال مميزات التي تتمتع بها وسائل تكنولوجيا الحديثة.

الجدول رقم(28):يمثل دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية حسب متغير المستوى التعليمي :

المستوى التعليمي								هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة دور في المؤسسة الإعلامية الجزائرية؟
المجموع		دراسات العليا		ليسانس		دون إجابة		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
10	22.2%	3	37.5%	7	20%	0	0%	بشكل صغير
35	77.8%	5	62.5%	28	80%	2	100%	بشكل كبير
45	100%	8	100%	35	100%	2	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول و بياناته الإحصائية أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية حسب متغير المستوى التعليمي، فئة ليسانس ب نسبة 20% من أفراد العينة يرون أن إدخال تكنولوجيا أحدث دور بشكل صغير، أما نسبة 80% يرون أن أحدث دور بشكل كبير، تليها فئة الدراسات العليا بنسبة 37.5% أحدث دور بشكل صغير، وأخيرا نسبة 62.5% أحدث دور بشكل كبير إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجزائرية .

نستنتج من الجدول أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدث دور كبير بالنسبة لكل الفئات بنسبة 80% فئة ليسانس، تليها 62.5%فئة الدراسات العليا، وهذا دلالة على أن المميزات التي تتمتع بها الوسائل الاتصال التكنولوجية كان لها دور في تسهيل العمل الإعلامي في المؤسسة الجزائرية.

الجدول رقم (29) : يمثل دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية حسب متغير الخبرة المهنية :

هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة دور في المؤسسة الإعلامية الجزائرية؟										
الخبرة المهنية										
المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
10	22.2%	1	11.1%	3	23.1%	2	14.3%	4	44.4%	بشكل صغير
35	77.8%	8	88.9%	10	76.9%	12	85.7%	5	55.6%	بشكل كبير
45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	100%	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة له دور في المؤسسة الإعلامية الجزائرية حسب متغير الخبرة المهنية، الفئة أقل من 5 سنوات ب نسبة 44.4% كان له دور بشكل صغير، أما نسبة 55.6% له دور بشكل كبير، الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 14.3% له دور بشكل صغير، تليها نسبة 85.7% دور بشكل كبير، أما الفئة من 11 إلى 15 سنة نسبة 23.1% أحدث دور صغير إدخال تكنولوجيا، ونسبة 76.9% كان له دور كبير، أخيرا الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 11.1% من أفراد العينة في رأيهم أحدثت دور صغير في المؤسسة، في حين نسبة 88.9% من أفراد يرون العكس في رأيهم أنها كان لها دور كبير في المؤسسة إدخال تكنولوجيا الحديثة.

نستنتج أن إدخال طرق جديدة و حديثة للمؤسسة بدلا من القديمة، و التكنولوجيا شكل من أشكال التجديد، و يري أفراد العينة حول إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة أنه أحدث دور على مستوى المؤسسة بشكل كبير، فالتجديد نتيجة حتمية لعملية التغير و زيادة انتاجية و جودة عالية في كل التجهيزات و التقنيات لتنافس مؤسسات أخرى.

الجدول رقم(30): يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب حسب متغير الجنس:

الجنس						هل تعمل وسائل الاتصال الحديثة على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز عملكم؟
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%13.3	6	% 52.1	4	% 7.7	2	إلى حد ما
%86.7	4	%10.5	2	%7.7	2	لا
%73.3	33	%63.2	12	%80.8	21	نعم
%4.4	2	%5.3	1	%3.8	1	دون إجابة
%100	45	% 100	19	%100	26	المجموع

الجدول أعلاه يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل حسب متغير الجنس أن فئة الذكور بنسبة 7.7% تعمل إلى حد ما، و لا تعمل لتقليل الوقت، أما نسبة 80.8% في رأيهم نعم تعمل إلى تقليل الوقت المطلوب، في حين نسبة 3.8% فضلوا عدم إجابة، أما فئة الإناث بنسبة 52.1% تعمل إلى حد ما ، أما نسبة 10.5% لا تعمل ، تليها نسبة 63.2% لا تعمل، نسبة 5.3% تمثل فئة دون إجابة لتقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل.

نلاحظ من الجدول و بياناته الإحصائية نسبة 80.8% من فئة الذكور، تقابلها نسبة 63.2% في رأيهم تعمل وسائل الاتصال إلى تقليل الوقت المطلوب لإنجاز عملهم من خلال سهولة الوصول للمعلومة و حداثة التجهيزات و المرونة و سهولة الاستعمال.

جدول رقم (31): يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								هل تعمل وسائل الاتصال الحديثة على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز عملكم؟
المجموع		دراسات العليا		ليسانس		دون إجابة		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
3	13.3%	0	0%	6	17.1%	0	0%	إلى حد ما
4	8.9%	1	12.5%	3	8.6%	0	0%	لا
33	73.3%	7	87.5%	25	71.4%	1	50%	نعم
2	4.4%	0	0%	5	14.3%	1	50%	0
45	100%	8	100%	35	100%	2	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول وبياناته الإحصائية أن وسائل الاتصال الحديثة هل تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل حسب متغير المستوى التعليمي، فئة ليسانس ب نسبة 17.1% من أفراد العينة أجابوا أنها تعمل إلى حد ما وسائل الاتصال لتقليل الوقت، و نسبة 8.6% يرون أنها لا تعمل على تقليل الوقت، أما الذين أجابوا نعم بنسبة 71.4%، في حين نسبة 2.9% دون إجابة، أما فئة دراسات العليا نسبة منعدمة تماما الذين أجابوا إلى حد ما ونسبة 12.5% يرون أنها لا تعمل على تقليل الوقت، و مقابل ذلك نسبة 87.5% أجابوا ب نعم تعمل على تقليل الوقت المطلوب.

من خلال تفحص معطيات الواردة في جدول أعلاه يتضح أن أتفاق الفئتان كل من فئة ليسانس و فئة دراسات العليا على إجابة واحدة هي نعم تعمل وسائل الاتصال الحديثة في المؤسسة على تقليل الوقت المطلوب بنسبة 87.5% في فئة الدراسات العليا، تليها نسبة 71.4% بالنسبة لفئة ليسانس، و يدل هذا على أن المستوى التعليمي يلعب دور، حيث

يتفاعل الصحفي المؤهل علميا مع وسائل الاتصال الحديثة، و مدى وعيه و تجاربه، و منه يساهم المؤهل العلمي في تحسين و تطوير العمل المطلوب لإنجاز عملهم.

جدول رقم (32): يمثل وسائل الاتصال الحديثة التي تعمل على تقليل الوقت المطلوب حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية										هل تعمل وسائل الاتصال الحديثة على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز عملكم؟
المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
13.3%	6	11.1%	1	15.4%	2	14.3%	2	11.1%	1	إلى حد ما
8.9%	4	11.1%	1	15.4%	2	0%	0	11.1%	1	لا
73.3%	33	77.8%	7	53.8%	7	85.7%	12	77.8%	7	نعم
4.4%	2	0%	0	15.4%	2	0%	0	0%	0	دون إجابة
100%	45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	المجموع

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن وسائل الاتصال الحديثة هل تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل حسب متغير الخبرة المهنية بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات و أكثر من 15 سنة ، نسبة 11.1%

تعمل إلى حد ما لتقليل الوقت، ولا تعمل على تقليل الوقت نسبة سالفه الذكر، أما نسبة 77.8% نعم تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل، في حين الفئة من 6 إلى 10 سنوات نسبة 14.3% تعمل إلى حد ما لتقليل الوقت، تليها نسبة منعدمة تماما لا تعمل، أما نسبة 85.7% نعم تعمل على تقليل الوقت، أخيرا الفئة من 11 إلى 15 سنة نسبة 15.4% كل من تعمل إلى حد ما، لا تعمل، و دون إجابة، أما نسبة 53.8% من المبحوثين نعم تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل.

نلاحظ من خلال الجدول و بياناته أن أغلبية المبحوثين يرون أن وسائل الاتصال الحديثة تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز العمل فالنسبة 85.7% تمثل الفئة من 6 إلى 10 سنوات، تليها نسبة 77.8% يمثل الفئتين أقل من 5 سنوات و أكثر من 15 سنة وهذا دليل على أنها تتناسب مع احتياجات الصحفيين حيث ساعدت على توفير الجهد و الوقت في العمل، كما ساعدت على زيادة الإنتاج و تحسين ظروف العمل.

