



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم: الإعلام والاتصال

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة فعالية العمل الإعلامي بالجزائر

دراسة ميدانية على إعلامي إذاعة جيجل

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د. آسية العجرود.

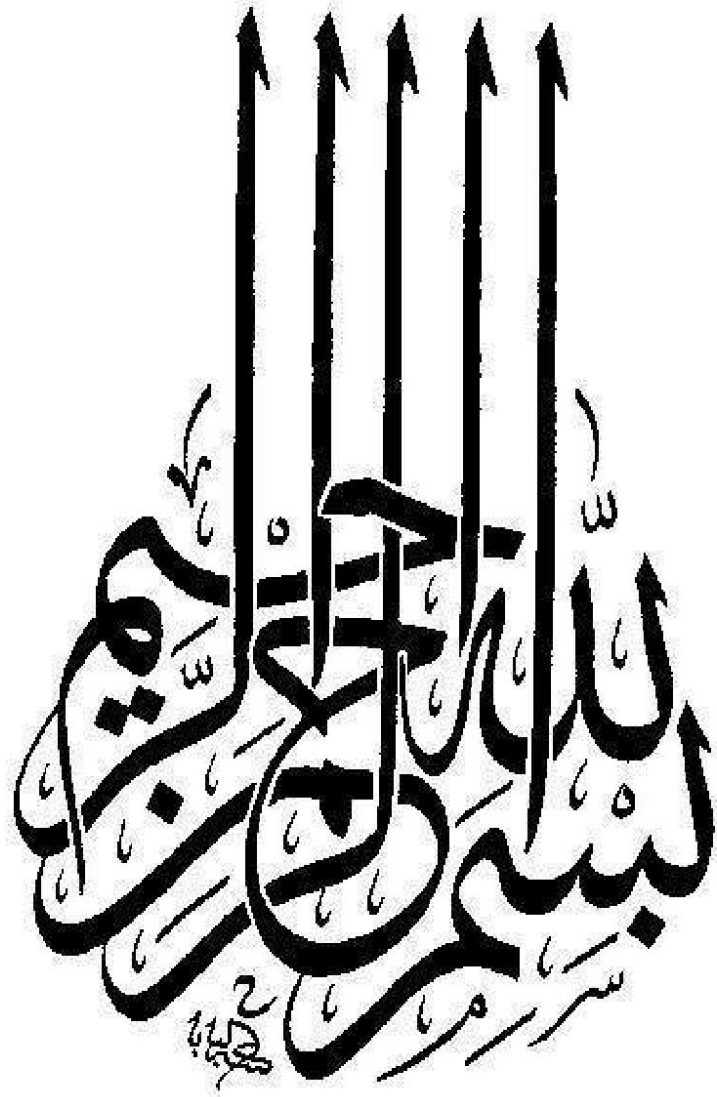
إعداد الطالب:

هاني لهليلي.

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة جيجل	د. حورية بولعويديات
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	د. آسية العجرود
مناقشا	جامعة جيجل	د. عزوز هند

السنة الجامعية: 2020-2021



شكر و عرفان

بعد الحمد والشكر لله عز وجل لا يسعني بعد أن أتممت هذه الدراسة المتواضعة بعون الله وتوفيقه إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان وخالص التقدير والعرفان بالفضل الكبير لأستاذتي الفاضلة **الدكتورة آسية العجروود** المشرفة على هذه المذكرة وما قدمته لي من دعم وتشجيع وتوجيهات قيمة كان لها الأثر الكبير في إتمام هذا العمل كما أتقدم بشكري إلى كل الأساتذة وعمال قسم العلوم الإنسانية لجامعة محمد الصديق بن يحيى على كل ما قدموه لنا طيلة سنوات الدراسة.

هاني.



فهرس
الدراسة

الصفحة	العنوان
	شكر وعرافان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	مقدمة
الفصل الأول: تحديد موضوع الدراسة ومنهجها	
4	تمهيد
	1- موضوع الدراسة
5	1-1- تحديد المشكلة
7	1-2- فرضيات الدراسة
7	1-3- أهمية موضوع الدراسة
8	1-4- أسباب اختيار موضوع الدراسة
8	1-5- أهداف الدراسة
9	1-6- الدراسات السابقة والمشابحة
19	1-7- الإطار النظري للدراسة
21	1-8- تحديد المفاهيم
	2- الإجراءات المنهجية للدراسة
26	2-1- منهج الدراسة
27	2-2- أداة الدراسة
27	2-3- مجالات الدراسة
28	2-4- مجتمع وعينة الدراسة
28	2-5- كيفية تحليل البيانات
29	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال والعمل الإذاعي	
31	تمهيد
أولاً: مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال	
32	1- نشأة تكنولوجيا الإعلام والاتصال
34	2- وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال
36	3- سمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال
40	4- أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال
54	5- مزايا وعيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال
العمل الإذاعي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال	
ثانياً: مفاهيم عامة حول الإذاعة والعمل الإذاعي	
56	1- مفهوم الإذاعة ونشأتها
57	2- استوديوهات وفريق العمل الإذاعي
60	3- الإنتاج الإذاعي مفهومه ومراحله
64	4- تطور أداء القائم بالاتصال في العمل الإذاعي المعاصر
ثالثاً: انعكاسات التطور التكنولوجي على العمل الإذاعي المعاصر	
64	1- تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنظمة البث الإذاعي
66	2- التحولات المعاصرة في محتوى العمل الإذاعي
67	3- استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة داخل الإذاعة
69	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار الميداني	
71	تمهيد
72	1- المحور الأول: البيانات الشخصية للمبشرين
74	2- المحور الثاني: توفر إذاعة جيغل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي

81	3- المحور الثالث: درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي
88	4- المحور الرابع: مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تكوين بنية البرامج الإذاعية
94	خلاصة الفصل
96	النتائج العامة للدراسة
97	النتائج في ضوء الفرضيات
	خاتمة
	الملاحق



فهرس
الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
67	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	1
67	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب العمر	2
68	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	3
69	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية	4
70	جدول يوضح توفر إذاعة جيغل على وسائل التكنولوجيا الحديثة	5
70	جدول يوضح تناسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إذاعة جيغل مع احتياجات العمل الإذاعي	6
71	جدول يوضح اهتمام إذاعة جيغل بالتطوير المستمر للوسائل المستخدمة في العمل الإذاعي	7
72	جدول يوضح تقديم الإذاعة دورات تدريبية للإعلاميين للتحكم أكثر بتكنولوجيا الاتصال الحديثة	8
73	جدول يوضح درجة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بإذاعة جيغل	9
74	جدول يوضح طرق الاتصال التي يتلقى بها الطاقم الإعلامي مهامه داخل الإذاعة	10
76	جدول يوضح امتلاك جهاز حاسوب شخصي	11
76	جدول يوضح استعمال الحاسوب في إعداد النصوص الإذاعية	12
77	جدول يوضح امتلاك المبحوثين للهاتف الذكي	13
78	جدول يوضح استخدام الهاتف الذكي في العمل الإعلامي	14
78	جدول يوضح كيفية استفادة الإعلاميين من تطبيقات الهاتف الذكي في العمل	15
79	جدول يوضح درجة اعتماد الإعلاميين داخل الإذاعة على الإنترنت	16
80	جدول يوضح دوافع استخدام الإعلاميين للإنترنت في العمل الإذاعي	17
81	جدول يوضح جانب المساعدة الذي تقدمه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي	18
82	جدول يوضح زيادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لقدرات الإعلاميين من خلال استخدامهم لها	19
83	جدول يوضح تناسب تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة مع مستوى الخبرة المهنية للإعلاميين	20

84	جدول يوضح مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التحرير داخل الإذاعة	21
85	جدول يوضح كيفية مساهمة تكنولوجيا الاتصال في عملية التحرير	22
86	جدول يوضح اعتماد الطاقم الإعلامي على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تصميم وإنتاج البرامج.	23
86	جدول يوضح تقييم استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج وإخراج وتوزيع البرامج الإذاعية	24
87	جدول يوضح يمثل الاقتراح الذي يقدمه الإعلاميون لزيادة إشراك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي	25



فهرس
الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
68	دائرة نسبية توضح متغير الخبرة المهنية	1
69	دائرة نسبية توضح توفر إذاعة جيغل على وسائل التكنولوجيا الحديثة	2
70	دائرة نسبية توضح تناسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إذاعة جيغل مع احتياجات العمل الإعلامي	3
71	دائرة نسبية تبين اهتمام إذاعة جيغل بالتطوير المستمر للوسائل المستخدمة في العمل الإذاعي	4
72	دائرة نسبية يبين تقديم الإذاعة دورات تدريبية للإعلاميين للتحكم أكثر بتكنولوجيا الاتصال	5
73	دائرة نسبية تمثل درجة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بإذاعة جيغل	6
74	دائرة نسبية تمثل طرق الاتصال التي يتلقى بها الطاقم الإعلامي مهامه داخل الإذاعة	7
75	دائرة نسبية تمثل استعمال الحاسوب في إعداد النصوص الإذاعية	8
77	دائرة نسبية تمثل كيفية استفادة الإعلاميين من تطبيقات الهاتف الذكي في العمل	9
79	دائرة نسبية تمثل دوافع استخدام الإعلاميين للإنترنت في العمل الإذاعي	10
81	دائرة نسبية تمثل جانب المساعدة الذي تقدمه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي	11
82	دائرة نسبية تمثل زيادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لقدرات الإعلاميين من خلال استخدامهم لها	12
83	دائرة نسبية تمثل تناسب تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة مع مستوى الخبرة المهنية للإعلاميين	13
84	دائرة نسبية تمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التحرير داخل الإذاعة	14
85	دائرة نسبية تمثل كيفية مساهمة تكنولوجيا الاتصال في عملية التحرير	15
87	دائرة نسبية تمثل تقييم استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج وإخراج وتوزيع البرامج الإذاعية	16
88	دائرة نسبية تمثل الاقتراح الذي يقدمه الإعلاميون لزيادة إشراك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي	17



ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة فعالية العمل الإعلامي لدى الإعلاميين داخل إذاعة جيجل، حيث تهدف إلى التعرف على درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيجل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب نوعها وخدماتها والعمل على كشف عن الميزات التي تتوفر عليها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكيف تساهم في تكوين بنية البرامج الإذاعية إضافة إلى معرفة عن ما إذا كان الطاقم الإعلامي يستفيد من دورات تكوينية في استخدام تكنولوجيا الإعلام .

وعليه كان التساؤل الرئيس للدراسة كالتالي: ما هو دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة فعالية العمل الإعلامي لدى إعلاميي إذاعة جيجل الجهوية ؟

وكإجابة مبدئية على الإشكال المطروح وضعت مجموعة من الفرضيات التي كانت كالتالي:

- تتوفر إذاعة جيجل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي.
- تختلف درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيجل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب نوعها وخدماتها.
- الميزات التي تتوفر عليها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا.
- يستفيد الطاقم الإعلامي من دورات تكوينية في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

شمل مجتمع الدراسة إعلاميي إذاعة جيجل والبالغ عددهم (10) إعلاميين اعتمد فيها على أسلوب الحصر الشامل نظرا لصغر حجم مجتمع الدراسة، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لاستكمال الدراسة التطبيقية حيث اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وقسمت إلى أربع محاور: المحور الأول كان حول البيانات الشخصية للمبحوثين و المحور الثاني دار حول توفر إذاعة جيجل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي، والمحور الثالث حول درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيجل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي، والمحور الرابع حول مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا. حكمت الاستمارة من طرف ثلاث أساتذة محكمين من قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

ومن بين النتائج المتوصل إليها:

- تهتم إذاعة جيجل بتوفير تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تتوافق مع احتياجات العمل الإعلامي.

- يعتمد الطاقم الإعلامي على تكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة كبيرة في الحصول على المعلومات واسترجاعها واستخدامها في عملية إخراج البرامج، كما ساهمت في زيادة قدرتهم في تقديم أداء أفضل.
- تقديم دورات تكوينية للإعلاميين في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي من شأنه أن يبعث بتحسين أفضل في أداء الإعلاميين خاصة وأنه مطلب أساسي لهم حيث أن الإعلامي يجب أن يكون متعدد المهام وقادر على الإلمام بكل ماله صلة بالعمل الإذاعي من أجل تفادي العراقيل.

Summary of the study

Our study aims to learn about the role of **ICT** in increasing the effectiveness of media work among media professionals within Radio Jijel, where we aim to identify the degree of use of media professionals in Jijel Radio for information technology and communication by type and services and to work to reveal the features of information and communication technology and how it contributes to the formation of the structure of radio programs in addition to knowing whether the media staff benefits from training courses in the use of media technology.

We therefore raised the following key question: What is the role of modern **ICT** in increasing the effectiveness of media work among the media of The Jijel Regional Radio?

As a preliminary answer to the problem at hand, we put forward a set of hypotheses that were as follows:

- Radio Jijel has access to information and communication technology to assist in media work.

The degree to which journalists use information and communication technology at Jijel Radio varies by type and services.

The features of **ICT** contribute to the composition of the structure of radio programs in form and content.

The media staff benefits from training courses in the use of modern information and communication technology.

Our study was divided into three chapters, the first chapter was about the subject of the study and its approach, and the second chapter in which we discussed the theoretical aspect of the study in which we talked about **ICT** as a conceptual input and radio work under **ICT**, and the third chapter was the practical aspect in which we presented our findings from the study community, where the community of our study included the media of Radio Jijel (10) media based on the method of comprehensive inventory due to the small The size of the study community, using the analytical descriptive approach to complete the applied study where we relied on the questionnaire as a tool for collecting data

where it was divided into four axes: the first was about the personal data of the researchers and the second was about the availability of Radio Jijel on information technology and communication assistance in media work, The third is the degree to which journalists use and benefit from the use of modern **ICT** by journalists in improving media work, and the fourth is on the contribution of modern information and communication technology to the formation of the structure of radio programs in form and content. The form was ruled by three arbitrators from the Department of Information and Communication at Jijel University.

Among its findings are:

- jijel Radio is interested in providing information and communication technology that meets the needs of media work.
- The media staff rely heavily on **ICT** to obtain, retrieve and use information in the programs output process, and have contributed to their increased ability to deliver better performance.
- Providing training courses for media professionals in the use of **ICT** in radio work would give better improvement to the performance of journalists, especially since it is a prerequisite for them as the media must be multi-tasking and able to le arn all its money related to radio work in order to avoid obstacles.

مقدمة

يتعاضد في الوقت الحالي اعتماد المجتمع على التكنولوجيا بكل أنواعها، حتى أصبحت ضرورة ملحة من ضروريات العصر، خاصة بالمقارنة مع دورها الفعال في مختلف الميادين الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية، لهذا يعد التطور التكنولوجي الاتصالي الحديث مؤثراً قوياً في عملية الاتصال الجماهيري لأنه غير بسرعة طريقة استقبال وسائل الاتصال ووفر بدائل متنوعة وزاد من كمية المعلومات المتاحة انطلاقاً من الحصول عليها إلى كيفية استخدامها.

لم تستثني التطورات التكنولوجية الكبرى أي مجال يذكر حيث وجدت مكانتها في كل المؤسسات على اختلاف أدوارها والغرض منها وكونت بفضل الميزات التي تتوفر عليها من سرعة ودقة في تسيير مجريات الأعمال مكانة خاصة وأساسية أصبحت بفضلها مطلباً أولياً وغرضاً أساسياً في عصر السرعة الذي نعيش فيه. المؤسسات الإعلامية وغيرها من المؤسسات الأخرى تسعى إلى التكيف مع متطلبات عصر السرعة من خلال إشراك تكنولوجيا الإعلام والاتصال المختلفة واستخدامها في العمل الإعلامي، وذلك من أجل خلق توليفة في العمل بين الإعلامي والتكنولوجيا الاتصالية التي ستساهم بفضل تطبيقاتها المختلفة في تحفيز الإعلاميين الذين يسعون لتقديم أداء أفضل قصد كسب الشعبية الجماهيرية.

بناءً على ما سبق، تهتم الدراسة بمعرفة مدى استخدام المؤسسات الإعلامية للتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال واتخذنا من إذاعة جيجل نموذجاً كونها مؤسسة إعلامية ونحاول أيضاً معرفة أهم التكنولوجيات الحديثة التي يستخدمها الإعلاميون في عملهم الإعلامي اليومي والدور الذي تلعبه في تفعيل أداء الإعلاميين. من أجل معالجة هذا الموضوع الذي تدور حوله مشكلة الدراسة وأهدافها، جرى تقسيم الدراسة على ثلاث فصول. يتناول **الفصل الأول** منها إشكالية الدراسة وفرضياتها، أهمية الدراسة وأهدافها وأسباب اختيار الموضوع كما تطرقنا إلى عرض الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها بالإضافة إلى وضع الإطار النظري للدراسة ركزنا فيه على نظرية القائم بالاتصال، كما قمنا بعرض المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة إضافة إلى نوع الدراسة ومنهجها وأداتها ومجالاتها وعينة الدراسة.

أما **الفصل الثاني** الذي يتعلق بالشق النظري للدراسة فقد قمنا بتقسيمه إلى قسمين، **القسم الأول** منه يتمثل في مدخل مفاهيمي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال تناولنا فيه نشأة تكنولوجيا الإعلام والاتصال ووظائفها وسماتها ووسائلها الأهم عرضنا منها الحاسب الآلي والإنترنت والهاتف النقال بالإضافة إلى الأقمار الصناعية حيث تطرقنا لمفهوم كل وسيلة على حدة ونشأتها وتطورها إضافة إلى خصائصها، ثم انتقلنا إلى ذكر مزايا وعيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال. في **القسم الثاني** للعمل الإذاعي وتطبيق تكنولوجيا الاتصال داخله حيث تناولنا أولاً أساسيات حول الإذاعة والعمل الإذاعي بدأنا فيها بمفهوم الإذاعة ونشأتها وتطورها ثم انتقلنا للحديث حول استوديوهات العمل الإذاعي وفريقه عرضنا فيها أنواع الاستوديوهات وأعضاء الفريق الإعلامي ومهامه، بعد ذلك

انتقلنا لعرض مفهوم الإنتاج الإذاعي ومراحله ثم تطرقنا لتطور أداء القائم بالاتصال في العمل الإذاعي المعاصر. ثانياً سلطنا الضوء على انعكاسات التطور التكنولوجي على العمل الإعلامي حيث تناولنا فيه تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنظمة البث الإذاعي ثم التحولات المعاصرة في محتوى العمل الإذاعي وأخيراً استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل الإذاعة.

في الفصل الثالث وهو الفصل التطبيقي قمنا بتحليل البيانات وعرضها عن طريق تفريغها في جداول حسب محاور الاستمارة وأسئلتها بعد ذلك استخرجنا نتائج كل جدول مع التفسير وخلاصة الفصل . وأخيراً النتائج العامة ثم الخاتمة كآخر محطة تم التطرق لها في هذه الدراسة.

الفصل الأول

تمهيد

أولاً: موضوع الدراسة.

1- مشكلة الدراسة.

2- فرضيات الدراسة.

3- أهمية موضوع الدراسة.

4- أسباب اختيار موضوع الدراسة.

5- أهداف الدراسة.

6- الدراسات السابقة والمشاهدة.

7- الإطار النظري للدراسة.

8- تحديد المفاهيم.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1- منهج الدراسة.

2- أداة الدراسة.

3- مجالات الدراسة.

4- مجتمع الدراسة.

5- كيفية تحليل البيانات.

خلاصة

تمهيد

تطرقنا في هذا الفصل لمجموعة من النقاط المساعدة في إنجاز هذا البحث العلمي قمنا فيه بتحديد موضوع الدراسة والإجراءات المنهجية لها، حيث تناولنا في عنصر موضوع الدراسة مشكلة الدراسة والتساؤل الرئيس، وصياغة الفرضيات، قمنا أيضا بتحديد أهمية وأسباب اختيارنا للموضوع، وصياغة أهداف الدراسة، كما تطرقنا إلى الدراسات السابقة والمشابهة ثم المقاربة النظرية للدراسة حيث جرى الاعتماد على نظرية القائم بالاتصال وتحديد مصطلحات الدراسة. الإجراءات المنهجية للدراسة قمنا فيها بتحديد منهج الدراسة ومجالاتها وأداة جمع البيانات وعينة الدراسة ثم في الأخير عرضنا كيفية تحليل البيانات.

