جامعـــة يحـــيى فارس بالمديـــــة

كلية العلـوم الإنسانية والاجتماعية

قســم علـوم الإعلام والاتصـال

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي

دراسة مسحية لعينة من صحفيي قناة الشروقTV

خلال الفترة الزمنية الممتدة من جوان – سبتمبر 2021

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبة:

بن سعدي أمينة

إشراف الأستاذ:

فار كمال

السنة الجامعية 2020-2021



شكر وتقدير:

نشكر الله سبحانه وتعالى على عظيم فضله ونعمه التي لا تعد لا تحصى أن من علينا بإتمام هذه الدراسة سائلين إياه سبحانه وتعالى التوفيق والنجاح.

وانطلاقا من قول الرسول عليه الصلاة والسلام:" من لم يشكر الناس لم يشكر الله ".

فإن خير مدخل أتقدم به هو خالص الشكر إلى جامعة يحي فارس بالمدية حيث كان لي الشرف أني كنت من طلابها

كما أتقدم بخالص شكري وامتناني إلى أساتذة العلوم الإنسانية عموما، وإلى أساتذة علوم الاعلام والاتصال خصوصا الذين يعود لهم الفضل في وصولي إلى ما أنا عليه اليوم.

وأتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف "فار كمال" على إشرافه على بحثي هذا.

كما أتقدم بخالص الشكر إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد، وإلى أفراد أسرتي دون استثناء، وإلى رفقاء الدرب في الدراسة، وإلى كل قريب، وإلى كل من لم يبخل علي ولو بحرف.

والشكر الوصول لأعضاء اللجنة الموقرة وآخر دعائي الحمد لله رب العالمين.

إهداء:

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

جل جلالك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلله الله الهيبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم والغد إلى الأبد والدي العزيز

إلى من أرضعتني الحب والحنان إلى بلسم الشفاء إلى القلب الناصع بالبياض إلى ملاكي في الحياة وسر الوجود إلى أمي الحبيبة

إلى رمز الأمل والحياة والحنية والبركة كلها جدي وجدتي

إلى القلوب الطاهرة والرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي:

بومدين، عبد العزيز، أيوب، زينب، آية.

إلى أستاذي ومرشدي في هذا البحث "فار كمال" على ما قدمه لي من جهد ونصح ومعرفة طيلة إنجاز هذا البحث

إلى صديقاتي: يسرى، خولة، نصيرة، نسرين، إلهام، رميسة، منال.

إلى كل زملائي طلبة دفعة ماستر سمعي بصري2020.2021

شكرا على الدعم والخدمات التي قدمتموها لي.

أمينة

مـلخص الدراســة:

إن العالم يتجه بسرعة نحو التطور والنمو وذلك من خلال بيئة تنافسية شديدة مدعومة بالتطور التكنولوجي وثورة المعلومات والاتصالات التي عملت على تغييرات جذرية وعميقة في المجتمع شملت مختلف الميادين، وباتت تكنولوجيات الاعلام والاتصال تلعب دورا كبيرا في حياة المجتمعات التي تريد مواكبة التطورات الحديثة لا سيما منها المؤسسات الإعلامية، حيث استطاعت هذه التكنولوجيات بما تملكه من خصائص أن تقلب المصطلحات المتعلقة بالتطبيقات الإعلامية إنتاجا واستقبالا، تخزينا وإرسالا، ولقد اكتست الميزة التنافسية للمؤسسات الإعلامية طابع الديناميكية، فالرهانات التي فتحتها تكنولوجيات الاعلام الحديثة على تعددها فرضت على المؤسسات الإعلامية إعادة تحديث تكنولوجي للمنظومة الإعلامية وهذا قصد مجارات الركب الحضاري، ولهذا كان من الواجب على إدارات هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم كما يجب عليها أن تولد الاستعداد اللازم لدى عامليها لإقحام هذه التقنية في الأداء الإعلامي والاستفادة منها في رفع مستوى أدائها لتكون بذلك قادرة على الوقوف أمام المتغيرات المتلاحقة في هذا المجال ذلك أن استمرارية ونجاح المؤسسات الإعلامية يعتمد بدرجة كبيرة على قدرتها على تطوير التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال والعمل على الاستفادة منها على أنها تقدم بدائل عملية يجب مواكبتها وذلك عن طريق الرهانات والتي أعطت بعدا مغايرا للأداء الإعلامي.

لقد تركزت إشكالية دراستنا على الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي وانجرت عنها تساؤلات من خلال دراسة وصفية مسحية لعينة من صحفيي قناة الشروق، و قمنا بتطبيق المنهج المسحي والعينة القصدية، بالاعتماد على الاستمارة التي وزعتها الكترونيا، وقسمنا الاطار النظري إلى فصلين الفصل الأول تطرق إلى مدخل إلى تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة والفصل الثاني تناول ماهية الأداء الإعلامي ثم الإطار التطبيقي الذي تناول الجانب الميداني للدراسة وفي الأخير التوصل إلى النتائج العامة لدراستنا.

مقدمـــــة

مقدمة

لكل مكان وزمان مقتضياته من عناصر التفوق والتقدم، والقرن الواحد والعشرين هو قرن التكنولوجيا والأفكار المبتكرة، والتي فاق تأثيرها في المجتمع العالمي التأثير الذي أحدثته الطباعة في القرن الخامس عشر، فالعالم يعبر نقطة تحول تاريخية نحو الاستفادة القصوى من تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات التي ظهرت معالمها في القرن العشرين، فمن حيث الوسائل ظهرت وسائل تكنولوجية حديثة للإعلام والاتصال وتخزين المعلومات ثم استرجاعها، ولعل أهمها على الإطلاق شبكة الانترنت والحاسوب، ثم الأقراص المضغوطة، والبريد الالكتروني والهاتف الخلوي وغيرها من المبتكرات.

أصبح العالم اليوم أكثر حركية وتحولا من ذي قبل، وهذا ما يفرض علينا مسايرة هذا التطور من أجل تحقيق الاستمرارية والنجاح، ومن أبرز هذه التطورات هو ما مس قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال، حيث سمح بظهور وسائل اتصالية حديثة، مما أحدث تغيرات نوعية في العديد من أوجه الحياة ومهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، أين تحتل تكنولوجيا الاعلام والاتصال مكانة محورية وهامة، مما يتيح للمؤسسات فرصة الارتقاء والتطور، حيث أصبحت هذه التكنولوجيا ضرورة من ضروريات العصر نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في مختلف المجالات الاقتصادية، التكنولوجية الاجتماعية، الإعلامية.

فتحت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة رهانات من خلالها فرضت على المجتمعات النامية التحكم في التقنيات الحديثة للإعلام واستعمالها للمساهمة في تحقيق التنمية المنشودة على كافة المستويات للحاق بالتطور الحضاري العلمي خاصة إذا ما نظرنا إلى ما يفرضه الواقع في ظل التكنولوجيات المتطورة، حيث أنه لا يمكن التحكم في المعلومات إلا بالتحكم في وسائلها وتقنياتها أي التحكم في تكنولوجيا الاعلام في ظل ما أضحى يعرف بثورة الاتصال التي كان من نتائجها ظهور مجتمع جديد وهو مجتمع المعلومات.

حيث تسعى المؤسسات الإعلامية إلى مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وتعد قناة الشروق من بين المؤسسات الإعلامية التي اتبعت هذا المنهج وتبنت سياستها المستقبلية على الأهداف التي تتحقق من جراء استخدام هذه التكنولوجيا، ومدى مساهمتها في تطوير الأداء الإعلامي.

بناءا على ما سبق فإننا نهتم في دراستنا هذه لمعرفة استخدام المؤسسات الإعلامية للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وتعتبر قناة الشروق من تلك المؤسسات الإعلامية، وأيضا محاولة معرفة أهم التكنولوجيات الحديثة المستعملة في القناة وأهم استخداماتها وتطبيقاتها بالإضافة إلى معرفة الدور الذي تلعبه هذه التكنولوجيات في تطوير الأداء الإعلامي.

من أجل معالجة هذا الموضوع من كل جوانبه تم وضع خطة منهجية من ثلاثة فصول:

يتمثل **الفصل الأول** في التعريف بموضوع الدراسة، من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأهدافها وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة، وتحديد المنهج المتبع في الدراسة وأداة جمع البيانات وشرح العينة المختارة ومجالات الدراسة والصعوبات.

أما **الفصل الثاني** والمتمثل في الإطار النظري الذي تم تقسيمه إلى قسمين: القسم الأول: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة تناولنا فيه المفهوم والنشأة، وخصائصها ووسائلها، حيث بدأنا بالأقمار الصناعية والبث الفضائي المباشر والأنترنت والهاتف، ثم انتقلنا إلى وظائفها، كما تطرقنا إلى مجالات تطبيقها وأخيرا التأثيرات السلبية والايجابية لهذه التكنولوجيا الحديثة.

القسم الثاني: تناولنا فيه ماهية الأداء الإعلامي، حيث بدأنا بالمفهوم والتطور ثم خصائص الأداء والعوامل المؤثرة فيه، ثم انتقلنا إلى أبعاد الأداء الإعلامي وأهم مكوناته، وكذا اسهامات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي وبعدها التكنولوجيات الرقمية والتماثلية في العمل الإعلامي وكيفية توظيفها.

الفصل الثالث الجانب التطبيقي للدراسة تطرقنا فيه إلى التعريف بالقنوات الفضائية وتطورها ثم قمنا بالتعريف بقناة الشروق والهيكل التنظيمي لها، إضافة إلى تحليل البيانات الميدانية، بدءا بتفريغ البيانات في الجداول حسب محاور الاستمارة، والتي ركزت في المحور الأول على البيانات الشخصية، أما الثاني فقد تطرقنا إلى استخدامات التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على مستوى قناة الشروق ومدى مسايرة الصحفيين لها، أما المحور الثالث تناولنا فيه مسايرة وتحكم صحفيي قناة الشروق لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، وفي المحور الرابع تطرقنا لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي لصحفيي قناة الشروق، ثم تحليل الجداول واستخراج النتائج العامة، ثم الخاتمة لتعرج بعدها على الملاحق، ثم قائمة المصادر والمراجع والفهرس.

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

- إشكالية.
- أسباب اختيار الموضوع.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- نوع الدراسة والمنهج المستخدم.
- مجتمع البحث والعينة.
- أدوات جمع البيانات.
- مجالات الدراسة.
- ضبط مفاهيم الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- صعوبات الدراسة.

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

شهدت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، ولا تزال نموا متزايدا فاق القدرة على وضع تصور كامل يحكم أداء هذه التكنولوجيا، التي تشمل الحاسبات الإلكترونية، البث المباشر، والاستشعار عن بعد عبر الأقمار الصناعية والشبكات الإلكترونية، والاندماج الذي حدث بين كل هذه الأدوات.

وقد أتاحت الثورة التكنولوجية والمعلوماتية فرصا لم يسبق لها مثيل، سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها واستخدامها، وقد انعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات، كما خلقت جمهورا يعتمد على شبكة الأنترنت في تلقي الأخبار، وسارعت بالتالي المؤسسات الإعلامية إلى استقطاب هذا الجمهور الجديد وقد بدأ تأثير كل هذه التقنيات الحديثة على الممارسة الإعلامية واضحا وملموسا في التغيرات التي طالت مختلف جوانب العمل داخل قاعات التحرير، وامتدت إلى التوزيع وأساليب إيصال المحتوى إلى الجماهير، خاصة في ظل شعبية شبكة الأنترنت المتزايدة، وقد أثبتت التجارب في العديد من الدول الغربية مدى فعالية ونجاعة توظيف التكنولوجيا في الممارسة الإعلامية، حيث أدت إلى تنوع طرق جمع القصص الصحفية، وتحسنت طرق الاتصال المباشر بالمصادر، وتوافرت عدة أدوات مخصصة تيسر للصحفي أداء مهامه الأمر الذي جعل اللحاق بركب التطور التكنولوجي خيارا لا مفر منه خاصة أمام المنافسة المفتوحة عبر الفضاء (القنوات الإخبارية)، وعبر الشاشات (شبكة الأنترنت)، وهي منافسة لا تقتصر على توظيف أرقى تقنيات الوصول إلى القراء في منازلهم، وإنما يتعدى ذلك التنافس حول طبيعة المحتوى وحرفية العمل المهني علما أن التكنولوجيا تلعب دورا أساسيا في تحسين الأداء الصحفي، وهو ما أدى بالمؤسسات الإعلامية إلى الاستعداد لمواجهة المستجدات الحاصلة في مجال التكنولوجيا.

إن الرهانات التي فتحتها تكنولوجيات الاعلام و الاتصال الحديثة . على تعددها . فرضت على المؤسسات الإعلامية إعادة تحديث تكنولوجي وإداري شامل للمنظومة الإعلامية، وهذا قصد مجاراة التطورات الكبيرة في بنية العمل، ولذلك فإنه من الواجب على إدارات هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، كما يجب عليها أن تولد الاستعداد اللازم لدى عامليها لإقحام هذه التقنية في الأداء الإعلامي ككل والاستفادة منها في رفع مستوى أدائها الإعلامي لتكون قادرة على المنافسة الإعلامية والوقوف أمام المتغيرات المتلاحقة في هذا المجال، ذلك أن استمرارية ونجاح المؤسسات

الإعلامية(صحفيين، منتجين، مخرجين ومصورين) الاستثمار فيها ومواكبتها، وذلك عن طريق فهم حجم الرهانات الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية التي قد تنجر عن ديناميكية إدماج وتبني استخدام هذه التكنولوجيات على مختلف المستويات والتي أعطت بعدا جديدا ومغايرا للأداء الإعلامي ككل خاصة بعد الانفتاح السياسي الذي خلق جوا مناسبا للتطور الإعلامي متجاوزة بذلك البعد التقليدي الذي تميزت به لعدد من السنوات.

وبما أن تطور الأداء الإعلامي في الجزائر ارتبط ارتباطا وثيقا بتطور الأوضاع السياسية والاقتصادية للدولة وعدم وضوح الرؤية في المجال الإعلامي في كثير من الأوقات، فقد سمح للتحول السياسي والتعددية الإعلامية من الانفتاح على الوسائل الإعلامية الحديثة، كما سمح هذا الانفتاح من التخلص التدريجي وبالتالي العمل على تحديث وتجديد البنية التحتية الإعلامية بما يتناسب ومتطلبات العصر.

ومن هنا هذا الأساس ونظرا لما يكتسبه هذا التحدي من أهمية في تحديث الأداء الإعلامي أردنا من خلال هذه الدراسة أن نتعرف على استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتطبيقاتها على أداء المؤسسات الإعلامية بالتركيز على قناة الشروق الفضائية، وذلك بقياس درجة مواكبة الإعلاميين الجزائريين العاملين بالتركيز على قناة الشروق التلفزيونية مجال الدراسة للتقنيات الحديثة وتحكمهم فيها وكذا تحديد طبيعة العلاقة التي تربط العاملين (عينة الدراسة) في القناة بتقنيات الاعلام والاتصال الحديثة كمتغير مستقل وانعكاساتها على الأداء الإعلامي كمتغير تابع، والذي تهدف إلى كل وسيلة إعلامية إلى تحسينه للتأثير على المستقل من حيث استقطابه وإقناعه.

ومنه يمكن طرح وصياغة الإشكالية الرئيسية لهذا البحث على النحو التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي لصحفيي قناة الشروق؟

ولقد أنجز من الإشكالية الرئيسية تصور أسئلة واشكاليات فرعية تتمثل في:

ـ هل تتوفر قناة الشروق التلفزيونية على كل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التي تساعد في تطوير الأداء الإعلامي؟

. ما هي الإضافة التي يمكن لهذه التكنولوجيا توفيرها للعملية الإعلامية؟

ـ هل يتحكم العاملون في مجال الاعلام بالقناة مجال الدراسة في توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة أثناء أدائهم الإعلامي؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

تعد عملية اختيار الموضوع عملية معقدة فهذه المرحلة من البحث تعتمد على العوامل الذاتية للباحث، حيث أن اختيار الموضوع يخضع بشكل كبير إلى اهتماماته وميوله، وكذا استعداده لدراسته وكذلك امكانياته، ومدى استحواذ المشكلة المدروسة على اهتمامه إضافة إلى الأسباب والدوافع العلمية والاجتماعية والمهنية، واختيارنا لدراسة تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي لم يكن عشوائيا بل كان لعدة أسباب نوجزها في النقاط الآتية:

- **أسباب ذاتية:**

. الرغبة في دراسة موضوع تكنولوجيات الاعلام والاتصال.

. الميول الشخصي نحو موضوع تطوير الأداء الإعلامي.

. بحكم إجراء تربص ميداني بمؤسسة الشروق TV.

- **أسباب موضوعية:**

. تزايد اهتمام المؤسسات الإعلامية باستخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

. التطور في مجال تكنولوجيات الاعلام والاتصال في المجال الإعلامي.

. الاهتمام بضرورة تطور الأداء الإعلامي والخدمات الإعلامية التي تقدمها مختلف المؤسسات والقنوات الفضائية.

. قلة الدراسات التي تعنى بتكنولوجيات الاعلام والاتصال والأداء الإعلامي.

3. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في ضرورة ابراز الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في تطور المؤسسات الإعلامية بصفة عامة وتطور الأداء الإعلامي بصفة خاصة، كما تكمن أهمية الدراسة في ضرورة لفت انتباه القائمين مع المؤسسات الإعلامية بضرورة تبني استخدام التقنيات الجديدة في العمل الإعلامي والذي بدوره ساهم في تطوير الأداء الإعلامي.

وتكمن أيضا في تقديم آليات تطور الأداء الإعلامي وطرق تطوره في المؤسسات.

4 . أهداف الدراسة:

أي بحث علمي لابد أن ينطلق من هدف أو جلة من الأهداف يجب تحقيقها والبحث الجيد هو الذي يتجه إلى تحقيق عدة أهداف، حيث يمكن القول أن الغرض الأساسي لأي دراسة أو ظاهرة وفق أطر علمية يعود بالدرجة الأولى إلى رغبة الباحث في ولوج آفاق بحث جديدة من خلال تسليط الضوء على الجوانب المراد كشفها والهدف من دراستنا هذه:

. التعرف على مدى استخدام الصحفيين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في العمل الإعلامي.

ـ الكشف عن آراء الصحفيين بخصوص استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الممارسة الصحفية.

. التعرف على أهم تكنولوجيات الاعلام والاتصال المستخدمة في العمل الإعلامي.

. التعرف على مدى الاستفادة من تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في المجال الإعلامي.

. التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال والأداء الإعلامي.

5 . نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

إنه لمن بين أهم القواعد العلمية المعتمدة في البحث العلمي تحديد المنهج الذي يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنطرقها ولذلك فقد عرف المنهج بأنه: " الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي سيتعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو دراسة مشكلة موضوع البحث".[1]

وتجدر الإشارة إلى أن اختيار المنهج لا يأتي من قبيل الصدفة أو لميل ورغبة الباحث لمنهج دون آخر بل أن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب، وهذا الاختيار الدقيق والمدروس هو الذي يكسب النتائج المصداقية والموضوعية.

[1]. عمار بوحوش: **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص29.

ومن هذا المنطلق وبما أن دراستنا تتمحور حول: دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي في قناة الشروق TV فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الوصول إلى وصف علمي ودقيق ومتكامل للظاهرة، وقصد تشخيص مؤشرات الدراسة استخدمنا المنهج المسحي الذي يعني:" الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك"[1]، والذي نسعى من خلاله إلى الضبط العلمي الدقيق لمجموع الإجراءات والخطوات التي تسمح بالوصول إلى النتيجة.

والمنهج المسحي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الدراسة الوصفية، وتتيح البحوث المسحية الحصول على خمسة أنواع من المعلومات عن المبحوثين، حقائق، إدراك، آراء، اتجاهات وتقارير سلوكية".[2]

غير أننا لن نكتفي في دراستنا هذه عند حدود الوصف وجمع المعلومات والبيانات، بل سنحاول القيام بتحليلها وتقديم تفسيرات بشأنها وكذا الكشف بهدف تحقيق فهم أكثر دقة عن الظاهرة محل البحث.

6. مجتمع البحث والعينة:

يقصد بمجتمع البحث أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي. [3]

يعرف " موريس أنجرس" مجتمع البحث بأنه:" مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، والتي ترتكز عليها الملاحظات". [4]

---

[1]. أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص286.

[2]. عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2008، ص51.

[3]. موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2006، ص 62.

[4]. المرجع نفسه: ص 298.

إن أساس نجاح أي دراسة علمية تتوقف على الاختيار الدقيق للعينة الممثلة تمثيلا دقيقا لمجتمع البحث، وحتى يكون ذلك ممكنا ودقيقا يجب أن يكون التصميم العيني منجسا مع المبادئ العامة لمنهجية البحث وأهدافه.[1]

ويشمل مجتمع دراستنا مجموع الصحفيين العاملين بقناة الشروق TV ولهذا قمنا باعتماد أسلوب الحصر الشامل لكل الصحفيين.

. عينة البحث:

تعرف العينة أنها: " مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزء من الكل بمعنى أن تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة، فالعينة إذا هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله". [2]

ويختلف نوع العينة حسب طبيعة المشكلة وحجم الجمهور المستهدف ونوع المعلومة المستهدفة البحث وقد تم اختيارنا **للعينة القصدية** نظرا لأنها تناسب جميع البيانات التي تدخل في إطار دراستنا وهي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا.[3]

في هذه الدراسة تم اختيار فئة الصحفيين العاملين لقناة الشروق، ونظرا لضخامة المجتمع الأصلي واستحالة دراسة كل أفراده بسبب غياب احصائيات رسمية دقيقة من الجهات الوصية على القطاع، اخترنا مجموعة من صحفيي قناة الشروق قدر عددهم بـ: 19 صحفيا.

---

[1]. أحمد بن مرسلي: المرجع السابق، ص 172.

[2]. رشيد زرواتي: **تدريبات على منهجية البحث العلمي في بحوث العلوم الاجتماعية**، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، ص 156، 157.

[3]. أحمد بن مرسلي: المرجع السابق، ص 197.

7 . أدوات جمع البيانات:

تشكل أدوات جمع البيانات الركيزة الأساسية في البحوث العلمية، نظرا لتوقف جمع نتائج الدراسة عليها، حيث تعرف أدوات الدراسة على أنها:

" جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه والأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية بل تخضع لطبيعة الموضوع بحد ذاته، فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث وتمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين".[1]

وعليه فإن نوع دراستنا يتطلب استخدام استمارة الاستبيان والتي تعرف على أنها:

" أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة والجمل الخبرية تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراضه". [2]

تعرف أيضا:" هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين".[3]

الاستبيان لغة:

أصل استبيان من بان أي يعني ظهر ووضح واستطلع، بما معناه استطلاع حول موضوع أو مشكلة ما ومعرفة ووضوح ما هو متعلق بها. [4]

---

[1]. مروان عبد المجيد إبراهيم: **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، د.ط، مؤسسة البرق، عمان،2000، ص 129.

[2]. باشيوة عبد الله: **البحث العلمي . مفاهيم أساليب، تطبيقات**، د.ط، دار الورق للنشر والتوزيع، الأردن، د.س.ن، ص147.

[3]. ربحي مصطفى عليا، **أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العلمي**، د.ط دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 96.

[4]. طارق سيد أحمد: **معجم مصطلحات الاعلام الإنجليزي . عربي**، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 152.