الجدول رقم(33): يمثل اعتقاد أفراد العينة أن التكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي حسب متغير الجنس:

الجنس																إذا كانت تعتقد أن تكنولوجيا الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي، ما هو السبب؟									
المجموع																ذكور		إناث		المجموع					
النسبة																ن		ت		ن		ت			
التكرار																ن		ت		ن		ت			
لا																نعم		لا		نعم		لا			
ن																ت		ن		ت		ن		ت	
ت																نعم		لا		نعم		لا			
%100	45	%8.9	%91.1	4	41	%100	19	%100	26	%15.8	%84.2	3	16	%3.8	%96.2	1	25	سرعة تداول المعلومة							
%100	45	%42.2	%57.8	19	26	%100	19	%100	26	%42.1	%57.9	8	11	%42.1	%57.9	11	15	الإرسال والتلقي السريع بين المحطات							
%100	45	%46.7	%53.3	21	24	%100	19	%100	26	%52.6	%47.4	10	9	%42.1	%57.9	11	15	التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي							
%100	45	%68.9	%31.1	31	14	%100	19	%100	26	%63.2	%36.8	12	7	%73.1	%26.9	19	7	المرونة							
%100	45	%55.6	%44.4	25	20	%100	19	%100	26	%52.6	%47.4	10	9	%57.7	%42.3	15	11	التفاعل المهني							
%100	45	%40	%60	18	27	%100	19	%100	26	%36.8	%63.2	7	12	%42.3	%61.5	11	15	السرعة في الأداء							

نلاحظ من الجدول دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي حسب متغير الجنس بالنسبة للذكور نجد نسبة 96.2% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة أما نسبة 55.7% تحقق لديهم الإرسال و التلقي السريع و التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي في حين نجد نسبة 26.6% تحقق المرونة تليها نسبة 42.3% تحقق التفاعل المهني كما نجد أيضا نسبة 61.5% تحقق السرعة في الأداء تقابلها فئة الإناث بنسبة 84.2% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة أما نسبة 57.9% تحقق الإرسال و التلقي السريع بين المحطات في حين نجد نسبة 47.4% تحقق لديهم التواصل المستمر بين المحطات و التفاعل المهني أما نسبة 36.8% تحقق المرونة تليها نسبة 63.2% السرعة في الأداء .

نستنتج من الجدول أعلاه أن سرعة تداول المعلومة تحقق الرضا الوظيفي باتفاق الفئتين الذكور بنسبة 96.2% تقابلها نسبة 84.2% بالنسبة لفئة الإناث فمن واجب الصحفي تقديم الخبر بأنية وقت حدوث أو يموت و منه حققت هذه التكنولوجيا السرعة في أداء عمله.

الجدول رقم(34) : يمثل اعتقاد أفراد العينة أن التكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																	إذا كانت تعتقد أن تكنولوجيا الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي، ما هو السبب ؟	
دون إجابة				ليسانس				دراسات عليا				المجموع						
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت				
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا		
0	100	0	32	3	32	8.6	91.4	1	7	12.5	87.5	4	41	8.9	91.1	45	100	سرعة تداول المعلومة
2	0	100	22	13	22	37.1	62.9	4	4	50	50	19	26	42.2	57.8	45	100	الإرسال والتلقي السريع بين المحطات
0	0	100	18	17	18	48.6	51.4	2	6	25	75	21	24	46.7	53.3	45	100	التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي
0	0	100	12	23	12	65.7	34.3	6	2	75	25	31	14	68.9	31.1	45	100	المرونة
0	0	100	17	18	17	51.4	48.6	5	3	62.5	37.5	25	20	55.6	44.4	45	100	التفاعل المهني
0	0	100	24	11	24	31.4	68.6	5	3	62.5	37.5	18	27	40	60	45	100	السرعة في الأداء

نلاحظ من جدول اعتقاد أفراد العينة أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة لها دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي حسب متغير المستوى التعليمي بالنسبة لفئة دون إجابة نجد نسبة 100% تحقق سرعة تداول المعلومة في حين نسبة منعدمة كل من الإرسال و التلقي السريع و التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي و المرونة و التفاعل المهني و السرعة في الأداء أما فئة ليسانس نجد نسبة 91.4% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة أما نسبة 62.9% تحقق لديهم الإرسال و التلقي السريع في حين نسبة 51.4% تحقق التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي كما نجد أيضا نسبة 34.3% تحقق المرونة تليها نسبة 48.6% تحقق التفاعل المهني نسبة 68.6% تحقق السرعة في الأداء تليها فئة الدراسات العليا بنسبة 87.5% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة أما نسبة 50% تحقق الإرسال و التلقي السريع بين الطاقم الإعلامي تليها نسبة 75% تحقق التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي في حين نجد نسبة 25% تحقق المرونة آخر نسبة 37.5% تحقق التفاعل المهني و السرعة في الأداء.

كما نلاحظ أيضا من الجدول أن نسبة 91.4% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة فله دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة الإعلامية.

الجدول رقم(35) : يمثل اعتقاد أفراد العينة أن التكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية																				إذا كانت تعتقد أن تكنولوجيا الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي، ما هو السبب؟
أقل من 5سنوات				من 6إلى 10 سنوات				من 11 إلى 15 سنة				أكثر من 15 سنة				المجموع				
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت		
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	
7	2	77.8	22.2	13	1	92.9	7.1	13	0	100	0	13	0	100	0	13	0	45	100	سرعة تداول المعلومة
2	7	22.2	77.8	9	5	64.3	35.7	10	3	76.9	23.1	10	3	76.9	23.1	10	3	45	100	الإرسال والتلقي السريع بين المحطات
4	5	44.4	55.6	7	7	50	50	6	7	46.7	53.3	6	7	46.7	53.3	6	7	45	100	التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي
1	8	11.1	88.9	5	9	35.7	64.3	5	8	38.9	61.1	5	8	38.9	61.1	5	8	45	100	المرونة
2	7	22.2	77.8	8	6	57.1	42.9	5	8	38.9	61.1	5	8	38.9	61.1	5	8	45	100	التفاعل المهني
3	6	33.3	66.7	8	6	57.1	42.9	9	4	69.2	30.8	9	4	69.2	30.8	9	4	45	100	السرعة في الأداء

من الجدول و بياناته في اعتقاد أفراد العينة دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي حسب متغير الخبرة المهنية بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات نجد نسبة 77.8% سرعة تداول المعلومة أما نسبة 22.2% تحقق الإرسال و التلقي السريع و التفاعل المهني تليها نسبة 44.4% تحقق التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي في حين نجد نسبة 11.1% تحقق المرونة نسبة 33.3% تحقق السرعة في الأداء أما الفئة من 6 إلى 10 سنوات نجد نسبة 92.9% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة أما نسبة 64.3% تحقق الإرسال و التلقي السريع في حين نجد نسبة 50% تحقق التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي تليها نسبة 35.7% تحقق المرونة نجد أيضا نسبة 57.1% تحقق التفاعل المهني و السرعة في الأداء تليها الفئة من 11 إلى 15 سنة نجد نسبة 100% تحقق سرعة تداول المعلومة أما نسبة 76.9% تحقق الإرسال و التلقي السريع في حين نسبة 46.2% تحقق التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي كما نجد أيضا نسبة 38.5% تحقق المرونة و التفاعل المهني تليها نسبة 69.2% السرعة في الأداء أخر فئة أكثر من 15 سنة نجد نسبة 88.9% تحقق لديهم سرعة تداول المعلومة أما نسبة 55.6% تحقق الإرسال و التلقي السريع و التفاعل المهني تليها نسبة 77.8% تحقق التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي و السرعة في الأداء في حين نجد نسبة 33.3% تحقق المرونة .

نستنتج من الجدول أن سرعة تداول المعلومة في اعتقاد أفراد العينة تحقق لديهم الرضا الوظيفي حيث قضت هذه الأخيرة على عنصر الزمان و المكان و هذا ما أدى بدوره إلى الإرسال و التلقي السريع بين المحطات .

الجدول رقم (36) : يبين القيم المحققة من خلال استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس:

الجنس						ما هي القيم المحققة من خلال استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال عملك؟
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%8.9	4	% 5.3	1	% 11.5	3	قيمة جمالية
%82.2	37	%89.5	17	%76.9	20	وظيفية
%8.9	4	%5.3	1	%11.5	3	فنية
%100	45	% 100	19	%100	26	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن القيم المحققة من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل حسب متغير الجنس، بالنسبة لفئة الذكور نجد نسبة 11.5% تحقق قيمة جمالية وقيمة فنية، أما نسبة 76.9% تحقق قيمة وظيفية، تقابلها فئة الإناث بنسبة 5.3% تحقق قيمة جمالية وقيمة فنية وقيمة وظيفية، تليها نسبة 89.5% تحقق قيمة وظيفية من خلال استخدام تكنولوجيا مجال العمل.

نستنتج من الجدول أعلاه أن نسبة 89.5% من الإناث في رأيهم تحقق القيمة الوظيفية، تقابلها نسبة 76.9% بالنسبة لفئة الذكور في رأيهم تحقق قيمة وظيفية للقيم أهمية عظمى في حياة الفرد حيث تساهم في بناء تكوينه و من أهمية القيم :

*التحفيز على العمل و تنفيذ النشاط بشكل متقن.

* حماية الفرد من الوقوع في الخطأ حيث تشكل القيم درعا واقيا.

*الاستقرار و التوازن في الحياة الاجتماعية.

*إحساس الفرد بالمسؤولية.

*كسب ثقة الناس و مجتمعهم.

*اكتساب الفرد القدرة على التأقلم مع الظروف برضا و قناعة.

*تشكيل نمط عام للمجتمع و قانون يراقب تحركاته.¹

الجدول رقم (37) : يبين القيم المحققة من خلال استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								ما هي القيم المحققة من خلال استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال عملك؟
المجموع		دراسات العليا		ليسانس		دون إجابة		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
4	8.9%	0	0%	4	11.4%	0	0%	قيمة جمالية
37	82.2%	8	100%	27	77.1%	2	100%	وظيفية
4	8.9%	0	0%	4	11.4%	0	0%	فنية
45	100%	8	100%	35	100%	2	100%	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول و بياناته الإحصائية أن القيم المحققة من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال العمل حسب متغير المستوى التعليمي، الفئة دون إجابة نسبة منعدمة تماما تحقق قيمتا جمالية و فنية، أما نسبة 100% تحقق قيمة وظيفية، فئة ليسانس نسبة 11.4% تحقق قيمة جمالية و قيمة فنية ،تليها نسبة 77.1% تحقق قيمة وظيفية، أما فئة دراسات العليا نسبة منعدمة تماما كل من القيمة الجمالية و القيمة الفنية نسبة تقبلها 100% تحقق قيمة وظيفية من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل.