أولاً: موضوع الدراسة

1. مشكلة الدراسة:

يشهد العالم تطوراً كبيراً في مجال التواصل وتبادل المعارف والمعلومات وذلك من خلال التقدم التكنولوجي الحاصل منذ بداية القرن العشرين إلى اليوم، حيث شكلت التكنولوجيات الحديثة ثورة هائلة في مجال الإعلام والاتصال وذلك بظهور عديد التقنيات والأجهزة التي تختصر الجهد والوقت في العمل ليصبح بذلك العالم مقيداً باستعمال التقنية في كل أعماله وأصبح من الضروري لكل جهة مواكبة التطور التكنولوجي الذي طرأ على حياة البشر واستخدام المعلومات كمصدر أساسي للقوة وتسيير كل القطاعات وفق الطرق الحديثة عن طريق عصرنه هياكلها واستغلال الطفرة التقنية التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وعلى اختلاف أشكالها ووظائفها جعلت العالم يسير في طريق التطور السريع من خلال قدرتها الفائقة في استرجاع المعلومات وسرعة الوصول إليها وتعاضمت حاجة المجتمع لهذه التكنولوجيات، بحيث انه كلما ازدادت الحاجة إليها كلما كانت هناك قابلية أكبر لظهور تقنيات أخرى تفوق سابقتها تبعاً لأبحاث التطوير التقني للأجهزة وهو ما يجعل من هذا العصر متسارعاً في التطور والحداثة وبذلك تصبح تكنولوجيا الإعلام والاتصال تكتسي أهمية بالغة حيث أنها أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات ووفرت كما هائلاً من المساحة المطلوبة لتخزينها واختصرت الجهد والوقت في تنفيذ أي عملية، وأصبحت بذلك ضمن أهم البنى التحتية للمؤسسات، هذه الأخيرة تتسابق في اقتناء أحدث ما توصل إليه التقدم التكنولوجي وذلك من أجل ازدواجية العمل بين التقنية والعنصر البشري.

وتعد المؤسسات الإعلامية من أوائل المؤسسات التي سعت إلى إدخال التقنيات والوسائل التكنولوجية في بنيتها الوظيفية حيث هدفت إلى عصرنه القطاع وتسهيل عمل الصحفيين وإنتاج البرامج والحصول على المعلومات بشكل غزير وسريع مستغلة بذلك الميزات الفائقة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والدور الهام والمساعد داخل البيئة الإعلامية، وبدا جلياً حاجة المؤسسة الإعلامية أياً كان تخصصها الانتقال من العمل التقليدي المقترن بالطرق البدائية في جمع المعلومات واسترجاعها وكذا إنتاج البرامج الذي كان يستغرق وقتاً كبيراً في عمليات التركيب والتسجيل والإرسال والتفاعل مع الجمهور إلى عصر الحداثة والتطور التكنولوجي سواءً فيما يتعلق بالأجهزة أو

طرق الاتصال الحديثة من إنترنت وشبكات التواصل والهواتف الذكية والوسائط المتعددة وغيرها من الوسائل فائقة التطور في مجال الاتصالات التي أصبحت عاملا أساسيا ومحوريا في بنية العمل الإعلامي.

إن تطوير العمل الإعلامي يشغل حيزا كبيرا من اهتمام المؤسسات الإعلامية المختلفة قصد تحقيق الإشباع والتأثير في جمهور المتلقين والمحافظة على مكانة المؤسسة في الوسط المجتمعي، وهو ما يثير اهتمام قطاع الإعلام بالجزائر على اختلاف تخصصه بالتطوير في مجال تقديم الخدمة لجمهور المتلقين تبعا للتطورات والتغيرات التي طرأت على العمل الإعلامي في الدول المتقدمة بشكل مبهر من حيث الأجهزة أو طرق الممارسة الإعلامية لذلك حاولت المؤسسات الإعلامية في الجزائر مواكبة التغيرات الحاصلة في مجال الخدمة الإعلامية وهو ما مس الإذاعة كونها من أوائل المؤسسات الإعلامية التي عرفها الجمهور، حيث يشمل العمل الإعلامي الإذاعي مختلف الأدوار التي يشغلها العاملون في المحطة من منتجين ومحررين وصحفيين وكل من له يد في إعداد الرسالة الإعلامية وإيصالها في حلة ترضي جمهور المستمعين أو حيث أن عمل الصحفي الإذاعي لا يقتصر على جمع المادة الإخبارية فحسب بل يحرص على الشكل الإخراجي للمادة الإعلامية واتسامها بالمصداقية والموضوعية والتحليل العلمي وان تخدم مصالح المجتمع استنادا للمنظومة القانونية ودستور الدولة.

كلما كان الأداء الإعلامي رديئا في الإنتاج ومحتوى الرسالة المقدمة كان هناك رفض التلقي من قبل الجمهور كون العمل المنتج لا يرقى لمستوى تطلعاتهم ولا يشبع رغباتهم وهو ما يستدعي من المحطة الإذاعية إعادة هيكلة ظروف العمل الصحفي والعمل على تطوير قطاع الخدمات والعاملين فيه قصد مواكبة تطلعات الجماهير وذلك من خلال إدخال التقنيات الحديثة حيز الخدمة وتجهيز المحطات الإذاعية لإعلاميها وتشجيعهم على التعامل مع مختلف التجهيزات التكنولوجية واستيعابها لتقديم أفضل رسالة للجمهور بأسلوب دقيق وسريع.

انطلاقا من هذا الطرح ولمعالجة موضوع الدراسة اعتمدنا على منطلقات نظرية حارس البوابة كإطار نظري ووظفنا الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من مجتمع الدراسة واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في تفسير ظواهرها وعليه يمكننا طرح التساؤل الرئيس التالي:

ما هو دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة فعالية العمل الإعلامي لدى إعلاميي

إذاعة جيجل الجهوية ؟

2. فرضيات الدراسة:

- تتوفر إذاعة جيجل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي.
- تختلف درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيجل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي.
- الميزات التي تتوفر عليها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا.
- يستفيد الطاقم الإعلامي من دورات تكوينية في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

3. أهمية موضوع الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من خلال تزايد النشاط الإعلامي بالجزائر واتساعه وتعدد المؤسسات الإعلامية من جهة ودخول تكنولوجيا الإعلام والاتصال كمطور وفاعل أساسي في تكوين بنية البرامج والإنتاج الإعلامي من جهة أخرى، حيث أصبح استخدام هذا الأخير في العمل الصحفي ضرورة لا بد منها بالنسبة للمؤسسات لما يحتويه من ميزات عصرية مساعدة في الحصول على المعلومات ومعالجتها وتكوين الرسالة الإعلامية قصد إيصالها للجمهور في شكل منظم وواضح المعالم. أيضا، تبرز أهمية الدراسة في معرفة مدى التوافق في العمل بين الصحفيين واستخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في زيادة الكفاءة والفعالية في العمل الإعلامي، لذلك فالدراسة تحاول إبراز التحول الذي طرأ على أداء الصحفيين والإضافات التي أدخلتها هذه التكنولوجيات في ظروف العمل وفنية الأداء الذي يصاحبه تحول في نوعية المضمون الإعلامي وطرق الحصول على المعلومات وبثها.

من جهة أخرى تكمن أهمية الدراسة في كونها تتيح لطلبة التخصص الإطلاع على ظروف العمل الإعلامي للصحفيين داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية في ظل التطور التكنولوجي والعمولة التي تغطي أرجاء العالم ومحاولة الاحتكاك وفهم ماهية التكنولوجيات الاتصالية والتحكم فيها قبل ولوج عالم الصحافة كتهيئة مبدئية.

4. أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الرغبة الذاتية في معالجة موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بتطور العمل الإعلامي داخل إذاعة جيغل كونها فرع من فروع الإعلام السمعي البصري.
- إثراء الرصيد المعرفي في مجال التخصص من خلال إجراء نظرة ميدانية عن كثب قصد التعرف على التجهيزات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال التي تحوز عليها إذاعة جيغل.

أسباب موضوعية:

- التعرف على كيفية استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحرير البرامج وإذاعتها للجمهور والدور الذي تلعبه في عملية الإنتاج النهائي وتكوين الرسالة الإعلامية.
- التطور المتوالي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلها من أهم الدعائم المكونة للعمل في مجال السمعي البصري وإسهامها في تغيير هيكلية المؤسسات الإعلامية وأداء العاملين فيها.
- توفر البيانات والمعلومات من الجانبين النظري والمنهجي، الكافية المتعلقة بالموضوع محل الدراسة.
- إمكانية التطبيق الميداني للدراسة دون عراقيل.

5. أهداف الدراسة:

- التعرف على درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب نوعها وخدماتها.
- الكشف عن الميزات التي تتوفر عليها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكيف تساهم في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا.
- معرفة ما إذا كان الطاقم الإعلامي يستفيد من دورات تكوينية في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

6. الدراسات السابقة والمشاهدة:

الدراسات السابقة بمثابة سند قوي للباحث حيث يركز عليها للانطلاق في بحثه من ناحية، وتجنبه التكرار أو الوقوع في الأخطاء من جهة أخرى وذلك من خلال توضيح معالم البحث المزمع إجراءه وفهمه من الناحية النظرية والمنهجية والتطبيقية بل حتى من جانب الاعتماد على المراجع المساعدة في إتمام البحث والتوسع فيه، لذلك حاولنا الحصول على دراسات سابقة أو مشابهة وقد أسفر البحث عن إيجاد أربع دراسات صنفت حسب الأسبقية التاريخية في عرضها، وعليه وجدنا أن الدراسات التي تناولت تقريباً الموضوع الذي تطرقنا له والأنسب للاستفادة منها هي:

الدراسات العربية:

1- دراسة لبنى عبد الله العلاوين (2009).

الموسومة بـ "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية أمودجا".

❖ رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، ودراسة الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقاً للخصائص الديموغرافية المتمثلة (بالنوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة، والمسمى الوظيفي)، وكذلك قياس أثر تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، متمثلاً بمجالات (التخطيط، والتنظيم، والمتابعة والتقويم، واتخاذ القرارات، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء). وعلى ضوء هذه المشكلة طرح الباحث التساؤلات التالية:

- ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية ؟
- ما مستوى تقييم أفراد مجتمع عينة الدراسة لأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدام تكنولوجيا الاتصال ؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وفقاً للخصائص الديموغرافية؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، متمثلاً بمجالات (التخطيط، والتنظيم، والمتابعة والتقييم، واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء)؟

➤ حسب الباحث فإن أهمية الدراسة تكمن في محاولة إلقاء الضوء على مفهوم تكنولوجيا الاتصال، وأهمية تطبيقه في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، ومدى تفاعل العاملين مع وسائل الاتصال الحديثة، وإبراز أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية بالإضافة إلى المساهمة في تعزيز أثر تكنولوجيا الاتصال على أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية من خلال تطبيق النتائج التي يتم التوصل إليها وتقديم مجموعة من الاقتراحات التي تساعد في تعزيز دور تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية مع إظهار أهمية تكنولوجيا الاتصال في تنافسية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

➤ اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في 450 مفردة وهم العاملون في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ✓ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية، بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الأداء ككل، تعزى لخصائص النوع الاجتماعي، والعمر، والخبرة.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الأداء ككل، تعزى إلى متغير (المؤهل العلمي)، ولصالح حملة شهادة الدبلوم المتوسط فما دون.
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الأداء ككل، تعزى إلى متغير (المسمى الوظيفي)، ولصالح العاملين من هم بدرجة مدير.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال التخطيط.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال التنظيم.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال المتابعة والتقييم.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال اتخاذ القرار.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال الموارد البشرية.

- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال الإنتاجية.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال كفاءة الأداء.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

أفادتنا الدراسة في اختيار أداة جمع البيانات المناسبة وأطلعتنا على مدى استخدام الصحفيين الأردنيين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل السمعي البصري كمقارنة بما هو ساري في الجزائر، حيث تتفق الدراسة مع دراستنا في محاولة معرفة نتائج استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة الإعلامية ودورها في تطوير الأداء الإعلامي للصحفيين وتختلف معها في حجم مجتمع الدراسة المستهدف حيث أن أفراد مجتمع الدراسة واسع ويشمل العاملين في الإذاعة والتلفزيون الأردني معا في حين اعتمدت دراستنا على عدد محدد من الأفراد وجرت في محطة إذاعية جهوية.

2- دراسة آسيا إبراهيم أحمد عبده (2014)

الموسومة بـ " دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو".

❖ بحث مقدم لئيل درجة الدكتوراه في الراديو والتلفزيون، كلية علوم الاتصال، قسم الإذاعة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

تهدف الدراسة التعرف على دور التكنولوجيا ومدى استخدامها في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية والوقوف على استخدام التقنية الرقمية الحديثة في الاستوديوهات الإذاعية، ومعالجة موضوع البحث طرح الباحث مجموع التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة:

- ما هو مفهوم تكنولوجيا الاتصال وما هي مميزاتها؟
- ما هي استخدامات تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج الإخبارية؟
- ما موقع الخدمة الإخبارية من البرامج الإذاعية؟
- ما مدى استخدام التقنية الحديثة في الأخبار الإذاعية؟
- هل للأخبار مصادر معلومات مستديمة ومتجددة؟
- ما هي الشروط والخصائص الواجب توفرها في مقدمي الأخبار؟
- هل ضعف تدريب الفنيين يقف في وجه الاستفادة الكاملة والتوظيف السليم للتكنولوجيا الحديثة؟

ما هي الصعوبات والمعوقات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال الأخبار؟

➤ حسب الباحث فإن أهمية الدراسة تكمن في أهمية تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية والدور الأساسي الذي تؤديه الإذاعة السودانية في عملية تطور الأخبار، وتأتي أيضا أهمية الخدمة الإخبارية في تشكيل وصياغة الرأي العام المحلي والعالمي حتى أصبحت طرفاً مشاركاً وفعالاً في العملية الاتصالية حيث تمثل الخدمة الإخبارية اليوم محورا رئيسياً تدور حوله كافة الأنشطة الحياتية.

➤ اعتمد الباحث على المنهج التاريخي و المنهج الوصفي طبقه على عينة الدراسة البالغ عددها 210 مفردة تمثلت في مستمعي إذاعة السودان من طلاب وأساتذة و العاملون في الإذاعة، استخدم فيها الباحث الاستبيان والمقابلة كأداتين لجمع المعلومات من مجتمع الدراسة.

أهم نتائج الدراسة:

✓ أصبحت التقنية تؤدي دورا أساسياً ومهماً في تطوير العمل الإخباري في الإذاعة السودانية، مما أكسب الراديو أهمية في تحقيق تنمية الإنتاج التي تتطلب الاستفادة من مزايا تلك الوسيلة وتوظيفها في تكنولوجيا الاتصال في النشرات الإخبارية، حيث تهدف إلى التنمية وتواكب التطور التقني والفني وتستخدم الطرق العلمية موظفة تقنيات الصوت التي تشق طريقها عبر الأثير لتصل إلى أذن المستمع.

✓ أن القائمين علي إنتاج وتحليل الأخبار يحتاجون إلى مهارات الإذاعي المنتج والمحرر الذي يستطيع التعامل مع بيئة متعددة الوسائط والخدمات مما يتطلب استخدام التقنية الرقمية والعمل الميداني بالحاسب المحمول ومهارات تحرير وإنتاج النشرات الإخبارية.

✓ أثبتت الدراسة أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الإذاعي علاقة طردية، أنه كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الإذاعي.

✓ أكدت الدراسة ضعف الاهتمام بعمليات التدريب الخارجي للعاملين وقصر المدى الزمني للدورات التدريبية مما يقلل من فرص الاستفادة من الجوانب العلمية وبالتالي عدم تحقيق الأهداف المرجوة في عملية التدريب.

✓ أثبتت الدراسة أن إنتاج البرامج الإخبارية بحاجة إلى تحسين التدريب والتأهيل للعاملين، وتوفير الأجهزة والآليات والمعدات المواكبة حتى تكتمل فعالية الإنتاج الإخباري.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

أفادتنا الدراسة في كيفية صياغة مشكلة الدراسة وكيفية صياغة أسئلة استمارة الاستبيان وأطلعتنا على ظروف العمل الإذاعي في السودان ومقارنته بما هو عليه في الجزائر من حيث الإنتاج وجمع المادة الإعلامية والقابلية للتطوير، تتفق مع دراستنا في محاولة معرفة مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة الإذاعة ودور التقنية في تطوير الأداء والإنتاج الإذاعي وتختلف معها في نوعية الجمهور المستهدف بحيث مزجت بين المستمعين للإذاعة والعاملين فيها، بينما ألفت دراستنا الضوء على الصحفيين وحدهم دون جمهور المستمعين.

الدراسات المحلية:

1- دراسة دوادي شابحة (2013-2014)

الموسومة بـ "استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري".
❖ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة المسيلة.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدامات الصحفيين الإذاعيين لتكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة وأثرها في تنمية المهارات الإعلامية، وعلى ضوء هذه المشكلة طرح الباحث التساؤل الرئيس التالي:

إلى أي مدى يؤثر استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على تنمية المهارات والكفاءات

الإعلامية لدى الصحفي الجزائري؟

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الصحفي؟
- 2- ما هي دوافع استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعية؟
- 3- هل أثر استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعية في تنمية مهاراته الإعلامية؟
- 4- ما هي عادات وأنماط استخدام الهواتف الذكية لدى الصحفي؟
- 5- ما هي دوافع الاستخدامات الاتصالية للهواتف الذكية في المجال الصحفي؟
- 6- كيف يؤثر الاستخدام اليومي للهواتف الذكية على تنمية كفاءات ومهارات الصحفي؟

- حسب الباحث فإن أهمية الدراسة تكمن في دراسة الحالة التي آل إليها الإعلام بعد الدخول القوي الذي سجلته التكنولوجيا الحديثة في مجال الصحافة بالإضافة إلى زيادة مكتسبات الصحفي الجزائري نحو تحول جذري على مستوى الأداء والكفاءة والخبرة المهنية.
- اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي طبقه على عينة الدراسة المتمثلة في 40 مفردة موزعة على ثلاث إذاعات محلية جزائرية في كل من سطيف، مسيلة وبرج بوعرييج، اعتمد فيها الباحث على الاستبيان والمقابلة كأداتين لجمع البيانات.

أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- ✓ الصحفيون الجزائريون يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعية ، يظهر ذلك أن أغليبيتهم دائما ما يكون لديهم اهتمامات إزاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الذي يستخدم فيه أغلبهم هذه المواقع منذ سنة إلى خمس سنوات ومعظمهم يصل متوسط عدد ساعات استخدامهم لها من ساعة إلى ساعتين في اليوم . وهذا يدل على أن الصحفي الجزائري ليس بمنأى عن التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال و التواصل. فهم يسعون إلى الالتحاق بثورة مجتمع المعلومات و الاتصال لمواكبة الأحداث المحلية والعالمية ، و الفئة العمرية من الصحفي الإذاعات المحلية التي لها الالتحاق بشبكات التواصل هي فئة الشباب أي الجيل الجديد من الصحفيين الجزائريين.
- ✓ كشفت الدراسة أن غالبية الصحفيين الجزائريين الذين يقبلون على شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمون بنسبة كبيرة الفيسبوك، ثم اليوتيوب و تويتر . ويعود استخدام الفيس بوك لدى الصحفيين الجزائريين إلى عدة أسباب من بينه التطبيقات المميزة التي يوفرها الموقع ، و أيضا الشهرة التي يتمتع بها نظرا لأن الجمهور فيه أكثر تواجدا على صفحاته في الآونة الأخيرة أصبح يعج بالأخبار الحصرية ، ثم يليه اليوتيوب والتويتر.
- ✓ لعل الدوافع وراء استخدام الصحفيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعية هي :الاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات المحلية والوطنية بنسبة % 30 ،تحقيق سبق صحفي وتغطية متميزة بنسبة 20%، التفاعلية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مع الآخرين بنسبة

17.5 %، إرسال واستقبال رسائل ومواد إخبارية عاجلة بنسبة % 17.5 ، زيادة الثقافة المهنية بنسبة % 15 .