اصطلاحا:

هي أداة بحثية تتألف من مجموعة من المفردات تصاغ في أسئلة تقريرية أو استفهامية وتكون مصحوبة بعدد من الإجابات الممكنة عنها ليختار فيها المبحوث ما يتفق مع آرائه وتوجهاته أو تترك الإجابة فارغة ليعبر المبحوث بحرية، وعادة ما تكون في صورة استمارة مكتوبة.[1]

ويعرفها محمد منير حجاب بأنها: " أسلوب لجمع البيانات، تهدف إلى استشارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة التقدم آراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من قبل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات".[2]

ولقد حاولنا ربط الاستمارة بإشكالية البحث ولما كان الهدف من الدراسة هو معرفة دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي في قناة الشروق TVمن خلال معرفة مختلف التباينات في استخدام الوسائل التكنولوجية، ثم معرفة دور استخدام هذه التكنولوجيات على الأداء الإعلامي لقناة الشروق TV.

تضمنت الاستمارة الخاصة بدراستنا على 22 سؤالا ضم 04 محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: استخدامات التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على مستوى قناة الشروق ومدى مسايرة الصحفيين لها.

المحور الثالث: مسايرة وتحكم صحفيي " قناة الشروق" لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

المحور الرابع: تكنولوجيات الإعلام والاتصال ودورها في تطوير الأداء الإعلامي لصحفيي قناة الشروق

[1] إسماعيل محمد الفقي، مصطفى عبد السميع، **البحث الإجرائي بين النظرية والتطبيق**، ط1، دار الفكر العربي، الأردن، 2007، ص 130.

[2] محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 46.

8 مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة، فمن خلالها يتم التعرف على المنطقة التي أجريت بها الدراسة وكذا الأفراد المبحوثين الذين تضمنهم البحث، بالإضافة إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، وقد اتفق الكثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاثة وهي:" المجال البشري، الزمني والجغرافي".

- **المجال البشري:**

يتمثل في الأفراد الذين أجري عليهم البحث وهم الصحفيين العاملين بقناة الشروق.

- **المجال الزمني:**

امتدت دراستنا من بداية شهر جوان 2021 إلى غاية بداية شهر سبتمبر 2021 وكانت موزعة على عدة مراحل، بداية بجمع المصادر إلى غاية تفريغ البيانات والتعليق عليها والخروج بنتائج ومقترحات للموضوع الذي حاولنا تسليط الضوء عليه.

- **المجال المكاني:**

يقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية، حيث اخترنا الصحفيين العاملين بقناة الشروق بالجزائر.

9. ضبط مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم في البحث العلمي عملية مهمة وأساسية في ضبط التصور والمسار البحثي لأنها بمثابة المفاتيح التي يستطيع الباحث من خلالها الولوج إلى قلب مشكلته والتحكم أكثر وذلك حتى يكون الباحث على بينة من أمره وهو يحاول الإجابة عن إشكالية بحثه وتتضمن دراستنا عددا من المفاهيم نحددها كالتالي:

1.5. تكنولوجيا:

1.1.5. لغة: كلمة تكنولوجيا كلمة معربة ولا أصل لها في كتب اللغة العربية وقواميسها، وتقابلها كلمة" تقنية" والتي يمكننا أن نطلقها على كلمة تكنولوجيا.

وكلمة تكنولوجيا مكونة من مقطعين هما:

" تكنيك" والذي معناه الطريق أو الوسيلة، و" لوجي" التي تعني العلم ليكون بذلك معنى الكلمة كلها: " علم الوسيلة" والذي بها يستطيع الانسان أن يبلغ مراده.[1]

2.1.5 اصطلاحا:

. تعرفها الموسوعة الفلسفية السوفياتية بأنها: " مجموع الآلات والآليات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات وكل تلك التي تخلق لأغراض الإنتاج والبحث والحرب". [2]

. ويعرفها الدكتور يعقوب فهد العبيد في كتابه التنمية التكنولوجية حيث يقول:

"التكنولوجيا تطبيق للمعرفة، أي معرفة الوسيلة حيث أن العلم هو معرفة العلة والسبب، وهي إضافة إلى هذا تطبيق عملي للاكتشافات العلمية والاختراعات وخاصة في مجال الصناعة التي يتمخض عنها البحث العلمي".

. كما تعرف على أنها: " المجموع الكلي للمعرفة المكتسبة والخبرة المستخدمة في انتاج السلع والخدمات، في نطاق نظام اجتماعي اقتصادي معين من أجل اشباع حاجة المجتمع التي تحدد بدورها كم ونوع السلعة/الخدمة". [3]

وعموما فإن التكنولوجيا كما يحددها "زاهد أحمد" تتمثل في ثلاث مفاهيم أساسية:

ـ التكنولوجيا كعملية: وهو التطبيق المنظم للمحتوى العلمي أو المعلومات بغرض أداء محدد يؤدي في النهاية إلى حل مشكلة معينة.

. التكنولوجيا كمنتج: محصلة تطبيق الأساليب العلمية يكون في المساعدة في إنتاج الآلات والخامات.

---

[1]. علي بن هداية: **القاموس الجديد للطلاب**، ط 7، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1999، الجزائر، ص 102.

[2]. محمد الزغبي: **التغيير الاجتماعي**، د.ط، دار الطليعة، القاهرة، 1998، ص 85.

[3]. يعقوب فهد العبيد: **التنمية التكنولوجية**، د.ط، الدار الدولية، القاهرة، 1989، ص 19.

. التكنولوجيا كمزيج للأسلوب والمنتج: من هنا يتضح أن عملية الاختراع تصاحبها عملية الإنتاج وبالتالي لا يمكن فصل التكنولوجيا كأسلوب عنها كمنتج.[1]

3.1.5 إجرائيا:

يقصد بالتكنولوجيا في هذه الدراسة: " اقتناء وتخزين وتجهيز المعلومات في مختلف صورها ومجالات حفظها سواء كانت: مطبوعة أو مصورة، مسموعة أو مرئية وبثها باستخدام الحاسبات الإلكترونية ووسائل وأجهزة الاتصال عن بعد".

2.5 تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة:

1.2.5اصطلاحا:

وتعرف تكنولوجيا الاعلام والاتصال عدة تسميات مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تكنولوجيا المعلومات، تكنولوجيا الاتصالات، وسائل الاعلام الالكترونية، التكنولوجيا الحديثة، وعلى غرار تعدد تسمياته تعددت تعاريفه:

. تكنولوجيا الاعلام: هي مجموع التقنيات التي تسمح بإدارة المعلومات أي جمع، تحرير، تخزين، معالجة ونقل المعلومات في شكل بيانات، هذه التكنولوجيات مؤسسة على قاعدة الترميز الثنائي الذي يميل إلى توحيد وسائل المعالجة ودعامات التخزين للمعلومة.

ـ التكنولوجيا المعلوماتية: يقصد بها ثورة المعلومات المرتبطة بصناعة وحيازة المعلومات وتسويقها، تخزينها، معالجتها، استرجاعها، عرضها وتوزيعها من خلال وسائل اتصال تكنولوجية متطورة سريعة، وذلك من خلال وسائل الاستخدام المشارك للحاسبات الالكترونية ونظم الاتصالات الحديثة، إنها باختصار العلم الجديد لتخزين واسترجاع وبث المعلومات الحديثة عبر الأقمار الصناعية.

. تكنولوجيا الاتصالات: يقصد بها القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها بث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر، كما أن تكنولوجيا التخزين والاسترجاع تشكل مع تكنولوجيا الاتصالات الحديثة بمعناها الواسع،

[1]. عبد الباسط عبد الوهاب: **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، دون مكان النشر، 2005، ص 82.

إنها دمج لكل من تكنولوجيا التخزين والاسترجاع مع وسائل الاتصالات التي تتم بواسطتها عملية البث[1]، وتتكون تكنولوجيا الاعلام والاتصال من العناصر التالية:

. العتاد المادي: مختلف أنواع الحواسيب، محطات العمل، الأجهزة.

. الوسائل الغير المادية: البرمجيات، قواعد البيانات....

. شبكات الاتصال بين أنظمة الاعلام الآلي باستخدام مختلف وسائل البث مثل خطوط الهواتف التقليدية، الأسلاك للألياف البصرية، الشبكات الهورتزية.

وبالتالي تتعدد وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال من العتاد إلى البرمجيات إلى الشبكات، فهناك الحواسيب وبرمجياتها، والأنترنت وشبكاتها الداخلية والخارجية، وهناك الهواتف النقالة بأجيالها وبعض هذه التكنولوجيات التي تدعى أيضا: التطبيقات المعلوماتية عن بعد، وتعني أيضا مجموع التقنيات والخدمات التي تجمع بين استعمال الاتصالات عن بعد والمعلوماتية. [2]

إن معنى تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الدراسة الحالية هي: كافة الوسائل والأدوات التي يستخدمها رجل الاعلام أثناء أداء وظيفته.

3.5 الأداء:

1.3.5. لغة:

أدى يؤدي تأدية أي أوصله وأدى أليه الخبر، والأداء هو إيصال الشيء إلى المرسل إليه.

2.3.5. اصطلاحا:

هو كافة الجهود الهادفة من قبل المنظمات والمؤسسات لتخطيط وتنظيم وتوجيه الأداء الفردي والجماعي ووضع المعايير والمقاييس الواضحة والمقبولة كهدف سعي الجميع لقبولها.

---

[1]. فندوشي ربيعة: **محددات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الاتصال التنظيمي**، حالة فرع المضادات الحيوية (صيدال بالمدية)، أطروحة دكتوراه علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ص 39.

[2]. فندوشي ربيعة: المرجع السابق، ص 40.

ـ سلوك وظيفي هادف لا يظهر نتيجة قوى أو ضغوط نابعة من داخل الفرد فقط ولكنه نتيجة تفاعل وتوافق بين القوى الداخلية للفرد والقوى الخارجية المحيطة به.[1]

هو ما يقوم به الفرد استجابة لمهمة معينة سواء قام بها بذاته أو فرضها عليه الآخرين.[2]

3.3.5. إجرائيا:

يقصد بالأداء في هذه الدراسة: الكيفية أو الطريقة أو النوعية التي يتم بواسطتها تقديم الخدمة الإعلامية.

10. الدراسات السابقة:

تفتح الدراسات السابقة آفاقا جديدة تمكن الباحث من الإلمام أكثر بموضوع الباحث، فهي توجهه إلى تجنب الصعوبات التي وقع فيها الباحثون السابقون، كما أنها قد تثير انتباهه إلى بعض الجوانب المهملة، مما يقوده إلى البحث والرغبة في استكمالها.

وبعد القراءة المتأنية فيما أتيح لنا من الدراسات التي عالجت موضوع تكنولوجيا الاعلام والاتصال ودورها في تطوير الأداء الإعلامي توقفنا عند الدراسات الآتية:

الدراسة الأولى: بعنوان" تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر"، للباحثة " سولاف بوصبع ".[3]

وهدفت دراستها إلى محاولة فهم العلاقة بين التكنولوجيات الاتصالية الجديدة والعمل الصحفي، ومحاولة معرفة هذه التكنولوجيات وخصائصها وانعكاساتها على العمل الصحفي.

تدخل هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية حيث اهتمت بوصف وتحليل الظاهرة التي تتمثل في تأثير التكنولوجيات الاتصالية على العمل الصحفي في الجزائر، ولقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، وشملت الدراسة المسحية عينة من الصحف الجزائرية وهي: الخبر، الوطن، الشعب، الأحرار واعتمدت

[1]. محمد عبد الغني حسن: **مهارة إدارة الأداء**، ط 3، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، 1999، ص ص19، 20.

[2]. عبد الحكيم أحمد: **تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين**، د.ط، مكتبة ابن سينا، ج2، القاهرة، 1999، ص 19.

[3]. سولاف بوصبع، تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر، دراسة وصفية، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر،2005/2004.

على استمارة الاستبيان لتحليل معطيات الدراسة الميدانية، التي شملت الصحف الأربعة، وتضمنت عدة محاور:

. المحور الأول: إدخال التكنولوجيات الاتصالية الجديدة وكيفية التعامل معها.

. المحور الثاني: تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على سيرورة العمل الصحفي.

. المحور الثالث: محاسن ومساوئ استخدام التكنولوجيات الاتصالية الجديدة.

. المحور الرابع: تداعيات أخرى.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

ـ أن العلاقة بين وسائل الاعلام والمجتمع هي علاقة تأثير وتأثر في ظل التطور التكنولوجي وتتأثر أشكال الكتابة الصحفية لهذا التطور.

ـ أثرت التكنولوجيات الاتصالية على العمل والوظيفة بصفة عامة حيث أضحى التعامل مع المعلومات إلكترونيا، وقد أدى ذلك إلى ظهور وظائف جديدة وفاعلون جدد.

ـ أن التطورات التكنولوجية أثرت أيضا على جمهور الصحيفة، وفتحت أسواقا جديدة، ووفرت إمكانية تحديد الجمهور (ciblage).

ـ للتكنولوجيات تأثيرا على سيرورة العمل الصحفي، على كل المستويات: التغطية الإعلامية، التحرير، الإنتاج، الإخراج، الجمع والطبع، النقل والتوزيع، الأرشفة.

. أدخلت التكنولوجيا الاتصالية الجديدة الكثير من المحاسن فيما يتعلق بالجانب الإداري.

. يعمد جل الصحفيين إلى استعمال ما جلبته التكنولوجيا من أدوات اتصال: أنترنت، هاتف نقال، حواسيب شخصية، وهناك استعمال محتشم للأنترنت كوسيلة اتصال داخلي.

ـ أظهرت نتائج الدراسة إجماع الصحفيين أن التكنولوجيات الجديدة للاتصال وفرت مصادر للمعلومات تتميز بالتنوع والكثرة والجدة، كما أظهرت نقص دورات التكوين والرسكلة لتلقين الصحفيين استخدام التكنولوجيات الاتصالية الجديدة في عملهم.

الدراسة الثانية: بعنوان " تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية للدكتور بخيت محمد وهي مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس،[1]

وتدور إشكالية الدراسة حول تحديد طبيعة تأثيرات استخدام وتبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، هذا إضافة إلى تحديد اتجاهات الصحفيين العرب إزاء استخدام الوسائل التكنولوجية وأيضا معرفة الغائب والحاضر في أنواع الاستخدامات وتأثيراتها.

وقد اعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي إلى جانب استخدام المنهج الاحصائي في تحليل البيانات والأرقام للتعرف على الواقع الفعلي لهذه الاستخدامات.

وطبقت الدراسة على مجتمع الإمارات كونه أسرع المجتمعات تطورا في آسيا والعالم بحسب التقرير لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لعام 1995.

وتدخل الدراسة ضمن صنوف البحوث الاستكشافية لواقع الاستخدامات الصحفية العربية، وكذا البحوث الوصفية التي ترمي إلى رصد طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال وتوصيفها ومجال استخدامها.

وقد سعت الدراسة إلى اختيار الفروض الآتية:

. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الصحافة العربية وبين تأثيرها في الممارسات الصحفية.

. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العربية وبين تحسين جوانب وممارسات التغطية الصحفية.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج متعددة منها:

. وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة استخدام تكنولوجيا الاتصال من الخدمات الصحفية ووكالات الأنباء وبين زيادة الاهتمام بالتغطية الإخبارية والاستقصائية للأحداث وزيادة الاعتماد على الحقائق في الممارسات الصحفية.

[1]. بخيت محمد، تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، كلية الاعلام، القاهرة، 2008.

ـ وجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين استخدام وكالات الأنباء والخدمات الصحفية وأجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية وتكنولوجيا الطباعة الحديثة في الجمع والإخراج وبين زيادة الدقة والموضوعية والتغطية التحليلية والقدرة على استكمال المادة الصحفية ومكانة الصحفي المتخصص والصحافة المتخصصة.

ومما سبق نلخص أن هذه الدراسة قد ركزت على دراسة التأثير الذي أحدثته التكنولوجيا على القائمين بالاتصال ومعرفة درجة تجارب الصحفيين العرب مع الوسائل التكنولوجية الجديدة، ومدى تأثيرها في نتائجهم، لذا فهي تعد من فروع دراستنا إذا ما نظرنا إلى التأثير الذي يحدثه استخدام التكنولوجيا الحديثة على العمل الإعلامي لكن المدروسة تختلف ذلك أن دراستنا ركزت على الأداء الإعلامي لمؤسسة تلفزيونية على عكس دراسة الباحث الذي يدرس الصحافة المكتوبة.

وبغض النظر عن الاختلافات الموجودة فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا خاصة فيم يتعلق بالإطار النظري وبالإحاطة بموضوع البحث.

الدراسة الثالثة: بعنوان " اسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية. الألعاب الرياضية العربية العاشرة" (من 09/24/إلى 08/ 2004/10) نموذجا دراسة وصفية تحليلية لقطشة عبد القادر.[1]

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول تحديد مدى استفادة التلفزيون الجزائري من التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال من جهة ومدى انعكاس ذلك على اعداد وإنجاز مختلف البرامج التلفزيونية من جهة أخرى.

وعلى ضوء ما ذكر صاغ الباحث اشكاليته في التساؤل التالي:

ما مدى استفادة التلفزيون الجزائري من التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال لتسهيل العملية الاتصالية داخل الوطن وخارجه؟

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية كما يأتي:

ـ كيف تبنى التلفزيون الجزائري فكرة الاستثمار في ميدان تكنولوجيا الاتصال الرقمية بصفة خاصة؟ والتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بصفة عامة؟

[1]. قطشة عبد القادر، اسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية العربية العاشرة، دراسة وصفية تحليلية، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005.

. هل يمكن اعتبار ذلك الاستثمار خاضعا لدراسة حية أم هو مجرد تقليد أعمى للقنوات الأجنبية؟

. هل استطاع التلفزيون الجزائري أن يوظف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بشكل يسمح بإعداد برامج جديدة شكلا ومضمونا عسى أن يستقطب ذلك عددا محترما من المشاهدين؟

ولهذه الدراسة أهمية كبيرة ذلك أنها تحاول تحديد مكانة هذه التكنولوجيات الحديثة من خلال استثمارات التلفزيون الجزائري ومن خلال انتاج البرامج كما تحاول معرفة مدى تأقلم المهنيين في التلفزيون الجزائري مع هذه التكنولوجيات.

ولتحليل إشكالية البحث صاغ الباحث الفروض الآتية:

ـ عملية ادخال التلفزيون الجزائري للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال من شأنه إحداث تغييرات جوهرية في الصوت والصورة.

. تلعب التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال دورا كبيرا للحصول على صور جميلة وأصوات نقية.

. تساهم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في ابراز أحسن لمضمون مختلف البرامج المنتجة.

اختار الباحث عينة بحثية قصدية تتمثل في المهنيين الصحفيين وكذلك المخرجين والتقنيين في التلفزيون الجزائري، واستعان بالمنهج الوصفي الذي يهدف إلى إعطاء صورة كلية عن الظاهرة وموضوع البحث، كما استعان باستمارة الاستبيان مكونة من 68 سؤالا موزعة على ثلاث محاور.

وتعتبر هذه الدراسة فرعا من دراستنا حيث تناولت اسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة الإعلامية بينما ندرس موضوعا أشمل وهو دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي ككل.

كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية، وقد استخدمتا للوصول إلى نتائج الاستمارة.

الدراسة الرابعة: بعنوان " واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر لفريد بن زايد.[1]

وتدور إشكالية الدراسة حول عملية تبني واستخدام الصحافة المكتوبة بالجزائر للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ولإسهامه الكبير في تسهيل عمل الصحفيين وسهولة التغلغل الجغرافي للعناوين في مختلف مناطق الوطن هذا إضافة إلى تحسين نوعية المنتوج الإعلامي.

ولهذه الدراسة أهمية كبيرة حيث أنها حاولت فهم الظروف الجديدة التي انبثقت عن تملك واستخدام التكنولوجيات الحديثة في ممارسة العمل الصحفي بالجزائر، والتغيير الذي حدث على معظم ظروف ومستويات العملية الصحفية بدءا من استقاء الخبر ووصولا إلى مرحلة انتاجه وتهدف هذه الدراسة إلى:

ـ تسليط الضوء على ظاهرة استخدام وتملك التكنولوجيات الحديثة واستكشاف آثار هذه الأخيرة على الممارسات المهنية والإنتاجية للصحفي الجزائري.

. الوقوف على مستويات استخدام وتملك الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

وعلى ضوء ما ذكر صاغ الباحث اشكاليته في التساؤل التالي:

. ماهي مستويات استخدام وتملك التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر مهنيا وصناعيا؟

ولتحليل هذه الإشكالية صاغ الباحث الفروض الآتية:

ـ تتراوح مستويات استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر من الاستخدام العشوائي إلى الاستخدام الإبداعي.

. أثرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر صناعة وممارسة.

ولاختيار هذه الفروض اختار الباحث عينة بحثية متمثلة في مهنيي الصحافة في كل المؤسسات الصحفية التي تمتلك مكتبا جهويا أو محليا على مستوى ولاية قسنطينة معتمدا في ذلك على أسلوب المسح الشامل.

[1]. فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010/2009.

وقد استعان الباحث في دراسته بالمنهج الوصفي والتحليلي، كما استعان باستمارة استبيان مكونة من 17 سؤالا موزعة على ثلاث محاور.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال قد تركت أثرا متراوحا في شكل ممارسة وصناعة الصحافة المكتوبة في الجزائر وذلك من خلال التغيير في تسيير العمل داخل غرف التحرير والإنتاج والإخراج كما أن صيرورة تملك واستخدام الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في مجال العمل الصحفي تظهر في مستويات مختلفة، وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تبحث عن دور تكنولوجيات الاعلام الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية بينما تركز على دراسة الأثر فيما يخص الصحافة المكتوبة بالجزائر، كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية، وقد استخدمتا للوصول إلى النتائج استمارة الاستبيان.

11. صعوبات الدراسة:

. الوضع الراهن الذي تمر به البلاد جراء انتشار وباء كورونا نسأل الله أن يرفع البلاء.

. انشغال الصحفيين بعملهم وصعوبة تقديمهم يد المساعدة.

. صعوبة تجاوب العينة مع الاستمارة.

. عدم الإجابة الدقيقة على استمارة البحث.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: مدخل إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

تمهيد

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المطلب الثاني: نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المبحث الثاني: تطبيقات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ووظائفها.

المطلب الأول: تطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال:

المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

المطلب الثالث: التأثيرات الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

خلاصة

تمهيد:

شهد العالم عبر تاريخه تطورات متلاحقة في طرق وأساليب الحياة، حيث اعتمد الانسان على الزراعة في فترة زمنية معينة استغل فيها الأرض بما يلي مختلف متطلباته، ثم الثورة الصناعية فيما بعد حيث تم توفير ضروريات الحياة المستجدة وتغيرت بشكل جوهري مظاهر الحياة البشرية، وبعد توظيف الانسان لمختلف أنواع وأشكال التكنولوجيا انتقل إلى مجتمع المعلومات الذي أصبحت فيه المعلومة المصدر الأساسي لمختلف الخدمات من خلال التوجه نحو المعالجة الالكترونية للبيانات، وسنهتم في هذا الفصل بمعالجة تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة وإبراز أهميتها.

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

تعددت التعاريف المقدمة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال حسب المنطلقات النظرية والتطبيقية للمهتمين بالبحث فيها وفق ما يلي:

- تعرف بأنها: "كل ما ترتب عن الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني، التكنولوجيا السلكية، اللاسلكية، الوسائط المتعددة ومختلف الأشكال المتجددة من التكنولوجيا والتي لها قدرة عالية على جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها بسرعة كبيرة".[1]

- بينما يرى "محمود علم الدين بأنها: "مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل التنظيمية والمادية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات "[2]

-أما من المنظور الاتصالي، تعرف على أنها: "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي. والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة، المكتوبة، المصورة، المرسومة، السمعية البصرية، المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية ثم تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب نشر هذه المواد الاتصالية والرسائل والمضامين ".[3]

---

[1]. المعز بن مسعود، **تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم والتطور**، أبحاث المؤتمر الدولي، الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد
جامعة البحرين، 9.7 افريل 2009، منشورات جامعة البحرين، ص ص:494.495.