يوضح الجدول أن نسبة 100% تحقق قيمة وظيفية بالنسبة لفئة الدراسات العليا، و فئة دون إجابة، تليها نسبة 77.1%، و هذا يدل على أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في

علي بن سعد مطر الحربي، أهمية دور معلمي العلوم الطبيعية في تنمية القيم العلمية، جامعة أم القرى، بنسرف، 2010¹

المؤسسات الإعلامية يسعى إلى تحقيق الأداء الوظيفي من خلال القيم الوظيفية التي تساهم في رفع الرضا الوظيفي.

الجدول رقم (38) : يبين القيم المحققة من خلال استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية:

ما هي القيم المحققة من خلال الخبرة المهنية										
المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال عملك؟ قيمة جمالية وظيفية فنية المجموع
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
8.9%	4	11.1%	1	15.4%	3	0%	0	11.1%	1	قيمة جمالية
82.2%	37	88.9%	8	76.9%	10	78.6%	11	88.9%	8	وظيفية
8.9%	4	0%	0	0%	0	21.4%	3	0%	0	فنية
100%	45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول وبياناته أن القيم المحققة من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية، الفئة أقل من 5 سنوات نسبة 11.1% تحقق قيمة جمالية، أما نسبة 88.9% تحقق قيمة وظيفية، في حين تنعدم تماما في القيمة الفنية، أما فئة من 6 سنوات إلى 10 سنوات نسبة منعدمة التي تحقق قيمة جمالية، تليها نسبة 78.6% تحقق قيمة وظيفية، نسبة 21.4% تحقق قيمة فنية، تليها فئة من 11 إلى 15 سنة نسبة 15.4% من تحقق قيمة جمالية، نسبة 76.9% تحقق قيمة وظيفية، في حين نسبة منعدمة تماما التي تحقق قيمة فنية، الفئة أكثر من 15 سنة نسبة 11.1% تحقق قيمة جمالية، أما نسبة 88.9% تحقق قيمة وظيفية، في حين نسبة منعدمة التي تحقق القيمة لفنية من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

نستنتج أن القيم المحققة هي قيمة وظيفية بنسبة 88.9% بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات وأكثر من 15 سنة، أما نسبة 78.6% لفئة من 6 إلى 10 سنوات تنليها نسبة 76.9% بالنسبة لفئة من 11 إلى 15 سنة، ويرجع هذا لأن أفراد العينة الذين يعملون في المؤسسة إعلامية الجزائرية تحقق في غالب قيم وظيفية من استخدام تكنولوجيا الحديثة، إضافة إلى قيمة معرفية.

الجدول رقم (39) : يمثل صعوبات وعراقيل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس:

الجنس																ما هي صعوبات وعراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي ؟		
المجموع								ذكر		أنثى		ذكر		أنثى				
ن		ت		النسبة		التكرار		ن		ت		ن		ت				
				لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم				
%100	45	%77.8	%22.2	35	10	%100	19	%100	26	%63.2	%36.8	12	7	%88.5	% 11.5	23	3	قدم تقنيات الاتصال
%100	45	%73.3	%26.7	33	12	%100	19	%100	26	%73.7	%26.3	14	5	%73.1	%26.9	19	7	عدم توفر الكفاءة المؤهلة
%100	45	%84.4	%15.6	38	7	%100	19	%100	26	%89.5	%10.5	17	2	%80.8	%19.2	21	5	مخاطر صحية للعاملين
%100	45	%55.6	%44.4	25	20	%100	19	%100	26	%47.4	%52.6	9	10	%61.5	%38.5	16	10	تهديد حماية المعلومات
%100	45	%71.1	%28.9	32	13	%100	19	%100	26	%68.4	%31.6	13	6	%73.1	%26.9	19	7	تقليص الوظائف
%100	45	%35.6	%64.4	16	29	%100	19	%100	26	%31.6	%68.4	6	13	%38.5	%61.5	10	16	الانقطاع المتكرر للانترنت

من خلال الجدول و بياناته أن الصعوبات و العراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال العمل الإعلامية حسب متغير الجنس بالنسبة لفئة الذكور نسبة 11.5% صعوبة قدم تقنيات الاتصال ، أما نسبة 26.6% صعوبة عدم توفر الكفاءة المرونة، نسبة 19.2% صعوبة مخاطر صحية، أما نسبة 38.5% صعوبة تهديد حماية المعلومات، تليها نسبة 26.9% صعوبة تقليص الوظائف، نسبة 61.5% صعوبة الانقطاع المتكرر، تقابلها فئة الإناث نسبة 36.8% صعوبة قدم تقنيات الاتصال، أما نسبة 26.3% صعوبة عدم توفر الكفاءة المؤهلة، أما نسبة 10.5% صعوبة مخاطر صحية للعاملين، نسبة 52.6% صعوبة تهديد حماية المعلومات، نسبة 31.6% صعوبة تقليص الوظائف، أخيرا نسبة 68.4% صعوبة الانقطاع المتكرر للانترنت.

نستنتج أن الانقطاع المتكرر للانترنت من بين الصعوبات و عراقيل استخدام بنسبة 61.5% فانقطاع الانترنت يرجع لعدم وجود شراكة واضحة بين القطاع و مزودي الانترنت في مجال تطوير الربط بالانترنت فائقة السرعة حيث لا توجد مراكز اتصال على المستوى الوطني أو مراكز لتقديم خدمات الانترنت¹

الجدول رقم (40) : يمثل صعوبات وعراقيل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																	ما هي صعوبات وعراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي ؟	
المجموع				دراسات عليا				ليسانس				دون إجابة						
ن	ت	النسبة		التكرار		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت			
		لا	نعم	لا	نعم											لا		نعم
%100	45	%77.8	%22.2	35	10	%75	%25	1	2	% 77.1	22.9	27	8	% 100	% 0	2	0	قدم تقنيات الاتصال
%100	45	%73.3	%26.7	33	12	62.5	%37.5	4	3	% 74.3	25.7	26	9	% 100	%0	2	0	عدم توفر الكفاءة المؤهلة
%100	45	%84.4	%15.6	38	7	87.5	%12.5	2	1	% 85.7	14.3	30	5	% 50	%50	1	1	مخاطر صحية للعاملين
%100	45	%55.6	%44.4	25	20	62.5	%37.5	6	3	% 54.3	45.7	19	16	%50	% 50	1	1	تهديد حماية المعلومات
%100	45	%71.1	%28.9	32	13	62.5	37.5	5	3	% 71.4	28.6	25	10	%100	% 0	2	0	تقليص الوظائف
%100	45	35.6	%64.4	16	29	37.5	%62.5	5	5	% 31.4	68.6	11	24	%100	% 0	2	0	الانقطاع المتكرر للانترنت

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الصعوبات و العراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي حسب متغير المستوى التعليمي لفئة دون إجابة نسبة منعدمة تماما كل من عراقيل قدم تقنيات الاتصال، عدم توفر الكفاءة المؤهلة، تقليص الوظائف ، الانقطاع المتكرر للإنترنت، في حين نسبة 50% عراقيل مخاطر صحية للعاملين و عراقيل تهديد حماية المعلومات، أما فئة ليسانس نسبة 22.9% صعوبة قدم تقنيات الاتصال تليها نسبة 25.7% صعوبة عدم توفر الكفاءة المؤهلة أما نسبة 14.3% مخاطر صحية للعاملين في حين نجد نسبة 45.7% مخاطر تهديد حماية المعلومات أما نسبة 28.6% مخاطر تقليص الوظائف نسبة 68.6% صعوبات انقطاع المتكرر للإنترنت آخر فئة دراسات العليا نجد نسبة 25% صعوبات قدم تقنيات الاتصال تليها نسبة 37.5% صعوبات عدم توفر الكفاءة المؤهلة و تهديد حماية المعلومات و تقليص الوظائف نجد أيضا نسبة 12.5% مخاطر صحية للعاملين أما نسبة 62.5% صعوبات الانقطاع المتكرر للإنترنت.

نلاحظ أيضا أن الصعوبات و العراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي تتمثل في الانقطاع المتكرر للإنترنت بنسبة 68.6% بالنسبة لفئة ليسانس أما فئة دراسات العليا بنسبة 62.5% فشبكة الانترنت في الجزائر لا تزال تعاني من العديد من المشاكل التقنية و المتمثلة أساسا في قضايا القرصنة و عدم قدرة القائمين على هذه التكنولوجيا على إنتاج برمجيات محلية و مواقع ويب إضافية كما نجد أيضا صعوبة تهديد حماية المعلومات حيث بلغت نسبة القرصنة على مواقع الالكترونية في الجزائر نسبة 85% سنة 2008 و هو ما يجعلها تحتل المرتبة العاشرة عالميا في هذا المجال¹، و هو ما يتطلب الإسراع في إدخال الخبرة الدولية و الاستفادة منها و نقل المعارف و التكنولوجيات المستجدة لضمان تحسين المر دودية و الإنتاجية في ميدان استخدام الانترنت.