✓ توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين من الصحفيين الجزائريين قد زاوجت في اعتمادها على شبكات التواصل الاجتماعي في "العمل والترفيه" بلغت % 57 ويرجع ذلك إلى أن الصحفيين بالرغم من أنهم لازالوا مترددين في اعتبارها مصدر يمكن الاعتماد عليه في العمل الإعلامي، غير أن الثورة التي أحدثتها في نقل الأحداث الهامة سواء على الصعيد المحلي والعالمي جعلت أكثرية المهنيين الصحفيين يعتمدون عليها.

✓ أفادت الدراسة أن الاشباكات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي من معظم الصحفيين الإذاعيين تظهر جليا وبنسبة متساوية بين الذكور والإناث في اكتساب مهارات جديدة في الجمع والإعداد والمعالجة وتحرير المادة الإعلامية وكذا استكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة في حين نجد أن الذكور أكثر ميلا إلى الاستفادة من خدمات التحديث السريع والتوثيق واسترجاع المعلومات وكذا الدقة والمرونة في إخراج المواد الإعلامية.

✓ يفضل اغلب المبحوثين خدمة الاستفادة من روابط المواقع الإخبارية والإطلاع عليها ثم البحث عن المعلومات والأحداث والمواقف، وتليها إجراء المقابلات الإعلامية والمحادثة مع الزملاء وإرسال واستقبال الأخبار والتقارير وفي الأخير خدمة أرشفة المعلومات الصحفية، حيث نجد أن الذكور أكثر استفادة من هذه الخدمات مقارنة مع الإناث.

✓ أشارت الدراسة إلى أن طرق المعالجة الصحفية للأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين تميل إلى فئة الذكور باستقبال الأخبار والصور من وكالات الأنباء وتوثيق وتوزيع ومتابعة أوامر العمل الصحفي وتتجه بصورة متساوية بين الذكور والإناث باستقبال الأخبار اعتمادا على مختلف المواقع الإخبارية والاجتماعية في حين ترجح الكفة إلى إناث العينة بتحويل الأخبار إلى محررين بالأقسام.

✓ توصلت الدراسة إلى أن استخدام الصحفي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي يؤثر في تنمية مهاراته الإعلامية يظهر ذلك في ما أتاحتها من تطوير في القدرات الصحفية بتقديم المعلومات والتحقق

من صدقها وكذا سهولة وسرعة التعرف على مشاكل القراء ومعرفة آرائه، ثم جعل القارئ شريكا أساسيا في صناعة المواد الإعلامية، كما أثرت في وضع معايير للاختيار بين المصادر والمعلومات والوثائق المطروحة ضمن الشبكة.

✓ توصلت الدراسة إلى أن استخدام الصحفي الجزائري للهواتف النقالة الذكية يؤثر في تنمية مهاراته الإعلامية ويظهر ذلك فيما أتاحه من التعامل الفوري مع المادة الإخبارية، وكذا المشاركة والتفاعل مع الجمهور في صناعة الحدث وأيضا الإمكانيات الهائلة التي يوفرها في تحميل والتخزين والتوزيع، كما أنه ينمي خبرة الصحفي ويوسع مجال التعارف بينه وبين الشرائح الإعلامية، وكذا إعفائه من النزول إلى الميدان نظرا لما يتمتع به من تطبيقات متميزة.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

أفادتنا الدراسة في صياغة المشكلة والفرضيات وكذلك أعطتنا نظرة مبدئية حول كيفية إعداد استمارة الاستبيان. تتفق مع دراستنا في كونها تناولت دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية الأداء لدى الصحفي الجزائري، وتختلف مع دراستنا في كونها ركزت على الهاتف النقال وشبكات التواصل الاجتماعي كمقياس لمعرفة تأثير التكنولوجيا على الأداء الصحفي في حين ركزت دراستنا على تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل عام ودورها في زيادة فعالية الأداء الإعلامي.

2- دراسة خديجة باديس (2014- 2015)

الموسومة بـ "تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي".

❖ مذكرة مكتملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، تخصص

سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام تكنولوجيا الإعلام وتطبيقاتها على أداء المؤسسات الإعلامية بالتركيز على محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون وذلك بقياس درجة مواكبة الإعلاميين الجزائريين العاملين بالمحطة للتقنيات الحديثة وتحكمهم فيها وتحديد انعكاساتها على الأداء الإعلامي، ولمعالجة هذا الطرح قام الباحث بصياغة السؤال الرئيس التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام الحديثة لتطوير الأداء الإعلامي بمحطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون ثم هل يتم توظيف هذه التكنولوجيات بالشكل الذي يخدم الأداء الإعلامي المطلوب في الرسالة الإعلامية؟

التساؤلات الفرعية:

هل تتوفر المحطة الجهوية للتلفزيون بقسنطينة على كل التكنولوجيات الحديثة للإعلام التي تساعد في تطوير الأداء الإعلامي بالمؤسسة؟

ما هي الإضافة التي يمكن لهذه التكنولوجيا توفيرها للعملية الإعلامية؟

هل يتحكم العاملون في مجال الإعلام بالمحطة مجال الدراسة في توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة أثناء أدائهم الإعلامي؟

فرضيات الدراسة:

- تتوفر المحطة الجهوية للتلفزيون بقسنطينة على كل التكنولوجيات الحديثة للإعلام التي تساعد في تطوير الأداء الإعلامي بالمؤسسة.

- يتحكم العاملون في مجال الإعلام بالمحطة مجال الدراسة في توظيف واستعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة أثناء أدائهم الإعلامي.

تمكن تكنولوجيا الإعلام الحديثة العاملين بمحطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون من تطوير أدائهم الإعلامي.

➤ حسب الباحث فإن أهمية الدراسة تكمن في ثلاث جوانب رئيسية هي الجانب العلمي والمعلومات:

ويقصد به ما توفره تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إتاحة إعلامية وعلمية تعطي الصحفي إمكانية الحصول على المعلومة ومعالجتها وإيصالها إلى الجمهور في أحسن صورة. الجانب الاقتصادي: ويقصد به ما توفره هذه التكنولوجيا من الجهد والوقت والمال على الإعلاميين ومؤسساتهم وبشكل خاص في الحصول على المعلومات المطلوبة وكذا معالجتها وإرسالها، مع أكثر فنية في الأداء. الجانب المهني: إذ تظهر أهميته في ذلك الكم الهائل من التغيرات والإفرازات غير المنتظرة التي أحدثها إدخال هذه التكنولوجيات والظروف الجديدة على الأداء الإعلامي بالجزائر، حيث غيرت بشكل ملحوظ في معظم ظروف ومستويات العمل الإعلامي بدءاً من الحصول على المادة الإعلامية وصولاً إلى تسويقها وإنتاجها.

➤ اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي طبقه على عينة الدراسة المتمثلة في 56 مفردة وهم التقنيون والصحفيون والمسؤولون الذين يعملون في المحطة الجهوية للتلفزيون بقسنطينة، استعمل فيها الملاحظة، المقابلة، السجلات والوثائق والاستبيان كأدوات لجمع البيانات من مجتمع الدراسة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ✓ محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون تمتلك إلى حد ما الوسائل التكنولوجية الحديثة.
- ✓ يسعى القائمون على المحطة إلى اقتناء تكنولوجيا الإعلام الحديثة كلما اقتضت الضرورة وناسبت الظروف.
- ✓ تتمثل الإضافات التي أدخلتها تكنولوجيات الإعلام الحديثة على الأداء الإعلامي في أنها أعادت تشكيل النموذج التنظيمي من خلال المساعدة على التكامل الوظيفي.
- ✓ أسهمت تكنولوجيا الإعلام الحديثة في تطوير الكثير من الجوانب المتعلقة بالأداء الوظيفي والتي من بينها: تحسين نوعية الرسالة الإعلامية ، وتسهيل الاتصال بالمسؤولين إلى جانب إعادة بعث التفاعل المهني بين الزملاء.
- ✓ محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون قد شهدت تطورا كبيرا نتيجة توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة في العمل الإعلامي.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

أفادت الدراسة في إعداد استمارة الاستبيان وصياغة مشكلة الدراسة، حيث تتفق مع دراستنا في موضوعها الذي يهدف إلى معرفة دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير الأداء الإعلامي داخل الإذاعة وتختلف معها في عدد أدوات البحث المستخدمة حيث اعتمدت على الملاحظة والمقابلة والاستبيان والسجلات والوثائق وأيضا المنهج المستخدم بينما اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

7. الإطار النظري:

تحدد المداخل النظرية اتجاه الدراسة، لتسهم بدورها في تحديد إطار البيانات المطلوبة وكذا النتائج أو الحقائق المستهدفة، حيث يوفر لنا منطلقا نظريا ومرجعية علمية ومعرفية يستعان فيها طرح مشكلة البحث وتفسير نتائجها فهو يمثل جملة المعارف والخبرات العلمية والمرجعيات المكتسبة في الاقتراب من أي مشكلة بحثية. تتناول دراستنا موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال والدور الذي تلعبه في زيادة فعالية العمل الإعلامي، وعليه يتبين مدى اهتمام الإعلاميين في الإذاعة بتبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال كعنصر مساعد في تطوير الأداء وذلك عبر الممارسة

المتواصلة والسعي للتعرف أكثر على ميزاتهما، وكون الإعلامي هو أداة الوصل بين الجمهور والقناة الإعلامية يتعين عليه القيام بدوره في انتقاء المعلومات ومعالجتها ووضعها في إطارها المحدد مستعينا بالتكنولوجيا لكي يحقق الإشباع ويوصل الرسالة المنتجة للجمهور في حلة يرضاها هذا الأخير، ووفق هذا المنظور كان علينا تبني منطلقات نظرية **القائم بالاتصال** للوصول إلى نتائج المشكلة وتساؤلاتها.

مفهوم النظرية:

هي مجموعة استنتاجات علمية تصف علاقات وظيفية بين متغيرات يتم قياسها أو استقراؤها ويسبق ذلك فرضيات علمية يصنعها الباحث لمعرفة العلاقة بين تلك المتغيرات البحثية بهدف الوصف أو التنبؤ أو التحكم في الظاهرة المدروسة. (العبد الله، 2014، ص272)

نظرية القائم بالاتصال (حارس البوابة):

تعريف القائم بالاتصال:

الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها و قد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فردا آخر كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة و إرسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين. (عبد الحميد:1997، ص91)

نشأة وتطور نظرية القائم بالاتصال:

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كورت ليوين" في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة الإعلامية وتعتبر دراسات"ليوين" من أفضل، الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها متاحا لسلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. (الضالعين وآخرون:2016، ص168)

ومن الحقائق الأساسية التي أشار إليها "ليوين" أن هناك في كل حلقة بطول السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت السلسلة التي تلقاها سيمررها كما هي للحلقات التالية أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما. ومفهوم "حراسة البوابة" يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس

البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف. (مكاوي، السيد: 1997، ص 177)

العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال: . (مكاوي، السيد: المرجع سابق، ص 183، 178)

1- قيم المجتمع وتقاليدته :

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة. وفي بعض الأحيان يغفل القائم بالاتصال تقديم بعض الأحداث إحساساً منه بالمسؤولية الاجتماعية، وحفاظاً على بعض الفضائل الاجتماعية والفردية.

2- المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :

تلعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل العمر، النوع، الدخل، والطبقة الاجتماعية وغيرها من الانتماءات الفكرية أو العقائدية والإحساس بالذات. ويعد الانتماء عنصراً محددًا من محددات الشخصية أنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع المحيط بالفرد كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات .

3- المعايير المهنية للقائم بالاتصال:

يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، كالتوقعات التي تحد دوره في نظام الاتصال. وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه وذلك على النحو التالي :

أ- سياسة المؤسسة الإعلامية:

تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل أكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولتها. وتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، وتلعب هذه العوامل دوراً مهماً وملموساً في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال أن يصبح جزءاً من الكيان العام للمؤسسة.

ب- مصادر الأخبار :

أشارت أغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، كصعوبة استغناؤه عن مصادره، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على

القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية.

ج- علاقات العمل وضغوطه :

يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا. وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي تجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل المجموعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال بحد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق سبق للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وكسب ثقة المتلقين أسباب اقتصادية أو فكرية وعقائدية، ولذلك فإنه على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية، إلا انه يظل لكل منهم معايير الخاصة.

4- معايير الجمهور :

يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها إلى حد ما توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا إيجابيا في عملية الاتصال، ويؤثر تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها. فوسائل الإعلام يجب أن ترضي جماهيرها، ولكي يتحقق هذا يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة من خلال الدراسات الإعلامية. و الخلاصة أن القائم بالاتصال في حاجة شديدة لتحديد جمهوره بدقة، وأن تصوره لهذا الجمهور يؤثر على قراراته تأثيرا لا يمكن أن نقلل من شأنه.

8- تحديد مصطلحات الدراسة:

تعريف الدور:

لغة:

عَوْد الشيء إلى ما كان عليه، الجمع: أدوار. (محمد رضا، 2006، ص718)

جمع أدوار، وهو عند المناطقة: توقف كل من الشيعين على الآخر، وقام بدور أي مشارك بنصيب

كبير. (الفيروزي، 2005، ص252)

الدور هو الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعضه يقال الفسخ دور عمامته (وعند المناطقة) توقف كل من

الشيعين على الآخر جمع الأدوار. (معجم الوسيط، 2005، ص303)

اصطلاحا:

السلوك المميز الذي يسلكه الإنسان في جماعة معينة. أو هو أنماط السلوك التي يسلكها أو يتوقع أن يقوم بها الفرد في الأعمال أو الوظائف التي يقوم بها في جو اجتماعي معين أو في ضوء السلوكيات التي يولكلها إليه دوره. (نجار، 2003، ص877)

هو مجموعة من أنماط السلوك المتوقعة من الشخص الذي يشغل مكانة في نسق اجتماعي. (عبد الجواد، 2009، ص235)

إجرائيا:

مجموعة المهام والوظائف والعمليات التي تقوم بها تكنولوجيا الإعلام الحديثة لتطوير العمل الإعلامي داخل إذاعة جيجل.

مفهوم التكنولوجيا:

لغة:

يرجع أصل كلمة تكنولوجيا إلى اليونانية "technology"، وهي تتكون من مقطعين، المقطع الأول "Techno" ويعني حرفة أو مهارة أو فن أما الثاني "Logy" يعني علم أو دراسة ومن هنا فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم الأداء أو علم التطبيق، أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، وهي علم التشغيل الصناعي. (الصيرني، 2009، ص13)

اصطلاحا:

المجموع الكلي للمعرفة المكتسبة والخبرة المستخدمة في إنتاج السلع والخدمات، في نطاق نظام اجتماعي اقتصادي معين، من أجل إشباع حاجة المجتمع التي تحدد بدورها كم ونوع السلعة/الخدمة. (الزغي، 1998، ص85)

إجرائيا:

التكنولوجيا في مجال الإعلام والاتصال هي اقتناء وتخزين وتجهيز المعلومات في مختلف صورها ومجالات حفظها سواء كانت: مطبوعة أو مصورة، مسموعة أو مرئية و بثها باستخدام الحاسبات الإلكترونية ووسائل وأجهزة الاتصال عن بعد"

مفهوم الإعلام:

لغة:

التبليغ، ويقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم بالشيء المطلوب. (ابن منظور، 1998، ص371)
 المدلول اللغوي أو المعنى السائد لكلمة الإعلام هو "التعبير العملي لتكوين المعرفة والاطلاع والإحاطة لما
 يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه وفي كل مرفق من مرافق حياته، وفي كل ركن من أركان طموحه وهمومه
 وحاجاته". (الفار: 2013، ص28)

اصطلاحا:

تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة. (حمزة، 1965، ص33)
 يعرف سمير حسين الإعلام بأنه: "كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق
 و الأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية
 وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات
 جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق أو المعلومات الموضوعية الصحيحة، عن هذه القضايا والموضوعات
 وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات
 المطروحة". (الضالعين وآخرون، 2016، ص16)

إجرائيا:

عملية جمع الأخبار والحقائق والمعلومات من مصادرها وتنظيمها وإيصالها للجمهور بصيغة سليمة وواضحة
 بهدف الإقناع وضمان الاستجابة.

مفهوم الاتصال:

لغة:

الاتصال والتواصل من مادة (وصل) : وصل الشيء بالشيء وصلاً، وصلة ووصله أي لأمه، ووصل الشيء
 وإلى الشيء أي بلغه وانتهى إليه. و(الوصلَة) : الاتصال وكل ما اتَّصل بشيء فما بينهما وصلَة ووُصلةٌ. (الزاوي،
 1979، ص660)

كلمة اتصال يطلق عليها لفظة Communication ويرجع أصلها إلى اللفظة اللاتينية Communes
 ومعناها باللغة الإنجليزية Commun بمعنى مشترك أو عام. (جوهر: 1984، ص136)

اصطلاحا:

العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لآخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه، وهدف تسعى إلى تحقيقه، ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها. (مرجع سابق:ص8)

الاتصال عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص، بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين، لتحقيق هدف ما، عن طريق الرموز، لتحقيق استجابة ما، في ظرف ما (أو سياق / بيئة اتصالية) بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش. (أبو إصبع:2006، ص14)

إجرائيا:

عملية نقل المعلومات والأفكار والأحاسيس من المرسل إلى المستقبل عبر قناة اتصالية معينة بهدف التأثير في المتلقي وتحقيق التفاعلية.

مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

اصطلاحا:

هي مجموعة التقنيات والأدوات والوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفه المعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي والاتصالي الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الواسطي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة، أو المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور. (بجياوي:2016، ص27)

هي الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها. (مرجع سابق: ص103)

تعني متابعة استخدام معطيات العصر من وسائل وأجهزة ومبتكرات، وتطبيق استخداماتها الحديثة والاستفادة منها في شتى مناحي الحياة الإنسانية، بما في ذلك تأثيراتها في مجال المعلومات والاتصال الإعلامي بمختلف وسائله، قنواته وأجهزته. (بودهان:2015، ص10)

إجرائيا:

مجموع الوسائل والتقنيات التكنولوجية المتطورة التي تدعم إنتاج وجمع المعلومات وتنظيمها وتخزينها وإعادة بثها بشكل منظم سواء في شكل مرئي أو مسموع أو مكتوب وبثها للجمهور وفق نوع اتصالي معين.

مفهوم الفعالية:

يتجه بعض الباحثين إلى تعريف الفعالية بأنها "قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف المرجوة دون أن يكون في ذلك إضعافا لوسائلها ومواردها، أو إجهادا لقدرات أو طاقات أفرادها"، ويعرفها بعضهم الأخر الفعالية بأنها "

القدرة على تحديد نتائج مستهدفة، وتتأثر بمدى النجاح في اختيار واستخدام المدخلات دون إهدار أو إسراف. (عميروش: 2019، ص 22)

هي النشاط التلقائي المؤثر والطبيعي لإتيان الأفعال، نقول فعالية شخص ما أي ما يديه من نشاط والفعالية في علم النفس هي جملة الظواهر النفسية المتصلة بالعواطف، وفعالية الكائن الحي هي جملة سلوكه أو عملياته الفعلية وما يتصل بها من نشاط حركي بيولوجي. (صياد: 2019، ص 7)

وفي مجال الاتصال فإن الفعالية تعني مدى نجاح القائم بالاتصال في ممارسته لمهامه، وتقاس بمدى تأثيره في الجمهور الذين يتوجه إليهم، وفي أداء باقي عناصر العملية الاتصالية بكفاءة عالية. (حجاب: 2004، ص 306)

إجرائيا:

قدرة القائمين بالعمل الإعلامي على أداء الوظيفة الإخبارية وإعداد الرسالة الإعلامية وإيصالها للجمهور والتأثير فيهم بغية تحقيق هدف اتصالي معين.