[2]. رحيمة الطيب عيساني، **الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع**، الرياض، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، 2010، ص16.

[3]شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**، د.ط، المكتبة الإعلامية، القاهرة،2000، ص ص:102، 103.

وقد عرفت هذه التكنولوجيات تسميات عديدة بحيث عرفت بأنها التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال NTIC ثم حذفت كلمة الحديثة من التسمية لتصبح تكنولوجيات الإعلام والاتصال TIC، ثم بداية من استخدام الانترنت في التسعينات من نفس القرن ظهرت بعض الأدبيات استخدم مؤلفوها التسمية المختصرة TI.[1]

إن استخدام كلمة " حديثة " يعتبر نسبيا لأن ما يعتبر متطورا وحديثا في مجتمع وفترة زمنية معينة قد يكون متأخرا في مكان وزمان آخر، فهي تتوقف على مدى تطور المجتمع وأحذه للأساليب الحديثة سواء في الإنتاج أو تقديم مختلف الخدمات.

وتعرف تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة بأنها:" مجمل الخبرات المتراكمة والمعارف المتوفرة وكذا الأدوات والوسائل المادية المتاحة في جمع، إنتاج، تخزين المعلومات، استرجاعها، نشرها وتبادلها وتوصيلها إلى الأفراد والمجتمعات ".[2]

والملاحظ من خلال التعاريف السابقة أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال لم تعد تعني فقط الإنتاج والتخزين والاسترجاع، بل تعني أيضاً النقل والتوصيل إلى الجمهور المستهدف أو المستخدم لها، خاصة بعد ظهور الوسائط الجديدة في صناعة المعلومات واندماج تكنولوجيات الاتصال والإعلام.

يعرف الباحث "معالي فهمي خيضر" التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال بأنها: جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم في عمليات الإعلام.[3]

---

[1] سعيد زعيم، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال حافز أم عائق أمام تاهيل المنشآت العربية الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف 01،18أفريل 2006.

[2]. هارون منصر، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية**، ط1، دار الألمعية للنشر والتوزيع، قسنطينة الجزائر، 2012، ص14.15.

[3]. بومعيل سعاد /فارس بوباكرة: **أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، جامعة تلمسان، العدد03، مارس 2004، ص 205.

ويمكن القول إنها تمثل تلك التكنولوجيا التي تستفيد من الابتكارات في ميدان العلم والتقنية، لهذا فإن صفة "الحداثة" تبقى صفة مؤقتة، فبعد سنوات قليلة ستصبح هذه التكنولوجيا والتي تتعلق بشبكة الانترنت والهندسة المعلوماتية، والعمل التعاوني عن بعد والإدارة الالكترونية وغيرها من الأمور العادية.[1]

وتعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال أيضا بأنها خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية وكذلك تقنيات المصغرات الفيلمية والبطاقية ... أي مختلف أنواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات والمنتجات التي تتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها وتحليلها وتنظيمها (توثيقها) وخزنها واسترجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة والمتاحة.[2]

وتجدر الإشارة إلى أن مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال متداخل بعض الشيء، حيث أن هذه التكنولوجيات لا تعتبر جديدة في حد ذاته، ذلك أن معظمها كان موجودا منذ السنوات العشر الماضية أو أكثر، وما يمكن اعتباره حديثا هو توسع استخداماتها في مجال إدارة المؤسسات واعتمادها بدرجة كبيرة على العمل الشبكي.[3]

المطلب الثاني: نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

لقد أدى التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام ووسائل الاتصال إلى زيادة قدرتها على إيصال المعلومات، وهذا ما منحها ميزة كبيرة نسبيا مقارنة بوسائل الإعلام والاتصال التقليدية فقد أدت إلى زيادة القدرات الاتصالية وتوفير مساحة عريضة من الوضوح للرسالة ومفرداتها بين المرسل والمستقبل، وبذلك حققت هذه التقنيات قدرا أكبر من الانتشار ونقل المعلومات بسرعة وكفاءة بين مختلف وسائل الإعلام ومراكز المعلومات.

---

[1] معين النقري: **تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرون**، ط2، دار رضا للنشر، سوريا،1999، ص37.

[2]. عامر إبراهيم قندليجي/إيمان السامراتي: **تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**، د.ط، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 38.

[3]. بومعيل سعاد / فارس بوباكرة: المرجع السابق، ص 207.

ومن هذا المنطلق يمكن تقسيم التطور الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على عدة مراحل أهمها:

_تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مرحلة الطباعة:

وفيها عرف الإنسان الطباعة أي تجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا وبكميات وبشكل مقروء أجود نسبيا عن المخطوط، ويعود السبق في معرفة الطباعة إلى الفينيقيين الذين كان أيضا لهم فضل اختراع الورق، وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية، ثم الفخار حتى اخترع "جوتنبرغ" الحروف، الطباعة المتحركة المسبوكة من المعدن عام 1445م وبعدها انتشرت الطباعة في أوروبا ومنها إلى العالم ككل.[1]

وتعززت حاسة البصر، وحول المطبوع أصوات إلى رموز مجردة أي إلى حروف مما شكل عملية تجريد منظم للحروف أو الرموز البصرية، كما ساهم تعدد النسخ المطابقة من المطبوع الواحد على الانتشار الجماهيري للكتب والمجلات والجرائد، مما حقق ديمقراطية الإعلام ونقلها من احتكار العلماء إلى الجماهير العادية، كما ساهم الطبع في نشر الروح الفردية لأنه شجع كوسيلة اتصال وكأداة شخصية للتعليم المبادرة والاعتماد على الذات، وعزل البشر وإخراجهم من الإطار الجمعي.[2]

_ تكنولوجيا الإعلام في المرحلة الالكترونية:

وهي مرحلة بدأت في منتصف القرن التاسع عشر واستمرت حتى أواخر التسعينات من القرن الماضي وقد بدأت بتجارب واكتشافات واختراعات في الاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت باستقرار وانتشار الأجهزة الاتصالية الجماهيرية التي شكلت لب الثورة الاتصالية الآن، ويطلق عليها مرحلة الاتصالات السلكية واللاسلكية، الثورة الاتصالية، الانفجار الاتصالي، أو مرحلة الدوائر التكنولوجية.

---

[1]. محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري**، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 47.

[2]. محمد نصر مهنا: **مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير**، د.ط مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2005ن ص 73.

فقد شهدت هذه الفترة نموا متزايد السرعة في وسائل الاعلام والاتصال وأساليبه خاصة في مجال بث الإشارات المسموعة والمرئية التناظرية في البداية ثم رقمية بعد ذلك، حيث تعاقبت الاكتشافات العلمية والتجارب الواحدة بعد الأخرى بسرعة متزايدة وبشكل تميز باعتماد كل وسيلة جديدة على ما سبق وتكاملها معها.

فقد ظهر التلغراف، الهاتف، ثم الإذاعة المسموعة، فالتصوير الفوتوغرافي، فالفيلم السينمائي، ثم الإذاعة المسموعة المرئية (التلفزيون)، ليظهر التلكس بعد ذلك، وتبدأ أنظمة الاتصالات عبر القارات متمثلة في الكابل البحري ثم الأقمار الصناعية بشكل غير مباشر، بعد ذلك وتوظف أشعة الليزر والألياف البصرية، وخلال هذه الفترة لا يمكننا أيضا إغفال ظهور الفيديو كاسيت، والفيديو ديسك، والفاكس والأسطوانة المدمجة.

_تكنولوجيا الإعلام في المرحلة التفاعلية الرقمية:

وقد بدأت هذه المرحلة في منتصف الثمانينات ومازالت مستمرة حتى الآن، وتتميز بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية تمثلها أكثر من وسيلة، لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الإعلامية، ويطلق على التكنولوجيا السائدة أو المميزة لهذه المرحلة التي نعيشها: التكنولوجيا الرقمية أو التكنولوجيا التفاعلية، أو التكنولوجيا المتعددة الوسائط. [1]

ويمكننا القول إن أبرز ملامح المرحلة التي نعيشها الآن هي تكنولوجيا الإعلام في ظاهرة الاندماج وسائل الاتصال أو المعلومات أو ظاهرة الالتقاء الرقمي، فقد شهدت العقود الأربعة الماضية تطورا مذهلا في مجال الاتصال، ويميز هذا الالتقاء الرقمي التغيير الجذري الذي طرأ على وسائل المعلومات والإعلام والذي يتمثل في تغيير الأساس التقني لعمل هذه الأجهزة الالكترونية والكهربائية من الوضع التماثلي Analogiqueإلى الوضع الرقمي Binaire.[2]

وبفضل ما أتاحته التكنولوجيا الرقمية نستطيع أن نرسل بريدا الكترونيا باستخدام التلفزيون أو أن نرسل نصا عبر التلفون المحمول والبث المباشر للفيديو يمكن أن يتم عبر قنوات الراديو، كما يمكن استقبال التلفزيون والراديو على جهاز الكمبيوتر الشخصي.

[1]. محمود علم الدين، المرجع السابق، ص50.

[2]. محمد نصر مهنا، المرجع السابق، ص 81.

إن هذا التغيير في نمط المعيشة جعل المجتمع الحديث يتغير جذريا في مواصفاته وتداخل مكوناته الطبيعية والمادية بفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المطلب الثالث: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

تتميز تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة بمجموعة من الخصائص والمميزات أصبحت تساعدها على انجاز أفضل الاعمال والخدمات، وذلك من خلال معالجة المعلومات الرقمية والمكتوبة والصوتية وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الالكترونية وأبرز ما يميزها:

1. التفاعلية Interactivité:

تتميز بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل ويطلق على أطراف العملية الاتصالية مشاركين بدل مصادر، كما نجد استخدام مصطلحات جديدة في العملية الاتصالية مثل التبادل، التحكم، التفاعل وغيرها كما أصبح المتلقي مشارك في العملية الاتصالية من خلال الاختيارات المتوفرة.

2. التنوع Variété:

ساهم تطور تقنيات الاتصال وتعددها وقدرتها التخزينية في تنوع عناصر العملية الاتصالية بما يتفق مع حاجات ودوافع المتلقي، وتمثل التنوع في تنوع أشكال الاتصال المتاحة مثل: أجهزة الكمبيوتر والألواح الكفية، تنوع المحتوى الذي يختاره المستخدم على مختلف مواقع الانترنت.[1]

3. الانتشار prolifération:

أدى التطور التكنولوجي في تصنيع وسائل الاتصال إلى تقليل تكاليف إنتاجها، ما أتاح لها القدرة على الانتشار واتساع استخدامها، وذلك رغم التفاوت في المستوى الاقتصادي والثقافي، وأصبحت وسائل الاتصال أكثر أهمية مع التوجه نحو المعالجة الالكترونية للمعلومات وهي متاحة لأغلب أفراد المجتمع.

[1]. رحيمة الطيب عيساني، **الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع**، الرياض، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج،2010، ص ص:32،31.

4. العالمية Globalisation:

أصبحت تكنولوجيات الاعلام والاتصال عالمية وتجاوزت الحدود الإقليمية، وأصبح الاتصال بأي مكان في العالم ممكنا عبر مختلف وسائل الاتصال المتوفرة من خلال تبادل المعلومات بين المستفيدين منها، ما يساهم في تبادل الخبرات والتنوع الثقافي والاجتماعي.

5. قابلية التوصيل Connectivity:

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية مثل الكمبيوتر، الطابعات والهواتف بمجموعة كبيرة من الأجهزة المتنوعة الأخرى، بصرف النظر عن البلد الذي صنعت فيه حيث لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض.

6. التوجه نحو التصغير Miniaturisations:

أصبحت تكنولوجيات الاعلام والاتصال اليوم وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبأشكال تتلاءم مع ظروف المستهلك الذي يتميز بكثرة التنقل مثل الأجهزة الذكية والهواتف المحمولة.[1]

7. اللاجماهيرية De massification:

وتعني أن الرسالة يمكن أن توجه إلى فرد أو مجموعة معينة وليس إلى جماهير كبيرة مثلما كان سابقا، حيث يتم التحكم في الرسالة مباشرة من المرسل إلى المستقبل، وبالتالي التوجه نحو الإقليمية والجماهير القليلة المحددة جغرافيا.

8. الفورية Immediacy:

أزالت تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحواجز الزمانية والمكانية، حيث أصبح الاتصال يتم بشكل فوري بصرف النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، وذلك من خلال مختلف وسائل الاتصال المتاحة والتي أصبحت متوفرة بشكل كبير.[2]

---

[1] فرانسوا لسلي، نيكولا ماكاريز، **وسائل الاتصال المتعددة " ملتميديا "**، ترجمة: فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001، 09.

[2]. علي عيد الله عسيري، **الآثار الأمنية لاستخدام السباب للأنترنت**، ط1، مركز البحوث والدراسات، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2004، ص 23.

9. اللاتزامنية Synchronisation:

تتجلى أهمية هذه الخاصية في كونها تسمح بإمكانية تبادل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية دون شرط تواجد جميع الأطراف وقت إرسال الرسالة الالكترونية، ما يعني تخزين الرسالة بطريقة آلية في الجهاز والاطلاع عليها وقت توفر الاتصال بالأنترنت مثل البريد الالكتروني.[1]

10. اقتصادية Economica:

وذلك من خلال عمل تكنولوجيات الإعلام والاتصال على الاقتصاد في الجهد والوقت والتكلفة المادية، حيث تعتبر أدوات فعالة لإنجاز الكثير من الأعمال بتكلفة منخفضة مثل البريد الالكتروني والاستفادة من الدعائم الالكترونية المتنوعة مثل الكتاب الالكتروني والقيام بمختلف الخدمات الالكترونية المتاحة مثل الاطلاع على الرصيد عن طريق الانترنت والتسوق، الشراء والدفع الالكتروني وغيرها من الخدمات الالكترونية المتوفرة مع اختلافها من منطقة إلى أخرى.[2]

[1]. هارون منصر: مرجع سابق، ص 52.

[2]. علي عبد الله عسيري: مرجع سابق، ص 21.

المبحث الثاني: تطبيقات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ووظائفها.

المطلب الأول: تطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال:

1. الأقمار الصناعية:

ساهم القمر الصناعي بشكل كبير في نقل البيانات والصور والمعلومات والأخبار بسرعة كبيرة دون التأثر بالتشويش، مثل الذي كانت تعاني منه وسائل الاتصال التقليدية، ما ألغى فعليا عاملي الزمن والمسافة.[1] ونميز وجود نوعين من الأقمار الصناعية المستخدمة تلفزيونيا:

أ. أقمار الخدمة الثابتة (FSS):

ويقدم هذا النوع خدمات لا تقتصر على التلفزيون فحسب بل حتى الاتصالات الهاتفية، إلى جانب نقل البيانات والمعلومات ونقل صفحات كاملة من الصحف من مكان إلى آخر ونقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وكان أول نموذج (القمر الأمريكي تلستار Télé Star).

ب . أقمار البث المباشر عالية التردد (DBS):

وتقوم أقمار هذا الصنف بإرسال إشارة قوية يمكن استقبالها بواسطة أجهزة التلفزيون العادية المجهزة بهوائي خاص عن طريق جهاز استقبال، ما يعني أن الإشارات المرسلة من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها للشبكات التلفزيونية المحلية.

وأصبحت الأقمار الصناعية تشكل اليوم أساس التبادل الإخباري في العالم بصفة فورية تهتم بتغطية مختلف الأحداث، كما جاء البث الفضائي الرقمي ليشكل قفزة نوعية في مجال البث التلفزيوني نظرا لما توفره التقنية الرقمية من نوعية بأقل سعر وأفضل جودة في الصورة ونقاوة في الصوت، وفتحت مجالات واسعة أمام زيادة عدد القنوات الإذاعية والتلفزيونية، وظهور خدمات عديدة تندمج فيها الأنظمة الإعلامية ببعضها لتشكل أساس عملية عولمة الإعلام والاتصال. [2]

[1]. شريف درويش اللبان: المرجع سابق، ص 166.

[2]. نفس المرجع ، ص ص 167، 168.

2. البث الفضائي المباشر:

يعرف البث المباشر على أنه: " اتصال يتم بصفة آلية من محطة الإرسال التلفزي المباشر إلى جهاز التلفزيون دون أي وسيط سوى الهوائيات المقعرة، ويتماثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي المتقيد بحدود الزمان والمكان ".[1]

ويعتبر البث المباشر عن طريق الأقمار الصناعية أفضل انجاز يحققه التفكير العلمي في المجال التكنولوجي نظرا لما يتميز به من خصائص يمكن إدراجها فيما يلي:

. يسهم في تطوير التبادل الثقافي والعلمي.

. يتيح فرصا غير محدودة لأن تتعرف الشعوب على الثقافات الأخرى.

. يمكن مناطق جغرافية مختلفة حول العالم من الاطلاع على مختلف الأحداث المباشرة.

. يوفر الوسائل العلمية لخلق نظام تعليمي سريع وشامل يحقق التنمية الاجتماعية.

. أصبح أكثر أهمية مع ظهور وتوسع استخدام التلفاز عبر شبكة الأنترنت.[2]

3. الاتصال الكابلي:

بدأ استخدامه في أواخر الأربعينيات في الولايات المتحدة الأمريكية بهدف تحسين الخدمة التلفزيونية في مناطق معزولة ، وبعد ذلك بدأت الشركات في تقديم برامج تلفزيونية من إنتاجها بعد موافقة لجنة الاتصالات الفدرالية على ذلك، واستأجرت شركة (هوم بوكس أوفيس Home Box–Office) جهاز إرسال فضائي لتقدم الأفلام السينمائية للمشتركين في المنازل عبر القنوات الفضائية، كما أسقطت لجنة

[1]. محمد نصر مهنا، **في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية**، د.ط، المكتبة الجامعية، الإسكندرية،2003، ص 394.

[2]. مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي**، ط1، دار الأهلية للنشر، عمان،2002، ص 82.

الاتصالات الفدرالية جميع القيود التي كانت مفروضة على شركات الكابل مما ساهم في تطورها وتسمح نظم الكابل الحديثة في زيادة فعالية الاتصال و إمكانية الاختيار من بدائل كثيرة في القنوات التلفزيونية .[1]

4. تكنولوجيا التلتيكست Télétexte:

عبارة عن نظام يستخدم لتصميم صفحات أو معلومات إعلامية أو إخبارية، يتم تصميمها عن طريق الكمبيوتر ثم تبث عبر أجهزة التلفزيون المعنية بقناة البث المقصود، كما قد تبث هذه المعلومات بصورة مستقلة عن ساعات البث الاعتيادية، ويحدد حجم المعلومات بعدد الكلمات والأسطر المرسلة، حيث يقوم المشاهد بقراءة المعلومات صفحة بصفحة كما لا يستطيع محاورة نظام التلتكست. [2]

5. تكنولوجيا الفيديوتكست Vidéo Texte:

ويعبر عنه أيضا بالنص المرئي، حيث يعتبر نظام مصمم لتوصيل المعلومات والبيانات والرسومات وغيرها إلى المكاتب والمنازل بتكاليف قليلة نسبيا، وللنظام إمكانات متنوعة يمكن توصيلها باستخدام وسائط بث مختلفة، ويستخدم الفيديوتكس لخدمات المعلومات البسيطة مثل موجز الأخبار المحلية أو العالمية والتزود بالوثائق ونشاطات معالجة المعلومات.[3]

6. تكنولوجيا الألياف الضوئية:

تستخدم الألياف الضوئية في الاتصالات الهاتفية من خلال مد كابلات هذه الألياف في خطوط تحت الأرض، كما تستخدم في الاتصال بين نقطتين بحيث تنقل كميات ضخمة جدا من المحادثات الهاتفية.

ويمكن استخدام الألياف الضوئية كقنوات لنقل الإشارة التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية، وتتيح حلولا للكثير من المشكلات الناجمة عن استخدام الاتصال السلكي والكابلات المركزية والميكروويف ونظم الاتصال التي تشع بالهوائيات، كما توفر الألياف الضوئية العزل الكهربائي من نقطة إلى أخرى، فهي

[1]. حسن عماد مكاوي، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، ط06، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص ص 94، 95.

[2]. حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 210.

[3]. نفس المرجع، ص 204.

محصنة ضد التداخل الكهرومغناطيسي وغير معرضة للتشويش وتوفر قدرا عاليا من الأمان عند استخدامها.

. تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية والهاتف النقال والأنترنت:

تطور تقديم البيانات (مقروءة، مسموعة، مرئية) من إشارات تماثلية Analog Signals إلى إشارات الكترونية Digitale Signals، حيث تتخذ جميع الحروف والرموز والكلمات شيفرة رقمية مكونة من أرقام " الواحد والصفر "، حيث يحقق الاتصال الرقمي مزايا كثيرة مقارنة بالاتصال التماثلي، مثل نقل البيانات عبر الهاتف وإرسال الإشارات إلى الراديو والتلفزيون بجودة عالية ودقة سواء في الصوت أو الصورة.[1]

ويتم الاتصال الرقمي في أن نظام الإرسال والاستقبال عملية واحدة متكاملة لا تسمح بأي نوع من التشويش أو التداخل بين الموجات، ويتميز بالنشاط والقوة من خلال نقل المعلومات إلى مسافات بعيدة عن طريق الألياف الضوئية التي تحافظ على الاتصال بشكل كبير، كما تتميز شبكة الاتصال الرقمي بالشمول بنقل العديد من الأصوات المركبة في آن واحد، وتحقيق قدر عال من التأمين والحفاظ على سرية الاتصال.[2]

7. الحاسب الالكتروني (الكمبيوتر):

كلمة انجليزية مأخوذة من الفعل يعد أو يحسب، وتستخدم عدة مصطلحات في اللغة العربية للإشارة إلى الكمبيوتر مثل: الحاسب الإلكتروني والإعلام الآلي، وكان أول كمبيوتر في سنة 1946م بجامعة بنسلفانيا الأمريكية وسمي بـ (ENIAC) لحساب الرمي للجيش الأمريكي، وتم اقتراح كلمة (إعلام آلي informatique) من طرف (Philippe Dreyfus) في سنة 1962م، للإشارة إلى عملية المعالجة الآلية والأوتوماتيكية للمعلومات. [3]

وتم في سنة 1966م الموافقة على التسمية من طرف الأكاديمية الفرنسية وهي التي عرفت (الإعلام الآلي) بأنه: " علم المعالجة العقلانية عن طريق الآلة الأوتوماتيكية للمعلومة، التي تمثل المصدر

[1]. حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 143.

[2]. نفس المرجع، ص 154.

[3]. محمد لعقاب، **مجتمع الإعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه**، ص.د.ط، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 57.

الأساسي للمعارف والمعلومات الإنسانية والاتصالات في مختلف المجالات الاقتصادية والتقنية والاجتماعية "[1]، ويمكن تحديد 05 أجيال للكمبيوتر كما يلي:

. الجيل الأول: في سنة 1946م من خلال تكوين أول شركة للحاسبات الالكترونية (ENIAC).

. الجيل الثاني: في مطلع الستينات بعد استعمال الترانزستور في بناء دوائر أجهزة الحاسوب عوضا عن الصمامات المفرغة.

. الجيل الثالث: في سنة 1969م بعد بداية استخدام الدوائر الإلكترونية.

الجيل الرابع: في السبعينات بعد عملية تطوير وتحديث الدوائر الإلكترونية المتكاملة.