حفيظ صواليلي، الجزائر تحتل المرتبة 10 علميا بنسبة القرصنة جريدة الخبر، 11/03/2008 العدد 5261، ص 05¹

الجدول رقم(41) : يمثل صعوبات وعراقيل تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى الخبرة المهنية :

الخبرة المهنية																				ما هي صعوبات وعراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي ؟		
المجموع		أقل من 5سنوات				من 6إلى10 سنوات				من 11 إلى 15 سنة				أكثر من 15 سنة								
ن	ت	ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن	ت			
		لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم			
%100	45	77.8	%22.2	35	10	77.	22.	7	2	92.	7.7	12	1	64.	35.7	9	5	77.	22.2	7	2	قدم تقنيات الاتصال
		%				%8	%2			%3	%			%3	%			%8	%			عدم توفر الكفاءة المؤهلة
%100	45	73.3	%26.7	33	12	88.	11.	8	1	69.	30.	9	4	78.	21.4	11	3	55.	44.4	5	4	مخاطر صحية للعاملين
		%				%9	%1			%2	%8			%6	%			%6	%			تهديد حماية المعلومات
%100	45	84.4	%15.6	38	7	77.	22.	7	2	92.	7.7	12	1	78.	21.4	11	3	88.	11.1	8	1	تقليص الوظائف
		%				%8	%2			%3	%			%6	%			%9	%			الانقطاع المتكرر للانترنت
%100	45	55.6	%44.4	25	20	77.	22.	7	2	46.	53.	6	7	50	%50	7	7	55.	44.4	5	4	
		%				%8	%2			%2	%8			%				%6	%			
%100	45	71.1	%28.9	32	13	55.	44.	5	4	61.	38.	8	5	78.	21.4	11	3	88.	11.1	8	1	
		%				%6	%4			%5	%5			%6	%			%9	%			
%100	45	35.6	%64.4	16	29	22.	77.	2	7	53.	46.	7	6	21.	78.6	3	11	44.	55.6	4	5	
		%				%2	%8			%8	%2			%4	%			%6	%			

ملاحظة (السؤال يحتمل أكثر من إجابة و التحليل يخص نعم)

من خلال الجدول أعلاه أن صعوبات و عراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي حسب متغير الخبرة المهنية بالنسبة لفئة أقل من 5 سنوات نجد نسبة 22.2% صعوبة قدم تقنيات الاتصال تليها نسبة 44.4% صعوبة عدم توفر الكفاءة المؤهلة و تهديد حماية المعلومات أما نسبة 11.1% صعوبات مخاطر صحية للعاملين و تقليص الوظائف في حين نسبة 55.6% صعوبة الانقطاع المتكرر للانترنت أما فئة من 6 إلى 10 سنوات نجد نسبة 35.7% صعوبة قدم تقنيات الاتصال أما نسبة 21.4% من بين صعوبات عدم توفر الكفاءة المؤهلة و مخاطر صحية للعاملين و تقليص الوظائف في حين نسبة 50% مخاطر تهديد حماية المعلومات آخر نسبة 78.6% الفئة من 11 إلى 15 سنة نجد نسبة 7.7% من بين صعوبات قدم تقنيات الاتصال و مخاطر صحية للعاملين تليها نسبة 30.8% عدم توفر الكفاءة المؤهلة أما نسبة 53.8% مخاطر تهديد حماية المعلومات في حين نسبة 38.5% مخاطر تقليص الوظائف نسبة 46.2% صعوبات انقطاع المتكرر للانترنت آخر فئة أكثر من 15 سنة 22.2% مخاطر و صعوبات قدم تقنيات الاتصال و مخاطر صحية للعاملين و تهديد حماية المعلومات أما نسبة 11.1% صعوبة عدم توفر الكفاءة أما نسبة 44.4% مخاطر تقليص الوظائف في حين نجد نسبة 77.8% صعوبة الانقطاع المتكرر للانترنت .

كما نلاحظ أن صعوبات و عراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة متمثلة في قدم تقنيات الاتصال بنسبة 78.6% فالمؤسسة لازلت تستعمل تقنيات قديمة في مجال العمل كذلك مخاطر صحية للعاملين فاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تشكل خطر على صحة العاملين و هذا ما تأكده دراسة أجريت من قبل " داليفا و تينغ" حيث أجريا مسح على 87 مؤسسة في سنغافورة و قد أظهرت النتائج أن أكثر من 90% من عينة الدراسة يرحبون و يستقبلون استخدام تقنيات الحديثة إلى أن هناك مخاطر صحية من حيث جهد في العين الذي يسببه استخدام تكنولوجيا الاتصال و هناك آلام الزهر بالنسبة الذين يعملون لسنوات

طويلة¹، تليها صعوبة الانقطاع المتكرر للانترنت بنسبة 77.8% نفسر ذلك بالضغط الذي تعانيه الخطوط الهاتفية للانترنت في الجزائر، و قد يرجع ذلك لنقص مزودي الانترنت في الجزائر منها شبكة ADSL كما من خطورة تقليص الوظائف بنسبة 38.5% رغم المزايا التي قدمتها تكنولوجيا الاتصال لصحفي مجال عمله إلا أنها قلصت و أخذت مكان بعض الصحفيين و سببت في طردهم من العمل.

الجدول رقم(42) : يمثل البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال

الحديثة حسب متغير الجنس

الجنس						ما هي البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى مؤسستكم؟
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
40%	18	31.6%	6	46.2%	12	وحدات المونتاج الرقمية
20%	9	26.3%	5	15.4%	4	أجهزة ميكروفونات حديثة
26.7%	12	36.8%	7	19.2%	5	مسجلات رقمية
13.3%	6	5.3%	1	19.2%	5	دون إجابة
100%	45	100%	19	100%	26	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و بياناته أن البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الجنس بالنسبة لفئة الذكور نجد نسبة 46.2% اقترحوا وحدات مونتاج رقمية أما نسبة 15.4% اقترحوا أجهزة ميكروفونات حديثة تليها نسبة 19.2% اقترحوا مسجلات رقمية و دون إجابة تقابلها فئة الإناث نسبة 31.6% اقترحن وحدات مونتاج رقمية في حين نسبة 26.3% اقترحن أجهزة ميكروفونية حديثة تليها نسبة 36.8% اقترحن مسجلات رقمية أما نسبة 5.3% فضلن عدم الإجابة .

عجلان بن محمد الشهيري، التقنيات المكتبية الحديثة و الوظائف الإدارية، المعاونة، الرياض منشورات مركزية البحوث و لدراسات الادارية1.1999

كما نلاحظ أن فئة الذكور اقترحوا وحدات مونتاج رقمية بنسبة 46.2% تقابلها فئة الإناث بنسبة 31.6% تليها نسبة 36.8% من فئة الإناث اقترحن مسجلات رقمية في حين نسبة 19.2% بالنسبة لفئة الذكور في حين اقترحوا مسجلات رقمية و أجهزة ميكروفونية للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة .

الجدول رقم(43): يمثل البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								ما هي البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى مؤسستكم؟
المجموع		دراسات العليا		ليسانس		دون إجابة		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
12	26.7%	1	12.5%	11	31.4%	0	0%	وحدات المونتاج الرقمية
9	20%	1	12.5%	7	20%	1	50%	أجهزة ميكروفونات حديثة
18	40%	5	62.5%	12	34.3%	1	50%	مسجلات رقمية
6	13.3%	1	12.5%	5	14.3%	0	0%	دون إجابة
45	100%	8	100%	35	100%	2	100%	المجموع

نلاحظ من الجدول أن البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى المؤسسة بالنسبة لفئة دون إجابة نجد نسبة معدمة كبديل وحدات المونتاج الرقمية أما نسبة 50% اقترحوا أجهزة ميكروفونية حديثة و مسجلات رقمية أما فئة ليسانس نسبة 31.4% اقترحوا وحدات مونتاج رقمية أما نسبة 20% اقترحوا أجهزة ميكروفونية تليها نسبة 34.3% اقترحوا مسجلات رقمية في حين نجد نسبة 14.3% فضلوا عدم إبداء رأيهم تليها فئة دراسات العليا نجد نسبة 12.5% اقترحوا أجهزة ميكروفونية حديثة و نفس النسبة دون إجابة تليها نسبة 62.5% اقترحوا مسجلات رقمية .

نستنتج أن نسبة 50% اقترحوا أجهزة ميكروفونية حديثة بالنسبة لفئة دون إجابة تليها نسبة 20% لفئة ليسانس في حين نجد نسبة 12.5% فئة الدراسات العليا كما أفادنا بمجوتين باقتراحات أخرى إجراء دورات تكوينية و تدريبية حول آخر التكنولوجيا المستعملة و نجد أيضا اقتراح هواتف ذكية من الطراز الأول في حين رجع آخر الكفاءة فرغم المستوى التعليمي لدى مؤسسة الشروق لكن تبقى خبرتها قليلة في تقنيات الاتصال الحديثة و عليها إجراء دورات تدريبية لزيادة الإنتاج و الجودة.