مفهوم العمل:

لغة:

العمل: المهنة. والفعل جمع أعمال. واستعمله غيره، وأعمل رأيه، واستعمله: عمل به. والعمالة: أجر العمل. (الزاوي: 1979، ص 438)

عمل: بمعنى مارس نشاطا و قام بجهد للحصول على منفعة. (حمودي: 2001، ص 1020)

اصطلاحا:

هو مجموعة نشاطات ذات هدف إجرائي يقوم بها الإنسان بواسطة عقله و يديه و الأدوات و الآلات، و ينفذها على المادة، هذه النشاطات تسهم بدورها في تطويره. (خروف: 2006، ص 70)

الطاقة أو الجهد الحركي أو الفكري الذي يبذله الإنسان من أجل تحصيل أو إنتاج ما، يؤدي إلى إشباع حاجة معينة من الحاجات الطبيعية من السلع والخدمات. (قاسمي: 2011، ص 95)

العمل هو عملية ديناميكية تنجز بين الإنسان والطبيعة يتم تحقيقها عبر استخدام التقنية، وهو يمثل بذلك جملة من الأنشطة ذات الأهداف الإجرائية ينفذها الإنسان على المادة بواسطة عقله ويديه وعبر استخدام الآلة، وتسهم تلك المجموعة من الأنشطة المنفذة بدورها في تطوير أوضاع الإنسان. (شليغوم: 2019، ص 10)

إجرائيا:

ذلك الجهد العضلي أو الفكري الذي يقوم به الإعلاميون بحواسهم أو بواسطة الأجهزة و معدات الاتصال في جمع المعلومات وتنظيمها أو إنتاج البرامج والنشرات لتحقيق هدف معين.

مفهوم العمل الإعلامي:

اصطلاحاً:

هو مجموعة الوظائف والمهام والنشاط المرئية والمسموعة والمكتوبة ، التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة ووطننا ومواطننا وتمثل فاعليته بضرورة اتسام هذه الوظائف والمهام والنشاطات بالموضوعية والمصدقية والتحليل العلمي ، وتمثيل هموم المواطن وتوفير ساحة حرة ومستقلة للتعبير عن الرأي وخدمة مصالح المجتمع.(عبدش:2018، ص21)

سير من الأفعال التي تسمح بإنتاج مادة إعلامية تنشر على الصحف أو تبث عبر الإذاعة أو تعرض على التلفزيون ، ويشمل ذلك شكل المادة الإعلامية ومضمونها.(حاجي:2019، ص24)

إجرائياً:

هو كل الأنشطة التي يقوم من خلالها الإعلاميون بتزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات وإنتاج البرامج التي تخدم مصلحتهم وتلبي حاجاتهم وتنقل آرائهم وتطلعهم عبر منصة حرة للتعبير، مع التحلي بالمصدقية و الامتثال لأخلاقيات الممارسة الإعلامية.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

1. منهج الدراسة:

يعد منهج الدراسة واختياره بمثابة خطوة مهمة للباحث من أجل الوصول لأجوبة حول تساؤلات مشكلة البحث حيث أنه يساعده في تفسير موضوع الدراسة ووضعها في إطارها البحثي الصحيح بعيداً عن التأليف الشخصي بل بالتعرض لميول عينة الدراسة وفق المنهج المتبع من طرف القائم بها، لذلك فالمنهج لا يكون موافق لرغبة الباحث في اختياره ولا لتفضيله منهجاً على حساب آخر بل إن الاختيار الدقيق للمنهج من أجل الحصول على نتائج موضوعية يفرضه موضوع الدراسة والنتائج التي يريدها الباحث في نهاية دراسته.

يتناول موضوع دراستنا " دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة فعالية العمل الإعلامي بالجزائر" وهو ينتمي إلى الدراسات الوصفية التي تفسر الظاهرة قيد الدراسة، لذلك فالمنهج المستخدم في دراستنا هو "المنهج الوصفي التحليلي" الذي يعرف بأنه: "الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحث من خلالها، وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة والمتأثرة فيها، كما تصور العلاقة بين متغيراتها، باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج".(الطائي:2007، ص95)

حيث أن خطوات الاستفادة من المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا تبدأ من تحديد مشكلة البحث التي تتحدد حولها الدراسة وجمع المعلومات المتعلقة بها أولاً، ثم تحديد الفرضيات المبدئية والعمل على إثباتها أو نفيها في نهاية

البحث، كما سيحدد أيضا عينة الدراسة التي سيجرى عليها البحث بحيث تكون ملائمة مع الظاهرة المدروسة ثم نحدد أدوات البحث التي ستستعمل في تجميع المعلومات من مجتمع الدراسة ثم الانتقال إلى مرحلة تجميع نتائج البحث والعمل على عرض النتائج المتوصل إليها بحيث سيتم إثباتها وتفسيرها.

2. أداة الدراسة:

إن الاختيار المناسب لأدوات جمع البيانات وفعاليتها يفيد في نجاح عملية البحث ذلك أن هذه الأدوات أو الوسائل يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث وذلك من أجل الوصول لنتائج مقبولة علميا.

ومن أجل الإلمام بالموضوع اعتمدنا في دراستنا الميدانية على " الاستبيان " كأداة أساسية لجمع المعلومات من مجتمع البحث.

قمنا باختيار الاستبيان كونه من أدوات البحث الشائعة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث ويوفر الكثير من الوقت والجهد.

يعرف على أنه:

" أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب ". (عليان: 2009، ص 91)

حاولنا ربط استمارة الاستبيان بإشكالية البحث وفروض الدراسة وعليه اشتملت على أربع محاور رئيسية هي:

المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: يتعلق بتوفر إذاعة جيغل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي.

المحور الثالث: يتعلق بدرجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي.

المحور الرابع: يتعلق بمدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا.

3. مجالات الدراسة:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في إذاعة جيغل الجهوية التي يقع مقرها في حي موسى بالقرب من مقر الضمان الاجتماعي يحيط بها من الشرق مقر الولاية وجنوبا مستشفى محمد الصديق بن يحيى.

المجال الزمني: تحددت مدة إجراء هذه الدراسة بداية من شهر جانفي إلى غاية شهر جوان من سنة 2021، ابتداءً بالفصل المنهجي ثم الفصل النظري وانتهاءً بالجانب الميداني.

المجال البشري: أجريت الدراسة على العاملين المتواجدين بإذاعة جيجل الجهوية من صحفيين، ويقدر عددهم في حدود 11 عاملا صحفيا باختلاف وظائفهم، هذا العدد القليل للإعلاميين هو نتيجة للظرف الاستثنائي الذي عرفته فترة الانتخابات التشريعية ومشاركة عدد من العاملين بالإذاعة في هذا السباق كمرشحين سياسيين لذلك ونظرا لقصر الوقت كان لابد من توزيع الاستمارات في آجالها المحددة.

4. مجتمع الدراسة:

لكي تكون الدراسة قابلة للإنجاز، لابد من تحديد مجتمع الدراسة الذي سنجري عليه البحث والذي يشمل الإعلاميين العاملين في إذاعة جيجل بقصد الحصول على أجوبة للأسئلة المقدمة لهم للوصول إلى المعلومات التي تخدم أهداف البحث، وعليه قمنا بالاعتماد على أسلوب الحصر الشامل لكل الإعلاميين في إذاعة جيجل.

5. كيفية تحليل البيانات:

بعد حصولنا على استمارات الاستبيان الموزعة على عينة الدراسة قمنا بالاعتماد على التحليل الكمي بتفريغ الاستمارات وتحويل البيانات المتمثلة في إجابات الإعلاميين إلى أرقام على شكل تكرارات لكل سؤال، وجرى تفريغها في جداول إحصائية تحصلنا من خلالها على النسب المئوية المتمثلة لإجابات الإعلاميين. بعد ذلك عملنا على تحليل النتائج المتحصل عليها وتفسيرها وربطها بموضوع الدراسة للتحقق من مدى صحة الفرضيات الموضوعية سلفا.

$$\text{للحصول على النسب المئوية : } \frac{\text{التكرار} \times 100}{\text{مجموع التكرارات}} = \text{النسبة المئوية}$$

خلاصة الفصل:

نستخلص مما سبق أن الهدف الرئيسي من تحديد موضوع الدراسة ومنهجيتها هو إعطاء أفكار مبدئية ورسـم خارطة طريق مفصلة من أجل التقصي الموضوعي للظاهرة محل الدراسة والبحث عن أسبابها انطلاقاً من تحديد الإشكالية التي تعتبر اللبنة الأساسية التي يبنى عليها البحث متبوعة بالفرضيات التي تعطي نتائج مبدئية ومؤقتة حول موضوع الدراسة وكذلك تحديد أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة و الأهداف التي تسعى إليها مع التطرق للمقاربة النظرية التي تتبناها الدراسة، كل هذه الخطوات تعتبر بوابة الدخول في الموضوع من الجانب النظري وال تطبيقي لاحقاً.

الفصل الثاني

تمهيد

أولاً: مدخل مفاهيمي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال

- 1- نشأة تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 2- وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 3- سمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 4- أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 5- مزايا وعيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانياً: العمل الإذاعي.

- 1- مفهوم الإذاعة ونشأتها.
- 2- استوديوهات وفريق العمل الإذاعي.
- 3- الإنتاج الإذاعي: مفهومه ومراحله.
- 4- تطور أداء القائم بالاتصال.

ثالثاً: انعكاسات التطور التكنولوجي على العمل الإذاعي

- 1- تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنظمة البث الإذاعي.
- 2- التحولات المعاصرة في محتوى العمل الإذاعي.

خلاصة

تمهيد:

شهدت الاتصالات في فترة قصيرة تحولاً حاسماً بفضل التطورات التكنولوجية التي طرأت عليها؛ حيث أصبحت تشكل البنية التحتية لما يعرف اليوم بالاقتصاد الجديد واقتصاد المعرفة الذي يعتمد على المعلومة وطرق إيصالها في أقصر وقت وبأقل التكاليف ونظراً للتطور الهائل الذي شهده هذا القطاع ومدى مساهمته في جميع القطاعات باستخدام الأقمار الصناعية والألياف الضوئية، الهاتف النقال وغيره من التكنولوجيات الاتصالية فائقة الدقة والتطور. ونتيجة لهذا التطور الكبير والمميز الذي حققته تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جميع الأصعدة بمختلف المؤسسات بما فيها المؤسسات الإعلامية والطاقت العاملين بها، سنحاول في هذا الفصل تقديم لمحة عامة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال من حيث الخصائص والوظائف وأهميتها التطبيقية داخل المؤسسة الإعلامية.

1- مدخل مفاهيمي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

1- نشأة تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية، حيث أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لا تلي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي. وقد بذلت محاولات عديدة لاستغلال ظاهرة الكهرباء بعد اكتشافها، وظهر العديد من المخترعات الجديدة نتيجة استغلال الطاقة الكهربائية. (مكاوي:1993، ص43)

شهد عام 1824 اكتشاف العالم الإنجليزي "وليم سترجون" الموجات الكهرومغناطيسية، واستطاع "صمويل مورس" اختراع التلغراف في عام 1837، وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على النقط والشرط وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر.

في عام 1876، استطاع "غراهم بل" أن يخترع التلفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدماً نفس تكنولوجيا التلغراف، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلاً مطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهز حين تصطدم بها الموجات الصوتية.

في عام 1877، اخترع "توماس أيدسون" جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني "إميل بر لنجر" في عام 1887، من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

تمكن العالم الإيطالي "جوجليلمو ماركوني" من اختراع اللاسلكي في عام 1896 وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبياً بدون استخدام الأسلاك. (حمدي، قرناي، بوسعدية:2011، ص 04-05)

كذلك بدأت تجارب التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أواخر العشرينات مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب علمية في مجالات الكهرباء، والتصوير الفوتوغرافي، والاتصالات السلكية واللاسلكية.

شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا والإعلام والمعلومات ما يتضاءل أمامه كلما تحقق في عدة قرون سابقة ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات ببعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية، وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخم في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات وثورة الاتصال، وتتجسد في تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام. (سعودي، بوجردة:2018، ص44)

كانت قمة الثورة في الاتصال ظهور الأقمار الصناعية في نهاية الخمسينيات (وخاصة بعد نقل الألعاب الأولمبية من طوكيو عام 1964)، تلتها اختراعات أخرى كالفيديو عام 1964 والتلفزيون بواسطة الكابلات مطلع السبعينات التي عملت على زيادة وضوح الصورة والصوت وعدد البرامج والقنوات. في أواخر السبعينات ظهرت وسائل جديدة للاتصال تولدت عن الربط بين مختلف الوسائل من تلفزة ومعلوماتية واتصالات قصيرة المدى... كانت سابقا تتطور تطورا منفصلا وفي منافسة شديدة تكاد تكون إقصائية. وقد أدى هذا التوجه الجديد إلى تغيرات جذرية على جميع المستويات: الإنتاج، المعالجة، التوزيع، ومنها الربط بين الهاتف والكمبيوتر والتلفزيون والفيديو، وهو الأمر الذي نتجت عنه إمكانيات جديدة للاتصالات الاجتماعية، أدت في الثمانينات إلى ما نسميه بوسائل الاتصال الجديدة، والتي تتمثل أساسا في تطوير الأقمار الصناعية، الكابلات، الفاكس، الفيديو تكست، التلتيكست، الفيديو دسك، التلفزيون عالي التحديد والرقمية، الأشرطة والأقراص المضغوطة... وإلى عدد لا متناه من إمكانيات التركيب المتعدد الوسائل والتقنيات والأبعاد، تمثلت أهم تطبيقاته الحالية في الجمع بين التلفزيون والإعلام الآلي والهاتف والإنترنت. (دليو:2010، ص48)

يمكن تمييز تطور الاتصال من خلال خمس ثورات أساسية، تتمثل الثورة الأولى في تطور اللغة، والثورة الثانية في تدوين اللغة، واقتزنت الثورة الثالثة باختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، وبدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة في القرن التاسع عشر من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية، والتلغراف، والتلفون، والتصوير الضوئي، والفونوغراف، والسينما، ثم ظهور الراديو والتلفزيون في النصف الأول من القرن العشرين. أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري، في حيز صغير للغاية، وبسرعة فائقة. كما تمثلت ثورة الاتصال الخامسة في استخدام الأقمار الصناعية لنقل البيانات والصور والرسوم والصوت عبر الدول والقارات بطريقة فورية. (مكاوي، مرجع سابق: ص52)

2- وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

1-2- وظيفة التوثيق :

لعبت تكنولوجيا الاتصال ممثلة بالحاسوب و الأقراص المضغوطة و آلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال و الإعلام و ذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية التطبيقية والعلمية والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام بتناولها لعمليات التجميع و وضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته و تصنيفه ثم الإعلام عنه ليتحقق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد. (قفصي، العلمي:2018، ص35-36)

2-2- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي:

حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه و لكن من خلال المحادثات و البريد الالكتروني و الحوارات مع آخرين لا يعرفون بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع و حاجاته بدءا من الصداقات الجديدة مع الآخرين من ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهذه الثقافات ذاتها و التجول خلالها بما يلبي حاجات الفرد. (قفصي، العلمي: المرجع السابق، ص35-36)

2-3- التعليم عن بعد (عن طريق الشبكات):

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. (باديس:2015، ص39-40).

2-4- مصدر للمعلومات والأخبار:

تتصدر وسائل الإعلام 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 تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة لذا فإنه ليس من الغريب أن يتم الاستفادة من خصائص تكنولوجيا الإعلام كمصدر هام للمعلومات وأهمها شبكة الإنترنت، وليس غريبا أن تتصدر هذه الوظيفة كافة الوظائف الأخرى لدى كل الفئات والجماهير والعاملين في مجالات الإعلام 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 الإعلام الحديثة. (باديس: المرجع السابق، ص39-40)

2-5- 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 والإعلان تجدد صدق كثير لدى المعلنين وخصوصاً للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول إليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى. (الغالي، العسكري: 2006، ص241)

2-6- الخدمة الإعلامية المتكاملة وفورية الاتصال:

من خلال ما توفره مختلف المواقع الإعلامية والإخبارية 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 الإطلاع على محتوياتها والتفاعل معها في نفس الوقت. (عبد الحميد: 2004، ص132)

عملت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديدة على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة) والقدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجز الزمان والمكان. (حمدي، قرناي، بوسعدية: مرجع سابق: ص11)

2-7- تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة ، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي ساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجالات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين. (عبد الحميد: 2007، ص52)

2-8- وظيفة إنتاج المادة الصحفية وجمعها الكترونياً: (بوالغنس، زعيمش: 2018، ص46)

ومن بين وسائلها الحاسوب الآلي، وقواعد المعلومات وشبكة المعلومات العالمية والتصوير الإلكتروني، والأقمار الصناعية والمساحات الضوئية والاتصالات السلكية والألياف البصرية.

2-9- وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها :

وتقوم مصارف المعلومات وشبكاتهما ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدججة في توثيق أرشيفها ووثائقها، وهي تساعد على البحث في المعلومات واسترجاعها بشكل سريع.

10-2-وظيفة نقل المعلومات الصحفية ونشرها وتوزيعها: مثل الفاكس والأقمار الصناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية والشبكات الرقمية وشبكات الألياف والكابلات.

11-2- وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقميا: ومن بينها الحاسوب الآلي والنشر الإلكتروني سواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أم مصورة أم مرسومة فان هناك العديد من البرامج التي تتعامل ومثل هذه المعلومات وتعالجها.

12-2- التحول من الصوتي إلى الرقمي: بعد استخدام شبكات الهاتف لنقل بيانات الكمبيوتر تضاعفت الحاجة لتبادل البيانات وانقلب الوضع فأصبحت الشبكات تصمم أصلا لنقل البيانات أصبحت المكالمات الهاتفية عملا ثانويا لها، وأدي نقل البيانات رقميا إلى تحسن واضح في مستوى الخدمات خاصة فيما يتعلق بتقليص حجم معدات الاتصال والتخفيف من حجمها. (بوجردة، سعودي:مرجع سابق، ص60)

3- سمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

1-3- التفاعلية :

تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب)، ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ "المشاركين" بدلا من "المصادر". (علم الدين:2005، ص177)

2-3- قابلية التحويل:

قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية. فالحدود أو الفوارق أو السمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض، قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقة إلى الزوال، فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما، شاشة التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو كاسيت وعلى الاسطوانات المدججة على الرغم من اختلافها في الشكل. (علم الدين:المرجع السابق، ص177)

3-3- اللامَجَاهيرية:

ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه إلى مجموعة من الأفراد أو قد توجه إلى فرد بعينه، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها، ومثال ذلك محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم برامج متنوعة حسب طلب المشترك ورغباته. (شطاح:2006، ص 26)

3-4- التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك. يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة، ونظراً إلى كون الإشارات الرقمية إما صفراً أو واحداً دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاء وخالياً من التشويش، وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما أن تكون نقية تماماً، أو أنها لا توجد أصلاً؛ وذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين صفر وواحد ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر .

ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب (الكمبيوتر) وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي، تكمن أهمية ذلك في أن معظم وسائل الإعلام أصبحت تعتمد بشكل متزايد على الحاسوب (الكمبيوتر)، ومن المتوقع أن تصبح أجهزة البث والهاتف وشبكات المعلومات جميعها رقمية في المستقبل. إن النظام بمرونته فهو عند استخدامه لنقل (OFF-ON) الرقمي المعتمد على مبدأ الفتح والإغلاق الصوت أو النص أو الفيديو لا يفرق بين تلك المعلومات بل يتعامل معها جميعها في مجرى واحد مما يجعل تخزين الرسائل وتحريرها ونقلها واستقبالها يتم بسرعة.