. الجيل الخامس: في بداية الثمانينات بعد ظهور الكمبيوتر الشخصي والتوجه نحو العمل الإداري. [2]

ومنذ سنة 1946م أخذ الكمبيوتر يشهد تطورات كبيرة في مجال طاقة استيعابه وقدراته على القيام بمختلف العمليات في وقت وجيز، وتم التوجه نحو تصغير وتخفيض ثمنه ، حجمه ، بعدما كان الكمبيوتر في بداياته يزن 30 طنا وبأسعار مرتفعة، وفي نهاية ستينات القرن العشرين أصبح يستخدم في تسيير المؤسسات (مجال الأجور، إدارة المخازن وغيرها)، ومع ظهور الكمبيوتر الشخصي في الثمانينات أصبح الإعلام الآلي أداة إدارية ويستعمل اليوم في جميع المجالات : النقل، الإدارات، المستشفيات إضافة إلى التسوق الالكتروني والترفيه والتسلية وغيرها. [3]

وتساهم تكنولوجيا الكمبيوتر بصفة كبيرة في تكوين مرحلة جديدة في تاريخ البشرية أصبحت تعرف بمجتمع المعلومات، الذي يتميز بحرية الوصول إلى المعلومة وتداولها ونقلها،[4] والمساعدة على مواجهة

---

[1]. محمد لعقاب، **المواطن الرقمي: كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية**، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر،2011، ص 15.

[2]. محمد لعقاب، **مجتمع الاعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه**، مرجع سابق، ص ص 60، 61.

[3]. محمد لعقاب: مرجع سابق، ص ص: 16، 17.

[4]. نفس المرجع، ص 62.

العديد من الصعوبات المتعلقة بالحياة الاجتماعية وإنجاز الكثير من الأعمال، حتى أصبحت الحواسيب تشكل جزءا من ثقافة المجتمع وأحد مكوناته الرئيسية والهامة التي لا يمكن الاستغناء عنها. [1]

8. الهاتف النقال:

يعتبر الهاتف من أهم وسائل الاتصال الصوتي ومن أقدمها وأكثرها انتشارا بين الناس، والهاتف ليس أداة للتواصل فقط لكنه أداة تلعب دورها في الإنتاج والتسويق وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات، وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزاياه وإمكاناته عدة مرات إلى أن أصبح من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية، حيث نلحظ تطورات مختلفة للهاتف، ويعتبر وسيلة اتصال بالمشافهة أو الكلام والمكاتبة عن طريق ذبذبات مجردة على الأسلاك، وتعتمد على أبراج الهاتف والأقمار الصناعية.

وتعرفه (صفاء حسين جميل العشري) بأنه: " جهاز الكتروني متقدم تقنيا يستخدم للاتصال الشخصي بطرق مختلفة مثل الصوت والنص والصورة والفيديو، وتتصل الأجهزة ببعضها عن طريق شبكات لاسلكية معتمدة على أبراج الهاتف ". [2]

ويلعب الاتصال الهاتفي دورا مهما في حياة الفرد والمجتمع على حد سواء حيث توجد كميات هائلة من المعلومات التي تنتقل عن طريقه داخل الدولة وخارجها، ومن المتوقع أن يلعب دورا أكثر أهمية في المستقبل من خلال الاتصال المباشر بقواعد البيانات وهو أداة اتصال لا يمكن الاستغناء عنها، وإلى جانب الهاتف العادي توجد أنظمة الاتصال الداخلي وهاتف الفيديو الذي ينقل الصورة الثابتة أو المتحركة أي أن الخطوط التليفونية تستخدم لتوصيل المعلومات وللاتصال المباشر بالحاسب الالكتروني.[3]

أما الفاكس فيشبه آلة التصوير الصغيرة متصلة بالهاتف، فما على المرسل إلا أن يضع وثيقة في الجهاز، ثم يدير رقم هاتف جهاز فاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال، تتحرك الأداة الفاحصة الإلكترونية في جهاز الإرسال وتحول الصفحة المرسلة إلى مجموعة من الإشارات

---

[1]. ماجد محمد الزيودي، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي (ERFKE) في تنمية المهارات الحياتية لطلبة مدارس الحكومة الأردنية**، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد05، 2012، ص 87.

[2]. **صفاء حسين جميل الشعري، الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على اقتناء واستخدام أجهزة الاتصال وعلاقتها بإدارة الدخل المالي للأسرة**، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، 2008، ص 38.

[3]. حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 235.

الكهربائية الرقمية التي تنتقل عبر خط الهاتف إلى جهاز فاكس المستقبل الذي يعيد الإشارات الكهربائية الرقمية مرة أخرى إلى نسخة طبق الأصل من الوثيقة الأصلية ثم يطبعها. [1]

9. الأنترنت:

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية غير مسبوقة لعل أبرزها ثورة تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حيث نميز بروز شبكة الأنترنت التي لم يقتصر دورها على دمج الصوت والصورة فحسب، بل قامت بنقل مجتمعات من الاعتماد على المواد الأولية والطاقة إلى مجتمعات واقتصاديات مبنية على المعلومات والمعرفة. [2]

وقد فرض عدد وشكل المصادر الورقية الناقلة للمعلومات وتشعب الموضوعات الناقلة للمعلومات اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال كحتمية لتأمين المعلومات والسيطرة عليها وتهيئتها لجميع المستخدمين، لأن منطق العصر يتطلب السرعة والشمولية وهو ما دفع إلى ظهور الانترنت التي تعتبر أكبر مزود بالمعلومات في العالم. [3]

والأنترنت كلمة لاتينية مكونة من مقطعين: (INTERNATIONAL) وتعني دولي أو عالمي، (NETWORK) التي تعني الشبكة، وعند تركيب الكلمتين نجد الشبكة العالمية التي تعتبر شبكة الكترونية كبيرة تتكون من مجموع شبكات عالمية مختلفة سواء كانت جهوية أو محلية.

وهذه الشبكات ترتبط بدورها مع وسائل إعلام متنوعة ما يجعلها تختصر العالم وتحوله إلى قرية الكترونية صغيرة يمكن التجول فيها في وقت قصير، وتتميز بسرعة الإعلام وتبادل المعلومات بين مختلف الأشخاص، المؤسسات والدول.

---

[1]. محمد صالح الحناوي وآخرون، **نظم وتكنولوجيا المعلومات في الأعمال في عصر التكنولوجيا**، د.ط، الدار الجامعية، مصر، 2004، ص 297.

[2]. يحياوي يحي، **الأنترنت كفضاء للحروب الافتراضية القادمة**، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 22 جانفي 2014، ص ص: 2، 3.

[3]. بن عمروش فريدة، **إشكالية استخدام شبكة المعلومات العالمية " الأنترنت" في البحث العلمي**، المجلة الجزائرية للاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، العدد21، السداسي الأول، 2011، ص ص: 241، 242.

وكانت الانترنت في بدايات استخداماتها فضاء لتبادل المعارف والمعلومات ثم تعددت وظائفها وصولا إلى اتصال المؤسسات والتجارة الالكترونية، حيث تستخدم في تدعيم وتطوير أنظمة اتصالها الداخلية خاصة بالنسبة للمؤسسات والشركات التي تملك فروع في مناطق جغرافية مختلفة ومتباعدة عن بعضها البعض، وتحقق الانترنت ضمان شبكة تداول وتبادل معلومات داخلية.

إننا نعيش اليوم في زمن التغيير أو الموجة الثالثة مثلما يسميها Toffler والذي يصطلح عليه بمجتمع المعلومات، أو كما عبر عنها Peter Drucker بمجتمع المعرفة، وهذا التغيير ينتج عنه ردود أفعال متباينة بين السلب والإيجاب، فهناك من يرى فيه مخاطر وتهديدات بينما يرى فيه آخرون فرص جديدة ومحفزة لتحقيق الازدهار، كما أصبحت وسائل الاتصال الشائعة تتضمن الأجهزة المتطورة مثل: أجهزة المؤتمرات المرئية، الفاكس، البريد الصوتي، الهاتف النقال، البريد الالكتروني ومختلف خدمات الأنترنت إضافة إلى أن البرامج أصبحت كثيرة ومتنوعة وهي تقنيات بلغت سرعة ودقة كبيرة أصبحت تمثل أساس قوة تقنية المعلومات وخاصة بعد اندماجها مع تقنيات الاتصال .[1]

كما تعمل مختلف المؤسسات على استخدام الأنترنت في عمليات دعائية وإشهارية من خلال فتح أسواق الكترونية افتراضية وتتيح الأنترنت كذلك تقديم معلومات عن تطور السوق والمنافسة والعمل عن بعد.[2]

وأصدر الاتحاد الدولي للاتصالات تقريره السنوي حول مؤشر تنمية تكنولوجيات الاعلام والاتصال، حيث حلت الجزائر في المركز 12عربيا و113 عالميا ضمن قائمة تضم 167 دولة حيث أوضح التقرير، الذي حمل شعار " ريادة الأعمال في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل إحداث تأثير اجتماعي"، أن الدول التي احتلت المراتب الـ 10 الأولى في قائمة تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما يلي: كوريا الجنوبية، الدنمارك، آيسلندا، بريطانيا، السويد، لوكسمبورج، سويسرا، هولندا، هونغ كونغ.

[1]. عبد الحفيظ ذيب، **الاختراق الأمني للدولة الوطنية في عصر ثورة المعلومات**، المجلة الجزائرية للاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر3، العدد 21، السداسي الأول، 2011، ص ص: 212، 213.

[2]. الصادق الحمامي، **الانترنت: الإشكاليات الرئيسية**، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة تونس1، ص ص: 56، 57.

وأشار التقرير إلى أن أسوأ البلدان تضم: تشاد، أريتريا، إثيوبيا، مدغشقر، ملاوي، غينيا، بيساو، جنوب السودان، الكونغو الديموقراطية، بوركينا فاسو، موزمبيق، وفي المنطقة العربية نجد البحرين في المركز الأول عربيا و27 عالميا، وقطر في المركز الثاني عربيا والـ 31عالميا، والإمارات العربية المتحدة الثالث عربيا والـ 32 عالميا، والسعودية بالمركز الرابع عربيا والـ 41عالميا، والكويت الخامس عربيا والـ 46 عالميا بينما جاءت الجزائر في المركز 12 عربيا و113 عالميا.

ومن الواضح في التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال الحديثة أنها تتميز بالتفاعلية التي يستطيع فيها المستقبل التفاعل مع المرسل، ما يعني أن وسائل الاتصال الجديدة تمنح فرصة أكثر للمتلقي بإبداء رأيه والتعليق على الرسالة بشكل آني ومتزامن.

وتوفر شبكة الانترنت خدمات وتطبيقات عديدة، حققت بدورها نجاحا باهرا جعلها تنافس خدمات سابقة، وحتى أنها تنافس وسائل إعلامية (تقليدية) قائمة بذاتها، كالتلفزيون والراديو والصحف الورقية، ومن بين هذه الخدمات التفاعلية نذكر أهمها:

. المدونات الإلكترونية:

وهي مواقع شخصية يتم فيها نشر مقالات وكتابات وحتى تسجيلات فيديو، يملكها أفراد أو مؤسسات أو هيئات إعلامية وتجارية وثقافية، كما تنشر مضامينها وترتبها ترتيبا زمنيا حسب تاريخ إنشائها، حيث يستطيع القراء التفاعل معها والتعليق عليها وحتى نقدها، وبحكم نجاحها وقدرتها على التعبير عن التطلعات والمطالب، تعرف المدونات تزايدا هائلا في انتشارها وعدد مستخدميها.

. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع للتواصل الاجتماعي بين المستعملين حيث تسمح بإقامة علاقات اجتماعية، أشهرها "فايسبوك (Facebook)، ماي سبايس (myspace)، تويتر (twitter) وغيرها.

. منتديات المحادثة الالكترونية:

هي تطبيقات وبرمجيات اتصالية تفاعلية يستطيع المستخدم أن يتواصل عن طريقها مع الآخرين في الوقت الحقيقي المتزامن، مثل: مجموعات الأخبار، غرف الدردشة، التراسل الفوري، السكايب (skaybe) وفايبر (Viber) في الوقت اللاتزامني مثل منتديات النقاش والبريد الالكتروني.[1]

. البريد الالكتروني:

يعتبر البريد الالكتروني مصطلح يطلق على الخدمات البريدية التي تقدمها شبكة الانترنت للمشتركين فيها من خلال السماح لهم بتبادل الرسائل الكترونيا بين الأشخاص أو المؤسسات مع ضرورة توفر عنوان الكتروني لكل مشترك، وتتكون الرسالة الالكترونية مثل الرسالة العادية من الرأس (en_ tête) العنوان والمتن (corps) ويتميز البريد الالكتروني بمجموعة من الخصائص يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

. البريد الالكتروني أقل تكلفة من الهاتف والفاكس.

. السرعة أكثر من البريد العادي حيث لا تتجاوز مدة إرسال رسالة الكترونية بضعة ثواني.

ـ إمكانية إلحاق الرسالة الالكترونية بملفات ووثائق مثل: الصور، المقاطع الصوتية، مقاطع الفيديو وغيرها، وتبقى الرسالة الالكترونية مخزنة في الحساب الالكتروني للمستقبل حتى يقوم بقراءتها وله حرية التصرف فيها بعد ذلك من حيث الحفظ أو الحذف، وبالتالي فالاتصال عبر البريد الالكتروني اتصال غير تزامني. [2]

. نظام الاتصال الداخلي الانترانت (Intranet):

هي مجموع نظام التوزيع والتبادل للمعلومات الداخلية لإدارة أو مؤسسة معينة، كما تعتبر مجموعة خدمات الانترنت ضمن شبكة داخلية، يمكن الارتباط بها فقط من طرف عناصر التنظيم (الإدارة أو المؤسسة) دون غيرهم وتستجيب إلى إشباع الاحتياجات داخل المؤسسة من حيث سرعة وفعالية نقل

[1]. إبراهيم بعزيز، **وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين**، ورقة قدمت في الملتقى الوطني: "وسائل الاعلام والمجتمع"، جامعة محمد خيضر. بسكرة، يومي 28و 29 نوفمبر 2010.

[2]. محمود ابراقن، **الانترنت: دراسة اتصالية ومصطلحية**، مجلة اللغة العربية (مجلة يصدرها المجلس الأعلى للغة العربية)، الجزائر، العدد السابع، خريف 2002، ص ص: 299، 337.

واستقبال المعلومات والأخبار في وقتها من ومن جهة ثانية عبر توسيع مجال نشاط الأفراد مساهمة في تكوين مجال عمل في إطار جماعي (عمل فريق)، وكل هذا يساهم في دقة التسيير وربح الوقت وقلة التكاليف.

كما أن التحولات التكنولوجية والاقتصادية ساهمت في تكوين موجة جديدة من التطوير انعكست على مؤسسات في مجالات مختلفة، يمكن تلخيصها في تحريك طاقة العمال عن طريقة تطوير الاتصال في جميع المستويات والتركيز على التقييم بالكفاءات والاهتمام بالنتائج.

وتهدف الشبكة الداخلية الانترنت إلى:

. زيادة كفاءة وفعالية عمل المنظمة.

. تصبح عملية إرسال واستقبال الملفات والتعليمات في ظروف متنوعة.

ـ تقديم خدمات أفضل عن طريق سرعة الحصول على المعلومات المطلوبة في الوقت المحدد وبسرعة قياسية، المساعدة على اتخاذ القرار المناسب في الوقت الأمثل.[1]

. نظام الاتصال الخارجي مع الوحدات والعملاء (Extranet):

شبكة الاكسترانت هي الشبكة المكونة من مجموعة شبكات انترانت ترتبط ببعضها عن طريق الانترنت، وتحافظ على خصوصية كل شبكة انترانت مع منح أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها، أي إن شبكة الاكسترانت هي الشبكة التي تربط شبكات الانترانت الخاصة بالمتعاملين والشركاء والزودين ومراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد، أو تجمعهم مركزية التخطيط أو الشراكة وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الانترانت المحلية لكل شركة.[2]

[1]. النمر سعود بن محمد، **الإدارة العامة: الأسس والوظائف والاتجاهات**، ط7، مكتبة الشقري، الرياض، 2011، ص 461.

[2]. نفس المرجع، ص 462.

المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

من خلال استقراء نتائج البحوث التي أجريت في هذا المجال أمكن تحديد بعض الوظائف العامة وذلك عن طريق تحليل مختلف الممارسات والتطور في المفاهيم والوسائل المستحدثة في هذا الإطار.

1. مصدر للمعلومات والأخبار:

تتصدر وسائل الاعلام والاتصال الحديثة اليوم كافة وسائل الاتصال الأخرى، في تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة والتنوع، ذلك أن الانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتيجة للتطور الغير مسبوق في تكنولوجيا المعلومات التي غطت كل المجالات والتخصصات نتيجة الخصائص التي تتميز بها تكنولوجيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة لذا فإنه ليس من الغريب أن يتم الاستفادة من خصائص تكنولوجيا الاعلام كمصدر هام للمعلومات وأهمها شبكة الانترنت، وليس غريبا أن تتصدر هذه الوظيفة كافة الوظائف الأخرى لدى كل الفئات والجماهير و العاملين في مجالات الاعلام لتصل إلى نسبة تتراوح ما بين 85 إلى 90 من أسباب الاستخدام للحاسب الآلي وشبكة الانترنت في كل البحوث الأجنبية والعربية التي درست أسباب ودوافع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.[1]

2. التعبئة وتنمية المشاركة الديمقراطية:

ونظرا للخصائص الهامة التي تتميز بها التكنولوجيات الحديثة للإعلام فقد أصبحت وسائل الاتصال الرقمي وخاصة شبكة الانترنت من أهم روافد التعبئة وأصبحت تحتل هذه الوظيفة مكانة جد هامة بين مختلف الوظائف التي تقوم بها تكنولوجيات الاتصال وذلك لتأييد الأفكار المختلفة أو مناهضة غيرها من الأفكار بحيث تسهم في تكوين الرأي العام الإقليمي والعالمي أو حتى المحلي الوطني نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين.[2]

كما ساهمت تكنولوجيات الاتصال في تنمية المشاركة الديمقراطية وإرساء أسماها في كثير من الأحيان وهذا وفقا للنظرية الخاصة بها والتي تهدف إلى الحد من المؤسسات الإعلامية الضخمة، وإتاحة

[1]. محمد عبد لحميد: **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، د.ط، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص ص 130 . 131.

[2]. محمد البخاري: **مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي**، دون دار نشر، دون مكان نشر، 2004، ص 24.

الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع لممارسة حقها في الإعلام والاتصال من خلال تنوع المصادر بعيدا عن السيطرة الرأسمالية والاحتكار وتأثير التمويل الإعلاني.[1]

3. التعليم عن بعد (عن طريق الشبكات):

وهي واحدة من أهم وظائف التكنولوجيات الحديثة للإعلام، التي توفرها من خلال الوسائل والبرمجيات، حيث نجد توسعا كبيرا في استخدام الحاسب في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيفه في التعليم خاصة في التعليم الفردي أو التعلم الذاتي وانتشار المفاهيم الخاصة بالتعليم القائم على مساعدة الكمبيوتر.

وقد حققت مختلف الدول عبر العالم تقدما هاما في الاستفادة من شبكة الانترنت وتوظيفها في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات المختلفة وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الحديثة الخاصة بالتعليم عن بعد والتعلم من خلال الشبكات والتعلم الافتراضي وغيرها.

4. الخدمة الإعلامية المتكاملة وفورية الاتصال:

من خلال ما توفره مختلف المواقع الإعلامية والاخبارية المعروفة على شبكة الانترنت حول الوقائع والأحداث التي تحدث في بقاع كثيرة من العالم والتعليق عليها ومعالجتها من مختلف الزوايا الفكرية والأيدلوجية في إطار الخدمات الإعلامية المتكاملة إضافة إلى سهولة الاتصال بها والفورية في الاطلاع على محتوياتها والتفاعل معها في نفس الوقت.[2]

5. تجاوز قيود العزلة:

وتظهر هذه الوظيفة خاصة من خلال عملية الإبحار والتفاعل مع مختلف الأشخاص والمحتويات من خلال برامج الحاسب أو الشبكات في إطار واقع افتراضي حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات، دوائر النقاش وكذا مع أشخاص لا يعرفون بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة ولهم ثقافات وعادات مختلفة.

---

[1]. نفس المرجع ص ص 132.133.

[2]. محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص ص 132. 133.

كل هذه العوامل تسمح للأفراد من توسيع علاقاتهم من خلال عمليات التخيل والتقمص والاطلاع على ما يحيط بهم دون تجاوز وحدة المكان والزمان والتفاعل والمشاركة مع ما يدور من أحداث وأفكار.

6. نشوء المجتمعات الافتراضية:

وتنشأ المجتمعات الافتراضية في إطار الوظيفة السابقة، حيث يجتمع الافراد من خلالها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل الدعوة إلى الديمقراطية، مناقشة الطابوهات، أنظمة الحكم في البلدان وغيرها من الأهداف والغايات التي تجتمع حولها هذه المجتمعات الافتراضية.[1]

7. التسويق والإعلان:

حيث أن الوظائف السابقة الذكر تقدم في مجملها كخدمات مجانية عن طريق شبكة الانترنت أو مقابل نظير رمزي فإن هذه المواقع تعتمد في تمويلها على الإعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات التي تعرض على هذه المواقع، وبالتالي أصبحت وظيفة التسويق والاعلان تجد صدى كبير لدى المعلنين ونصوصا للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول اليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الاعلام الأخرى.[2]

المطلب الثالث: التأثيرات الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

أ. التأثيرات الإيجابية:

أدى الانتشار الواسع في تكنولوجيات الاعلام والاتصال في وقتنا الحاضر إلى زيادة الطلب عليها، والاستفادة مما تقدمه من خدمات في مختلف الميادين والمجالات حيث تساهم في:

[1]. محمد البخاري: المرجع السابق، ص ص 26.25.

[2]. طاهر محسن الغالبي/ أحمد شاكر العسكري: **الإعلان**، ط2، وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 241.

ـ تقديم المعلومات المتنوعة والمختلفة التي تغطي كافة المجالات نتيجة الخصائص التي تتميز بها، وأهمها سعة التخزين حيث جاء الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي نتيجة التطور غير المسبوق في أدوات ووسائل تكنولوجيات الإعلام والاتصال.[1]

عملت تكنولوجيات الاعلام والاتصال على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وتحويلها إلى أشكال مختلفة (مطبوعة، مرئية، مسموعة)، وكذا القدرة على التوزيع والنقل والنشر وتخطي حاجزي المكان والزمان.

ـ التوجه نحو النشر الالكتروني من خلال الاطلاع على الأحداث والأخبار والصحف عبر الانترنت، والتفاعل مع مختلف البرامج التلفزيونية والإذاعية والمشاركة في الندوات والمؤتمرات، وطرح التساؤلات ومناقشة بعض الموضوعات وتقديم الآراء والاقتراحات.

. تساهم تكنولوجيات الاعلام والاتصال في تكوين قطاعات شغل جديدة كما تسمح للشركات القائمة حاليا بالتوسع في أعمالها عبر الاستثمار في أسواق جديدة.[2]

. ظهور الكمبيوتر الشخصي والتوسع في استخداماته، حيث يوفر الكمبيوتر إمكانية تخزين كمية هائلة من المعلومات واسترجاعها بسرعة كبيرة عن طريق وقواعد البيانات وبرامج النشر المكتبي والصحفي، كما يمثل وسيلة علمية من خلال مختلف برامج التعليم إضافة إلى الترفيه والتسلية.[3]

ـ ظهور دعائم التسجيل والتخزين الرقمية وتنوعها من حيث الشكل والحجم، حيث يتم الاستفادة من المعلومات بالكمية والنوعية المرغوب فيها في الأوقات المناسبة، كما يمكن تخزين عدد كبير من المعلومات والكتب الالكترونية فضلا عن إمكانية التخزين الالكتروني على شبكة الانترنت.[4]

---

[1]. محمد عبد الحميد، **الاتصال والاعلام على شبكة الانترنيت**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة،2007، ص 52.