الجدول رقم(44) : يمثل البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال

الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية										ما هي البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى مؤسستكم؟
المجموع		أكثر من 15 سنة		من 11 إلى 15 سنة		من 6 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
20%	9	0%	0	15.4%	4	21.3%	3	22.2%	2	وحدات المونتاج الرقمية
40%	18	44.4%	4	76.9%	5	35.7%	5	44.4%	4	أجهزة ميكروفونات حديثة
26.7%	12	22.2%	2	30.8%	4	28.6%	4	22.2%	2	مسجلات رقمية
13.3%	6	33.3%	3	0%	0	14.3%	2	11.1%	1	دون إجابة
100%	45	100%	9	100%	13	100%	14	100%	9	المجموع

نلاحظ م الجدول أعلاه أن البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا لاتصال الحديثة على مستوى المؤسسة حسب متغير الخبرة المهنية لفئة أقل من 5سنوات نجد نسبة 22.2% كبديل أجهزة ميكروفونية حديثة تليها نسبة 44.2% بديل وحدات المونتاج الرقمية

أما نسبة 11.1% دون إجابة تليها الفئة من 6 إلى 10 سنوات بنسبة 21.4% بديل أجهزة ميكروفونية حديثة تليها نسبة 35.7% بديل وحدات مونتاج رقمية أما نسبة 14.3% دون إجابة أما الفئة من 11 إلى 15 سنة نجد نسبة 30.8% بديل أجهزة ميكروفونية حديثة و مسجلات رقمية أما نسبة 38.5% بديل وحدات المونتاج الرقمية الفئة أثر من 15 سنة نجد نسبة منعدمة كبديل أجهزة ميكروفونية حديثة تليها نسبة 44.4% بديل وحدات المونتاج أما نسبة 22.2% بديل المسجلات الرقمية.

نستنتج أن نسبة 44.4% اقترحوا وحدات مونتاج رقمية تليها أجهزة ميكروفونية و مسجلات رقمية بنسبة 30.8% فالأجهزة التي توفرها مؤسسة الشروق غير حديثة و لا تواكب التطور التكنولوجي و منه تعاني نقص في الخبرة المهنية و الكفاءة لتعامل و استخدام أمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة

نلاحظ من الجدول و بياناته أن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة حسب مغير الجني بالنسبة لفئة الذكور نجد نسبة 80.8% بديل سرعة الأداء أما نسبة 15.4% تمثل قلة التكلفة تليها نسبة 46.2% كبديل مواكبة التطور في مجال العمل أما نسبة 7.7% تمثل مناقشة عض القرارات في مجال العمل في حين نسبة 76.9% بديل توفير الوقت نسبة 61.5% أخر نسبة 53.8% تمثل سهولة الاتصال بالآخرين تقابلها فئة الإناث نجد نسبة 78.9% كبديل سرعة الأداء و سهولة الاتصال بالآخرين تليها نسبة 26.3% تمثل قلة التكلفة و توفير الجهد في حين نجد نسبة 73.7% تمثل مواكبة التطور في مجال العمل أما نسبة 21.2% كبديل مناقضة بعض القرارات في مجال العمل نسبة 57.9% تمثل توفير الوقت .

نستنتج أن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يكمن في السرعة في الأداء بنسبة 80.8% لفئة الذكور تقابلها نسبة 78.9% بالنسبة للإناث فإدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة للمؤسسة كان لها أثر إيجابي على تحسين محيط العمل و منه تحسين الإنتاجية حيث وفرت هذه تكنولوجيا الوقت المطلوب و الجهد المبذول لانجاز العمل و سهولة الاتصال بين أفراد العينة باستخدام تقنيات حديثة و كذلك من ايجابية هذا الاستخدام قلة التكلفة فالحصول على المعلومة في وقتها دون تكلفة أو جهد أو وقت فتكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في تطوير و تكوين الصحفي لأداء عمله في المؤسسة.

الجدول رقم(46) : يمثل أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي																	حسب رأيك كيف يؤثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسستكم؟	
المجموع				دراسات عليا				ليسانس				دون إجابة						
ن	ت	النسبة		التكرار		ن	ت	ن		ت		ن	ت	ن	ت			
		لا	نعم	لا	نعم			لا	نعم	لا	نعم							
%100	45	%20	%80	9	36	%25	%75	2	6	% 17.1	82.9	6	29	% 50	% 50	1	1	سرعة الأداء
%100	45	%80	%20	36	9	%75	%25	6	2	% 82.9	17.1	29	6	% 50	%50	1	1	قلة التكلفة
%100	45	%42.2	%57.8	19	26	%50	%50	4	4	% 37.1	62.9	13	22	% 100	%0	2	0	مواكبة التطور في مجال العمل
%100	45	%86.7	%13.3	39	6	87.5	%12.5	7	1	% 85.7	14.3	30	5	%100	% 0	2	0	مناقشة بعض القرارات في مجال العمل
%100	45	%31.1	%68.9	14	31	37.5	62.5	3	5	% 28.6	71.4	10	25	%50	% 50	1	1	توفير الوقت
%100	45	%53.3	%46.7	24	21	%25	%75	2	6	%57.1	42.9	20	15	%100	% 0	2	0	توفير الجهد
%100	45	35.6	%64.4	16	29	37.5	%62.5	3	5	% 31.4	68.6	11	24	%100	0	2	0	سهولة الاتصال بالآخرين

ملاحظة السؤال يحتمل أكثر من إجابة و التحليل يخص نعم

نلاحظ من بيانات الجدول أن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة حسب متغير المستوى التعليمي بالنسبة لفئة دون إجابة نسبة 50% تمثل سرعة الأداء و قلة التكلفة و توفير الوقت في حين نسبة منعدمة مواكبة التطور و مناقشة بعض القرارات في مجال العمل و توفير الجهد و سهولة الاتصال بالآخرين أما فئة ليسانس بنسبة 82.9% تمثل قلة التكلفة أما نسبة 17.1% تمثل قلة التكلفة تليها نسبة 62.9% كبديل مواكبة التطور في مجال العمل في حين نجد نسبة 14.3% بديل مناقشة بعض القرارات في مجال العمل نسبة 71.4% تمثل توفير الوقت تليها نسبة 42.2% بديل توفير الوقت نجد أيضا نسبة 57.1% تمثل توفير الجهد آخر نسبة 68.6% بديل سهولة الاتصال بالآخرين.

كما نلاحظ من لجدول أن أهم بديل أثر من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو سرعة الأداء بنسبة 82.9% و هذا دلالة على أن المؤسسة الإعلامية تسعى من خلال استخدام و توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإعلامي إلى زيادة سرعة الأداء و تكثيف الجهود.

الجدول رقم(47): يمثل أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب متغير الخبرة المهنية:

الخبرة المهنية																						حسب رأيك كيف يؤثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسستكم؟
أقل من 5سنوات				من 6إلى 10 سنوات				من 11 إلى 15 سنة				أكثر من 15 سنة				المجموع						
ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت		ن		ت				
لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم			
%100	45	%20	%80	9	36	11.1	88.	1	8	23.	76.	3	10	14.	85.7	2	12	33.	66.7	3	6	سرعة الأداء
%100	45	%80	%20	36	9	100	%0	9	0	84.	15.	11	2	71.	28.6	10	4	66.	33.3	6	3	قلة التكلفة
%100	45	42.2	57.8	19	26	11.1	88.	1	8	30.	69.	4	9	50	%50	7	7	77.	22.2	7	2	مواكبة التطور في مجال العمل
%100	45	86.7	13.3	39	6	100	%0	9	0	100	%0	13	0	64.	35.7	9	5	88.	11.1	8	1	مناقشة بعض القرارات في مجال العمل
%100	45	31.1	65.9	14	31	11.1	88.	1	8	46.	53.	6	7	28.	71.4	4	10	33.	66.7	3	6	توفير الوقت
%100	45	53.3	46.7	24	21	33.3	66.	3	6	61.	38.	8	5	50	%50	7	7	66.	33.3	6	3	توفير الجهد
%100	45	35.6	%46.4	16	29	11.1	88.	1	8	23.	76.	3	10	57.	42.9	8	6	44.	55.6	4	5	سهولة الاتصال بالآخرين

نلاحظ من الجدول و بياناته الإحصائية أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة حسب متغير الخبرة المهنية الفئة أقل من

5 سنوات نسبة 66.7% أثر الاستخدام هو سرعة الأداء و توفير الوقت، تليها نسبة 33.3% اثر استخدام يكمن في قلة التكلفة و توفير الجهد، أما نسبة 22.2% اثر استخدام هو مواكبة التطور في العمل، نسبة 11.1% تمثل مناقشة بعض القرارات في مجال العمل، آخر نسبة 55.6% اثر الاستخدام في سهولة الاتصال بالآخرين، أما الفئة من 6 سنوات إلى 10 سنوات نسبة 85.7% أثر في سرعة الأداء، أما نسبة 28.6% تمثل قلة التكلفة، تليها نسبة 50% مواكبة التطور في مجال العمل و توفير الجهد، نسبة 35.7% تكمن في مناقشة بعض القرارات في العمل، تليها نسبة 71.4% اثر استخدام في توفير الوقت، آخر نسبة 42.9% سهولة الاتصال، تليها الفئة من 11 إلى 15 سنة تمثل نسبة 76.9% سرعة الأداء و سهولة الاتصال بالآخرين أما نسبة 15.4% من اثر الاستخدام قلة التكلفة تليها نسبة 69.2% مواكبة التطور في مجال العمل في حين نسبة منعدمة مناقشة بعض القرارات في مجال العمل نجد نسبة 53.8% توفير الوقت آخر نسبة 38.5% توفير الجهد الفئة أكثر من 15 سنة نجد نسبة 88.6% من بين اثر استخدام سرعة الأداء و مواكبة التطور في مجال العمل و توفير الوقت و سهولة الاتصال بالآخرين في حين نسبة منعدمة قلة التكلفة و مناقشة بعض القرارات في مجال العمل أما نسبة 66.7% توفير الجهد.