المشكلة التي تواجهها عملية التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي هي أنها تتطلب إجراء عملية تغيير وإحلال لمعظم الأجهزة الحالية من هواتف وكاميرات وغيرها من أنظمة الاتصال التي مازالت تعمل وفق تكنولوجيا القرن التاسع عشر التماثلية (شيخاني:2010، ص 445).

3-5- الشبوع أو الانتشار:

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية. وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلاً، وفي رأي (ألبن توفلر) أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل - لا ليقصي - من هم أقل ثراء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها. (شيخاني: المرجع السابق، ص 447)

3-6- قابلية التوصيل والتركيب:

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك : وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه، فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صنع شركة "إيستون" "Eston" والديمو من صنع شركة "نكست ويف" "NEXT WAVE" والرأس من صنع شركة "شارب" "sharp". (بولعويدات:2008، ص83)

3-7- التوجه نحو التصغير :

نتيجة الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة النقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة تلفزيون الهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعة الكترونية. (محداب، شيرانة:2017، ص41)

3-8- الكونية:

التطور السريع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن القدرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم الآن، إنه بوجود وسائل الإعلام والاتصال لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائل المعلومات والإعلام متخطيا الحدود الجغرافية عابرا فوق الحدود الوطنية. (عبد النبي:1990، ص81-82)

3-9- الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها:

إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي. (عبد النبي:المرجع السابق، ص81-82)

3-10- اللا تزامنية: (عبد الوهاب:2005، ص88)

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها فيوقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة إلى وجود مستقبل الرسالة. أي أن الفرد ليس مقيد بوقت محدد، وإنما يمكنه إرسال واستقبال الرسائل في الوقت الذي يناسبه وليس على المشاركين استخدام النظام في آن واحد.

3-11- خاصية التميع والسيولة:

فالمعلومات لها قدرة هائلة على الصياغة فمثلا يمكن تمثيل المعلومات نفسها في صورة قوائم أو أشكال بيانية أو رسوم متحركة أو أصوات ناطقة.

3-12- سهولة النسخ :

حيث يستطيع مستقبل المعلومة نسخ ما يتلقاه من معلومات بوسائل يسيرة، وإن كان ذلك يتعارض في بعض الأحيان مع حماية الحقوق الفكرية للآخرين.

3-13- القابلية الحركية:

تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان ثم نقلها إلى الآخر أي يمكن لمالك هذه الوسائل استخدامها في أي مكان من تنقله مثل الهاتف النقال المدمج في ساعة اليد كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.

3-14- تقليص الوقت والمكان : (رايس:2008، ص 30-31)

فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن إلكترونيا متجاوزة كما تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بيسر وسهولة كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات أو نقلها.

3-15- تكوين شبكات الاتصال:

تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات ببقية النشاطات الأخرى.

لخصها الباحث "الدناني" بصفة مختصرة واعتبرها نفسها سمات مجتمع المعلومات وهي:

- 1- أن المعلومات غير قابلة للاستهلاك أو التحول أو النفثت لأنها تراكمية بحسب التعريف، وأكثر الوسائل فعالية لتجميعها وتوزيعها تقوم على أساس المشاركة في عملية التجميع، والاستخدام العام والمشارك لها بواسطة المواطنين.
- 2- أن سر الواقع الاجتماعي العميق لتكنولوجيا المعلومات، أنها تقوم على أساس التركيز الذهني.

3- أن قيمة المعلومات هي استبعاد عدم التأكد) أي استبعاد الشك(، وتنمية القدرة الإنسانية على اختيار أكثر القرارات فعالية.

4- هيمنة صناعة المعلومات على البناء الصناعي.

5- المنفعة المعلوماتية، من خلال إنشاء بنية تحتية معلوماتية، تقوم على أساس الحواسيب الآلية، المتاحة للناس في صورة شبكات للمعلومات، وبنوك المعلومات. (الدناني:2005، ص58)

بصفة عامة تعتبر هذه السمات من أبرز ما تحمله تكنولوجيا الإعلام والاتصال وقد حملت في مجملها تغييرات كبيرة في نوعية الرسائل الإعلامية وصياغة المعلومات ومستويات الاتصال بين الأطراف الفاعلة فيه إضافة إلى اقتراطها بالسرعة في النقل والرد والمعالجة وأيضا الحركية وتجاوز الحدود إلى أبعد نقطة في العالم.

4- أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

1-4- الحاسب الآلي:

1-1-4 مفهومه:

يعرف الحاسب الإلكتروني بأنه " وسيلة لتجهيز البيانات بمعنى أنه يستلم بيانات كمدخل ويجهزها في صورة معلومات كمخرجات، أي أنه مصمم على أساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلة وتخزينها، ثم إنجاز العمليات الحسابية عليها وإجراء المقارنات المنطقية المتعلقة بها، وأخيرا الإمداد بالمعلومات المطلوبة وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة. (شادي:1983، ص16)

ويعرف بأنه مشغل إلكتروني قادر على أداء معالجات متتابعة، تتضمن العديد من العمليات الحسابية والمنطقية بإتباع مجموعة من التعليمات. (طه:2007، ص310)

2-1-4 أنواع الحاسبات الإلكترونية:

الحاسب الإلكتروني المصغر:

يعتبر من أصغر الحاسبات إلا انه يقوم بكافة العمليات والإجراءات التي تنفذها الأنواع الكبيرة من الحاسبات، كإدخال المعلومات وتخزينها، والإجراءات الحسابية والمنطقية، السيطرة واسترجاع المعلومات بشكل مخرجات. تتراوح أحجام هذا النوع بين الصغيرة جدا والمحدودة الفعالية وبين الأكبر حجما التي تستعمل لمشاريع وأعمال مختلفة. (علم الدين:1990، ص57)

الحاسب المتوسط:

يؤمن الحاسب المتوسط نتائج وإجراءات ومشاريع محددة الحجم ويمكن استخدامه بواسطة شخص واحد أو شخصين في الوقت نفسه. كذلك فإن توزيع المحلات الطرفية terminal وأعدادها محدودة. وتوسع الأعمال والمشاريع تحتاج المؤسسات إلى جهاز أكبر من الحاسب الصغير. (علم الدين: المرجع السابق، ص57)

الحاسب الكبير:

وهو نوعان:

: Mainframe computer

تتصف بأنها ذات معدلات كبيرة أو متوسطة ومصممة أساسا لمعالجة البيانات والمهام العلمية الشائعة. وتعتبر مؤسسة IBM الشركة الرائدة في تصنيع هذه النوعية من الحاسبات الكبيرة والمحتكرة لسوقها ويعتبر هذا النوع من الحواسيب من أكثر الأجهزة استخداما في الشركات الكبيرة والدوائر الحكومية.

:Super computer

أجهزة ذات طاقة ضخمة موجهة للتطبيقات العلمية والبحثية التي تتطلب سرعة عالية جدا في تنفيذ كم ضخم من الحاسبات والعمليات المعقدة جدا وهو أكثر الحواسيب تكلفة وأكبرها حجما. (المزاهرة:2014، ص121)

3-1-4 خصائص الحاسبات الإلكترونية:

تبرزها "منال المزاهرة" فيما يلي:

السرعة:

الخاصية الأساسية التي حدت بالعلماء إلى التفكير في اختراع وسائل تساعدهم على خفض الوقت اللازم لإجراء التجارب والبحوث العلمية، فقد كانت الحاجة إلى الوقت عاملا كبيرا في عدم إكمال العديد من البحوث نسبة لما تتطلبه من عمليات حسابية معقدة وكثيرة.

الدقة:

ترتبط هذه الخاصية بالسرعة، فالدوائر الداخلية للحاسبات المتطورة مصممة بحيث تضمن عدم وجود أي خطأ وإن وجد تشعر المستخدم بحدوثه كي يسهل عليه تفاديه.

الطاقة التخزينية:

تمتاز الحاسبات بطاقة هائلة لتخزين البيانات، حيث يستطيع الحاسب أن يخزن ملايين الوحدات من البيانات والتي كان يتطلب تخزينها يدويا مساحات كبيرة في حيز صغير نسبيا داخل أجهزة التخزين المساعدة. إلى جانب القدرة التخزينية التي توفرها توفر كذلك قدرا هائلا من الوقت في عمليات استرجاع المعلومات.

المرونة:

ميزة المرونة تعني في مجال معالجة البيانات أن الحاسب متعدد الأغراض يمكنه أن يؤدي العديد من الأعمال، ولا يكون قاصرا على عمل معين دون غيره.

2-4 الإنترنت:

1-2-4 مفهوم الإنترنت:

هو تلك الشبكة الالكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر ما وتسمح باسترجاع هذه المعلومات. (ساري: 2005، ص19-20)

وتعرف أيضا على أنها "مجموعة من الشبكات المحلية والعامية تديرها شركات خاصة معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة، ومن شأن هذه الخطوط الهاتفية ربط الشبكات الخاصة والحكومية وكذلك الحواسيب المنزلية بعضها ببعض. إن التسمية العلمية للإنترنت مكونة من مقطعين الأول Inter وتعني الدخول والثاني Net وتعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط الدخول إلى الشبكة. (الدليمي: 2011، ص50)

4-2-2 نشأة وتطور الإنترنت:

لم تصل الإنترنت لما هي عليه الآن بشكل فوري، بل مرت بالعديد من التجارب والتطورات الهامة في مجال الاتصالات الحديثة نتج عنها اندماج العديد من الاختراعات في مجسم موحد حيث كل واحد يكمل الآخر لتصبح المهمة متكاملة الأطراف، فهي إذا جهد امتد لأكثر من نصف قرن توج بميلاد شبكة تواصل عالمية تعرف لدى القاصي والداني. يمكن إجمال مراحل نشأة وتطور الإنترنت فيما يلي:

بدأت فكرة الإنترنت سنة 1957 إبان الحرب الباردة حيث أسست وزارة الدفاع الأمريكية لمشاريع الأبحاث المتقدمة أربا (ARPA) تهتم بتطوير العلوم وكانت ردا على إطلاق الاتحاد السوفييتي لأول قمر صناعي. في عام 1969 أسست وكالة (ARPA) شبكة (ARPANET) ووضعت أربع نقاط اتصال لشبكة "أربانيت" في مواقع جامعات أمريكية منتقاة بعناية. شهد العام 1972 ظهور البريد الإلكتروني (E-mail) والذي طوره "راي توملينسون" صاحبه كذلك في العام نفسه أول عرض عام لشبكة أربانيت في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل. (الدليمي: مرجع سابق، ص53-54)

أما سنة 1979 فقد تم إنجاز أول بروتوكول لمجموعة النقاش (news group)، الذي يتمثل في مجموعات نقاش، تبحث في مواضيع شتى يتم مدها بالمعلومات من جميع نقاط الشبكة.

في سنة 1983 قامت Arpanet بالاعتماد كلية على بروتوكول TCP/IP متخلفة بذلك عن بروتوكول NCP، وتواصلت التطويرات والتحسينات في مختلف البرمجيات وشبكات الإعلام الآلي والإنترنت، حتى عام 1989 أين قام المركز الأوروبي للبحث في الذرة (CERN) بابتكار تقنية عرض معطيات الموزعات على شكل نصوص (HYPER TEXTE) مع إضافة علاقة بين النصوص تعتمد على تقنية (HYPER LIEN) وهي من بين التقنيات التي جعلت الإنترنت تجلب الكثير من المستعملين. (بعزيز: 2011، ص22-23)

مع بداية التسعينات توقفت أربانيت عن العمل وحلت محلها الإنترنت صاحبة الشعبية الكبرى لتتولى المهمة عنها، في سنة 1991 قدمت جامعة مينيسوتا الأمريكية برنامج غوفر "GOPHER" لاسترجاع المعلومات من

الأجهزة الخادمة في الإنترنت وابتداءً من عام 1996 بدأ العالم يتصل بشكل دائم بالإنترنت. (المزاهرة: مرجع سابق، ص 283-284)

في عام 1997 ظهر إنترنت الجيل المقبل (Next Generation Internet) NGI، الهدف منه مضاعفة سرعة الإنترنت حوالي 1000 مرة ويعمل في هذا المشروع كل من وكالة ناسا (NASA) وداربا (DARPA) ومؤسسة (NSF) إضافة إلى وزارة الطاقة الأمريكية، ثم في عام 1999 ظهرت إنترنت 2 (Internet 2) برعاية اتحاد الجامعة والمؤسسات للتطوير المتقدم لشبكة الإنترنت ويعمل على تطويره أكثر من 170 جامعة و60 شركة عالمية في قطاع تكنولوجيا المعلومات إضافة إلى إشراك الحكومة الأمريكية. (الدليمي: مرجع سابق، ص 56)

4-2-3 خصائص الإنترنت:

التفاعلية:

تتجلى في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنترنت، كالتخاطب الفوري وخدمات البريد الإلكتروني، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التحوار مع كاتبه، أو إرسال رسالة إليه، الأمر الذي يعطي عنصر رجوع الصدى سمة الفورية. (المزاهرة: مرجع سابق، ص 304)

الوسائط المتعددة: (الشمالية وآخرون: 2015، ص 37-39)

تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة، لتوصيل الأفكار والمعاني.

سرعة الحصول على المعلومات:

توصف شبكة الإنترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه.

سهولة الاستخدام:

تعد هذه الخاصية أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة.

النصية الفائقة (HTML):

لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق ونصوص مترابطة يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر، وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع لآخر على الشبكة في الحال. (الساوي: مرجع سابق، ص 372)

- قدرة شبكة الإنترنت على الوصول إلى أبعد نقطة في الكرة الأرضية، لتغطي بذلك مختلف المناطق الجغرافية، وتفسح المجال أمام عوامة المعلومة.

- تتميز شبكة الإنترنت بأنها شبكة مفتوحة، ليست ملكا لأي جهة، الأمر الذي يحول دون تركز المعطيات في يد مؤسسة واحدة من جهة، ويجنب السيطرة على الشبكة من قبل أي كان من جهة أخرى. (بعزيز: 2011، ص 27)

4-2-4 خدمات الإنترنت:

خدمة البريد الإلكتروني:

البريد الإلكتروني عبارة عن تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية أو الصوتية أو الصور المرئية. وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطى المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية والتواصل مع الآخرين.

خدمة التراسل الفوري:

هي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الإنترنت بين شخص وآخر، وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الإنترنت. (الشمايلة وآخرون: مرجع سابق، ص 21-25)

خدمة مجموعة الأخبار:

عبارة عن نظام حاسوبي لإيداع الرسائل العامة والخاصة. ويعمل بنفس عمل المنتديات الإلكترونية العامة العادية، ومجموعة الأخبار يتم تشريعها وتوزيعها بالإنترنت عبر خدمة تدعى User Net وهو مصطلح مركب من كلمتين: User مستخدم، وشبكة Net وهي من أقدم الأجزاء المكونة للإنترنت وأكثر منها أهمية، وتشبه حلقات النقاش التي تعقد في الأماكن العامة أو الخاصة، ويمكن فيه التعرض لأي موضوع من الموضوعات بمزيد من الفحص والتدقيق والمناقشة على نطاق واسع. (حمدي وآخرون: مرجع سابق، ص 77)

خدمات الأرشفة:

نظرا لوجود العديد من الملفات المتاحة لمستخدمي الإنترنت فإن خدمة الأرشفة تساعد على الوصول إلى الملفات التي يريدونها المستخدم فإذا كان هناك ملف ما سمعت عنه فإن خدمة الأرشفة تحدد الموقع الذي يحتوي على هذا الملف وعند الوصول إلى موقعها يمكن استخدام خدمة FTP لتحميل هذه الملفات في جهازك. (صابات، عبد العظيم: 2001، ص 523)

خدمة التلنت TELENET :

تعرف أيضا بخدمة الربط عن بعد والتلنت عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يتصل بجميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم وأن يرتبط بها، وهي خدمة تجعل من حاسوب المستخدم زبونا CLIENT للتلنت، وذلك لكي يمكن من الوصول إلى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خدمات التلنت الموجودة في أي مكان بالعالم. (عليان: 2003، ص120)

خدمة نقل الملفات FTP:

تمكن هذه الخدمة المشترك من استعمال الملفات الموجودة على شبكة الإنترنت ونقلها من خلال مزود الخدمة. والملفات يمكن أن تكون وثائق أو برمجيات أو ملفات وسائط متعددة أو أي شيء آخر. والنظام المستخدم لنقل الملفات يسمى بروتوكول نقل (FIL TRANSFER PROTOCOL) أو اختصار (FTP). (صوفان، بوراوي: 2017، ص79)

الألعاب GAMES:

إن ألعاب الكمبيوتر موجودة ومتوفرة بالنسبة لأي حاسوب شخصي دون الحاجة إلى الإنترنت لكن الألعاب من خلال الإنترنت تمتاز بالتنوع الشديد الذي يتيح لك ممارسة أي لعبة مهما كانت ميولك، كما أن مصادر هذه الألعاب متعددة خلال الشبكة. (حمدي وآخرون: مرجع سابق، ص78)

التعلم الإلكتروني E-LEARNING:

في الوقت الحاضر أصبحت المواد التعليمية والتربوية وعلى كافة المستويات من المدرسة إلى ما بعد الدكتوراه متوفرة على مواقع الويب، وتتراوح الأمثلة من خلال المدرسة وبرامج المدرسة العليا، الجامعات الافتراضية إلى علوم الدراسات العليا (الدكتوراه) ومثال ذلك هو ما يعرض على موقع (GOOGLE) الذي يساعد في الدراسة الخارجية، والمساعدة في إعداد التقارير والبحوث وغيرها من المهام أو المسائل العلمية التي يرغب الطالب أو الباحث الحصول عليها. (صوفان، بوراوي: مرجع سابق، ص81)

3-4 الهاتف النقال:

1-3-4 مفهوم الهاتف النقال:

الهاتف النقال عبارة عن جهاز اتصالي صغير الحجم مربوط بشبكة الاتصالات اللاسلكية والرقمية يسمح ببحث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية عن بعد وبسرعة فائقة ونظرا لطبيعة مكوناته الالكترونية واستقلاليته العلمية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف بالنقال أو الجوال أو المحمول ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو التنقل المتطور للهاتف التقليدي الثابت أو الخيطي الذي كانت طرفياته موصلة بشبكة من الخيوط لا تسمح بنقله إلا لمسافات محدودة. (دليو: 2003، ص170)

2-3-4 تطور الهاتف النقال:

عموماً يمكن أن نلخص تطور الهاتف النقال من خلال ظهور أربع أجيال: (المبارك: 2017، ص 40-41)

الجيل الأول:

التي بدأها هاتف موتورولا DYNATAC 8000 X، كانت شبكات الاتصالات تستطيع نقل المستخدم بين مراكز الاتصالات اللاسلكية أثناء تنقله وكانت هواتف هذا الجيل تتميز بحجمها الضخم ووزنها الكبير.

الجيل الثاني:

بدأ تحول شبكات الاتصالات إلى الشكل الرقمي وأصبحت الأجهزة صغيرة الحجم ووزنها يتراوح ما بين 100 و 200 غرام وأشكالها مقبولة لدى المستخدمين، وأرسلت أول رسالة نصية في العالم عام 1992 وقدم هذا الجيل القدرة على تحميل المحتوى على الجهاز.

الجيل الثالث:

تتيح للمستخدم الاتصال بالإنترنت وتبادل الرسائل الإلكترونية بسرعات جيدة، وكانت اليابان البلد الأول الذي قدم هذه الشبكات عام 2001.

الجيل الرابع:

أطلقت مؤخرا، وهي الشبكات التي تسمح بنقل البيانات من وإلى الهاتف، والاتصال بالإنترنت بسرعات كبيرة جدا مقارنة بالسابق الأمر الذي سيفتح مجالا أمام المزيد من الخدمات والقدرات الإبداعية مثل مشاهدة عروض الفيديو والتلفزيون بشكل مباشر وبوضوح مرتفع دون انقطاع، وبأسعار منخفضة. تم تشغيل هذه الشبكة لأول مرة في مدينة شنغهاي الصينية حيث وصلت سرعة نقل البيانات إلى 101.3 ميغابايت لأجهزة الهاتف.