[2]. محمد شايب، هدار لحسن، **تقييم قطاع الاتصالات وتكنولوجيا الاعلام في الجزائر...بعد عشرية من الإصلاحات**، أبحاث المؤتمر الدولي، تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001-2014، جامعة سطيف، الجزائر، 2013، ص 06.

[3]. إياد شاكر البكري، **تقنيات الاتصال بين زمنين**، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع،2003، عمان، ص ص: 25، 26.

[4]. عبد الأمير فيصل، **الصحافة الالكترونية في الوطن العربي**، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، 2005، ص ص: 19، 20.

ـ تطور مجال الخدمة التلفزيونية مثل التلفزيون التفاعلي وتطور جودة الصورة التلفزيونية، كما حققت الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية قدرا هائلا من المعلومات للمستخدمين.

. التأثيرات السيكولوجية مثل تخفيف الشعور بالوحدة خاصة في المناطق النائية، كما تعتبر تكنولوجيات الإعلام والاتصال وسيلة ترفيه وتسلية.[1]

ب . التأثيرات السلبية:

إلى جانب ما أسهمت به تكنولوجيات الاعلام والاتصال في مختلف الميادين والمجالات، غير أن لها جوانب وآثار سلبية سواء على الفرد أو المجتمع، ويمكن ذكر أهمها فيما يلي:

ـ التأثيرات الصحية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال على الجانب النفسي والفسيولوجي للأفراد، حيث ظهرت العديد من الأمراض نتيجة الاستخدام المفرط لوسائل الاتصال مثل: الصداع والعزلة والاكتئاب وضعف البصر والسمع.[2]

ـ عدم القدرة على التحكم في تدفق المعلومات انطلاقا من الحكومات، الأمر الذي يؤثر سلبا على الفرد والمجتمع والثقافة والعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية والدينية.

. ربما تحمل الوسائط الإعلامية مواد إعلامية قد لا تتلاءم مع طبيعة المجتمع أو الفرد.[3]

. ظهور جرائم الكترونية متعلق باستخدام الأنترنت، وهي إما جرائم تتعلق بتصرف غير قانوني ضد أجهزة الاتصال والكمبيوتر مثل: استغلال المعلومات الالكترونية بطرق غير قانونية، أو استخدام هذه الأخيرة للقيام بتصرف غير قانوني.[4]

---

[1]. شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 39.

[2]. شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 23.

[3]. سمير إبراهيم حسن، **الثورة المعلوماتية عواقبها وآفاقها**، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، دمشق، جامعة الآداب والعلوم الإنسانية، م18، ع1، 2002، ص ص: 225، 226.

[4]. حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 117.

. حدوث فجوة معرفية بين الدولة المالكة للتكنولوجيا والدول المستوردة لها، حيث تقف أغلب الدول النامية عاجزة أمام تحديد التكنولوجيا الرقمية المناسبة، إما لعدم قدرتها على دفع التكاليف أو عدم مناسبة مضامينها للمستهلك والمستخدم على حد سواء، وبالتالي لن تأتي بالفوائد المتوقعة منها.[1]

. إثارة الشعور بالحرمان، حيث يعتبر ما يقدمه التلفزيون وشبكة الأنترنت من نماذج لحياة أفضل تجعل الفرد يسعى إلى تحقيقها وهو ما يساهم في الشعور بالاغتراب.[2]

[1]. عواطف عبد الرحمان، **الاعلام والعولمة البديلة**، د.ط، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 64.

[2]. راضية حميدة، **وسائل وأشكال السيطرة الإعلامية والثقافية**، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد21، السداسي الأول 2011، ص 193.

خلاصة:

من خلال العرض السابق لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة، يتضح أن اندماج الوسائط التكنولوجية مع بعضها البعض ساهم كثيرا في احداث تغيرات واضحة وكبيرة طالت الوسيلة والرسالة الإعلامية، وفتحت الثورة التكنولوجية آفاقا جديدة لاستخدامات ووظائف الاعلام والاتصال الحديثة، حيث يتبين لنا أن تكامل واندماج وسائل الاعلام والاتصال أحدث تحولات عظيمة في طبيعة العملية الاتصالية، كما أتاحت للمتلقي إمكانيات غير محدودة للاختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال، وأصبح لكثير من وسائل الاعلام ذات التكنولوجيا العالية القدرة على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر وتحويلها من وسيلة إلى أخرى، وتحويل الرسالة المسموعة إلى مكتوبة والعكس.

الفصل الثاني: تطوير الأداء الإعلامي من خلال استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الأداء الإعلامي.

المطلب الأول: مفهوم الأداء الإعلامي وتطوره.

المطلب الثاني: خصائص الأداء الإعلامي.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي.

المبحث الثاني: أبعاد الأداء الإعلامي ومكوناته.

المطلب الأول: أبعاد الأداء الإعلامي.

المطلب الثاني: مكونات الأداء الإعلامي.

المبحث الثالث: إسهامات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي.

المطلب الأول: التكنولوجيا الرقمية والتماثلية في العمل الإعلامي.

المطلب الثاني: توظيف تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الأداء الإعلامي.

خلاصة

الفصل الثاني:

تطوير الأداء الإعلامي من خلال استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة

تمهيد:

تسعى هذه الدراسة إلى رصد مستويات تأثر الأداء الإعلامي بالبيئة التكنولوجية وتأثير هذه الأخيرة فيه هذه البيئة التي تتميز باستخدام عدة مستحدثات تكنولوجية رقمية ومعلوماتية للأداء الإعلامي من أجهزة كمبيوتر والهواتف الذكية الملحقة بخدمة الأنترنت وما وفرته من تطبيقات تواصلية كخدمة البريد الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعية على اختلاف مسمياتها، حيث أصبحت هذه المستحدثات التكنولوجية تعتمد من قبل الصحفيين لأداء عملهم الإعلامي بمختلف سيرورته، بدأ بمرحلة جمع المعلومات مرورا بمرحلة صياغتها ومعالجتها من الناحية التحريرية وصولا إلى مرحلة نشرها وبثها إلى المتلقين وعلى أساس ذلك سنعمل على تناول مفهوم الأداء الإعلامي وتعداد أهم خصائصه وكذا أهم العوامل المؤثرة في لننتقل بعدها إلى رصد مستويات وأبعاد تأثر الأداء الإعلامي والتغييرات التي طرأت عليه في ظل استخدام هذه المستحدثات التكنولوجية سواء من الناحية الإيجابية أو السلبية.

الفصل الثاني:

تطوير الأداء الإعلامي من خلال استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة

المبحث الأول: ماهية الأداء الإعلامي.

المطلب الأول: مفهوم الأداء الإعلامي وتطوره.

يعتبر مفهوم الأداء الإعلامي هو الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الاعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة وطنا ومواطنا.[1]

وتتمثل فاعلية الأداء الإعلامي بضرورة اتسام هذه الوظائف والمهام والنشاطات بالموضوعية والمصداقية، والتحليل العلمي، وتمثيل هموم المواطن وتوفير مساحة حرة ومستقلة للتعبير عن الرأي، وخدمة مصالح المجتمع بمسؤولية وضمن حدود قانونية تضمن عدم توغلها على الشعب، وتكون سلطة رقابة حقيقية على مؤسسات الحكومة الرسمية، مستقلة إداريا واقتصاديا عن تأثيرات الحكومات.

ويمكن القول إن الأداء الإعلامي هو: مجموعة العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة والتي تضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة والروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلاءم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية.[2]

تطور مفهوم الأداء الاعلامي:

يعتبر الأداء من المفاهيم التي تتسم بالديناميكية وعدم السكونية في محتواها المعرفي، حيث عرف تطورا منذ بداية استعمالاته الأولى إلى وقتنا الحالي، وهذا بفعل التطورات الاقتصادية وغيرها التي ميزت حركة المجتمعات البشرية والتي كانت بدورها دافعا فوريا لبروز إسهامات الباحثين في هذا الحقل من المعرفة.[3]

---

[1]. عبد المجيد افرام/ هادية خزنة كاتبي: **اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي**، مجلة دمشق، المجلد 26، العدد 3، 4، 2010، ص 615.

[2]. أشرف فهمي خوجة: **المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة**، د.ط، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008، ص67.

[3]. محمد محمود يوسف: **البعد الاستراتيجي للتقييم المتوازن للأداء**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2005، ص 65.

وتتجسد النظرة التقليدية للمفكرين في هذا المجال ومن بينهم المهندس (تايلور) رائد مدرسة الإدارة العلمية في إعطاء مفهوم دقيق للأداء والاهتمام بقياسه، وهذا من خلال الدراسة الدقيقة للحركة التي كان يؤديها العمال وتوقيت كل منها بقصد الوصول إلى الوقت اللازم لإدارة الآلة وإيقافها، أي في إطار ما يعرف بدراسة "الحركة والزمن".

ومع بداية القرن العشرين تحول اهتمام المنظمات من إستراتيجية التركيز على الكميات الممكن إنتاجها إلى إستراتيجية التركيز على الكميات الممكن بيعها، وتمثل الأداء حينها، في التحكم في أسعار المنتجات عن طريق التحكم في التكاليف الداخلية.

غير أنه ومع مرور الزمن عرف مفهوم الأداء تطورا جديدا في محتواه فبدلا من الاعتماد فقط على الزمن المستغرق للأفراد والمعدات لتحديد معدلات الأداء طرق قياسه ثم الانتقال إلى الأخذ في الحسبان التطورات التي تشهدها بيئة المؤسسات عند تحديد مفهوم الأداء، ليشمل أيضا المستهدفين من هذا الأداء.[1]

إن الهدف الأساسي الذي سعت إليه كل المؤسسات والمنظمات على اختلاف مستوياتها وإمكانياتها هو تحقيق جميع الأهداف التي قامت من أجلها وبمعدلات عالية من الفعالية والكفاءة في العمل، فتطور بذلك مفهوم الأداء ليعبر عن "درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد بعكس الكيفية التي يحقق أو يشجع بها الفرد متطلباته الوظيفية".

ومنه يمكن القول إن مفهوم الأداء قد تطور ليشمل: الحكم على فعالية الأفراد والجماعات والمنظمات.[2]

---

[1]. محمد محمود يوسف، مرجع سابق، ص 72.

[2]. صالح بن نوار: **فعالية التنظيم في المؤسسات الصناعية**، ط2، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص ص: 90، 91.

المطلب الثاني: خصائص الأداء الإعلامي.

للأداء مجموعة من الخصائص تجعل آراء الباحثين تختلف وبالتالي صعوبة تحديد مفهومه، لذا ارتأينا إجمال هذه الخصائص في النقاط التالية:

1. الأداء مسألة إدراك:

يختلف الأداء بين الأفراد والجماعات وكذا المنظمات، فالنسبة لما لكي المنظمة قد يعني الأرباح أما بالنسبة للقائد الإداري فقد يعني المردودية والقدرة التنافسية، أما الفرد العامل فقد يعني له الأجر الجيد أو مناخ العمل الملائم، أما رجل الاعلام فقد يعني له الجودة في نقل الرسالة الإعلامية للمتلقي، وهذا ما يطرح إشكالية صعوبة ضبطه وقبوله وفقا لمعايير معتمدة من جميع الفاعلين داخل وخارج المنظمة.

2. الأداء مفهوم متطور عبر الزمن:

إن المعايير التي يتحدد الأداء على أساسها، سواء كانت الداخلية منها أو تلك التي تحددها البيئة الخارجية للمنظمة، تكون متغيرة مع حياة المنظمة ومع تغير المواقف أو الظروف، إذ أن توليفات العوامل البشرية، التقنية، المالية والتنظيمية، التي تجعل الأداء مرتفعا تختلف من موقف لآخر، لذلك فإن التحدي الأساسي الذي يواجه القادة الإداريين هو إيجاد التوليفة المناسبة لتحقيق الأداء المرتفع.

3. الأداء مفهوم شامل:

يتسع مفهوم الأداء ليشمل جوانب عديدة نذكر منها: الجانب التنظيمي، الاجتماعي، الاقتصادي، والإعلامي ..... الخ، حيث أن التنظيم الجيد هو وسيلة في خدمة أداء المنظمة من خلال احترام الهيكلة الرسمية، والحد أو التقليص من النزاعات التي يمكن أن تحدث بين المصالح، بهدف وخلق جو من الانسجام والتنسيق الذي يسمح بالانتقال الجيد للمعلومات وبالتالي تحقيق الفعالية، إلى جانب مرونة الجانب الاجتماعي المتمثل في تحقيق الرضا لمختلف أفراد المنظمة، قد لا يخدم أداء المنظمة كذلك.

لذا فإن المعايير المالية وحدها غير كافية للتعبير عن أداء المنظمة فعلى القادة الإداريين أن يستخدموا إلى جانبها معايير غير مالية وخاصة المعايير الاجتماعية، الخدماتية .... الخ.[1]

4. الأداء والأثر الرجعي:

إن معرفة مستوى الأداء عن طريق قياسه وتقييمه يهدف إلى اتخاذ الإجراءات التصحيحية لبلوغ الأداء المستهدف، فإذا كانت النتائج المحققة بعيدة عن الأهداف المسطرة فإنه يتوجب على القادة الإداريين إعادة النظر في البرامج والخطط وحتى في الخيارات الاستراتيجية.[2]

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي.

يعتبر الأداء دالة تابعة لعديد من المتغيرات والعناصر التي قد تأثر فيه سلبا أو إيجابا، فمنها ما هو ذو طبيعة داخلية ومنها ما هو صادر عن المحيط الخارجي، وعموما يمكن حصر أهم العوامل التي تؤثر في الأداء الإعلامي في الجوانب التالية:

1. الجانب الذاتي وأخلاقيات المهنة:

ويمكن تقسيمه إلى الجوانب التالية:

- **استقلال الصحفي في أداء عمله:**

يعد الاستقلال المهني دعامة أساسية من دعامات المهنة الحرة، فالمهني شخص مؤهل علميا وفنيا وعلى درجة عالية من التخصص، وتوجب أن يكون هو الحكم الوحيد في كل ما يقوم به من اعمال مهنية، ولا يجوز تبعا لذلك أن يخضع فيما يتعلق بمباشرة المهنة للوصاية من أية جهة كانت، إلا الجهات القضائية، فالممارسة المهنية للصحفي لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية الذي يعد قاعدة في الوظيفة الإدارية، ويجب بمقتضاها على المرؤوس الخضوع فنيا لرئيسه، وإطاعة أوامره، وتنفيذ تعليماته، فالعمل

[1]. عبد الرزاق بن حبيب: **اقتصاد وتسيير المؤسسة**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 65.

[2]. نفس المرجع، ص 67.

المهني للصحفي ينهض على قاعدة أخرى مؤداها استقلال المهني في مباشرته لأعمال مهنته وتحمله مسؤولية هذه الأعمال.[1]

•الموضوعية:

الموضوعية تعني النزاهة في القصد والبعد عن الهوى والتجرد من العواطف الذاتية، كما أنها تطلق على كل نظرية أخلاقية، تعتبر أن الخبر الأخلاقي هو خبر موضوعي مستقل عن المشاعر الشخصية، وإن القيم الأخلاقية نسيج مستقل عن آراء الأفراد وسلوكهم.

والموضوعية في العمل الإعلامي تتضمن جهدا واعيا بعدم الحكم على ما يرى وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته القبلية، فالأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث والوقائع ولا بد أن تقدم بحياد كما وقعت وحدثت فالأخبار الموضوعية هي التي تعطي للقارئ الثقة بأن التقارير التي يبنى عليها آرائه هي مصدر المعلومات الدقيقة. [2]

•الصدق:

يعتبر الصدق من أهم المعايير والقيم الخاصة بالممارسة الإعلامية، بل وإنه الأساس الذي يبنى عليه منتوج المادة الصحفية " المعلومة أو الخبر " ولا يقتصر صدق الصحفي مع الآخرين من مصادر وجمهور بل يمتد ليشمل صدق الصحفي مع نفسه، وعلى هذا فإن مستويات الصدق ينبغي أن تشمل ثلاث جوانب هي:

. الصدق في الأفعال: ويشمل الجانب الظاهري للعمل الإعلامي.

. الصدق في الأقوال: ويعني أن رجل الاعلام لا يجب أن يقول إلا صدقا.

. الصدق الذاتي: أي الصدق في الغيات ويعكس درجة الإقناع والإيمان بالعمل الصحفي، ويجعل الصحفي بقلبه وقالبه مع ما يكتبه أو ينادي به. [3]

---

[1]. جلال الدين الحمامصي: **من الخبر إلى الموضوع الصحفي**، د.ط، دار المعارف، القاهرة، 1965، ص 104.

[2]. محمد حسام الدين: **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، د.ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 122.

[3]. نفس المرجع، ص 124.

2. جانب الالتزام بالقناعات والانتماءات الفكرية السياسية:

وفي هذا الإطار فإن رجل الاعلام في العالم يقسمون إلى مجموعتين رئيسيتين، فأما أن يكون مواليا لنظام الحاكم أو يكون ولائه لحزب أو جماعة دينية أو عرقية، كما يمكن أن تنطوي مجموعة من الصحفيين تحت لواء الاستقلالية عن سلطة حاكمة أو انتماء حزبي أو عرقي.

وفي هذا الإطار يقول الباحث الأمريكي " الفريد سميث " أن التوافق بين أجزاء النظام والتغيير المحدود، يمكن أن يسيطر على الإعلاميين، ويقودهم إلى حيث هي مصلحتهم ومنفعتهم ليصبحوا بذلك ناقلين للمعلومات الإيجابية عن النظام، وكذلك هو الأمر بالنسبة للانتماء الحزبي، فإذا اصطدم الواقع بالغرض السياسي فإن رجل الاعلام يلجأ للتلاعب بمعاني الخبر وألفاظه أو في ترتيب الوقائع أو اختيار نوع كلمات العنوان بحيث يصل في النهاية إلى إعطاء صورة الخبر التي ترضي أغراضه السياسية وانتماءاته الفكرية. [1]

3. الجوانب المتعلقة بالكفاءة المهنية:

ويتضمن هذا الجانب عديد العوامل الموضوعية التي تعبر عن الكفاءة المهنية بما يتطلبه العمل الإعلامي والمتعلقة أساسا بمستوى التحرير لدى الصحفي، وكيفية تعامله مع المادة الخام للمعلومة وبأي كفاءة يمكنه إيصالها للقارئ ولعل أهمها ما يلي: [2]

- **الدقة:**

فالدقة تعني أن كل عبارة في القصة الخبرية أو التقرير الخبري، وكذا كل اسم أو تاريخ لابد أن تكون صحيحة فضلا عن تقديم عبارات الخبر عن طريقة واضحة لا لبس فيها، والدقة لا تعني فقط صحة التفصيل ولكن صحة الانطباع العام كذلك الذي يتحقق بوضع التفاصيل كلها معا.

والدقة عامل مكمل لصدق الخبر فقد يكون الخبر صحيحا ولكن لا تراعي فيه الدقة في نشره بالطريقة التي تحفظ عليه صحته ويكون من نتيجة ذلك بطبيعة الحال أما سوء الفهم أو فقدان الخبر قيمته

[1]. عواطف عبد الرحمان: **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، د.ط، دار المعرفة، الكويت، 1984، ص 100.

[2]. محمد حسام الدين: مرجع سابق، ص ص: 123، 124.

عند النشر، وأفضل حماية من عدم الدقة هي اليقظة والصبر، فكل فقرة لا بد أن تكتب ويعاد قراءتها ومراجعتها بروية خاصة التفاصيل.

- **الاكتمال أو الالمام:**

ويمكن أن نطلق على هذا المعيار الإلمام بخلفيات الأحداث والمقصود بها تفاصيل مختلفة التي ترتبط بالخبر فعلى المحرر أن يكون ملما بمثل هذه التفاصيل، وأن يوردها في الخبر الذي ينقله للقارئ لكي يقدم لهم أوضح صورة ممكنة للخبر وتتضمن الخلفية عادة ما يرتبط بالحدث من حقائق أو ما يلزمه من شرح وإيضاح مثل: إيراد الحقائق التي تفيد في توضيح أهمية الحدث وحجمه وعلاقته بالقارئ وتأثيره عليه، وليس مهما أن تكون الحقائق بعيدة زمنيا أو مكانيا فالمهم أن تربطها بالخبر خصائص مشتركة.

المبحث الثاني: أبعاد الأداء الإعلامي ومكوناته.

المطلب الأول: أبعاد الأداء الإعلامي.

1. البعد التنظيمي للأداء:

يقصد به مجموعة الطرق والكيفيات التي تعتمدها المؤسسة في المجال التنظيمي بغية تحقيق أهدافها، ومن ثم يكون لدى مسيري المنظمة معايير يتم على أساسها قياس فعالية الإجراءات التنظيمية المعتمدة وأثرها على الأداء، مع الإشارة التي أن هذا القياس يتعلق مباشرة بالهيكلة التنظيمية وليس بالنتائج المتوقعة ذات الطبيعة الاجتماعية الاقتصادية، وهذا يعني أنه بإمكان المؤسسة أن تصل إلى مستوى فعالية أخرى ناتجة عن المعايير الاجتماعية والاقتصادية يختلف عن ذلك المتعلق بالفعالية التنظيمية.

2. البعد الاجتماعي للأداء:

يشير الأداء الاجتماعي للأداء إلى مدى تحقيق الرضا عند أفراد المؤسسة على اختلاف مستوياتهم، لان مستوى رضا العاملين يعتبر مؤشرا على وفاء الأفراد لمؤسستهم، وتتجلى أهمية ودور هذا الجانب في كون أن الأداء الكلي للمؤسسة قد يتأثر سلبا على مدى البعيد إذ اقتصرت المؤسسة على الجانب الاقتصادي، وأهملت الجانب الاجتماعي لمواردها البشرية، فكما هو معروف في أدبيات التسيير أن جودة التسيير في المؤسسة ترتبط بتلازم الفعلية الاقتصادية مع الفعالية الاجتماعية، لذا ينصح بإعطاء أهمية معتبرة للمناخ الاجتماعي السائد داخل المؤسسة على اختلاف طبيعتها، أي لكل ماله صلة بطبيعة العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة. [1]

[1]. حسن إبراهيم بلوط: **المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات**، ط2، دار النهضة العربية، لبنان، 2005، ص41.

المطلب الثاني: مكونات الأداء الإعلامي.

يتكون مصطلح الأداء من مكونين أساسين هما الفعالية والكفاءة، أي أن المؤسسة التي تتميز بالأداء هي التي تجمع بين عاملي الفعالية والكفاءة.

1. الفعالية Effectivenss:

ينظر الباحثون إلى مصطلح الفاعلية على أنه أداة من أدوات مراقبة التسيير في المؤسسة وهذا من منطلق أن الفعالية هي معيار يعكس درجة تحقيق الأهداف المسطرة.

وتعرف الفعالية على أنها القدرة على بلوغ الأهداف المسطرة وذلك مهما كانت الإمكانيات المستخدمة في ذلك. [1]

ويعرفها الباحث Vincent plauchet على أنها: "القدرة على تحقيق النشاط المرتقب، والوصول إلى نتائج مرتقبة.