كما نلاحظ أن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة بنسبة 88.6% كل من سرعة الأداء و مواكبة التطورات في مجال العمل و توفير الوقت و سهولة الاتصال بالآخرين فقد ساهم إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة إلى حوسبة الكثير من العمليات و التي أصبحت تنجز في وقت قصير بعد أن كانت تستغرق وقت و جهد كبيرين حيث يمكن القول أن استخدامات تكنولوجيا لاتصال الحديثة في المؤسسة كان لها أثر في تغيير نمط و مفاهيم بين ما هو تقليدي و ما هو حديث و ساعدت المبحوثين كثيرا في أداء عملهم.

تحليل النتائج الخاصة بالدراسة:

بعد إجراء الخطوات المنهجية و الإحصائية لتحليل إجابات أفراد العينة حول أثر استخدام التكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية توصلنا إلى النتائج التالية:

1. أثبتت الدراسة أن صحفيين مؤسسة الشروق-الجريدة و القناة- يهتمون بوسائل الاتصال الحديثة بدرجة عالية من حيث إطلاعهم على هذه الوسائل و من تجاربهم السابقة كما ساعدت هذه الوسائل الصحفي على إنجاز العديد من الأمور و العمليات اليومية بشكل أسرع و أسهل.

2. تبين الدراسة أن كل الوسائل المتوفرة في مؤسسة الشروق-جريدة و قناة- تستخدم من طرف الصحفيين و الوسيلة الأكثر استخداما من طرف أفراد العينة هي الحاسوب حيث يعتبر ضروريا للصحفي في مجال عمله بواسطته يقوم بعدة نشاطات.

3. توصلت الدراسة إلى نوع شبكة التي تلج في مؤسسة الشروق هي شبكة ADSL و يرجع هذا للخدمات و المميزات التي تقدمها .

4. استنتجنا من خلال هذه الدراسة أن طبيعة استخدام شبكة الانترنت تتمثل في الحصول على معلومات.

5. يمكن أن نستخلص من الدراسة أن أهم نمط لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في المؤسسة هي ربح الوقت .

6. كما أكدت الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي بتحقيق سرعة تداول المعلومات بين الموظفين حيث قضت الانترنت على عنصر المكان و الزمان.

7. يبين لنا من خلال الدراسة أن القيم المحققة من خلال استخدام صحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حسب رأيهم تحقق قيمة وظيفية.

8. نستنتج من خلال نتائج الدراسة أن الانقطاع المتكرر للانترنت هو اكبر الصعوبات و العراقيل التي تواجه الصحفي في مجال عمله.

9. كما تم تسجيل وحدات المونتاج الرقمية كاقترح أمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من طرف الصحفيين على مستوى المؤسسة .

10. نستنتج من خلال النتائج أن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يتمثل في سرعة الأداء و مواكبة التطورات في مجال العمل و توفير الوقت و سهولة الاتصال بالآخرين حيث يمكن القول أن استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة كان لها أثر في تغيير نمط ما هو تقليدي و ما هو حديث.

عرض النتائج الجزئية الخاصة بتساؤلات الدراسة:

1- باتت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دورا بارزا في حياة الأفراد و المجتمعات، جعلتها تدخل العديد من المؤسسات باختلاف نوعية عملها و ذلك لمواكبة التطورات الحديثة و محاولة الخروج من النظام الكلاسيكي و اقتناء وسائل حديثة مكنتها من التجديد و التنوع.

2- ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تسهيل عمل الصحفي أثناء عمله و المتمثل في حفظ المعلومات باستخدام شبكة الانترنت التي جعلت العالم قرية صغيرة .

3- الحاسوب هو الوسيلة الأكثر استخداما من طرف الصحفيين يتمثل في الحصول على معلومات و مشاهدة الأخبار و التواصل المستمر بين الأشخاص.

4- تكنولوجيا الاتصال لها دور في تحسين مستوى أداء المؤسسات الإعلامية الجزائرية حيث تتكيف المؤسسات مع المتغيرات التكنولوجية و التي تتميز بسرعتها و قوة تأثيرها خاصة في بيئة العمل المتغيرة كما حسنت مستوى جودة و نوعية ودقة العمل.

5- تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقليل الوقت المطلوب و خفض تكلفة نقل المعلومات و رفع القدرة على المنافسة و عملية التجديد في مجال الإنتاج خاصة اذا توفت فيها شبكة جيدة للاتصالات.

6- أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على فعالية أداء العاملين و المؤسسة على حد سواء حيث غيرت تكنولوجيا الاتصال في شكل عمل المؤسسة بشكل ايجابي على الموظفين فتحقق إشباع حاجاتهم و رغباتهم و بالتالي رضاهم عن العمل.

خلاصة:

كنتيجة لما سبق يمكن القول أن بالرغم من أن المؤسسة تعمل على مسايرة أحدث التطورات الحاصلة في الميدان الإعلامي، إلا أن توظيف استخدامها في المؤسسة يبقى ضعيف، و لكن هذا لا يمنع وجود بعض الانعكاسات الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث ساعدت هذه الأخيرة على التكامل الوظيفي بين الأفراد.

خاتمة

خاتمة

تعتبر التكنولوجيا الحديثة من أهم الوسائل التقنية التي ظهرت و انتشرت مشكلة ملامح العصر وأصبح ظهورها طاغيا ولها إسهامها الواضح في تطوير الكثير من مجالات الحياة، حيث أصبحت استخدامات و تطبيقات الواقع الافتراضي أو ما يطلق عليه الواقع الخيالي خاصة في المجال الإعلامي وهذا ما حاولنا التعرف عليه من خلال هذه الدراسة. فقد ارتبطت الصناعة الإعلامية اليوم بالتقدم السريع في تقنيات الاتصال والمعلومات وقد تساهم به هذه التقنيات من تطوير عمل المؤسسات الإعلامية، حيث ظلت هذه الأخيرة لسنوات تقوم بتوزيع الأخبار مقتصرة في ذلك الإعلام التقليدي ولكن بظهور التكنولوجيا الحديثة وتقنيات البرمجة سمحت هذه الأخيرة بتطوير و توسيع المجال الإعلامي من خلال التقنيات التي وفرتها هذه التكنولوجيا فالיום أصبحت قوة أي دولة ومستقبلها مرتبط بمدى انتشار التكنولوجيا الحديثة داخل المجتمع ونوع الاشباعات التي تحققها للأفراد والمجتمع وفي هذا الصدد نجد الدولة الجزائرية فقد فتحت مجال واسع لاستقبال واستخدام هذه التكنولوجيا الحديثة في العديد من المؤسسات الإعلامية ونذكر منها بالتحديد مؤسسة الشروق الجزائرية للنشر والإعلام التي تضمن مجموعة من القنوات والجراند نذكر منها كل من قناة وجريدة الشروق وهذا ما تطرقنا إليه بالتحديد في هذه الدراسة فهاتان القناة و الجريدة تمكنت من كسب الملايين من الجماهير في مدة قصيرة وذلك بفضل التقنيات الحديثة التي تستخدمها في تقديم ونشر المادة الإعلامية، لكن بالرغم من كل مما تملكه من تقنيات لا تزال بعيدة عن المستوى العالمي المطلوب.

قائمة المراجع

1. باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
2. إبراهيم عبد الله المسلمي، إدارة المؤسسات الصحفية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
3. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، ط3، 2007.
4. أحمد تركي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، القاهرة، 1985.
5. أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة، 2005.
6. أشرف جلال حسن، إشباعاته، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام.
7. أشرف جلال حسين، دوافع استخدام الجمهور للإعلان التلفزيوني وإشباعاته، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1955-1996.
8. أشرف فهمي خوجة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة: الأطر النظرية والمناهج التطبيقية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، 2006.
9. اشرف فهمي خوخة، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، مرجع سبق ذكره.
10. أميرة منصور علي، سلوى عثمان الصديقي، الاتصال والخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.
11. أمين سعيد عبد الغني، إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد المعرفة، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
12. بسام عبد الرحمان : نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.

13. بشير أوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية العمومية الجزائرية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012.
14. بن السبتي عبد المالة، التكنولوجيا الحديثة في المكتبات ومراكز المعلومات، قسنطينة، دار بهاء، 2001.
15. الجاسم جعفر، تكنولوجيا المعلومات، عمان: دار أسامة، 2005.
16. جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، الجزائر، 2003.
17. حسن عماد مكاوي، ليل حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
18. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدجار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2011.
19. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
20. حسن نجار، تكنولوجيا الاتصال، المفهوم والتطور، أبحاث مؤتمر البحرين، الإعلام الجديد، جامعة البحرين، 2009.
21. حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام القاهرة دار الفكر العربي، 1991.
22. خالد عموم والسعيد بومعزة، التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، 2007.
23. خالد محمد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلومات، دار أمين للنشر والطباعة والتوزيع، القاهرة، 2005.
24. الخوري هاني شحاتة، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرون، مدخل تعريفى للتكنولوجيا المعلومات، دمشق، مكر الرضا للكمبيوتر، 1998.

25. خيضر شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 2001.
26. د.عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
27. الداوي شرف، الإبداع كمدخل لتحقيق تنافسية المؤسسة المحلية علوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، 2008، المجلد 3، العدد 17.
28. رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، مطبوعات الكتاب والحكمة، الجزائر، 2007.
29. زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، 1993.
30. زهير إحدادن، مدخل علوم الإعلام والاتصال، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
31. سرج برو، فيلين برتون، ثورة الاتصال، ترجمة هالة عبد الرؤوف مراد، دار المتقبل العربي، القاهرة، الطبعة العربية الأولى، 1993، ص15، نقلا عن محمد لعقاب مرجع
32. سلمان جمال، اقتصاد الموفي، ط1، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2009.
33. سميح عاطف الزين، علم النفس، معرفة النفس الإنسانية، ط1، دار الكتاب، بيروت، 1991.
34. شاذلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007-2008 .
35. صالح أبو إصبع وتيسير أبوجرعة، الاتصال والعلاقات العامة، منشورات جامعة القدس المفتوحة، المكتبة الوطنية، الأردن، 1999.