3-3-4 خدمات الهاتف النقال:

خدمة الرسائل القصيرة SMS:

الرسالة النصية القصيرة: هي رسالة مكتوبة تكتب عن طريق لوحة أزرار الهاتف المحمول و ترسل عبر شبكاته. تسمح لمستخدميه بتبادل رسائل نصية قصيرة فيما بينهم بحيث لا تتجاوز حروف الرسالة الواحدة 160 حرفا، وتعتبر خدمة الرسائل النصية القصيرة اقتصادية، ومسلية، ووسيلة سهلة للاتصال بشخص آخر على هاتفه المحمول في أي مكان. (دوادي: 2014، ص 118-119)

خدمة الوسائط المتعددة MMS:

هي خدمة إرسال و استقبال الرسائل المصورة أو الملفات الصوتية أو ملفات الفيديو، وكذلك الرسائل النصية و محتوي أكبر مما هو عليه في الرسائل القصيرة SMS فهي امتداد أو تطور لتقنية الرسائل بوجه عام، و ما يميزها عن الرسائل القصيرة العادية أنها تتيح للصحفي إمكانية إرسال محتوى يصل حجمه إلى 100 كيلو بايت في الرسالة الواحدة بينما لا يتعدى حجم الرسالة القصيرة 140 بايت فقط. إن خدمة رسائل الوسائط المتعددة

MMS مثل خدمة الرسائل النصية القصيرة تقوم بتوصيل الرسائل الشخصية بشكل تلقائي وفوري كما تتيح خدمة MMS إضافة الصوت والصور وغير ذلك من العناصر الرائعة التي تحول الرسالة إلى مسموعة ومرئية. (دواي: المرجع السابق، ص 118-119)

خدمة البلووث:

هي عبارة عن تقنية للتواصل عبر موجات الراديو وبروتوكول اتصالات، صممت لإحلال الربط بين الأجهزة المختلفة، بواسطة الأسلاك بأسلوب وطريقة جديدة تعتمد على الاتصال اللاسلكي، ويغطي البلووث مساحة جغرافية تمتد من المتر الواحد إلى المائة متر وذلك يعتمد على طبيعة الجهاز المرسل والمستقبل، حيث يمكن البلووث الأجهزة الموجودة في إطار تغطية الموجات من الاتصال مع بعضها البعض. هذه الأجهزة في الحقيقة تستخدم موجات الراديو في الاتصال بينها لذلك لا يشترط بوجود الأجهزة في صف واحد. (المبارك: مرجع سابق، ص 44)

خدمة التراسل بالحزم العامة للراديو GPRS :

كلمة GPRS هي اختصار لجملة General Packet Radio Services، وتعني التراسل بالحزم العامة للراديو، وهي من التقنيات المبتكرة لنقل البيانات، وتستخدم في الوصول للمعلومات عبر أجهزة الهواتف النقالة المتوافقة مع هذه التقنية، ويميز هذه الخدمة كونها تؤمن اتصالاً مستمراً ودائماً بشبكة الإنترنت. (المبارك: مرجع سابق ص 44)

خدمة الواب WAP:

بروتوكول التطبيقات اللاسلكية (WAP) هو بيئة تطبيق للأجهزة اللاسلكية (أجهزة الهواتف المحمولة أو المساعدين الرقميين الشخصيين وما إلى ذلك) يركز على متصفح صغير قادر على معالجة المحتوى وعلى بروتوكول اتصال يغطي قناة التواصل كلها، مصمم للسماح بالوصول للإنترنت والخدمات الهاتفية المتقدمة من خلال تقنيات مستقلة. مجالات تطبيقات خدمة الواب واسعة لأنها لا يمكن أن تغطي مجال يجمع بين التنقل والمحتوى مما يجعل من الممكن الوصول إلى جمهور كبير جداً. (NOUALI ET AUTRS:2003, P34)

4-4 الأقمار الصناعية:

1-4-4 مفهوم الأقمار الصناعية: هو عبارة عن جهاز استقبال وإرسال، يسير في مدار الفضاء الخارجي، خارج الجاذبية الأرضية ويسير مع دوران الأرض وهو قادر على إعادة نقل الإشارات إلى نقطة أخرى على سطح الأرض إذ يعتبر نوعاً من سفن الفضاء يدور مع دوران الأرض. (البكري: 2003، ص 100)

2-4-4 تطور الأقمار الصناعية:

بدأ ميلاد الأقمار الصناعية عام 1957 بإطلاق أول قمر صناعي سوفيتي باسم سبوتنيك (sputnik)، وعلى مدار منخفض أطلق عليه سبوتنيك واحد يرسل إشارات لاسلكية منتظمة إلى الأرض على تردد 31.5 ميغاهيرتز،

وبمعايير اليوم فقد كان تابعا فضائيا متخلفا ولكنه بكل المقاييس أيضا إنجاز عظيم يمثل أول انطلاقة للإنسان للسيطرة على الفضاء.

في عام 1958 قامت وكالة الفضاء الأمريكية ناسا (NASA) بإطلاق القمر الصناعي (SCORE) وتلاها في عام 1960 إطلاق قمرين تجريبيين Echo1 + Echo2 وكانا مختلفين وسالبين. في عام 1962 وافق الكونجرس على إنشاء هيئة يتم تمويلها بالاكتتاب العام ويشارك الجمهور في شراء أسهمها، والتي أطلق عليها اسم هيئة تطوير الاتصال بالأقمار الصناعية، كما قامت الو.م.أ بإطلاق قمرين آخرين عام 1962 باسم تليستار TELESTAR، وقد سجل القمران أول تجربة ناجحة للبث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية عبر المحيط. (المزاهرة: مرجع سابق، ص180)

وقد استغلت صناعة التلفزيون خلال عقد الستينات فرصة استخدام هذه التكنولوجيا في بث البرامج، وتم نقل وقائع الدورة الأولمبية في طوكيو عام 1964 إلى كل أنحاء العالم عبر القمر "تليستار". كما تم إنشاء المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية INTELSAT وهي عبارة عن جهود دولية مشتركة للسيطرة على الاتصالات الفضائية، ففي 6 أبريل 1965 أطلقت هذه المنظمة القمر الصناعي EARLY BIRD كأول قمر مداري لها ثم تبعه سلسلة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الكرة الأرضية بشكل متزامن. وبداية من سنة 1967 إلى غاية 1974 ظهرت ثلاث أجيال من أقمار INTELSAT وتميزت بالتغطية الواسعة للاتصالات والبث، وخلال سنوات الثمانينات من القرن الماضي برز الجيل الخامس الذي فاق الأجيال التي سبقته تطورا. (مكاوي:1997، ص101-103)

3-4-4 أهمية الأقمار الصناعية:

هناك العديد من الأمور التي تجعل من القمر الصناعي مهماً، رغم كل التطور والتكنولوجيا الذي توصل إليه العالم في القرن الواحد والعشرين، ومنها الآتي:

- **فعالية التكلفة:** حيث إن تكلفته ثابتة، لا تتأثر بعدد المستخدمين، أو المسافة.
- **متاح عالمياً:** تغطي الأقمار الصناعية جميع المساحات البرية ولها القدرة على تغطية المناطق البحرية أو حتى الجوية في العالم.
- **الدقة العالية:** يمكن الوثوق بالأقمار الصناعية؛ لأنها تعمل دائماً حتى لو حدثت مشاكل في البنية التحتية الأرضية.
- **الأداء المتفوق:** تتميز الأقمار الصناعية بالسرعة العالية والتحكم الشامل والانتظام نسبة للشبكات ثنائية الاتجاه، لذلك يزيد استخدامها من قبل الشركات والحكومات، والجدير بالذكر أن القمر الصناعي يعتبر مثالياً لتطبيقات البث كالتلفاز وغيره.

- إمكانية توسعة الشبكة: يوفر القمر الصناعي سهولة إضافة مواقع استقبال إضافية في غضون ساعات في حال توفر المعدات الأرضية. تعدد الاستخدامات: تدعم الأقمار الصناعية جميع أشكال الاتصالات من نقاط التحقق من سلامة البيع البسيطة حتى الوسائط المتعدد عريضة الموجة. (أنوار عمر: https://mawdoo3.com/%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%A6%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%85%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A)

5- مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

5-1- مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تتلخص هذه المزايا في:

عملها على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره من جهد ووقت ومال، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر، كما حدث من استهلاك الورق خصوصا بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرص كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية، كما أنها تزيد من المعرفة والتعليم فبواسطتها يستطيع القائم بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي، علاوة على أنّ عالمية الإعلام يمكن أن تمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وعي إنسان هذا العصر، وساهمت التكنولوجيا في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية، ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات، فهي تتيح سرعة بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة.

وعموما فإنّ أهم المزايا أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قدمت لمستخدميها أبعاداً ثلاث هي: (خليل، خوالد: 2015، ص 25-26)

البعد الزمني :

حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حدّ إلغاء الفرق بين زمن البث وزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.

البعد المكاني :

حيث وفرت كما هائلا من المساحة لتخزين المعلومات ونقلها، كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.

البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي :

حيث أتاحت " ثورة الاتصال " للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيا، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.

تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تقديم المعلومات التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجال، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين. (بوالغنس، زعيمش: 2018، ص62) .

عملت تكنولوجيا الاتصال والإعلام على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية، وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية إلى مطبوعة) وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان . (بوالغنس، زعيمش: المرجع السابق، ص62)

الاستعانة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في التشخيصات الطبية وتطبيق القوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية واستخداماتها لوظائف جديدة في العمل، كما اعتبرت المسئولة في ارتفاع المستوى المعيشي في زمن وجيز، حيث وفرت الوقت للعديد من الأفراد وقضت على العديد في المهام المتعبة والمملة، وبصفة عامة رفعت من مستوى جودة أداء الأعمال الحياضية .

عملت على توفير أكبر قدر من التسهيل في تخزين المعلومات وتراكمها ونقلها بإمكاننا من خلالها أن ندير الأعمال وندرس العالم ونستكشف ثقافته المغايرة ونختار أصدقاء جدد يماثلوننا في اهتماماتهم كذلك توفر لنا ميزات أوسع فيما يتعلق بجميع الأشياء والعلاقات من الخدمات والربح الاقتصادي إلى الأفكار والنظريات والقيم الإنسانية لما يوسع إمكاناتنا الإنسانية والمادية ويفتح إحساسا بالهوية. (بوالغنس، زعيمش: مرجع سابق، ص63)

عيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في خلق العديد من المشاكل في حياة البشر منها ما حصل للفرد ومنها ما تسبب في مخاطر بيئية ومن هذه المخاطر والسلبيات نجد:

حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوربية والدول العربية، فان لم تتسارع الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية والإعلامية الجديدة فان هناك خطر احتمال زيادة تهميشها، وزيادة حدوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية إقليمية.

اندماج تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات في منظومة واحدة وهو أخذ الأدوات الرئيسية للعوالم الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية، وأيضا كان رأينا تأييدا أو قبولا، أو نقدا أو اعتراضا فان

ذلك لا يغير في الأمر شيئاً، وهذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا يتنفسون هواء جماعياً علمياً إلى درجة كبيرة.

إن خطورة تكنولوجيا الاتصال والإعلام تتجسد من خلال تفكيك الثقافات والغزو الثقافي والتلوث الثقافي وإفساد الثقافات الوطنية، ومسائل الهوية الثقافية لأنه وبكل بساطة أن هذه التكنولوجيات الحديثة لا تعبأ بانتقاداتنا و أخلاقياتنا ولا تنتظر حتى نكمل بقلمنا ونقدنا وتفنيدينا لسلبياتها بل هي تتقدم دون أن تنتظر أن نصبح متهيئين لمعانقتها. (حمدي وآخرون: مرجع سابق، ص15-16)

تهدد تكنولوجيات الإعلام والاتصال البناء السياسي داخل الدول المتقدمة التي تشهد تضخم إمكانات ونفوذ المؤسسات الخاصة والتي تراعي كثيراً الخدمات العمومية وتكافؤ الفرص الاقتصادية والسياسية والثقافية. (دليو: 2010، ص116)

اندماج تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات في منظومة واحدة وهو أحد الأدوات الرئيسية للعمولة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية وأي كان رأينا تأييداً وقبولاً، أو نقداً واعتراضاً فإن ذلك لا يغير في المرة شيئاً وهذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا يتنفسون هواء جماعياً علمياً إلى درجة كبيرة. (اللبان: 2000، ص05)

كل مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تشير إلى انعدام أو وشوك انعدام قدرة أي جهة أو سلطة على المنع أو على التحكم بسيل المعلومات المتدفق بدءاً من الحكومات وأجهزة المخابرات، وانتهاءً برجل الدين ورب الأسرة وهذا ما يعود بالخطورة على أولادنا وثقافتنا وتقاليدينا. (بولغنس، زعيمش: مرجع سابق، ص61)

2- العمل الإذاعي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال

أولاً: مفاهيم عامة حول الإذاعة والعمل الإذاعي

1- مفهوم الإذاعة ونشأتها:

1-1- مفهوم الإذاعة:

البث المنظم والنشر للأخبار والبرامج والتمثيلات والموسيقى وأي مواد إعلامية أخرى موجهة إلى الجمهور العام، واستقبال ذلك جماهيريا وعمما بواسطة أجهزة استقبال، وبذلك أصبح هذا المصطلح يعبر عن خصائص فن قائم بذاته له مقوماته المادية وجمهوره. (الفار: 2014، ص16)

1-2- نشأة وتطور الإذاعة:

ظهرت الإذاعة مع بداية القرن التاسع عشر ولم يكن ظهورها وليد الصدفة أو نابعا من فراغ بل جاء نتيجة للعديد من الدراسات التي قام بها رواد أوائل في مجالات متعددة وبعد أن تطورت علوم الفيزياء والرياضيات والفلك. حتى استطاع الإيطالي "جوجليميو ماركوني" من اكتشاف الإذاعة الصوتية بعد أن تمكن من ابتكار جديد وهو إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الهواء وسجل ابتكاره هذا عام 1896. (لخضر: 2012، ص52)

كانت الإشارات التي ابتكرها "ماركوني" ليتم الاتصال عبر مسافات قصيرة في إيطاليا، وفي عام 1899 أصبح لدى "ماركوني" القدرة على إرسال الإشارات اللاسلكية عبر القناة الإنجليزية، وفي عام 1901 نجح العالم الإنجليزي "جون فليمينغ" في اختراع الصمام الثنائي الذي يحول الترددات الصوتية إلى الترددات الكهربائية، وفي عام 1906 استطاع العالم الأمريكي "لي دي فورست" اختراع الصمام المفرغ وكان لهذين الاختراعين دلالة كبيرة في تطور الإذاعة المسموعة. (الضبع: 2011، ص154)

و تمكن العالم "ريجينالد فسندين" من إرسال الكلام عن طريق اللاسلكي من المحطة التي أقامها في ولاية "ماساشوسيتس" الأمريكية وفي عام 1906 تحدث "ريجينالد" بواسطة موجات الراديو من برانت روك إلى سفن مبحرة في المحيط الأطلسي. ولم تصبح الإذاعة الصوتية حقيقة واقعة إلا في سنة 1920، حيث "أنشأت شركة "وستنكهوس" محطة إذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد استطاعت تلك المحطة أن تنقل نتيجة انتخاب رئيس الولايات المتحدة "وارين هاردينغ" في نفس الليلة، وقد كان لذلك الحدث ضجة قوية في الصحافة الأمريكية لأنه سجل أول نصر للإذاعة على الصحافة في نقل الأخبار.

ولم يكفد يأتي عام 1922 حتى كان هناك أكثر من 600 محطة إذاعية تبث إرسالها على الهواء في الولايات المتحدة وبعد سنتين ازداد هذا العدد إلى 1400 محطة وكانت غالبية هذه المحطات تقوم على أساس الدعاية التجارية إلى جانب عملها الأصلي. وبعد اختراع الترانزستور تقلص حجم جهاز الراديو ليصبح صغيرا وصار قادرا على الاستقبال بوضوح وفي متناول الجميع. دخلت تحسينات كثيرة على الإذاعات فإلى جانب تقدم البرامج الإذاعية كانت الموسيقى والأخبار الهامة التي تابعها المستمعون وبإنشاء الإذاعات وتوفير أجهزة الراديو أصبح العديد من دول العالم على اتصال دائم، وانعدمت الحواجز الجغرافية والسياسية في بث المعلومات ومخاطبة

شريحة واسعة من الناس وتعتبر الإذاعة أول خطوة نحو ما يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني , الذي تميز بالسرعة والفورية والانتشار الواسع .(الخضر:مرجع سابق، ص55)

2- استوديوهات وفريق العمل الإذاعي:

1-2- أنواع استوديوهات العمل الإذاعي: .(الحطامي: 2015، ص138-137)

هناك أنواع مختلفة من الاستوديوهات الإذاعية حسب الأغراض المخصصة لها وحسب استخدامها من قبل القائم بالاتصال وهي كما يلي:

1-1-2- أستوديو المذيع أو أستوديو التنفيذ(الربط):

من أبرز خواصه أنه صغير الحجم يقدم من خلاله البرامج ونشرات الأخبار والتنفيذ اليومي أو ما يسمى بالربط بين البرامج المقدمة طيلة فترة الإرسال.

2-1-2- استوديوهات الإنتاج والتسجيل:

هي الاستوديوهات التي يتم فيها تسجيل المواد الإذاعية المختلفة وهي أكبر من استوديوهات التنفيذ وتختلف من حيث الحجم حسب الاستخدام وهي معزولة صوتيا وتنقسم إلى:

أ- أستوديو الدراما والتمثيلات:

يتكون من ثلاث استوديوهات بجانب بعضها البعض وقد تعمل في آن واحد إذا لزم الأمر وذلك لإعطاء الأجواء المناسبة لكل مسمع درامي بما يتماشى مع زمن الرنين الواقع وما قد يتطلبه الأداء لإعطاء المستمع انطباع مماثل للواقع بأن الممثل متواجد في أماكن متعددة.

● الجزء الأول من الأستوديو الدرامي:

يتيح انعكاسات عالية للصوت مثل موقف تمثيلي لشخص يقف بين جبلين أو سجين في زنزانة حيث يتيح هذا الجزء صدًى مرتفع للصوت ويطلق على هذا النوع "أستوديو حي" ويستخدم في تسجيل الموسيقى والغناء.

● الجزء الثاني من الأستوديو الدرامي:

يتيح انعكاسات صوتية ضعيفة جدا حيث يقل صدى الصوت إلى أقل درجة ممكنة مثل موقف تمثيلي لشخص يسير في الصحراء ويسمى هذا النوع "أستوديو ميت".

• الجزء الثالث من الأستوديو الدرامي:

يتيح انعكاسات صوتية متوسطة مثل موقف تمثيلي يحدث في مكتب أو في غرفة داخل شقة، حيث توجد انعكاسات صوتية متوسطة ويستخدم في التسجيل الصوتي للأحاديث ونشرات الأخبار والبرامج الحوارية.

ب- أستوديو الموسيقى والأغاني:

في الغالب يكون حجم هذه الاستوديوهات كبيرا ليتسع لفرقة موسيقية كاملة، فهو يتيح انعكاسات صوتية عالية حتى يضيفي الحيوية على الموسيقى والأغاني.

ج- استوديوهات الأحاديث:

تستخدم في البرامج الحوارية والندوات والبرامج الجماهيرية وبرامج إجراء الحوار عبر التلفون وتسجيل القرآن الكريم وهو يشبه أستوديو الربط ويتيح انعكاسات صوتية متوسطة.