إذن، ينظر إلى الفعالية من زاوية الأهداف المحققة (النتائج) مهما كانت الموارد المستخدمة لذلك، فإذا حققت المنظمة معدل الأرباح الذي سطرته كانت فعالة، وإذا أنتج العالم عدد الوحدات المطلوبة منه كان فعالا كذلك، إلا أنه بالنسبة لبعض مدارس الإدارة كمدرسة النظم، فإن تعريف الفعالية لا ينحصر في هذه العلاقة الكمية الكلاسيكية، فالفعالية لها عدة أبعاد، فقد تشير إلى قدرة المنظمة على البقاء والاستمرار والتحكم في البيئة بالإضافة إلى تحقيق النمو والمردودية، كما قد تعرف بمدى تحقيقها للأهداف وبالتالي فهي تتعلق بالأهداف طويلة الأجل، متوسطة الأجل وقصيرة الأجل. [2]

[1]. عبد الرزاق بن حبيب: المرجع السابق، ص 26.

[2]. ناصر دادي عدون: **اقتصاد المؤسسة**، د.ط، دار المحمدية، الجزائر، 1998، ص 341.

2. الكفاءة Efficacité:

الكفاءة تعني القدرة على اختيار السبيل الذي يحقق أحسن نتيجة اعتمادا على الإمكانيات المتوفرة بمعنى آخر، الكفاءة هي الوصول إلى الشمول في أي هدف سقي إليه المنظمة، كما يقصد بها كذلك تحقيق أكبر ربح مقابل تكلفة معطاة. [1]

كما يعرف Vincent plauchet: الكفاءة على أنها: "القدرة على القيام بالعمل المطلوب بقليل من الإمكانيات والنشاط الكفء هو النشاط الأقل تكلفة". [2]

ويتضح لنا من هذا التعريف أن الكفاءة صفة ملازمة لكيفية استخدام المؤسسة لمدخلاتها من الموارد مقارنة بمخرجاتها، حيث ينبغي أن يكون هناك استغلال عقلاني ورشيد، أي القيام بعملية مزج عوامل الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة، وتجدر الإشارة إلى أنه هناك ارتباط وثيق بين الكفاءة والفعالية، فقد تتميز المنظمة في الفعالية لتحقيق الأهداف لكنها لا تتسم بالكفاءة في استدام الموارد، كما قد تتميز بالكفاءة ولكن لا تتميز بالفعالية، إلا أن هذا لا يعني وجود تناقض بين كل منهما، فالكفاءة تعتبر من العناصر الهامة والضرورية لبلوغ الفعالية في تحقيق الأهداف، فمن غير المعقول أن نتصور منظمة تحقق اهداف طويلة ومتوسطة المدى وتحافظ على البقاء، إذا كانت تقوم بتبذير مواردها وهو ما بين بأن الفعالية أوسع من الكفاءة. [3]

3. الإنتاجية:

تعرف على أنها النتائج التي نحصل عليها بقسمة المخرجات على أحد عناصر الإنتاج.[4]

فهي علاقة بين مدخلات ومخرجات، نفقات وإيرادات، كمية الإنتاج وعدد الإمكانيات، كمية الإنتاج وعدد العمال، قيمة الإنتاج وساعات العمل، وهي تختلف عن الإنتاج من كونه يمثل العملية نصف

---

[1]. ثابت ادريس عبد الرحيم: **نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة**، د.ط، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص40.

[2]، ناصر دادي عدون: مرجع سابق، ص 342.

[3]. عايد خطاب: **العولمة وإدارة الموارد البشرية**، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، ص 434.

[4]. سونيا محمد بكري: **تخطيط ومراقبة الإنتاج**، د.ط، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2000، ص 273.

النهائية أو النهائية، بينما تعتبر بأنها علاقة الإنتاج بمفردات العملية الإنتاجية، وبالتالي فهي تحمل تقييما أكثر دقة من الإنتاج في تقييم المنظمة وكفاءة العامل وطريقة استخدام الآلة والمواد.....الخ.

وتجدر الإشارة إلى أنه هناك علاقة بين كل من العلاقة والإنتاجية تكون في مستوى منخفض عند انخفاض كل من الكفاءة والفعالية، أما الإنتاجية المرتفعة فتتطلب كفاءة وفعالية مرتفعين أي تحقيق الأهداف المسطرة باستخدام أفضل للموارد، وهو ما يجعل الإنتاجية أفضل في التعبير عن الآراء من الكفاءة والفعالية سواء كانت معا أو على انفراد. [1]

4. المردودية:

يقصد بها قدر المنظمة على تحقيق النتائج، وتعتبر من القيود الأساسية لكل منظمة تحتاج إلى الاستمرار والتكليف والنمو، في إطار محيط تنافسي في تغيير دائم، إذا ترتبط مردودية المنظمة بتنافسيتها وحصتها في السوق بتنافسية القطاع أيضا.

إضافة إلى أن المساهمين الحاليين أو المحتملين يهتمون بالخصوص بمردودية المنظمة التي استثمروا أو ينوون الاستثمار فيها، فأرباحهم تتوقف على مستوى المردودية التي تحققها المنظمة.[2]

[1]. طارق الحاج وفليح حسن: **الاقتصاد الإداري**، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2000، ص 241.

[2]. عبد المليك مزهود: **المقاربة الاستراتيجية للأداء مفهوما وقياسا**، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للتنظيمات والحكومات، جامعة ورقلة، (09/8) مارس 2005، ص 487.

المبحث الثالث: إسهامات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي.

المطلب الأول: التكنولوجيا الرقمية والتماثلية في العمل الإعلامي.

يعتمد التلفزيون أساسا على الصوت والصورة، هذه الأخيرة التي تتكون من مجموعة مرسومة من النقاط الضوئية، التي تظهر على الشاشة بواسطة شعاع إلكتروني، حيث أنه كلما زادت عدد النقاط زادت الصورة وضوحا والعكس صحيح هذا هو أساس النظام التماثلي، Analogique الذي يعمل على تحويل الإشارة الصوتية إلى إشارة كهربائية مناظرة لشدة الصوت.[1]

ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال الألمان (بول نيبكوف"P. Nipkov") الذي اخترع عام 1884 أسطوانة مثقوبة لتركيب الصورة حيث يمكن للضوء الذي يمر من خلالها أن يقسم الأجسام المصورة كهربائيا إلى عناصر خطية تكون في مجموعها صورة من الصور، ثم طور الباحث الأمريكي (تشارلز جنكيز Ch. F Jenkins) مبدأ " نيبكوف" عام 1890، لكنه لم يتمكن من ترجمة أبحاثه وأفكار غيره من أمثال(ماركوني) حتى عام 1925 حيث قدم الإثباتات الميكانيكية على قدرة البث التلفزي.[2]

وفي سنة 1927 تم أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن، وتعد فترة 1929 . 1931 بمثابة نقلة نوعية للتلفزيون عندما اخترع (فلاديمير زورييكن Zwoikin) معتمدا على النظام الالكتروني أنبوب الصورة المستقبل أو " Kinescope" خلفا للأسطوانة المثقوبة.

وقد جاءت الحرب العالمية الثانية لتضع حدا مؤقتا لتطور التلفزيون وتفسح المجال للولايات المتحدة الأمريكية البعيدة عن هذه الحرب لتواصل التطور الكبير للتلفزيون. [3]

وقد شهدت سبعينات القرن تطورا ملحوظا نحو تحقيق التلفزيون العالمي، ذلك أن الشبكات التلفزيونية الإقليمية الموجودة في معظم أنحاء العالم وارتباط هذه الشبكات ببعضها يتيح لأكثر من بليون مشاهد في

---

[1]. فضيل دليو: **وسائل الاتصال وتكنولوجياته**، د.ط، منشورات جامعة منتوري، الجزائر، دون سنة، ص 69.

[2]. نفس المرجع: ص 98.

[3]. أحمد بدر: **الاعلام الدولي**، د.ط، دار قباء للطباعة، القاهرة، 1998، ص 185.

أكثر من ستين دولة مشاهدة البرامج الحية التي تداع من مناطق أخرى بعيدة أو التي تداع في معظم المناطق في وقت واحد. [1]

كان هذا بعد أن بدأت بعض المحطات التلفزيونية الأمريكية تشكو من أن إشارتها التلفزيونية في سنوات الخمسينات تواجه منافسة الخدمات التلفزيونية المحلية، وذلك بسبب تقديم شركات كابل (Câbles) لبرامج تلفزيونية خاصة بها مثل الأفلام السينمائية والأخبار المحلية، فوافقت لجنة الاتصالات الفيدرالية سنة 1965 على اعتبار شركات الكابل محطات تلفزيونية محلية، وذلك لتشجيع تقديم الخدمات المحلية، وكان محظورا على شركات الكابل أن توسع نشاطها إلى مسافات بعيدة أو أن تستورد البرامج التلفزيونية من أماكن بعيدة، وبناءا ما سبق بدأت لجنة الاتصالات الفيدرالية سنة 1972 في إعادة تنظيم صناعة الكابل، حيث حذفت من قواعد استراد الإشارات التلفزيونية وهذا يتطلب أن تقوم شركات الكابل بإنتاج كميات متميزة من البرامج الخاصة بها وفي هذا العام سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية لأول مرة لشركات الكابل أن تقدم الأفلام السينمائية والأحداث الرياضية.[2]

ويعد البث التلفزيوني المباشر أحد أهم مزايا التطور التكنولوجي إبان السبعينات، وإرسال البرامج التلفزيونية المباشرة عن طريق الأقمار الصناعية يصل إلى المستقبلين حيثما كانوا طالما هم في نطاق المناطق المستهدفة وأقمار البث المباشر تمتاز على أقمار التوزيع التي تحتاج إلى المحطات الأرضية تستقبل البرامج من الأقمار الصناعية ثم يعاد بثها من جديد وهي تمثل رقابة على البرامج. [3]

وتم استخدام البث المباشر بشكل واسع في الولايات المتحدة الأمريكية في الثمانينات، أما في أوروبا فكان استخدام البث المباشر في أواخر الثمانينات، حيث أطلق القمر الصناعي الأوروبي (ASTRA) في ديسمبر 1988 التابع لدولة لوكسمبورغ، وفي أكتوبر 1994 أطلق القمر الصناعي (ASTRA 1D)

[1]. أحمد بدر، المرجع السابق: ص 186.

[2]. حسن عماد مكاوي: المرجع السابق، ص 133.

[3]. عبد المجيد شكري: **تكنولوجيا الاتصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص 25.

الذي يؤمن النقل المباشر للبرامج التلفزيونية والإذاعية إلى المشاهد والمستمعين في كافة أنحاء القارة الأوروبية.[1]

وقد بدى أن الأبحاث بخصوص الأقمار الصناعية عام 1953، في الاتحاد السوفياتي سابقا لاستخدامه في استقبال البرامج التلفزيونية، وتمكن من إطلاق القمر الصناعي " سبوتنيك 01" الذي كان نقطة انطلاق لكشف الطاقات في الفضاء الخارجي والسباق السوفياتي الأمريكي لغزو الفضاء، بعدها رافقت الولايات المتحدة الأمريكية التحدي الفضائي الجديد، فكثفت جهودها في مجال الأبحاث الاتصالية وأطلقت أول قمر صناعي (EXPLORER) في نهاية جانفي 1958.

بعدها اشتد التنافس وتوالى ارسال الأقمار الصناعية بوتيرة أكبر لتشغيل في أغراض شتى الى حد تحقيق البث المباشر الى المنازل في منتصف الثمانينات وتوفير الخدمات الشخصية للمشتركين في الهاتف النقال، الفاكس، الانترنت.[2]

وتستعمل الأقمار الصناعية في الارسال التلفزيوني المباشر وكذلك الاستعمال الكلاسيكي كنقل البرامج من مركز إنتاجي آخر وتوزيعها على المشاهدين، أن أنه يتم نقل الإشارات التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية لثلاث استعمالات: نقل البرامج من مركز إنتاجي إلى آخر، ونقل البرامج إلى مركز إنتاج ويوزعها بدوره على المشاهدين، ثم استعمال البث المباشر دون وسائط، و الرقمنة هو نظام تشفير لمختلف المعلومات في شكل حروف أو أرقام، والجهاز الرقمي Digital هو الجهاز الذي يبين الكمية المقايسة في شكل أرقام، ففي الأجهزة التقليدية المسماة بالتناظرية كانت تنقل الإشارات التلفزيونية في صورة موجات كهربائية متصلة، لكن مع تقنية الترقيم جرى ترميز هذه الإشارات مثل متواليات عديدة ممثلة في نظام ثنائي بمجموعتي الصفر والواحد.[3]

---

[1]. محمد لعقاب: **مجتمع الاعلام والمعلومات**، د.ط، دار هومة، الجزائر، 1999، ص 54.

[2]. فضيل دليو: **مدخل الاتصال الجماهيري**، د.ط، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص 105.

[3]. محمد لعقاب: المرجع السابق، ص 06.

ومن خصائص الرقمنة انها انعكست على التلفزيون الرقمي حيث أصبح له رهانات كبيرة لتقديمه لأكبر عدد من المشاركين وموزعي البرامج مع نوعية بث وخدمة عالية الجودة، ويتسم نظام الاتصال الرقمي بالعديد من المزايا مقارنة بنظام الاتصال التماثلي:

. في حالة الاتصال التماثلي يعمل نظام الارسال بشكل مستقل عن نظام الاستقبال ويؤدي إلى وجود قدر عال من التشويش، حيث تؤثر ظروف البيئة وأحوال الطقس على الإشارة التماثلية، وعلى العكس من ذلك يتخذ الاتصال الرقمي شكل الشبكة الرقمية من بداية الارسال إلى منفذ الاستقبال وتكون مراحل الارسال والاستقبال عملية واحدة متكاملة.

. تتسم الشبكة الرقمية بقدر عال من الذكاء حيث يمكن للنظام الرقمي أن يراقب تغيير أوضاع القناة بصفة مستمرة ويصحح مسارها، كما يتسم بالمرونة والشمولية حيث يسمح هذا النظام بنقل البيانات في شكل نصوص وصوت وصورة ورسوم، بقدر عال من الدقة كما يمكن أن ينقل هذا النظام العديد من المحادثات أو الأصوات المركبة في وقت واحد.

ـ للاتصال الرقمي أيضا ميزة وهي تحقيق تأمين الاتصال، حيث سبق استخدام النظام الرقمي لأغراض عسكرية ونقل البيانات السرية للحكومات قبل أن يصبح هذا النوع من الاتصالات متاحا على المستوى التجاري.

المطلب الثاني: توظيف تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الأداء الإعلامي.

منذ ظهور الأقمار الصناعية ما فتئت أساليب الاتصال تنمو وتتطور، ساعدها على ذلك سهولة البث من إرسال واستقبال وكذا مرونة ونوعية الربط الشبكي واكتشاف الانترنت وطرحها للتداول، لتصبح في مطلع التسعينات أحدث وسيلة اتصال سهلت ربط شعوب المعمورة لتصبح المعلومات النصية والصوتية والسمعية البصرية مع تطور أجهزة الملتيميديا أيسر سرعة وتداولا عبر مختلف بقاع العالم ودون قيد او حافز.

وقد أثارت تكنولوجيا الانترنت ضجة كبيرة في الأوساط الإعلامية كسابقها من الاكتشافات الجديدة في الميدان الاتصالي والمعلوماتي فعند ظهور أي وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية ذات خصائص ومميزات مبهرة للمستمعين،

اعتقد الكثير أن هذا الإعلان حول الصحافة الورقية كما أن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة ونفس التوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الأنترنت، نظرا لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى، ورغم كل التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها، كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليها. [1]

ويمكن القول إن ظهور الانترنت دفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها، لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية.

على هذا كان لظهور شبكة الانترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة وكذلك من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية وأسهمت منتديات الانترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الاعلام، وساعد البريد الالكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائم بالاتصال وجمهور وسائل الاعلام.[2]

وقد استفاد الاعلاميون العاملون بالتلفزيون كغيرهم من الإعلاميين من خدمات شبكة الانترنت والكمبيوتر، فما من عملية تتم حاليا من عمليات الإنتاج التلفزيوني إلا ويستخدم فيها الكمبيوتر فجميع الخطوات المطلوبة في الأستوديوهات تتم في منصة الكمبيوتر خاصة إذا ما كانت المحطة التلفزيونية تعتمد النظم الرقمية في الإنتاج والبث، فالأخبار وتحديثها تأخذ من المصادر عبر شبكة الأنترنت من خلال شاشة الكمبيوتر[3]. كما أصبح الصحفيون يبحثون عن الأخبار والمعلومات والصور في شبكة الانترنت ويعتبرونها أداة رائدة لتحقيق السبق الصحفي والقيام بالتغطيات الإخبارية كما أن البريد الالكتروني سهل للصحفي طرق الاتصال بالمحطة ووفر عليه المال والجهد والوقت فقد أتاحت التقنية

---

[1]. شريف درويش اللبان: **تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة**، د.ط، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 98.

[2]. نفس المرجع، ص 98.

[3]. عباس مصطفى صادق: **الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 220.

متعددة الوسائط . الأنترنت . أن يكون التلفزيون أداة أكثر شيوعا، حيث تستخدم في المؤتمرات المتلفزة للأعمال والمؤسسات الإعلامية الثقافية للمؤسسات والشركات المنتشرة عبر الشبكة إلى الجمهور مباشرة.[1]

كما استغل التلفزيون كبقية الوسائل الإعلامية المساحات الافتراضية المتوفرة على شبكة الانترنت وخلق موقع له لاستغلاله في بث رسائله وبرامجه وإنتاجه الإعلامي ككل وإيصاله إلى جميع أنحاء العالم، بما يحقق العالمية والشهرة ويخلق فرصة التفاعلية مع جمهور المشاهدين، فحتى وقت قريب كان التلفزيون يبث فقط عن طريق الأنظمة الأرضية والكوابل والأقمار الصناعية ومع تقدم التكنولوجيا والتطور في سرعة الاتصال بالأنترنت وزيادة استخدامها، وانخفاض تكلفة الاستخدام بشكل عام أصبح من الشائع الحصول على المواد التلفزيونية التقليدية على الشبكة وقد ظهرت بالإضافة إلى هذا النوع من البث الشبكي أنواع تلفزيونية مستحدثة على الانترنت، تحمل محتوى لتلفزيون خاص ببث مباشرة عبر الانترنت إلى الكمبيوتر. [2]

فالأنترنت إذن مثلت النقلة الكبرى في المستحدثات الإعلامية التي نقلت الحياة الإنسانية وخصوصا الإعلامية المكتوبة السمعية البصرية، فكل الوسائل الإعلامية سابقت إلى استغلالها وإدخالها الوسط الإعلامي كأحد الوسائط الرئيسية التي لا يمكن الاستغناء عنها للإنتاج الإعلامي الفعال والمتميز.

[1]. رضا عبد الواحد أمين: **الصحافة الالكترونية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 75.

[2]. عباس مصطفى الصادق: المرجع السابق، ص 254.

خلاصة:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل أن نقدم أكبر عدد من المعلومات حول الأداء الإعلامي من مفهوم وخصائص، والعوامل المؤثرة في العمل الإعلامي....، بالإضافة إلى اسهامات تكنولوجيات الاعلام على أداء المؤسسات الإعلامية، فاتضح أن الاعلام السمعي البصري استفاد من التطور التكنولوجي الحاصل حيث أنه تأثر به تأثيرا كبيرا أدى إلى احداث تغيير جوهري في العملية الإعلامية ككل واستطاع أن يقدم بدائل عملية أحدثت تغييرات جذرية من كل الجوانب.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

تمهيد

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة وخصائصها.

المطلب الأول: التعريف بالقنوات الفضائية وتطورها.

المطلب الثاني: بطاقة فنية حول قناة الشروق.

المبحث الثاني: تحليل بيانات الاستمارة.

المطلب الأول: تحليل الجداول البسيطة.

المطلب الثاني: تحليل الجداول المركبة.

نتائج الدراسة

تمهيد

يكتسب الجانب التطبيقي أهمية كبيرة في الدراسة حيث أنه يثبت ما تم انتقاؤه من الكتب والوسائل الالكترونية وغيرها، من خلال الحصول على بعض البيانات والمعلومات الميدانية التي تدعم الجانب النظري بعرض وتحليل ومناقشة هذه البيانات وعرض كل محور وتأثيره في متغيرات الدراسة.

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة وخصائصها.

المطلب الأول: التعريف بالقنوات الفضائية وتطورها.

لقد ساهم التناول الإعلامي الأحادي لمختلف المواضيع السياسية والاقتصادية والاجتماعية للتلفزيون الجزائري العمومي في توجه نسبة معتبرة من المشاهدين الجزائريين نحو قنوات عربية وأجنبية، خصوصا في ظل انتشار التلفزيون الرقمي والاقمار الاصطناعية التي جعلت بحق العالم بين أزرار جهاز التحكم، وأصبح متاحا للجزائريين مشاهدة مضامين إعلامية ببعد عربي وغربي.

لقد كانت سنة 2012 من دون شك سنة فاصلة في تاريخ الاعلام المرئي الجزائري، حيث عرفت ميلاد أول قناة جزائرية خاصة ولو بغطاء قانوني يصنفها كقناة أجنبية، حيث سمحت السلطات الجزائرية بظهور هذه القناة على القمر الاصطناعي نيل سات بالنظر إلى عديد الاعتبارات الوطنية والإقليمية، حيث ظهرت قناة النهار في سياق إقليمي متوتر، بعد تصاعد موجة الانتفاضات العربية أو ما يعرف بثورات الربيع العربي، في كل من تونس وليبيا ومصر وسوريا، هذا الوضع السياسي المضطرب في دول الجوار جعل النظام الجزائري يقتنع بضرورة خلق متنفس لاحتواء أي محاولة للاقتداء بما يجري في هذه البلدان، وفتحت المجال أمام هذه القنوات الخاصة، التي تكاثرت كالفطريات لتصل إلى تعداد العشرات منها، والتي تمكنت في وقت وجيز من تصدر الواجهة الإعلامية بفضل معالجتها للقضايا الجوهرية للشعب بهامش حرية أكبر مما تعود عليه الجزائريون في القنوات العمومية، مع إتاحة الفرصة أمام أبناء الشعب للتعبير عن آرائهم وانشغالاتهم ومشاكلهم، وبالتالي إشباع رغباتهم واحتياجاتهم.

الوضع الجديد الذي أفرزته الحاجة الملحة والحتمية الظرفية، دفع الحكومة إلى مراجعة ترسانتها القانونية من خلال المشروع العضوي لقانون الاعلام الجديد الذي صدر شهر جانفي 2012، والذي أقر التعددية في السمعي البصري وإنشاء سلطة ضبط له، غيرأن الوضع لم يتغير كثيرا بعد مرور ثلاث سنوات تقريبا، حيث اعتمدت وزارة الاتصال خمس قنوات خاصة كمكاتب قنوات أجنبية في الجزائر (النهار، الشروق، الهقار، دزايروالجزائرية). من أصل 43 قناة حيث أكد الوزير حميد قرين في تصريحات صحافية أن "القنوات التي لا تتوفر على اعتماد هي غير قانونية"، ما يعكس التناقض الموجود في عمل هذه القنوات وتعامل المؤسسات الرسمية معها، فجل مؤسسات الدولة بما فيها السيادية، تتعامل بشكل يومي ورسمي

عن طريق إرسال الدعوات بالفاكس والبريد الالكتروني لمسؤولي التحرير في القنوات الخاصة، ما يستدعي الإسراع في ضبط الإطار القانوني المنظم لنشاطها، لتفادي تكرار سيناريو غلق قناتي الأطلس والوطن.