36. صالح بن نوار، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2006.
37. صالح بن نوار، مطالبة التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2006.
38. صلاح مراد، فوزية هادي : طرائق البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002.
39. طارق طه، نظم ودعم القرارات في بيئة العولمة والانترنت، دار الحرمين للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
40. طاهر محسن، الإدارة الإستراتيجية، منظور منهجي مكتمل، ط1، دار وائل للنشر 2007.
41. طاهر محسن، الإدارة الإستراتيجية، منظور منهجي مكتمل، ط1، دار وائل للنشر 2007.
42. عاطف عدلي العبد، الإعلام الشمولي والتميز الاجتماعي، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 2007.
43. عاطف عدلي العبد، عدلي رضا، إدارة المؤسسات الإعلامية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر، القاهرة، 2004.
44. عامر قند يليجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، عمان، دار اليازوري، 2009.
45. عبد الأمير الفيصل، المعلوماتية، التقنيات ووسائل الإعلام، موسوعة الدهشة، 2007/05/20.
46. عبد الباسط عبد الوهاب محمد، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2005.

47. عبد الباسط محمد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيون، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005.
48. عبد الجواد سعيد محمد ربيع، إدارة المؤسسات الصحفية، دراسة في الواقع والمستحدثات، دار الفجر، القاهرة، 2004.
49. عبد الحميد بلعباس، إتاحة واستخدام المعلومات الإلكترونية، دار الاستخدام المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا، بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، مذكرة ماجستير، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة، 2005-2006.
50. عبد الرزاق محمد ديلمي، عولمة التلفزيون، دار جزيز للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
51. عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظري والتطبيقي، العربي للنشر، القاهر، 1990.
52. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال ، إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة.
53. عبد الملك ردمان الدنائي، تطور تكنولوجيا الاتصال وعصر المعلومات ، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث.
54. عبد الوهاب بوخلوفة، التلميذ المدرية والمعلم وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، التمثيل والاستخدامات، أطروحة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 1، 2007.
55. العبيدفي محمد، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2009.
56. عدلي سيد محمد رضا، عاطف العيد العبيد، التخطيط الإعلامي، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2001.
57. عز الدين الأتول وآخرون، مقدمة في علم النفس، سلسلة شوم، ط5، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2005.

58. عزام أبو الحمام، الإعلام والمجتمع، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011.
59. عصام الدين فرج، اقتصاديات الإعلام، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
60. عفيفي محمود محمود، التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات، القاهرة: دار الثقافة، 1994.
61. على غربي. أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار الفائز، قسنطينة 2009.
62. علي فيصل فرحان المخلافي، المؤسسة الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة واقع المؤسسات الصحفية اليمنية، الإسكندرية دار المكتب الجامعي الحديث، 2005.
63. غادة فاروق عبد الفتاح، مرجع سابق.
64. غادة فاروق عبد الفتاح، مطبوعات العلاقات العامة، الاستخدامات والإشباع، رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2000.
65. فرج كامل، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001.
66. فريس بال، الإعلام والإعلام المضاد ترجمة الصغير بن عمار، فضاء الإعلام، دسوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
67. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه . نظرياته . وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
68. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه ووسائله، دار النشر والتوزيع، 2003.
69. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

70. فلاديمير كوغانوف، مناهج البحث العلمي: ترجمة: علي مقلد دار الحداثة، ط7، بيروت، دس.
71. القاني فاطمة، محمد شومان، الاتصال الجماهيري، اتجاهات نظرية ومنهجية دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
72. قنديلجي، عامر ابراهيم السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق للنشر والتوزيع، 2009.
73. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، بيروت، 1989، ص 74.
74. لخضر بن غنام، الإشباعات الخارجية وأثرها على دافعية العمال داخل المنظمات، دراسة ميدانية على عمال التربية بمقاطعة صالح باي، ولاية سطيف، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2006.
75. مجد الهاشم، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة، ط1، عمان، دار أسامة، 2004.
76. محفوظ الشعب، دراسات في القانون الاقتصادي، الطبعة الرسمية، 1990.
77. محمد بن عبد الرحمان الحفيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والأساليب، ط2، مكتبة الضبيان، الرياض، 1998.
78. محمد دروبي : الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 1996.
79. محمد سيد فهمي، هناء حافظ بدوي، تكنولوجيا الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
80. محمد صاحب سلطان، إدارة المؤسسات الإعلامية، أنماط وأساليب القيادة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.

81. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
82. محمد عبيدات محمد أبونصر، عقله " مبيضين " : منهجية البحث العلمي، دار الولاء، الأردن، عمان، ط2، 1999.
83. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1999.
84. محمد فريد عرات، إدارة المؤسسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
85. محمد فريد عزت، المؤسسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
86. محمد لعقاب، مجتمع الإعلام والمعلومات، ماهية و خصائصه، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2003.
87. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
88. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003.
89. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2003.
90. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، الدار العربية للنشر، القاهرة، 1999.
91. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع ط1، 1990.
92. محمود منصور هيبه، قراءات مختارة في علوم الاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2004.

93. مديحة جيطاني، استخدامات الثبات للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، رسالة ماجستير غير منشورة في الدعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الجبل الأخضر، باتنة، 2009-2010.
94. مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والاتجاهات، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة باتنة، 2010.
95. مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004.
96. مصطفى عاشوري، أسس علم النفس الصناعي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.
97. ملفين ل دفلير وساندر، بول وكيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة العربية، 1993، ص35، نقلا عن محمد لعقاب.
98. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
99. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة للطلبة الجامعيين، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
100. نصر الدين العياطي، التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر، 1998.
101. النعاس صديقي، أهمية نظم المعلومات في تدعيم الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005.
102. هالة منصور، الاتصال الفعال مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، مصر، 2006.
103. هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة، والخدمات الجامعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر.

ب.المجلات:

104. ربحي مصطفى عليان، الإدارة المفهوم العلمي: الأهمية والوظائف، مجلة الأمن والحياة، العدد 266، سبتمبر 2004.
105. رياض أمين حمزاوي، مشكلات العملية التخطيط لمنظمات الرعاية الاجتماعية: دراسة ميدانية لمحافظة القاهرة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 02، صيف 1988، تصدر عن قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية بجامعة الكويت.
106. محمد قنطارة، ردود فعل المشاهدين في خدمة خيارات البرمجة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2004/01، تصدر عن إتحاد إذاعات الدول العربية، المركز العمراني الشامل، تونس.
107. مليحة سعود عبد الله، ضرورة استخدام العينات في بحوث المستمعين والمشاهدين، مجلة البحوث، العدد 26، أبريل 1989، تصدر عن المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد.
108. نسيم مدانات، نظرة تمهيدية على برنامج اليونسكو الإقليمي للاتصال السكاني في المنطقة العربية ومتطلبات المرحلة المقبلة، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 18/17، جانفي، ديسمبر، 1990.

ج.المذكرات والدراسات السابقة:

109. بنون فاطمة الزهراء، القيم الاجتماعية والثقافية في ظل التكنولوجيا الحديثة، الاستعلامات والتأثيرات، أطروحة لنيل دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2014.
110. توامي يعقوب، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية لمجمع المؤسسة الوطنية للأشغال في الأبار، رسالة مقدمة إلى

- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي
مرباح لنيل شهادة ماستر 2012.
111. حميد جاعد محسن، التنمية والتخطيط الإعلامي في العراق في ليندا ضيف:
دور الإضاءة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام
والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
112. السيد بخيت، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في
الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، رسالة دكتوراه منشورة
ضمن أبحاث المؤتمر العلمي الخامس بكلية الإعلام المنشورة في كتاب تكنولوجيا
الاتصال الواقع والمستقبل.
113. صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل
الصحفي، مذكرة لنيل ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة خيضر،
2011-2012.
114. صليحة شلواش، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل
الصحفي لدى عينة من صحفيي جريدة الشرق الجهوي، رسالة مقدمة إلى كلية علوم
الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة خيضر لنيل شهادة
ماجستير 2011.
115. عادل عبد الرزاق ضيف، أثر تكنولوجيا على القائمين بالاتصال في الأقسام
الخارجية بالصحف المصرية، رسالة مقدمة إلى كلية الإعلام والاتصال، قسم
الإعلام، جامعة مصر لنيل شهادة الماجستير 1999.
116. عبد الله علاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية،
رسالة مقدمة إلى كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،
لنيل شهادة ماجستير 2009.

117. فطوم لطرش : استخدام الطلبة للموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة والإشباعات المحققة منه : دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة خيضر بسكرة، 2013-2014.
118. ليندة ضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
119. نوي إيمان : استخدامات الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

المقالات:

120. حفيظ صوالي، الجزائر تحتل المرتبة 10 علميا بنسبة القرصنة جريدة الخبر، 11/03/2008 العدد 5261.
121. سامية بهيج، منشور يوافق على الشراكة مع مزودي الأنترنت، جريدة الحوار 19/04/2008.