2-1-3- أستوديو المونتاج:

هو المكان الذي يتم فيه المونتاج للبرامج الإذاعية من حيث إعادة ترتيب فقرات البرنامج، أو حذف الأجزاء غير المرغوب فيها، أو ضبط وقت إذاعة البرنامج ويتم فيه عمل المزج الصوتي للموسيقى والكلام إذا لم يكن قد تم هذا أثناء تسجيل البرنامج. (عبود: 2020، ص 117)

2-2- فريق العمل الإذاعي:

2-2-1- الكاتب الإذاعي:

يقصد به الشخص المتخصص في كتابة مواد معينة، بحيث تكون جاهزة للتقديم من خلال الراديو او التعرض من خلال التلفزيون. وله مسميات أخرى وهي:

- **المؤلف:** هو الشخص الذي يطلق عليه اسم الأديب أو الفنان أو الصحفي، الذي يكتب مادة إبداعية فيكون المبتكر للمادة هو المؤلف، حيث يندرج تحت هذا المسمى تسميات أخرى منها كتاب القصص والروايات والأحاديث المختلفة.
- **كاتب الحوار:** ويقصد به الذي يتولى إعداد وتهئية القصص لتقديمها إذاعياً، بحيث يتم تحويلها إلى مسامع صوتية في الراديو والتي توازيها بالمشاهد المرئية في التلفاز. فالحوار يقصد به العبارات والألفاظ والجمل المنطوقة التي يتبادلها الممثلون والتي تكشف عن الأحداث والمواقف المتضمنة في القصة.
- **المعد:** هو الشخص المتخصص في معالجة النص بطريقة فنية من النصوص المتوفرة لديه، حتى يتمكن من تقديمها بالطريقة المناسبة، بحيث تتناسب مع خصائص وطبيعة الراديو أو التلفزيون، بالإضافة إلى بعض الجوانب الفنية والترتيبات المختلفة لإنتاج برامج معينة في إعداد العمل الإذاعي. (لبنى مهدي: <https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85/%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%AA%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A/>)

2-2-2- المذيع:

هو الشخص الذي يحترف نقل المعلومات وتقديمها بصوته إلى الجماهير عبر الإذاعة أو التلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة، لذلك لا بد أن يكون قادراً على تلوين صوته تبعاً للمضمون، وأن يكون على ثقافة جيدة ومعرفة بمضمون البرنامج حتى يفيد المستمع.

على المذيع التدريب بشكل مستمر على استخدام طبقات صوته المختلفة، كما تعد القراءة الجيدة أساس المذيع الجيد ويمكن أن يستمع إليه الجمهور على مدى ساعات طويلة من ساعات الإرسال في اليوم الواحد وعلى هذا الأساس يتم اختيار المذيعين بحذر في الراديو، لأن طريقة كلامه ونطقه للكلمات تكون مثلاً يحتذى به المستمعين أحياناً. (عبود: 2020، ص 138)

2-2-3- المخرج:

هو الشخص المسئول عن ترجمة النص الإذاعي إلى معطيات سمعية، يقوم بالعمل عليها مع القائم بالمونتاج من أجل ربطها سوية لتأخذ شكل البرنامج أو النشرة. بحيث لا يغيب حضوره عن البرنامج حتى بلوغ مرحلة ما بعد الإنتاج مما يعني اشتراكه بصورة وثيقة في جميع جوانب مرحلة المونتاج مثل هندسة الصوت وتأليف الموسيقى

والتسجيل ودمج الأصوات كلها في البرنامج الإذاعي، أي المتحكم بعملية الخلق الفني بمراحلها الثلاث: السيناريو والتسجيل أو التصوير والمونتاج. (عيسى: 2020، ص37)

3- الإنتاج الإذاعي مفهومه ومراحله:

3-1- مفهوم الإنتاج الإذاعي:

يقصد به كل ما يتعلق بإنتاج البرامج الإذاعية، حيث يتم من خلاله تحويل فكرة أو مجموعة من الأفكار إلى صوت وصور ذهنية وعلى شكل برنامج إذاعي يهدف إلى توصيل فكرة ما للمشاهدين و التأثير فيهم، و عملية الإنتاج الإعلامي هي تلك العملية الإبداعية التي تحتاج إلى عدة جهود معينة من جانب عدة أشخاص تتوافر لديهم الخبرة المطلوبة في العديد من المجالات مثل الإدارة والتصميم والتخطيط والصوت والهندسة والحوار والتمثيل الدرامي الإذاعي وما إلى غير ذلك من عناصر وتقنيات (بوعون: 2019، ص292)

3-2- مراحل الإنتاج الإذاعي:

3-2-1- تحديد الجمهور المستهدف:

تحديد الجمهور ونوعيته مهم للغاية لأنه إذا كان الجمهور جمهورًا عامًا ، فهذا يعني توجيه البرنامج إلى جميع المستمعين بغض النظر عن العمر أو الجنس أو المهنة ، ولكن إذا كان الجمهور خاصًا ، فهذا يعني توجيه البرنامج إلى فئة معينة من الجمهور مقسمة إلى مجموعات حسب العمر. النوع والمهنة والمكان ، ولا شك أن هذا التقسيم يسمح للمتصل بمعرفة اهتمامات واحتياجات الجمهور ، مما يساعد على توزيعه وتوجيه البرامج المناسبة له. ومن المعروف أن لكل من الجماهير المختلفة وقتًا مناسبًا يمكن معالجته ، حيث يمكن تشغيل برنامج للأطفال في سن المدرسة في العاشرة صباحًا ، لأن معظم الأطفال أو الجمهور المستهدف ليسوا متاحين لتعرض لوسائل الإعلام في ذلك الوقت ، وبالتالي يجب تحديد الوقت المناسب للمجموعة المستهدفة لتلقي البرنامج من أجل الوصول إلى هدفه والوصول إلى أكبر عدد منهم ، اللغة في التي يخاطب بها عامة الجمهور تختلف عن اللغة التي يتم توجيهها بها إلى المجموعة المتعلمة ؛ لذلك ، عندما يعالج البرنامج فئة معينة ، يجب معالجتها باللغة المناسبة حتى تصل الرسالة إلى تأثيرها. (عبد الرحمن:

<https://jawak.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A-5303>

3-2-2- اختيار الفكرة وموضوع البرنامج:

عند كتابة إنتاج إذاعي ، غالبًا ما يخلط الراديو بين الموضوع والفكرة. الموضوع هو المحتوى ، ويمكن أن يكون موضوعًا تاريخيًا أو سياسيًا أو اجتماعيًا أو دينيًا. الفكرة هي وجهة نظر أو الهدف المنشود. مع هذا وأكثر لإخبار الناس ، لذلك يعالج كل كاتب أو مؤلف الموضوع بطريقة الخاصة ويعبر عنه من وجهة نظر معينة.

وليس هناك شك في أن اختيار موضوع البرنامج لا يأتي من فراغ ، ولكن يتم تحديد فكرة البرنامج وفقًا لما تريد إبلاغه للجمهور المستهدف ، ووفقًا للهدف المنشود من أحداثه. من البرنامج ، ومن السهل اختيار موضوع البرنامج بعد تحديد الجمهور المستهدف ، وتم تحديد اهتماماتهم واحتياجاتهم بحيث يكون مطور البرنامج على علم بالهدف الذي يحاولون تحقيقه من خلال البرنامج ، وأما اختيار الفكرة مقارنة بأي برنامج ، فهو ينبع من الحياة اليومية التي تعيش فيها وما يحيط بنا من الأحداث السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية أو غيرها من الأحداث اليومية (عبد الرحمن، مرجع سابق)

3-2-3- الإعداد للبرنامج الإذاعي:

يتوقف نجاح أي برنامج علي حسن الإعداد ويعتبر الإعداد من أهم المراحل التي يمر بها الإنتاج الإذاعي ، غير أن الإعداد الإذاعي في حد ذاته يمر أيضاً بمجموعة من المراحل:

● التخطيط للبرنامج:

بعد أن يتم اختيار الفكرة ، وتحديد الهدف من البرنامج ، وتحديد الوقت الذي يستغرقه البرنامج ، يبدأ بعد ذلك المعد بتحديد الموضوع بدقه وتقسيم هذا الموضوع إلى عناصر يتناولها المعد في البرنامج ، وعلي هذا الأساس يفضل أن يكون مقدم البرنامج هو معد البرنامج لكي يكون أكثر ارتباطاً بالمادة التي يقدمها، ثم يبدأ في صياغة بعض الأسئلة الرئيسية حول المحاور الرئيسية للموضوع بعد أن يضع مجموعه من الأسئلة يرد عليها بنفسه مثل : ما هو الهدف من هذا البرنامج ؟ ومن خلال هذا السؤال : يحدد الهدف العام والهدف الخاص من تناول هذا الموضوع . وبعدها يسجل المعد ملاحظاته حول الموضوع ، ومنها خلال ذلك كله : يحدد الزمن الذي يمنحه وفي النهاية يجب علي المعد أن لا يخرج من الهدف الرئيسي للبرنامج.(الحسن:1998، ص94)

● تحديد المصادر:

على المعد وقبل أن ينتهي من مرحلة التخطيط أن يحدد المصادر سواء كانت شخصية أو مكتبية والمصادر الشخصية هي المقابلات واللقاءات التي تجري بين المذيع والأشخاص ذوي الصلة بالموضوع للحصول علي المعلومات التي تخدم البرنامج ، أما المصادر المكتبية وهي متعددة وتشمل كلما تحويه المكتبة من كتب وجرائد

ومجلات وأبحاث علمية ونشرات وتقارير الوزارات والهيئات المختلفة إلى جانب معدي البرامج الأخرى الذين يمكن أن يكونوا مصدراً جيداً أيضاً للمعلومات. (عبد الرحمن : مرجع سابق)

● البحث :

المقصود بالبحث النزول إلى المواقع المختلفة للبحث في المصادر من مادة مكتوبة حول الموضوع الذي يتناوله المعد في هذه المرحلة يتم حصر كل ما هو مكتوب حول الموضوع سواء في المكتبات أو لدى الأشخاص ذوي الصلة بالموضوع وهذه المرحلة تساعد المعد في استثمار الوقت والجهد وذلك بتحديد الأسئلة التي تفيده في البرنامج. (الحسن:1998، ص95)

● اختيار شكل البرنامج: .(عبد: 2015، ص140-141)

يقصد بشكل البرنامج القلب الذي يوضع فيه المضمون أو الشكل الإذاعي سواء كان حديثاً مباشراً أو حواراً في شكل المجلة أو البرنامج الجماهيري وكل ذلك يتم علي المضمون الذي جمعه المعد وكذلك الهدف العام والخاص من البرنامج ونوع المادة المتاحة ومدى توافر عنصر التشويق والتسلية فيها.

● جمع المادة:

في هذه المرحلة يتم جمع مادة البرنامج من خلال المصادر المختلفة بالرجوع إلى المكتبة أو الأرشيف واختيار الأجزاء المطلوبة للبرنامج وكذلك يتم حصر الشخصيات التي يتم التسجيل معها والاتصال بها وتحديد موعد المقابلة.

● اختيار المؤثرات الصوتية:

الهدف الرئيسي من استخدام المؤثرات الصوتية هو إضفاء المصدقية وإعطاء المناخ العام الطبيعي لجو البرنامج أثناء التسجيل.

● اختيار الموسيقى:

تستخدم الموسيقى بشكل رئيسي في البرامج الإذاعية ، وتبدأ بموسيقى البداية والنهاية وتسمى موسيقى التتر وهي موسيقى العنوان المميزة للبرنامج ، وترتبط باسم البرنامج طالما بقي البرنامج علي خريطة الدورة ودائماً تفضل هذا النوع من الموسيقى التتر أن يكون جذاباً وذا طابع خاص يرتبط بالبرنامج ، كذلك تستخدم الموسيقى لربط فقرات البرنامج وتسمى الموسيقى الداخلية وقد تختلف تلك الموسيقى من فقره إلي أخرى وتتنوع علي مدى البرنامج وقد تستخدم مقطوعة موسيقية واحدة للربط بين أجزاء البرنامج ، وكلما أحسن اختيار الموسيقى الداخلية بحيث تكون مناسبة مع مضمون البرنامج كلما كان ذلك عنصراً من عناصر الجذب للبرنامج.

● التجميع النهائي:

بعد أن يتم التخطيط للبرنامج وإجراء البحث، واختيار الشكل المناسب للبرنامج وتحديد المصادر واختيار الموسيقى والمؤثرات ، تأتي مرحلة التجميع النهائي ، وهي عبارة عن وضع سكريبت مبدئي ، وذلك بوضع تصور للنص

الإذاعي وتوزيعه على فقرات يقرأها المذيع ، وتحديد موسيقى الربط والمؤثرات الصوتية وموقع التسجيلات الخارجية في البرنامج مع تحديد وقت كل فكره أو كل مقطع على حدا.(الحسن:1998، ص97)

3-2-4- التسجيل النهائي: (عبده: مرجع سابق، ص142-143)

● حجز الأستوديو :

يتم حجز الأستوديو قبل موعد التسجيل النهائي حيث أن الأستوديو يكون مشغولاً دائماً بإنتاج برامج أخرى لذا علي المعد أن يقوم بحجز موعد التسجيل في الأستوديو مقدماً وقبل وقت كاف ذلك بالتنسيق بين مواعيد البرامج المختلفة.

● كتابة النص الإذاعي:

النص المكتوب هو الصورة النهائية يتحدد فيها المجهود المبذول في إنتاج البرامج في مراحلها المختلفة لذا يجب أن يهتم المعد بكتابة النص ويحسن تقسيمه واختيار كلماته المعبرة عن المضمون.

● التسجيل النهائي :

في هذه المرحلة يبدأ نفخ الروح فتدب الحركة في الجسم الساكن فيصبح التلازم بين الشكل والمضمون والتلاحم بين الأفكار والموضوع حقيقة بعد أن كان خيالياً في التعبير عن الرسالة وإيصالها حيث يبدأ الانتقال من الورق إلي الشريط وتبدأ عملية توظيف إمكانيات الصوت والعناصر الإنتاجية الأخرى في التعبير ، أنها إمكانيات كبيرة لمن يحسن استخدامها ، فالمخرج يجب أن يكون هو أول شخص متواجد في الأستوديو ليتأكد أن الأمور تسير بشكل جيد ويختبر الأجهزة الشرائط ويختار نوع الميكروفون ويقوم بتجهيز الأسطوانات وشرائط الكاسيت وبعد ذلك يدخل المخرج إلي غرفة المراقبة ويبدأ في اختبار صوت الضيوف والمذيع ، وبعد انتهاء التسجيل يجب إعادة الاستماع قبل مغادره الأستوديو وعلى المخرج أن يقوم بملء البيانات الخاصة بإنتاج البرنامج لأنها بيانات هامه للاحتفاظ بالشريط إلى حين موعد إذاعته.

● المونتاج:

وتعتبر مرحلة المونتاج أو التوليف مرحلة العمل العملي وتكامله فهي المرحلة التي يتم خلالها تركيب وبناء البرنامج وتنسيقه وفق النص المرسوم ويمر المونتاج عبر خطوات أساسية بعد تصنيف المادة المسجلة للبرنامج ويتم اختيار المقاطع المناسبة للبرنامج ثم تكمل المقاطع بالمواد المسجلة سابقاً والموجودة بالمكتبة مع مراعاة تصنيفها والتأكد من ملاءمتها للبرنامج المحدد وبعد ذلك تأتي مرحلة الأستوديو أن يتم خلالها تسجيل الصوت وتجهيز الشعار ثم تحديد طرق الانتقال بين المقاطع حسب مناسبتها للبرنامج مستخدماً طرق الانتقال المختلفة.

4- تطور أداء القائم بالاتصال في العمل الإذاعي المعاصر:

أدت المنافسة الكبيرة بين وسائل الاتصال عموماً ، وفيما بين القنوات الإذاعية خصوصاً إلى تطوير أداء القائمين بالاتصال في العمل الإذاعي ، على مستويات الإعداد والتقديم والإخراج. فعلى مستوى الإعداد، تتميز بعض القنوات بسعيها الجاد نحو طرح الأفكار والموضوعات الجديدة غير المستهلكة من خلال جمع البيانات والمعلومات الحديثة، وتعدد مصادر المعلومات واستضافة شخصيات ذات صلة قوية بالمواضيع المطروحة. وعلى مستوى التقديم، يلاحظ زيادة الاهتمام بعقد دورات تدريبية لتنمية مهارات تقديم البرامج وتطوير الأداء أمام الميكروفون، وتنمية مهارات التحدث والإنصات، وتحليل السلوك غير اللفظي وإدارة الحوار والتفاعل مع الجمهور كذلك أحدثت طفرة نوعية في الإخراج الفني للبرامج الإذاعية من خلال تطوير عناصر الهندسة الإذاعية، والتوظيف الجيد لمستويات الصوت، وتنوع في الموسيقى والمؤثرات الصوتية وبرزت مهارات الإخراج الإذاعي عند تقديم فترات الإذاعة المفتوحة على الهواء، إضافة إلى تطوير أجيال البث المباشر من مواقع الحدث.

ويتضح في ضوء ما تقدم أنّ المنافسة الحادة بين وسائل الاتصال الجماهيرية، انعكست بالإيجاب على تطوير مهارات القائمين بالاتصال في العمل الإذاعي المعاصر، ولا ينطبق بالضرورة على جميع القنوات الإذاعية وإنما يرتبط بالاستعداد الذاتي لتطوير المهارات والخبرات المكتسبة ، للقائمين بالاتصال الإذاعي ومدى توافر الندوات التدريبية المتخصصة ومناخ العمل الذي يشجع على حرية التعبير والتجديد والابتكار. (بعزي: 2015، ص41)

ثانياً: انعكاسات التطور التكنولوجي على العمل الإذاعي

1- تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنظمة البث الإذاعي:

1-1- الراديو الرقمي:

تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي مثلها مثل تكنولوجيا البث التلفزيوني الرقمي فهي تتيح إرسال عدة قنوات صوتية في حزمة صغيرة من الترددات وتستقبل برامجه بواسطة هوائي صغير. بمعنى آخر فإن هذه التكنولوجيا تشغل مساحة أصغر من الطيف (SPECTRUM). على سبيل المثال نجد أن سبع قنوات تناظرية يمكن أن تشغل نحو MHz 9 في حين أن القنوات نفسها فيما لو تحولت إلى البث الرقمي فإنها ستشغل بحد أقصى MHz 1.5 تبث المحطات الرقمية إرسالها بواسطة موجات تنتقل عبر الأثير شاغلة جزءاً من الطيف لكل تردد. تقوم التكنولوجيا الرقمية بضغط عدداً أكبر من القنوات في كل جزء من أجزاء الطيف من خلال توفير القنوات في صورة رقمية، ثم تنقل عدداً من تلك القنوات بهذا الشكل المرمز في صورة موجات، وأخيراً يتم فك تلك الرموز عند وصولها إلى المستمع. هذه العملية تعني أنه على التردد نفسه يكون هناك مزيج من المحطات المرمزة أو المشفرة التي لا يمكن اعتراضها إلا بواسطة جهاز خاص لفك الشفرة (DECODER) أو ما يعرف بجهاز الاستقبال الرقمي للتلفاز. أما في حالة الراديو فإن جهاز فك الشفرة يكون مبنياً داخل جهاز الراديو نفسه. الإشارة الرقمية للراديو يمكنها حمل ثماني محطات أو قنوات إلى تسع على الموجات نفسها. (شيخاني: مرجع سابق، ص454)

1-2- راديو الإنترنت:

أضفت شبكة الإنترنت مزايا عديدة لوسائل الاتصال الجماهيري وفي مقدمتها الإذاعة فقد أصبحت هناك الآلاف من المحطات الإذاعية التي تبث على مدار الساعة على شبكة الإنترنت إلى جانب بثها التقليدي على النظام التماثلي، كما أتاحت تقنية الإنترنت لكل شخص أو شركة أن ينشئ محطة إذاعية حيث أصبح الإرسال الإذاعي عبر الشبكة أمرا متاحا لأي مستخدم لجهاز الكمبيوتر، ولذلك يمكن لأي شخص أن يصبح مالكا لمحطة إذاعية على الشبكة حتى لو كان مركزها في البيت، ومعنى ذلك أنه لا يتطلب ترخيصا قانونيا من السلطة المختصة بل يرتبط ذلك بمجرد إتقان العمل ببعض البرمجيات والوسائل. (بوعون:2019، ص295)

1-3- قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية:

سعت العديد من الدول في الوقت الراهن إلى الاستفادة من القنوات الصوتية الموجودة في القنوات القمرية للبث الفضائي عبر الأقمار الصناعية في بث خدمات إذاعية يمكن الاستماع إليها عبر جهاز الاستقبال التلفزيوني . وبالرغم من أن هذا الفتح الجديد قد ساعد إلى حد كبير على تحسين انتشار الراديو، إلا أنه ظل محكوما بجهاز استقبال التلفزيون أو بعبارة أخرى هو إرسال صوتي عبر قنوات مخصصة أصلا لاستخدامات التلفزيون تصل عبره إلى حيث يصل التلفزيون وغالبا ما يستخدمها بعض المهتمين بالاستماع إليها في الأوقات التي لا يكون فيها بث تلفزيوني، كما أنها تحتاج إلى قناة منفصلة في جهاز التلفزيون أو جهاز استقبال آخر تلفزيوني مخصص لاستقبال هذا الجزء الصوتي من الإرسال ومهما كان حجم هذه العملية فإنها إيجابية وساعدت على زيادة رقة الاستماع إلى الراديو خاصة بالنسبة للجاليات الموجودة في أوروبا والولايات المتحدة والتي ترغب في الاستماع إلى أنباء الوطن الأم وميزة هذا النوع من الإرسال الإذاعي أنه ذو جودة عالية ووضوح تام. (شمو: 2002، ص257)

1-4- الراديو الفضائي:

الراديو الفضائي أو راديو الأقمار الصناعية، أو راديو الاشتراك هو راديو رقمي يستقبل إشارات البث من الأقمار الصناعية التي تغطي مجالا أرضيا جغرافيا واسعا لا يقارن معها البث الإذاعي الأرضي بأي حال من الأحوال، إذ يستطيع المستمع متابعة إشارات البث في مجال تغطيتها بصرف النظر عن الموقع، إلا إذا كان هناك عائق مثل الأنفاق أو البنايات التي تحول دون وصول هذه الإشارات إلى جهاز الراديو.