الانتشار الواسع لعشرات القنوات الخاصة، ببرامجها العامة والإخبارية، ساهم في إثراء الساحة الإعلامية على الرغم من وجود بعض الانتقادات الموجهة للوافدين الجدد على السمعي البصري، في باب احترام أخلاقيات المهنة الصحافية، والتزام الحياد والموضوعية، حتى أصبحت هذه القنوات تنافس قنوات التلفزيون العمومي وقنوات أجنبية أخرى في نسبة المشاهدة، ففي " دراسة استقصائية قامت بها مؤسسة ميديا سير في سنة 2012، احتلت قناة النهار المرتبة الخامسة بنسبة فاقت 5%، في ترتيب أكثر القنوات مشاهدة من طرف الجزائريين التي ضمت 18 قناة جزائرية وعربية وفرنسية، بعد كل من قناة "آم بي سي 4" بـ 18,67% تليها القناة الثالثة للتلفزيون الجزائري، ثم قناة "الجزيرة الرياضية"، فالقناة الأرضية بنسبة 5,34%.[1]

وفي 2014 أظهرت نتائج دراسة لمعهد "MMR" المتخصص في الإحصاء، تصدر قناة النهار للمشهد المرئي في الجزائر باحتلالها صدارة الترتيب من حيث نسبة المشاهدة بـ 13,23%، بما يفوق 8 ملايين متابع كمعدل أسبوعي، في الفترة الممتدة من 8 إلى 14 أفريل 2014، وأكثر من 3 ملايين جزائري شاهدوا القناة يوميا في نفس الفترة.

نسبة مشاهدة الجزائريين للقنوات الخاصة واصلت منحاها التصاعدي خلال السنوات الثلاث الأخيرة، ففي أحدث عمليات صبر الآراء، قال معهد البحث والاستشارات "ايمار ميديا" المتابع لمسار قناة "الخبر" كاي. بي. سي KBCمنذ نشأتها، أن نسبة مشاهدة القناة تضاعفت 3 مرات ما بين مارس 2014 وفيفري 2015، حتى وصلت إلى نسبة 31,3% في فيفري 2015.

بل تعدى الأمر هذا بكثير، حيث كسرت القنوات الخاصة احتكار التلفزيون العمومي لأعلى نسب مشاهدة في شهر رمضان، حيث تصدرت قناة الشروق العامة قائمة القنوات الأكثر مشاهدة، بنسبة

[1]. محمد أمزيان برغل، **القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر...ظروف الأداء الإعلامي وعلاقتها بالموضوعية واحترام أخلاقيات المهنة**، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2015، ص ص 168.169.

56,59%، وخلفها قناة النهار، متفوقتين بذلك على القناة الجزائرية الثالثة، بسبب الشبكة البرامجية الثرية التي تولدت عن تدفق الإنتاج السينمائي والفكاهي الذي صاحب الانفتاح على السمعي البصري.[1]

المطلب الثاني: بطاقة فنية حول قناة الشروق.

قناة تلفزيونية جزائرية خاصة لنقل الأخبار والمعلومات في الجزائر عبر عدة وسائط، تشمل التلفزيون والأنترنت والهواتف المحمولة، وتعد الشروق أكبر قناة خاصة في الجزائر وقد واصلت تطورها منذ انطلاقها في 06/ مارس/2011 حيث انطلق البث التجريبي عند ذكرى الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي حيث اتخذت من العاصمة الأردنية عمان مقر لها، ولها مكتب معتمد بالجزائر تبث القناة على النايل سات والعربسات والهوتبيرد، أطلقتها قناة الشروق بداية من الساعة الصفر لأول نوفمبر وجائت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية المباركة فيما بدأ بثها الرسمي 15 مارس 2012، تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى تمتلك شركة الشروق هذه القناة ومجلة الشروق العربي وجريدة الشروق وهي ملك للمرحوم علي فضيل مؤسسها وتهتم القناة بجميع الجوانب السياسية والاقتصادية و الاجتماعية و الترفيهية، وتقوم بتغطية عدة نشاطات داخلية وخارجية وبعد عامين كاملين من الانطلاقة الرسمية للتلفزيون الشروق بتاريخ 19/ مارس/2014 أطلقت المؤسسة قناة أخرى هي قناة الشروق الإخبارية وبعد 3 سنوات أطلقت الشروق قناة خاصة بالمرأة والطبخ تسمى بنة تيفي لتصبح بذلك أول باقة جزائرية خاصة.[2]

لها العديد من البرامج حيث تبث القناة مجموعة من البرامج المتنوعة خلال فترة اليوم وتبث على تردد عالي الوضوح 10991 عمودي 27500 بدقة عالية ومن أكبر الصحفيين هناك هم: قادة بن عمار، محمد تريكي، ابتسام فطومي، رابح بن مزيان، والمرحوم سليمان بخليلي.

لكن في السنوات الأخيرة تعاني القناة من ضيق مالي بسبب نقص الإشهار والمنافسة الشديدة من قبل قناة النهار والشروق مما دفع صحافيوها إلى الهروب منها إلى عدة قنوات أخرى. [3]

---

[1]. محمد أمزيان برغل، المرجع السابق، ص ص 170. 171.

[2]. موقع الشروق متاح على WWW.ECHOUROUKEONLINE.COM تاريخ الدخول 20/ أوت/ 2021 على الساعة 16:40.

[3]. موقع ويكيبديا متاح على WWW.WIKIPIDIA.ORG تاريخ الدخول 20/ أوت/ 2021 على الساعة 17:25.

المبحث الثاني: تحليل بيانات الاستمارة.

المطلب الأول: تحليل الجداول البسيطة.

. تحليل البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكور	8	%42.1
إناث	11	%57.89
المجموع	19	%100

يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس حيث أن نسبة الإناث بلغت 57,89% ونسبة الذكور بلغت 42,1% حيث أن أغلبية المبحوثين كانوا من جنس الإناث وهذا راجع إلى اختيار العينة القصدية.

الجدول رقم02: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن.

التوزيع / السن	التكرار	النسبة%
29-20	11	%57.89
39-30	4	%21.1
49-40	3	%15.78
50 فما فوق	1	%5.26
المجموع	19	%100

يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة وانطلاقا من نتائج الجدول رقم (02) المتعلق بتوزيع المبحوثين إلى فئات عمرية ي حسب متغير السن، حيث نجد نسبة 57,9% للفئة العمرية 20. 29 تليها نسبة21,05% للفئة

العمرية 39.30، في حيث نجد 15,78% للفئة العمرية 40. 49، بينما نجد نسبة 5,26% للفئة العمرية 50 فما فوق.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

التوزيع / المستوى العلمي	التكرار	النسبة%
ثانوي	0	%0
جامعي	10	%52.6
دراسات علمية	5	%26.31
التكوين المهني	4	%21.15
المجموع	19	%100

ويتوزع أفراد العينة بحسب المستوى التعليمي إلى أربع فئات رئيسية: نلاحظ أن أغلبية المبحوثين جامعيين بنسبة 52,6% تليها نسبة 26,31% دراسات عليا، في حين نجد نسبة05, 21% تكوين خاص، بينما نجد نسبة 0% مستوى ثانوي لا يوجد لها أي مفردة من مجتمع الدراسة.

نستنتج من خلال ما سبق ذكره أن أغلبية مجموع الدراسة لهم مستوى جامعي ما يعني أن أغلبية عاملي مؤسسة الشروق من النخبة المثقفة والتي لها مستوى عالي في التعليم، فمهنة الصحافة تكتسب بالتطبيق ومدى الخبرة في ممارسة المهنة والمداومة عليها، كما أنها مهنة ميدانية تتطلب النزول إلى المجتمع والبحث في الواقع ونقله، فهي إذن مكتسبة من الممارسة أكثر من اعتمادها على البحث في المكتبات.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع العينة حسب متغير الوظيفة.

التوزيع / الوظيفة	التكرار	النسبة%
رئيس مكتب	1	%5.26
رئيس تقرير	2	%10.52
المخرج	3	%15.78
المراسل	9	%43.36
المحرر	1	%5.26
المصور	1	%5.26
المدقق الاملائي	2	%10.52
المجموع	19	%100

يشير الجدول أعلاه وحسب المعطيات المقدمة من خلاله توزيع العينة حسب متغير الوظيفة حيث نجد نسبة5,26% يمثلون وظيفة رئيس مكتب يليها نسبة 47,36% يمثلون وظيفة مراسل في حين نجد نسبة 10,52% يمثلون وظيفة رئيس التحرير، بينما نجد نسبة 10,52% يمثلون وظيفة التدقيق الاملائي، أما نسبة 5,26% تساوت لكل من وظيفتي المصور والمحرر.

الجدول رقم 05: يوضح توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية.

التوزيع / الخبرة المهنية	التكرار	النسبة%
أقل من 5 سنوات	7	%36.84
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	5	%26.31
أكثر من 10 سنوات	7	%36.8
المجموع	19	%100

إن الأقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء الأعمال، تعود على القناة بفوائد للتقدم نحو الأحسن، يبين الجدول أعلاه وحسب المعطيات المقدمة من خلاله توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية حيث نجد أعلى نسبة 36,84% لكل من سنوات الخبرة المتمثلة في أقل من 5 سنوات وأكثر من 10 سنوات36,8% تليها نسبة 26,31% للخبرة المهنية والتي تتراوح من 5 إلى 10 سنوات.

من خلال ما سبق ذكره نستنتج أن أغلبية المبحوثين لهم خبرة متفاوتة أي ما يمزج بين الأفراد بين الفئتين، وهذا يدل حسب رأينا أن قطاع الاعلام في الجزائر مستمرة في تكريس أسلوب احتكار العناصر القديمة ذات الخبرة الكبيرة على المناصب وبالتالي الإصرار على منح فرص للشباب المتخرجين حديثا لإظهار قدراتهم وبالتالي الاستفادة من أفكارهم المتماشية أفكار العصر في تطوير الأداء الاعلامي داخل القناة.

المطلب الثاني: تحليل الجداول المركبة.

الجدول رقم 06: يبين العلاقة بين متغير الجنس والمستوى التعليمي.

المستوى العلمي / الجنس	ثانوي		جامعي		دراسات عليا		تكوين خاص		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
ذكر	0	%0	4	%21.5	3	%15.75	2	%10.52	9	%47.36
أنثى	0	%0	6	%31.57	2	%10.52	2	%10.62	10	%52.63
المجموع	0	%0	10	%52.62	9	%26.3	4	%21.4	19	%100

يوضح الجدول المبين أعلاه أن نسبة 31,57% لهم مستوى جامعي من فئة الاناث، يليها نسبة 21,5% لهم مستوى جامعي من فئة الذكور، في حين نجد نسبة 15,78% لهم مستوى دراسات عليا، بينما نجد نسبة 10,52% مثلت كل من المستويات دراسات عليا وتكوين خاص لكلا الجنسين ذكر وأنثى حيث نجد نسبة 0% مستوى ثانوي من فئة الذكور والاناث لا توجد لها أي مفردة من مجتمع الدراسة.

نستنتج من خلال ما سبق ذكره أن أغلبية المبحوثين لهم مستوى جامعي حيث كانت الحصة الأكبر من فئة الاناث ما يعني أن أغلبية المبحوثين المثقفين هو فئة الاناث.

الجدول رقم 07: يمثل العلاقة بين السن والمستوى التعليمي

المجموع / المستوى التعليمي	30-20		40-31		50-41		50 فما فوق		المجموع	
	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
ثانوي	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
جامعي	3	%60	2	%10.52	4	%21.05	1	%5.26	10	%52.63
دراسات عليا	2	%52.2	1	%5.26	2	%10.52	0	%0	5	%26.31
تكوين خاص	0	%0	3	%15.78	0	%0	1	%5.26	4	%21.05
المجموع	5	10	6	%31.56	6		2		19	100

يشير الجدول أعلاه إلى أن نسبة 60% جامعيين تتراوح أعمارهم ما بين 29.20 بينما نجد نسبة 40% لهم دراسات عليا تتراوح أعمارهم ما بين 30. 39 أيضا في حين نجد نسبة 21,05% لهم مستوى جامعي تتراوح أعمارهم ما بين 40. 49 حيث نجد نسبة 15,78% لهم مستوى تكوين خاص تتراوح أعمارهم ما بين 30. 39 في حين نجد نسبة 10,52% لهم نسب متساوية لكل من المستويات دراسات عليا ومستوى جامعي لكل من الفئات العمرية المتراوحة ما بين 20. 29 و30. 39 و40. 49 بينما نجد نسبة 0% لا يوجد لها أس مفردة من مجتمع الدراسة.

الجدول رقم 08: يمثل العلاقة بين متغير الوظيفة والخبرة المهنية.

المجموع / الطبقة	أقل من 05 سنوات		من 5 إلى 10 سنوات		أكثر من 10 سنوات		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
رئيس مكتب	0	0	1	%14.28	0	0	1	%5.3
رئيس تحرير	1	%12.5	0	0	1	25	2	%105
المخرج	1	%12.5	1	%14.28	1	25	3	%15.8
	4	%12.5	3	%42.85	2	20	9	%47.4
المحرر	1	%50	0	0	0	0	1	%5.3
المصور	0	%0	1	%14.28	0	0	1	%5.3
المدقق الاصلاحي	1	%12.5	1	%14.28	0	0	2	%10
المجموع	8	%100	7	%100	4	%100	19	%100

يبين الجدول أعلاه من خلال المعطيات المقدمة نسبة 50% حيث تساوت النسبة لكل من لهم وظيفة محرر ومراسل 0% من الخبرة المهنية المحددة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات في حين نجد نسبة 42,85% لهم وظيفة مراسل بلغت خبرتهم المهنية من 5 إلى 10 سنوات بينما نجد نسبة 25% أيضا لهم نسب متساوية لكل من رئيس مكتب ومحرر لهم خبرة مهنية أكثر من 10 سنوات في حين نجد نسبة 14,28% لهم وظيفة مدقق املائي ومخرج ورئيس مكتب لهم خبرة بلغت من 5 سنوات إلى 10 سنوات بينما نجد نسبة 12,5% لهم وظيفة رئيس تحرير ومخرج ومراسل ومدقق املائي لهم خبرة أقل من 5 سنوات في حين نجد نسبة 0% نسبة معدومة لا يوجد لها أي مفردة من مجتمع الدراسة.

الجدول رقم 09: يمثل توزيع العينة حسب متغير الوظيفة الحالية وتأثير التكنولوجيا الاتصالية الحديثة على الأداء الإعلامي.

الإجابة	الوضعية الحالية												المجموع	
	رئيس مكتب		رئيس تحرير		المخرج		المراسل		المحرر		المصور		المدقق الاعلامي			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	3	%75	1	%50	2	%100	2	%40	1	%100	2	%100	1	%33.33	12	%63.15
لا	1	%25	1	%50	0	0	3	%60	0	%0	0	%0	2	%66.66	7	%14.36
المجموع	4	%100	2	%100	2	%100	5	%100	1	%100	2	%100	3	%100	19	%100

يشير الجدول أعلاه أن نسبة 73% من رؤساء المكاتب أكدت على أن التكنولوجيا الحديثة تؤثر بنسبة كبيرة على الأداء الإعلامي ثم بدرجات متفاوتة كل من المصور والمحرر والمخرج وبدرجة أقل رئيس التحرير والمدقق الاملائي من جهة أخر كانت نسبة المراسلين من 60% الذين كانت إجابتهم بأن التكنولوجيا لا تؤثر على الأداء الإعلامي.

الجدول رقم 10: يمثل توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية ودور التكنولوجيات الحديثة في تحرير ومتابعة ومعالجة الأخبار.

الإجابة	الخبرة المهنية						المجموع	
	أقل من 05 سنوات		من 5 إلى 10 سنوات		أكثر من 10 سنوات		المجموع	
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
حسب نوعية الرسالة الاعلامية	1	%25	1	%12.5	0	%0	2	%10.52
التفاعل المهني بين افراد عينة التحرير	1	%25	1	%12.5	2	%28.57	4	%29.05
تحسين نوعية الرسالة الاعلامية	2	%50	3	%37.5	3	%42.25	8	%42.25
توسيع رقعة النشاط المهني	0	%0	1	%12.5	0	%0	1	%5.26
الآنية الفورية في الحصول على الخبر ومعالجته	0	%0	2	%25	0	%0	2	%10.52
تسهيل الاتصال مع المسؤولين	0	%0	0	%0	2	%28.57	2	%10.52
المجموع	4	%100	8	%100	7	%100	19	%100

يشير الجدول إلى أن مفردات العينة من كانت لهم خبرة كبيرة في العمل الإعلامي أكدوا أن التكنولوجيات الحديثة تحسن الرسالة الإعلامية بنسبة 42,8% وتسهل الاتصال مع المسؤولين بنسبة 28,5% في حين من كانت لهم خبرة أقل من 5 سنوات أكدوا بنسبة 50% أن التكنولوجيا الحديثة تحسن من الرسالة الإعلامية ثم يأتي التفاعل المهني بين أفراد هيئة التحرير بنسبة 25%.

الجدول رقم 11: يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي والتكنولوجيا الحديثة للتحرير ومعالجة الأخبار في المؤسسة تكفي لمسايرة التقدم الحادث في ميدان الاتصال.

الإجابة	المستوى التعليمي								المجموع	
	ثانوي		جامعي		دراسات عليا		تكوين خاص			
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة
نعم	1	%100	5	%83.33	5	%83.33	6	%100	17	%89.47
لا	0	%0	1	%16.66	1	%16.66	0	%0	2	%10.52
المجموع	1	%100	6	%100	6	%100	6	%100	19	%100

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم 11 أن من لهم مستوى جامعي أجابوا بنسبة 83,3% بفهم للتكنولوجيا الحديثة للتحرير ومعالجة الأخبار بينما من كان لهم تكوين خاص كانت نسبتهم 100% الذين أكدوا أن التكنولوجيا الحديثة تكفي لمسايرة التقدم بينما نسبة قليلة من أجابوا بـ لا للتكنولوجيا الحديثة.

نتائج الدراســـة:

النتائج العامة:

نتائج البحث العلمي من أهم الخطوات النهائية في أي دراسة فكل باحث ملزم بالخروج بنتائج عامة في موضوع وفي موضوع دراستنا دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي خرجنا بالنتائج التالية:

ـ من خلال الدراسة الميدانية توصلنا إلى أن أغلب المبحوثين كانوا من فئة الاناث بالإضافة إلى أن أغلبهم ذو مستوى جامعي.

. كشفت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون جهاز الكمبيوتر بنسبة كبيرة.

. أكدت النتائج أن لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة دور كبير في تطوير الأداء الإعلامي.

ـ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يجيدون استعمال خدمات الأنترنت بالإضافة إلى أنهم يستخدمونها في أدائهم الإعلامي.

إن التكنولوجيا الحديثة ساهمت بشكل كبير في تحسين وتطوير الأداء الإعلامي.

. نقص التجهيزات والوسائل الحديثة يعيق العمل الإعلامي.

. حسب رأي المبحوثين فإن التكنولوجيا الحديثة تكفي لمسايرة التقدم الحادث في ميدان الاتصال.

خاتمـــة

خاتمة

تلعب التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال دورا كبيرا في رفع مستوى أداء المؤسسات لمهامها بطريقة تمكنها من بلوغ اعلى مستويات الفعالية.

لقد حاولنا في دراستنا المعروفة بـ: " دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي " الوقوف على مدى مساهمة هذه التكنولوجيات الحديثة في تطوير وتحسين الأداء الإعلامي بقناة الشروق والتي أجرينا فيها دراستنا الميدانية، وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة التي انبثقت من الإشكالية التي تحورت حول الدور الفعال الذي تلعبه تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تطوير الأداء الإعلامي، ومعرفة أهم التكنولوجيات المتوفرة في قناة الشروق باعتبار أن هذه التكنولوجيات أصبحت العامل الأساسي في أداء العمل بالمؤسسات لما لها من مميزات عديدة تساهم من خلالها تحسين صورة وأداء المؤسسة وتسريع عمليات تبادل المعلومات والبيانات والملفات عبر الشبكات.

فقناة الشروق كغيرها من المؤسسات الإعلامية الأخرى تستمد قوتها من كفاءة العنصر البشري الذي أضحى يقاس بمدى تحكمه بالتكنولوجيا التي توفر له جميع التسهيلات في الأداء الاعلامي من أجل أداء جيد وذلك بهدف تحقيق التطور التكنولوجي للقناة.

وقد أسفرت نتائج الدراسة التي أجريناها والتي شملت قناة الشروق أن جلب التكنولوجيا الحديثة للإعلام ومتابعة تطوراتها واعتمادها في مختلف مراحل انجاز العمل الإعلامي قد رفع من مستوى الرسالة الإعلامية، غير أنه يبقى بعيدا عن التطلعات بالنظر ما وصلت إليه البلدان الأخرى في هذا المجال.

التوصيــات:

بعد القيام بهذه الدراسة توصلنا إلى نتائج وبناء عليها فإننا نرى:

1. تدعيم الجهد العلمي والأكاديمي وذلك بإنشاء قسم خاص لمتابعة الأبحاث العلمية والمخترعات الحديثة في مجال التكنولوجيا الإعلامية.

2. تسخير الإمكانيات اللازمة لإجراء البحوث الميدانية.

3. تأهيل وتدريب رجال الاعلام في مراكز تدريب داخلية وخارجية بصفة مستمرة.

4. ضرورة التأكيد على تزامن تلك الدورات مع دخول تلك التقنيات إلى القناة.

5. ضرورة اقتناء الأجهزة والوسائل التكنولوجية الحديثة داخل أقسام القناة بحيث تكفي كل القائمين على الخدمة الإعلامية.

6. إيجاد الآليات المناسبة والموارد وسبل التعاون، لتحسين انتشار هذه التكنولوجيات من أجل تفعيل المجال الإعلامي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1. إبراهيم بعزيز، **وسائل الاتصال الجديدة وأثرها على ثقافة المستعملين**، ورقة قدمت في الملتقى الوطني: "وسائل الاعلام والمجتمع"، جامعة محمد خيضر. بسكرة، يومي 28و 29 نوفمبر 2010.

2. أحمد بدر: **الاعلام الدولي**، د.ط، دار قباء للطباعة، القاهرة، 1998.

3. أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

4. إسماعيل محمد الفقي، مصطفى عبد السميع، **البحث الإجرائي بين النظرية والتطبيق**، ط1، دار الفكر العربي، الأردن، 2007.

5. أشرف فهمي خوجة: **المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة**، د.ط، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008.

6. إياد شاكر البكري، **تقنيات الاتصال بين زمنين**، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع،2003، عمان.

7. باشيوة عبد الله: **البحث العلمي . مفاهيم أساليب، تطبيقات**، د.ط، دار الورق للنشر والتوزيع، الأردن، د.س.ن.

8. بخيت محمد، تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية، كلية الاعلام، القاهرة، 2008.

9. بن عمروش فريدة، **إشكالية استخدام شبكة المعلومات العالمية " الأنترنت" في البحث العلمي**، المجلة الجزائرية للاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، العدد21، السداسي الأول، 2011.

10. بومعيل سعاد /فارس بوباكرة: **أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، جامعة تلمسان، العدد03، مارس 2004.

11. ثابت ادريس عبد الرحيم: **نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة**، د.ط، الدار الجامعية، مصر، 2007.

12. جلال الدين الحمامصي: **من الخبر إلى الموضوع الصحفي**، د.ط، دار المعارف، القاهرة، 1965.

13. حسن إبراهيم بلوط: **المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات**، ط2، دار النهضة العربية، لبنان، 2005.

14. حسن عماد مكاوي، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، ط06، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

15. راضية حميدة، **وسائل وأشكال السيطرة الإعلامية والثقافية**، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد21، السداسي الأول 2011.

16. ربحي مصطفى عليا، **أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العلمي**، د.ط دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

17. رحيمة الطيب عيساني، **الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع**، الرياض، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، 2010.