القواميس:

122. علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، ط 7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
123. المنجد في اللغة والإعلام : ط 29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986.
124. المنجد في اللغة والإعلام، ط 92، منشورات دار المشرق، بيروت، 1991.
125. هيئة الأبحاث والترجمة، الأداء القاموس العربي الشامل (عربي - عربي) دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997.

2. باللغة الأجنبية:

126. Bulmer, jay and kater, op cit.
127. C.bussenailt et m. pretet ;organisation et gestion de l'entreprise ; édition paris 1990.

128. Francis Ball, medias et sousiète: presse edition cinema radio television internet cd.rom dvd,montchretien,10 eme edition,Paris, 2001.
129. Glenn g sparks, media effects research, canada, wadsworth, thomson learning, 2002.
130. Jaque durant ;les formes de communucation ; paris ;bores ;1991.
131. Jhas, sunde rstanding internet usage patterns, amomy students in a nitheastem state if india, icfai journal of marketing management, vol , 7.
132. Mc quail, denisand windahl, sern, communication, models for study mass communication, (london : longman, 1993.
133. Michel Paquin, Management of information technology, agency edition, Canada, 1990.
134. Omar Farok and ulyman demirel ; the impact of information technology on human resource przties and competencies ; faculty of economy ; university of fiyas .2010 .
135. Peter Boland and peter trkman ;influence of internet and information technology on work and hman resource management ;faculty of economies ; university of jubljana ; slovania ;2003.
136. Pierre .g.bergeron ;la gestion moderne théories et cas gaetn editeur ;québes ;1989.
137. Roger Carter, information trchnology, made simple blooks, without place, London, 1991.
138. Russ, Jacqlin, les theorie du pouvoirlibraire general Francaise, 1994.
139. Wemer j senerin and james, w.tankard, communication theories, origins, methods, and user in the mass media, london, longman,1992.
140. Wemer jseverin and james w tankard,op cit.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
11	مقدمة عامة
15	الإطار المنهجي
16	أ. مشكلة الدراسة
17	ب. تساؤلات الدراسة
17	ت. أهمية الدراسة
17	ث. أهداف الدراسة
18	ج. أسباب اختيار الموضوع
19	ح. منهج الدراسة
20	خ. مجالي الدراسة
21	د. مجتمع وعينة الدراسة
24	ذ. أدوات الدراسة
26	ر. الدراسات السابقة
32	ز. تحديد مفاهيم الدراسة
37	الإطار النظري
38	الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة
38	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الاتصال
38	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال
40	المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال
44	المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال
44	المطلب الرابع: تأثير تكنولوجيا الاتصال على "وسائل الإعلام، الجمهور، المضمون"
49	المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات
49	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات
49	المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات
50	المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا المعلومات
54	المبحث الثالث: الوسائل التكنولوجية الحديثة
54	المطلب الأول: الشبكات المعلوماتية
58	المطلب الثاني: وسائط التخزين
60	المطلب الثالث: الحواسيب الإلكترونية
66	الفصل الثاني: نظرية الاستخدامات والإشباع
67	المبحث الأول: ماهية الاستخدامات والإشباع
67	المطلب الأول: تعريف نظرية الاستخدامات والإشباع
69	المطلب الثاني: نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع

74	المطلب الثالث: مراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات
79	المبحث الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات
79	المطلب الأول: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات
79	المطلب الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات
83	المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات
85	المبحث الثالث: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات في المؤسسة الإعلامية والانتقادات الموجهة إليها
85	المطلب الأول: تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات
86	المطلب الثاني: انتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
88	المطلب الثالث: الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات
92	الفصل الثالث: المؤسسات الإعلامية في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة
93	المبحث الأول: ماهية المؤسسات الإعلامية
93	المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الإعلامية
95	المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الإعلامية
98	المطلب الثالث: أهداف المؤسسات الإعلامية
99	المطلب الرابع: خصائص المؤسسات الإعلامية
102	المطلب الخامس: الرقابة على المؤسسات الإعلامية
104	المبحث الثاني: عناصر المؤسسة الإعلامية والفرق بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى
104	المطلب الأول: عناصر المؤسسة الإعلامية
104	المطلب الثاني: الفرق بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى
106	المطلب الثالث: التخطيط الإعلامي
113	المطلب الرابع: مصادر المؤسسة الإعلامية في التعرف على ردود أفعال المستمعين والمشاهدين
119	الإطار التطبيقي: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
120	- نبذة عن مؤسسة الشروق
120	- تحليل البيانات وعرض النتائج
121	المبحث الأول : طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية
161	المبحث الثاني: الإشباعات المحققة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية
194	نتائج الدراسة
196	خلاصة
198	خاتمة
200	قائمة المراجع

قائمة المحتويات

214	قائمة المحتويات
218	الملاحق

الملاحق

الملحق رقم 01

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

استمارة استبيان

أثر استخدام تكنولوجيا الحديثة على المؤسسات الإعلامية الجزائرية
دراسة مسحية على عينة من القائمين بالاتصال في جريدة وقناة الشروق

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع .

نرجو من حضرتكم الإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستمارة بكل نزاهة و موضوعية مع العلم أن نتائجها تستخدم لأغراض البحث العلمي .

الرجاء منكم وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة .

شكرا

إشراف الأستاذ :

- د/مالك محمد

إعداد الطالبتين :

- بلعربي شيماء

- بن زواوي هدى

العام الجامعي: 2017/2018

المحور الأول : البيانات الشخصية

- 1/ الجنس ذكر - أنثى
- 2/المستوى التعليمي ثانوي شهادة ليسانس
- دراسات عليا(ما بعد التدرج)

3/ الوظيفة

- 4/ الخبرة المهنية أقل من 5سنوات من 6 إلى 10سنوات
- من 11 إلى 15سنة أكثر من 15سنة

المحور الثاني: طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية

5/ ماهي درجة اهتمامك بوسائل الاتصال الحديثة ؟

- عالية متوسطة ضعيفة

6/فيما تتمثل وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم؟(يمكنكم اختيار أكثر من احتمال)

- جهاز الحاسوب الرسائل الخاصة البريد الخطي
- الهاتف شبكة الانترنت الرسوم البيانية
- الفاكس البريد الإلكتروني المقابلات
- مواقع التواصل الاجتماعي الأقمار الصناعية الملصقات

7/ماهي طبيعة النشاطات و المهام التي تتم عن طريق توظيف تكنولوجيا الإتصال الحديثة في مؤسستكم؟

- حفظ المعلومات إصدار مجلات و دوريات
- التحرير الصحفي الإخراج الصحفي

أخرى أذكرها.....

8/ما نوع شبكة الانترنت التي تلج عن طريقها في المؤسسة

- FBRO -ADSL -4G -3G

- أخرى أذكرها.....

9/ ماهي درجة استخدامك لشبكة الانترنت في عملك ؟

- دائما - أحيانا - نادرا - أبدا

10/فيما تتمثل طبيعة استخدامك لشبكة الانترنت ؟

- الحصول على المعلومات - الترفيه و المتعة
- الإعلان - التواصل بين الأشخاص
- مشاهدة الأخبار - نقل الملفات

-أخرى أذكرها.....

11/فيما تتمثل أنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الموظفة في مؤسستكم ؟

- التجهيزات - تنمية الكفاءة
- ربح الوقت - دقة العمل

- أخرى أذكرها.....

المحور الثالث : الاشباكات المحققة من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية

12/ هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة دور في المؤسسة الإعلامية الجزائرية ؟

- بشكل كبير - بشكل صغير - لم يحدث

13/هل تعمل وسائل الاتصال الحديثة على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز عملكم ؟

- نعم - لا - إلى حد ما

14/إذا كنت تعتقد أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي ماهو السبب؟

- سرعة تداول المعلومة - المرونة
- الإرسال و التلقي السريع بين المحطات - التفاعل المهني
- التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي - السرعة في الأداء

15/ حسب رأيك ما هي القيم المحققة من خلال استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال عملك؟

- قيمة فنية - قيمة جمالية

- قيمة وظيفية

- أخرى أذكرها.....

16/ حسب رأيك ما هي صعوبات و عراقيل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال العمل الإعلامي؟

- قدم تقنيات الاتصال - تهديد حماية المعلومات

- عدم توفر الكفاءة المؤهلة - تقليص الوظائف

- مخاطر صحية للعاملين - الانقطاع المتكرر للانترنت

- أخرى أذكرها.....

17/ حسب رأيك ما هي البدائل التي يمكن اقتراحها للتوظيف الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى مؤسستكم؟

- وحدات المونتاج الرقمية - مسجلات رقمية

- أجهزة ميكروفونات حديثة

- أخرى أذكرها.....

18/ حسب رأيك أين أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسستكم؟

- سرعة الأداء - توفير الوقت

- قلة التكلفة - توفير الجهد

- مواكبة التطور في مجال العمل - سهولة الاتصال بالآخرين

- مناقشة بعض القرارات في مجال العمل

- أخرى أذكرها.....

الملحق رقم 02:

قائمة بأسماء محكمي أداة الدراسة (الاستمارة)

الرقم	اسم و لقب المحكم	التخصص	الرتبة العلمية	مؤسسة الارتباط	الامضاء
1	د. طالب كيحول	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ محاضر (أ)	رئيس التخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة خميس مليانة	
2	د. نصرالدين بويحيى	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ محاضر (أ)	نائب عميد كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة خميس مليانة	
3	أ. ريم أفول	علوم الاعلام والاتصال	أستاذة محاضرة (ب)	جامعة خميس مليانة	