18. رحيمة الطيب عيساني، **الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع**، الرياض، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج،2010.

19. رشيد زرواتي: **تدريبات على منهجية البحث العلمي في بحوث العلوم الاجتماعية**، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.

20. رضا عبد الواحد أمين: **الصحافة الالكترونية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

21. سعيد زعيم، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال حافز أم عائق أمام تاهيل المنشآت العربية الصغيرة والمتوسطة**، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف 01،18أفريل 2006.

22. سمير إبراهيم حسن، **الثورة المعلوماتية عواقبها وآفاقها**، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، دمشق، جامعة الآداب والعلوم الإنسانية، م18، ع1، 2002.

23. سولاف بوصبع، تأثير التكنولوجيات الاتصالية الجديدة على العمل الصحفي في الجزائر، دراسة وصفية، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر،2005/2004.

24. سونيا محمد بكري: **تخطيط ومراقبة الإنتاج**، د.ط، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2000.

25. شريف درويش اللبان: **تكنولوجيا النشر الصحفي الاتجاهات الحديثة**، د.ط، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.

26. شريف درويش اللبان، **تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**، د.ط، المكتبة الإعلامية، القاهرة،2000.

27. الصادق الحمامي، **الانترنت: الإشكاليات الرئيسية**، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة تونس1.

28. صالح بن نوار: **فعالية التنظيم في المؤسسات الصناعية**، ط2، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010.

29. صفاء حسين جميل الشعري، الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على اقتناء واستخدام أجهزة الاتصال وعلاقتها بإدارة الدخل المالي للأسرة، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، 2008.

30. طارق الحاج وفليح حسن: **الاقتصاد الإداري**، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2000.

31. طارق سيد أحمد: **معجم مصطلحات الاعلام الإنجليزي . عربي**، دار المعرفة الجامعية، 2008.

32. طاهر محسن الغالبي/ أحمد شاكر العسكري: **الإعلان**، ط2، وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

33. عامر إبراهيم قنديلجي/إيمان السامراتي: **تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**، د.ط، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.

34. عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2008.

35. عايد خطاب: **العولمة وإدارة الموارد البشرية**، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001.

36. عباس مصطفى صادق: **الاعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

37. عبد الأمير فيصل، **الصحافة الالكترونية في الوطن العربي**، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، 2005.

38. عبد الباسط عبد الوهاب: **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، دون مكان النشر، 2005.

39. عبد الحفيظ ذيب، **الاختراق الأمني للدولة الوطنية في عصر ثورة المعلومات**، المجلة الجزائرية للاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر3، العدد 21، السداسي الأول، 2011.

40. عبد الحكيم أحمد: **تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين**، د.ط، مكتبة ابن سينا، ج2، القاهرة، 1999.

41. عبد الرزاق بن حبيب: **اقتصاد وتسيير المؤسسة**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

42. عبد المجيد افرام/ هادية خزنة كاتبي: **اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي**، مجلة دمشق، المجلد 26، العدد 3، 4، 2010.

43. عبد المجيد شكري: **تكنولوجيا الاتصال الجديد في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.

44. عبد المليك مزهود: **المقاربة الاستراتيجية للأداء مفهوما وقياسا**، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للتنظيمات والحكومات، جامعة ورقلة، (09/8) مارس 2005.

45. علي بن هداية: **القاموس الجديد للطلاب**، ط 7، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1999، الجزائر.

46. علي عيد الله عسيري، **الآثار الأمنية لاستخدام السباب للأنترنت**، ط1، مركز البحوث والدراسات، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2004.

47. عمار بوحوش: **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.

48. عواطف عبد الرحمان: **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، د.ط، دار المعرفة، الكويت، 1984.

49. عواطف عبد الرحمان، **الاعلام والعولمة البديلة**، د.ط، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.

50. فرانسوا لسلي، نيكولا ماكاريز، **وسائل الاتصال المتعددة " ملتميديا "**، ترجمة: فؤاد شاهين، ط1، دار عويدات للنشر والطباعة، بيروت، 2001.

51. فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2010/2009.

52. فضيل دليو: **مدخل الاتصال الجماهيري**، د.ط، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003.

53. فضيل دليو: **وسائل الاتصال وتكنولوجياته**، د.ط، منشورات جامعة منتوري، الجزائر، دون سنة.

54. فندوشي ربيعة: **محددات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الاتصال التنظيمي**، حالة فرع المضادات الحيوية (صيدال بالمدية)، أطروحة دكتوراه علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.

55. قطشة عبد القادر، اسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية العربية العاشرة، دراسة وصفية تحليلية، رسالة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005.

56. مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي**، ط1، دار الأهلية للنشر، عمان،2002.

57.ماجد محمد الزيودي، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي (ERFKE) في تنمية المهارات الحياتية لطلبة مدارس الحكومة الأردنية**، المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد05، 2012.

58.محمد البخاري: **مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي**، دون دار نشر، دون مكان نشر، 2004.

59.محمد الزغبي: **التغيير الاجتماعي**، د.ط، دار الطليعة، القاهرة، 1998.

60.محمد حسام الدين: **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، د.ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.

61.محمد شايب، هدار لحسن، **تقييم قطاع الاتصالات وتكنولوجيا الاعلام في الجزائر...بعد عشرية من الإصلاحات**، أبحاث المؤتمر الدولي، تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001.2014، جامعة سطيف، الجزائر، 2013.

62.محمد صالح الحناوي وآخرون، **نظم وتكنولوجيا المعلومات في الأعمال في عصر التكنولوجيا**، د.ط، الدار الجامعية، مصر، 2004.

63.محمد عبد الحميد، **الاتصال والاعلام على شبكة الانترنيت**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة،2007.

64.محمد عبد الغني حسن: **مهارة إدارة الأداء**، ط 3، مركز تطوير الأداء والتنمية، القاهرة، 1999.

65.محمد عبد لحميد: **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير**، د.ط، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.

66.محمد لعقاب: **مجتمع الاعلام والمعلومات**، د.ط، دار هومة، الجزائر، 1999.

67.محمد لعقاب، **المواطن الرقمي: كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية**، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر،2011.

68.محمد لعقاب، **مجتمع الإعلام والمعلومات: ماهيته وخصائصه**، ص.د.ط، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

69.محمد محمود يوسف: **البعد الاستراتيجي للتقييم المتوازن للأداء**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2005.

70.محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

71.محمد نصر مهنا: **مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير**، د.ط مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2005.

72.محمد نصر مهنا، **في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية للفضائيات العربية والعولمة الإعلامية والمعلوماتية**، د.ط، المكتبة الجامعية، الإسكندرية،2003.

73.محمد أمزيان برغل، **القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر...ظروف الأداء الإعلامي وعلاقتها بالموضوعية واحترام أخلاقيات المهنة**، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2015.

74.محمود ابراقن، **الانترنت: دراسة اتصالية ومصطلحية**، مجلة اللغة العربية (مجلة يصدرها المجلس الأعلى للغة العربية)، الجزائر، العدد السابع، خريف 2002.

75.محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري**، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.

76.مروان عبد المجيد إبراهيم: **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، د.ط، مؤسسة البرق، عمان،2000.

77.المعز بن مسعود، **تكنولوجيا الاتصال.. المفهوم والتطور**، أبحاث المؤتمر الدولي، الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد 9.7 افريل 2009، منشورات جامعة البحرين.

78. معين النقري: **تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرون**، ط2، دار رضا للنشر، سوريا،1999.

79. موريس أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2006.

80. ناصر دادي عدون: **اقتصاد المؤسسة**، د.ط، دار المحمدية، الجزائر، 1998.

81. النمر سعود بن محمد، **الإدارة العامة: الأسس والوظائف والاتجاهات**، ط7، مكتبة الشقري، الرياض، 2011.

82. هارون منصر، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية**، ط1، دار الألمعية للنشر والتوزيع، قسنطينة الجزائر، 2012.

83. يحياوي يحي، **الأنترنت كفضاء للحروب الافتراضية القادمة**، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 22 جانفي 2014.

84. يعقوب فهد العبيد: **التنمية التكنولوجية**، د.ط، الدار الدولية، القاهرة، 1989.

المواقع الإلكترونية:

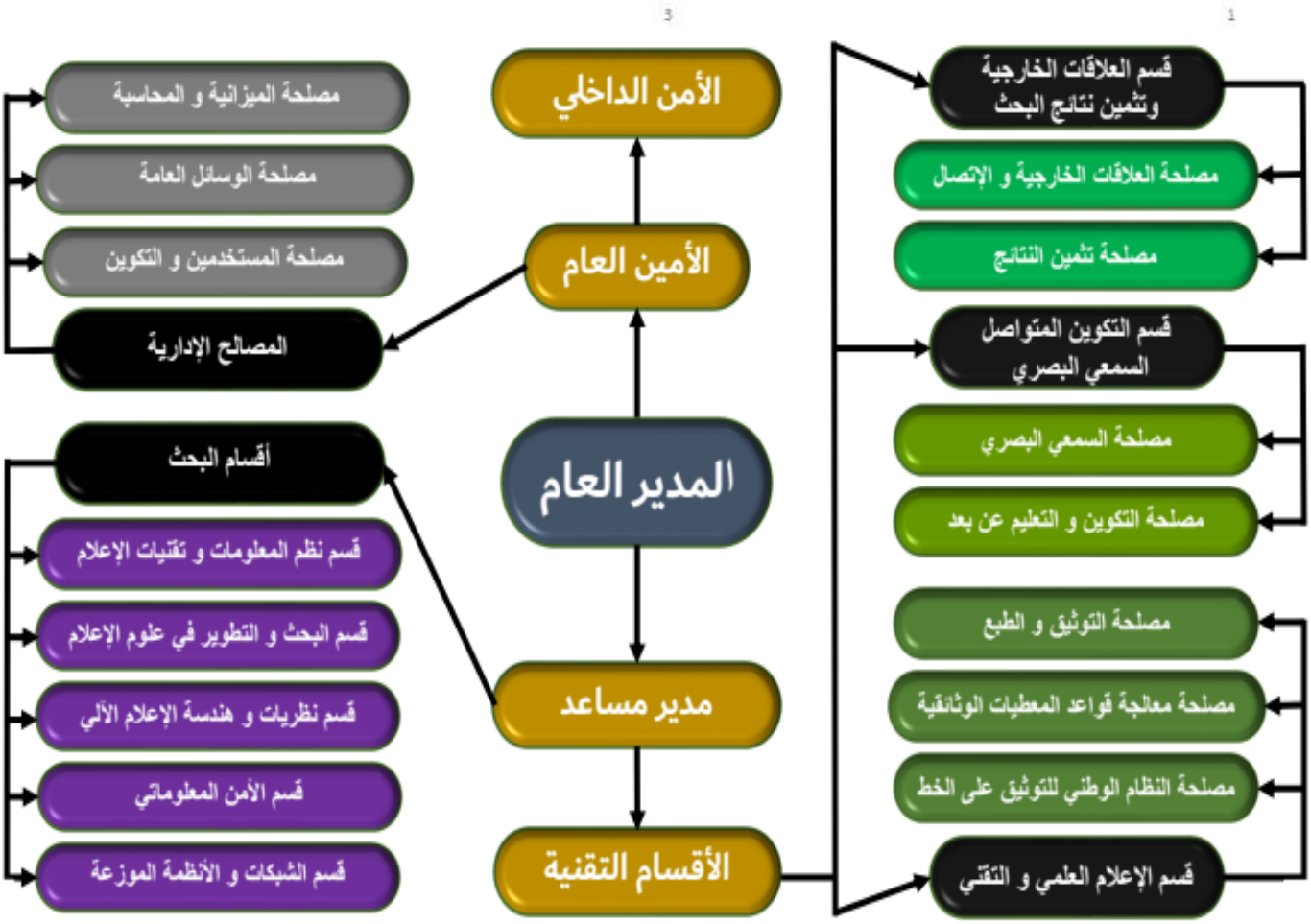
1. موقع الشروق متاح على **WWW.ECHOUROUKEONLINE.COM**

2. موقع ويكيبديا متاح على **WWW.WIKIPIDIA.ORG**

ملاحـــق

ملاحق

الهيكل التنظيمي لـ قناة الشروق TV



جامعة يحي فارس-المدية

كلية العلوم الإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دور تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي

دراسة مسحية لعينة من صحفي قناة الشروق

الفترة الممتدة من جوان -سبتمبر 2021

يندرج هذا الاستبيان ضمن إطار انجاز مذكرة الماستر في علوم الاعلام والاتصال-تخصص سمعي بصري-حول، الموضوع المشار اليه، وهذه المعلومات تنطوي على قيمة علمية، وباعتبارك أحد المبحوثين نرجو منك:

1-مراعاة الدقة والأمانة في الأسئلة المرفقة

2-ضع علامة (×) أمام الإجابة التي تناسبك في حالة السؤال المغلق، أما في حالة السؤال المفتوح، فيعطى رأيك ويوضع في الفراغ المخصص لذلك.

مع العلم أن المعلومات المقدمة من طرفكم تبقى سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

من اعداد: **اشراف الأستاذ:**

بن سعدي أمينة **فار كمال**

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2.السن: 20-30،29-40،39-49، أكثر من 50سنة

3.المستوى التعليمي: ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐ تكوين خاص ☐

4.الوظيفة الحالية:

رئيس مكتب ☐

رئيس التحرير ☐

المخرج ☐

المراسل ☐

المحرر ☐

المصور ☐

المدقق الاملائي ☐

أخرى..... ☐

5.الخبرة المهنية: أقل من 5سنوات ☐ من5سنوات الى 10سنوات ☐ أكثر من 10سنوات ☐

1.الأقراص المضغوطة ☐

2.حامل المعلومات ☐

3.الأسطوانة المرنة ☐

-الكمبيوتر المحمول ☐

-خلايا التركيب القديم ☐

-خلايا التركيب الحديثة ☐

المحور الثاني: استخدامات التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على مستوى قناة الشروق ومدى مسايرة الصحفيين لها

1-ماهي وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة المتوفرة في قناتكم؟

الكمبيوتر ☐ الأنترنيت ☐ آلات تصوير رقمية ☐ الهاتف النقال ☐

الماسح الضوئي ☐ الشبكة المحلية ☐ البريد الالكتروني ☐ الأرشيف الالكتروني ☐

برامج معالج الصور ☐ قواعد المعلومات ☐

أخرى اذكرها.....

2-هل ترى أن الحواسيب الثابتة تفي بالغرض في سيرورة العمل الإعلامي ؟

نعم ☐ لا ☐

3-هل ترى أنه من الضروري توفير جهاز كمبيوتر خاص لكل صحفي لإعداد المادة الإخبارية؟

ضروري ☐ نوعا ما ☐ غير ضروري ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، فهل يتعلق ذلك ب: أنظمة معالجة وتحرير الأخبار

التطبيقات ☐

أنظمة التشغيل ☐

أخرى تذكر .....

4-على مستوى مؤسستك هل تتوفر إمكانية الولوج الى شبكة الأنترنيت؟

نعم ☐ لا ☐

5-هل تتناسب تكنولوجيا الاعلام الحديث المستخدمة في مؤسستكم مع متطلبات العمل الإعلامي الميداني الحديث؟

نعم ☐ لا ☐ الى حد ما ☐

بين كيف ذلك؟ ☐

.....

المحور الثالث: مسايرة وتحكم صحفيي ' قناة الشروق "لتكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة

10.هل تمتلك جهاز كمبيوتر خاص بك؟

نعم ☐ لا ☐

11.هل تلقيت تكوينا أو تدريبا على الاعلام الآلي؟

نعم ☐ لا ☐

12.اذ كنت ممن لم يتلقوا تكوينا في الاعلام الآلي ،هل يعني ذلك أنك لا توظفه في عملك؟

نعم ☐ لا ☐

13.هل تجيد استعمال خدمات الأنترنيت؟

نعم ☐ لا ☐

14.هل توظف الأنترنيت في عملك الإعلامي؟

نعم ☐ لا ☐

15.اضافة الى الأنترنيت هل تتحكم في استعمال أنظمة معالجة وتحرير الأخبار الجديدة في مؤسستك؟

نعم ☐ لا ☐

16.هل تستعمل هذه الوسائل المعلوماتية لأداء عملك الإعلامي؟

19.هل توفير التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومسايرتها على مستوى مؤسستك يؤثر على أدائك الإعلامي؟

نعم ☐ لا ☐

كيف ذلك .....

20.هل نقص التجهيزات والوسائل الحديثة أو عدم توفرها بالشكل الكافي يعيق عملك الإعلامي؟

نعم ☐ لا ☐

ماذا تقترح.....

21.هل تطالب بضرورة اقتناء التكنولوجيا الحديثة لقناتكم؟

نعم ☐ لا ☐

22.بكل موضوعية كيف ترى مستوى الأداء الإعلامي الذي بلغته القناة الآن مقارنة بالسابق؟ .....

.....

.....

المحور الرابع: تكنولوجيات الاعلام والاتصال ودورها في تطوير الأداء الإعلامي لصحفيي قناة الشروق.

17.هل ترى أن التكنولوجيا الحديثة لتحرير ومعالجة الأخبار في مؤسستك ساهمت في :

-تحسين نوعية الرسالة الإعلامية ☐

-التفاعل المهني بين أفراد هيئة التحرير ☐

-توسيع رقعة النشاط المهني ☐

-الآنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته. ☐

-تسهيل الاتصال مع المسؤولين. ☐

18.هل ترى أن التكنولوجيا الحديثة لتحرير ومعالجة الأخبار في مؤسستك تكفي لمسايرة التقدم الحادث في ميدان الاتصال الشيء الذي ينعكس على المردودية في العمل؟.

.....

.....

الفهـــــارس

فهرس الجداول

العنـــــــــــــوان	الصفحة
الجدول رقم 01: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس.	78
الجدول رقم02: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن.	78
الجدول رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.	79
الجدول رقم 04: يوضح توزيع العينة حسب متغير الوظيفة.	80
الجدول رقم 05: يوضح توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية.	81
الجدول رقم 06: يبين العلاقة بين متغير الجنس والمستوى التعليمي.	82
الجدول رقم 07: يمثل العلاقة بين السن والمستوى التعليمي	83
الجدول رقم 08: يمثل العلاقة بين متغير الوظيفة والخبرة المهنية.	84
الجدول رقم 09: يمثل توزيع العينة حسب متغير الوظيفة الحالية وتأثير التكنولوجيا الاتصالية الحديثة على الأداء الإعلامي.	85
الجدول رقم 10: يمثل توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية ودور التكنولوجيات الحديثة في تحرير ومتابعة ومعالجة الأخبار.	86
الجدول رقم 11: يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي والتكنولوجيا الحديثة للتحرير ومعالجة الأخبار في المؤسسة تكفي لمسايرة التقدم الحادث في ميدان الاتصال.	87

فهرس الموضوعات

شكر وتقدير

الإهداء

مقدمة.....أ

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.....3

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:.....4

2. أسباب اختيار الموضوع:.....7

3. أهمية الدراسة:.....7

4 . أهداف الدراسة:.....8

5 . نوع الدراسة والمنهج المستخدم:.....8

6. مجتمع البحث والعينة: 9

7 . أدوات جمع البيانات: 11

8 مجالات الدراسة:.....13

9. ضبط مفاهيم الدراسة:.....13

10. الدراسات السابقة: 17

11. صعوبات الدراسة: 23

الإطار النظري للدراسة.....24

الفصل الأول: مدخل إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.....25

تمهيد: 26

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. 27

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. 27

المطلب الثاني: نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة. 29

_تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مرحلة الطباعة: 30

_ تكنولوجيا الإعلام في المرحلة الالكترونية: 30

_تكنولوجيا الإعلام في المرحلة التفاعلية الرقمية: 31

المطلب الثالث: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة..... 32

1. التفاعلية Interactivité: 32

2. التنوع Variété: 32

3. الانتشار prolifération: 32

4. العالمية Globalisation: 33

5. قابلية التوصيل Connectivity: 33

6. التوجه نحو التصغير Miniaturisations: 33

7. اللاجماهيرية De massification: 33

8. الفورية Immediacy: 33

9. اللاتزامنية Synchronisation: 34

10. اقتصادية Economica: 34

المبحث الثاني: تطبيقات تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ووظائفها. 35

المطلب الأول: تطبيقات تكنولوجيات الاعلام والاتصال: 35

1. الأقمار الصناعية: 35

أ. أقمار الخدمة الثابتة (FSS): 35

ب . أقمار البث المباشر عالية التردد (DBS): 35

2. البث الفضائي المباشر: 36

3. الاتصال الكابلي: 36

4. تكنولوجيا التلتيكست Télétexte: 37

5. تكنولوجيا الفيديوتكست Vidéo Texte: 37

6. تكنولوجيا الألياف الضوئية: 37

7. الحاسب الالكتروني (الكمبيوتر): 38

8. الهاتف النقال: 40

9. الأنترنت: 41

المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة. 46

1. مصدر للمعلومات والأخبار: 46

2. التعبئة وتنمية المشاركة الديمقراطية: 46

3. التعليم عن بعد (عن طريق الشبكات): 47

4. الخدمة الإعلامية المتكاملة وفورية الاتصال: 47

5. تجاوز قيود العزلة:..... 47

6. نشوء المجتمعات الافتراضية: 48

7. التسويق والإعلان:..... 48

المطلب الثالث: التأثيرات الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال..... 48

أ. التأثيرات الإيجابية: 48

ب . التأثيرات السلبية:..... 50

خلاصة: 52

الفصل الثاني: تطوير الأداء الإعلامي من خلال استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.... 53

تمهيد: 54

المبحث الأول: ماهية الأداء الإعلامي. 55

المطلب الأول: مفهوم الأداء الإعلامي وتطوره..... 55

تطور مفهوم الأداء الاعلامي: 55

المطلب الثاني: خصائص الأداء الإعلامي. 57

1. الأداء مسألة إدراك:..... 57

2. الأداء مفهوم متطور عبر الزمن: 57

3. الأداء مفهوم شامل: 57

4. الأداء والأثر الرجعي:..... 58

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الأداء الإعلامي. 58

1. الجانب الذاتي وأخلاقيات المهنة:..... 58

2. جانب الالتزام بالقناعات والانتماءات الفكرية السياسية: 60

3. الجوانب المتعلقة بالكفاءة المهنية: 60

المبحث الثاني: أبعاد الأداء الإعلامي ومكوناته..... 62

المطلب الأول: أبعاد الأداء الإعلامي. 62

1. البعد التنظيمي للأداء: 62

2. البعد الاجتماعي للأداء: 62

المطلب الثاني: مكونات الأداء الإعلامي. 63

1. الفعالية Effectivenss:..... 63

2. الكفاءة Efficacité:..... 64

3. الإنتاجية: 64

4. المردودية:..... 65

المبحث الثالث: إسهامات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في تطوير الأداء الإعلامي. 66

المطلب الأول: التكنولوجيا الرقمية والتماثلية في العمل الإعلامي. 66

المطلب الثاني: توظيف تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في الأداء الإعلامي. 69

خلاصة:..... 72

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي 74

تمهيد 75

المبحث الأول: التعريف بميدان الدراسة وخصائصها. 76

المطلب الأول: التعريف بالقنوات الفضائية وتطورها. 76

المطلب الثاني: بطاقة فنية حول قناة الشروق. 78

المبحث الثاني: تحليل بيانات الاستمارة. 79

المطلب الأول: تحليل الجداول البسيطة..... 79

المطلب الثاني: تحليل الجداول المركبة. 83

نتائج الدراســة: 89

خاتمة 91

التوصيـات: 92

قائمة المصادر والمراجع 94

ملاحق 103