ويقوم نظام عمل البث الإذاعي الرقمي المباشر عن طريق إرسال الإشارات الإذاعية من خلال إرسال صغير إلى قمر صناعي ثابت في المدار الجغرافي، ويعيد القمر الصناعي مباشرة إرسال الإشارات إلى الملايين من أجهزة الاستقبال (الراديو الفضائي) ولا يحتاج التقاط إشارات القمر الصناعي إلى أطباق أرضية بل هناك هوائيات صغيرة مثبتة كل جهاز راديو تلتقط الإشارة مباشرة، ويحمل كل قمر من الأقمار الصناعية حزم موجهة وتمثل كل منها المساحة التي تغطيها قناة إرسال واحدة. (تيميزار:2016، ص107)

2- التحولات المعاصرة في محتوى العمل الإذاعي:

2-1- التحول في الخدمات الإذاعية من نمط الإذاعات العامة إلى الإذاعات المتخصصة :

كان الشكل التقليدي للخدمات الإذاعية يعتمد على جدول برامج يتضمن كل النوعيات من أخبار وموسيقى وغناء وأحاديث وغيرها من البرامج، لكن نتيجة منافسة التلفزيون اتجهت خدمات الراديو إلى تطوير قنوات متخصصة تسمح لها بتحقيق سبق الإعلامى، كما أدى انتشار محطات الراديو التي تعتمد على ترددات الـ "أف أم" في السبعينات وخطوط الميكروويف في الثمانينات، والاتصال الكابلي عن طريق الألياف الضوئية في التسعينات من القرن الماضي إلى ظهور مئات المحطات الإذاعية التي تستهدف تقديم المضمون المتخصص وخاصة في مجالات الأخبار والموسيقى بأنواعها المختلفة. (تيميزار: المرجع السابق، ص110)

2-2- تزايد الاتجاه نحو إنشاء قنوات إذاعية تخاطب فئات متجانسة من الجمهور:

صاحب الاتجاه نحو إنشاء قنوات متخصصة ظهور قنوات متخصصة في مخاطبة فئات جماهيرية متجانسة مثل الأطفال، الشباب، المرأة، كبار السن، حيث تسعى بعض المحطات الإذاعية إلى تلبية احتياجات جماهيرية معينة وتتسم هذه القطاعات بالتجانس على مستوى الخصائص الديموغرافية أو المهنية أو الاجتماعية وانتقل هذا التوجه من الإذاعات الأمريكية إلى الدول الأوروبية، ثم إلى الدول النامية ومن بينها الدول العربية.

2-3- التركيز على الموضوعات و القضايا المحلية :

بمعنى تخصيص خدمات إذاعية موجهة إلى مناطق محدودة النطاق الجغرافي ومحدودة الجماهير المستهدفة حيث يشارك الجمهور في التفاعل مع هذه الخدمات الإذاعية بشكل أكثر ايجابية. وتساهم الإذاعات المحلية في طرح وعلاج مشكلات البيئة وتلبية احتياجات الجمهور المحلي. (تيميزار: مرجع سابق، ص110)

2-4- التوسع في برامج التفاعل مع المستمعين :

لقد أسهمت الثورة التكنولوجية الاتصالية في تطوير آليات عصرية في مجال التفاعلية الإذاعية و التي تعتبر شكل من أشكال التفاعلية الإعلامية، إن مختلف البرامج الإذاعية تستخدم و بنسب مختلفة التفاعلية المباشرة و الغير مباشرة، خصوصا و أن الإذاعة تمثل وسيلة إعلامية جماهيرية ذات خصوصية، لأنها تحاول أن تلي رغبات المستمع و تطرح قضاياها بشكل مباشر، كما أن التفاعلية الإذاعية تضمن نوع من المشاركة في اختيار مضمون ما تبثه المحطة الإذاعية، أضف إلى ذلك فإن المستمع يشعر بفعورية الإذاعة و تلقائيتها و تتمثل أهم تلك الأشكال في الحوارات و اللقاءات مع الجمهور، كذلك عن طريق الهاتف البريد العادي والفاكس، دون أن ننسى ما تتيحه الانترنت للتفاعل مع الإذاعة من خلال المشاركة في الاستفتاءات الإلكترونية منتديات الدردشة و الحوار أو من خلال أشكال أكثر تطورا كإنشاء المدونات والمساهمة في المؤلفات الجماعية. (قدوار:2011، ص130)

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم عرضه من معلومات حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال يمكننا القول بأنها مجموعة من الوسائل المتطورة التي ساعدت في العمل الصحفي، الذي يتطلب معلومات كثيرة حول الأحداث والوقائع حيث سمحت بجمع الكم الهائل منها وتخزينها وتسريع نشرها وأيضا استرجاعها وقت الحاجة وتنوع وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال كل حسب الغرض منها لكن يبقى الحاسوب والإنترنت والهاتف الذكي أبرز معالمها كونها تشتمل على عديد الميزات التي تتوفر في أجهزة معينة وفرت بذلك على الإعلاميين عناء امتلاكها كل على حدة وساهمت في دفع عجلة التطوير وتغيير أنظمة العمل الإعلامي عبر جل المؤسسات الإعلامية.

لم يقتصر التطور التكنولوجي على تحسين نوعية الخدمات المقدمة في الإذاعة بل طور من خدمات جهاز المذياع نفسه، حيث أصبحنا نجد جميع الهواتف الخلوية والأجهزة الإلكترونية المختلفة تتوفر على خدمات المذياع وذلك بسبب تطور وسائل الاتصال ووجود شبكة الانترنت التي استطاعت ربط مناطق العالم معا.

الفصل الثالث

تمهيد

1- المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

2- المحور الثاني: توفر إذاعة جيغل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال
المساعدة في العمل الإعلامي

3- المحور الثالث: درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل
لتكنولوجيا الإعلام والاتصال واستفادتهم منها في تحسين العمل
الإعلامي

4- المحور الرابع: مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تكوين
بنية البرامج الإذاعية

خلاصة

تمهيد:

يتناول الفصل الثالث من الدراسة استمارة الاستبيان التي تضم 25 سؤالاً موزعة على أربع محاور، حيث قمنا بتحليل وتمييز البيانات المتحصل عليها ووضعها في جداول، ثم التعليق عليها وأخيراً عرض أهم النتائج من أجل الوصول إلى نتائج عامة للدراسة، حيث تعتبر هذه الخطوة من أهم الخطوات التي تساعد على إثبات صحة الفرضيات من عدمها اعتماداً على طرق إحصائية معينة لاستخلاص النتائج التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها.

1- عرض بيانات الدراسة:

المحور الأول: عرض البيانات الشخصية للمبحوثين.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
60 %	6	ذكر
40 %	4	أنثى
100 %	10	المجموع

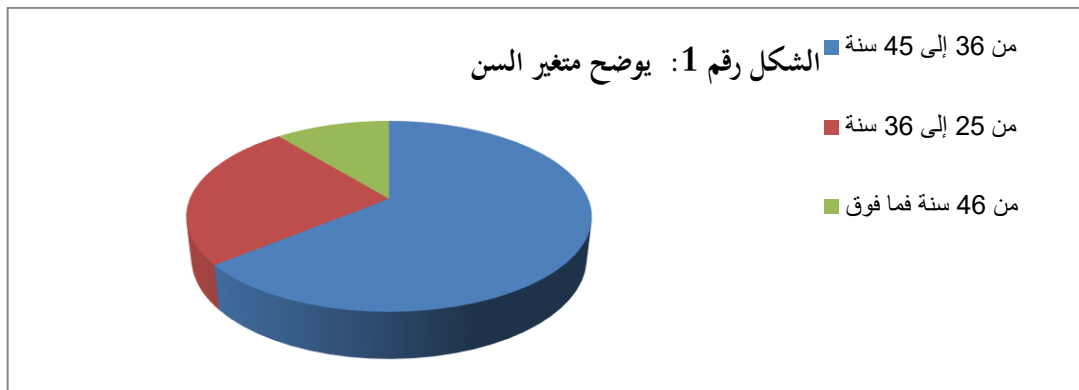
جدول رقم 1: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية مفردات مجتمع البحث هم ذكور بنسبة 60% مقابل 40% نسبة للإناث، وهذا تأكيد على تفوق العنصر الرجالي على النسوي في العمل الصحفي داخل إذاعة جيجل بالرغم من كون غالبية المتخرجين من معاهد وأقسام الإعلام هم من الإناث بأغلبية ساحقة مقارنة بالذكور. ويعود سبب تفوق الذكور على الإناث في العمل الصحفي بإذاعة جيجل إلى طبيعة العادات والتقاليد السائدة في المنطقة والتي تحد من دور المرأة في المجالات التي تتطلب حيوية ونشاط دائم من جهة أخرى نجد أن معظم المتخرجات الإناث يتجهن صوب التعليم أو المناصب الإدارية خارج مجال الإعلام كون فرص العمل تكون موجودة بمراتب أعلى مما هو مطروح في الإذاعة.

الجدول رقم 2: توزيع عينة الدراسة حسب العمر.

النسبة المئوية	التكرار	السن
20 %	2	من 25 إلى 35 سنة
70 %	7	من 36 إلى 45 سنة
10 %	1	46 سنة فما فوق
100 %	10	المجموع

ن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد مجتمع البحث هم من الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة بنسبة 70% تليها الفئة العمرية من 25 إلى 35 سنة بنسبة 20% وأخيرا تأتي الفئة العمرية 46 سنة فما فوق بنسبة 10% ، هذه النتائج تؤكد أن إعلاميي إذاعة جيجل من فئة 36 إلى 45 سنة ذوو مسار مهني في مجال الإعلام ويتمتعون بتجربة لا بأس بها في حين نجد أن الفئة العمرية من 25 إلى 35 وهي فئة الشباب وخريجي الجامعات الجدد ضئيلة خاصة وأن جل المؤسسات على اختلافها تولي أهمية كبيرة لعنصر الشباب في تسيير القطاع مستقبلا.



الجدول رقم 3: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
60 %	6	جامعي
40 %	4	دراسات عليا
/	/	تكوين متخصص
100 %	10	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين ذوو مستوى جامعي حيث بلغت نسبة الإعلاميين أصحاب المستوى الجامعي 60% ثم يليهم الإعلاميين أصحاب الدراسات العليا بنسبة 40%. هذه النتائج توضح بأن التأهيل العلمي ضروري للالتحاق بالمؤسسة الإعلامية، حيث أن أي شهادة جامعية تبرهن على تلقي الصحفي

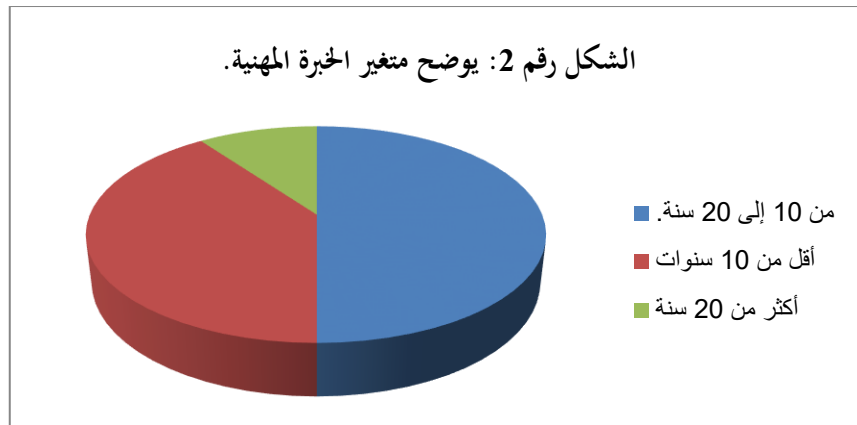
تعلّما مكثفا من الجانب النظري والتطبيقي في مجال الإعلام يسمح له بمزاولة أي نشاط داخل المؤسسة الإعلامية.

الجدول رقم 4: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 10 سنوات	4	40 %
من 10 إلى 20 سنة	5	50 %
أكثر من 20 سنة	1	10 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة من 10 إلى 20 سنة تحصلت على أكبر نسبة قدرت بـ 50% تليها فئة أقل من 10 سنوات بنسبة 40% ثم فئة أكثر من 20 سنة بنسبة 20%. وفقا للنتائج المحصل عليها يمكن القول أن إعلاميي إذاعة جيجل لديهم خبرة تتيح لهم مزاولة نشاطهم الإعلامي بدون عوائق وتمكنهم من تنمية مهاراتهم مستقبلا لاكتساب المزيد من الخبرة، كذلك يبدو جليا أن الخبرة المتفاوتة بين الإعلاميين تساهم في صقل مهاراتهم خاصة فيما يتعلق بالملتحقين الجدد واحتكاكهم بمن هم أكثر خبرة منهم في هذا المجال.

الشكل رقم 2: يوضح متغير الخبرة المهنية.



المحور الثاني: توفر إذاعة جيجل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي.

الجدول رقم 5: يمثل توفر إذاعة جيجل على وسائل التكنولوجيا الحديثة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	6	60 %
لا	/	/
نوعا ما	4	40 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 60% من المبحوثين أكدوا أن إذاعة جيغل تتوفر على وسائل التكنولوجيا الحديثة، وأكد الباقون بنسبة 40% بأن الإذاعة تتوفر نوعا ما على وسائل التكنولوجيا الحديثة. من خلال المعطيات الموجودة بالجدول فإن أغلبية المبحوثين يؤكدون توفر إذاعة جيغل على الوسائل التكنولوجية الحديثة للعمل الإعلامي حتى وإن لم تغطي احتياجات الجميع فإن إذاعة جيغل تعمل على توفيرها بكل السبل المتاحة لضمان السير الحسن للعمل الإعلامي.

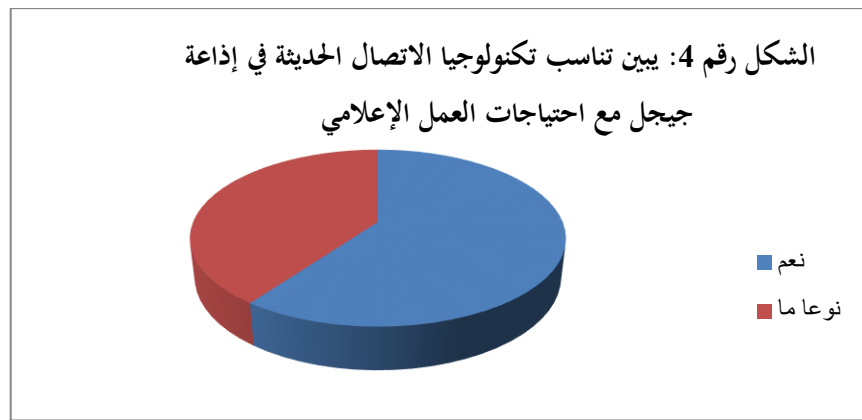


الجدول رقم 6: يمثل تناسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إذاعة جيغل مع احتياجات العمل الإذاعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	6	60 %
لا	/	/
نوعا ما	4	40 %
المجموع	10	100 %

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 60 % من المبحوثين صرحوا بأن

التكنولوجيا الحديثة المتوفرة داخل الإذاعة تتناسب مع احتياجات العمل الإذاعي بينما صرح ما نسبته 40% من المبحوثين أنها تتوافق نوعا ما مع احتياجات العمل الإعلامي في حين لم يسجل أي نفي بأنها لا تتوافق مع احتياجات العمل الإذاعي. هذه النتائج توحى بأنه هناك رضا نسبي من المبحوثين على التكنولوجيا التي تتوفر عليها إذاعة جيغل لأداء مهامهم الإعلامية حيث أن طبيعة العمل التي تتميز بالسهولة نوعا ما لا تحتاج إلى تكنولوجيات عالية كون العمل الإذاعي يشمل التغطية الميدانية والنقل المباشر الذي يمتاز بالبساطة وعليه فإن التكنولوجيا المتوفرة تكفي للعمل .



الجدول رقم 7: يمثل اهتمام إذاعة جيغل بالتطوير المستمر للوسائل المستخدمة في العمل الإذاعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	5	50 %
لا	1	10 %
نوعا ما	4	40 %
المجموع	10	100 %

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 50% من المبحوثين صرحوا بأن الإذاعة تهتم بالتطوير المستمر للوسائل المستخدمة في العمل الإذاعي بينما صرح ما نسبتهم 40% من المبحوثين بأن الإذاعة تهتم نوعا ما

بالتطوير في ما يخص وسائل العمل، في حين نجد أن 10% من المبحوثين أجابوا بـ لا فيما يخص باهتمام الإذاعة بالتطوير. وفقا للنتائج التي أسفر عنها الجدول فإن اهتمام الإدارة بهيكل المؤسسة من ناحية المعدات التقنية والوسائل التكنولوجية وارد بالرغم من التحديات التي تواجهها وهذا ما يؤكد أغلبية المبحوثين الذين أجابوا بنعم و نوعا ما، وهذا يوضح أن المحطة تقف على تحدٍ حقيقي يجب عليها تجاوزه إذا كانت لديها الرغبة الكبرى في تحسين نوعية العمل الإعلامي ووضع الإعلاميين في زاوية تسمح لهم الاستفادة من خدمات تطوير الوسائل لتحسين خدماتهم.



الجدول رقم 8: يمثل تقديم الإذاعة دورات تدريبية للإعلاميين للتحكم أكثر بتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	6	60 %
لا	2	20 %
نوعا ما	2	20 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من المبحوثين أجابوا بنعم فيما يخص تقديم الإذاعة دورات تدريبية لهم في مجال التحكم بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في حين أن نسبة 20% من المبحوثين استفادوا نوعا ما من دورات تدريبية غير أن هناك نسبة 20% أجابوا بـ لا فيما يخص تقديم إذاعة جيجل لدورات تدريبية لهم في مجال التحكم بتكنولوجيا الاتصال الحديثة. ونظرا لأهمية الاستفادة من التدريب، في كونه عامل رئيسي في

مساعدة الموارد البشرية على مواكبة التطور والاستجابة لمتطلبات التغيير، سواء كانت البرامج أو أجهزة تؤثر على أداء الأعمال، فهو يساهم في مرونة قوة العمل من خلال تمكين الأفراد من التحكم في التكنولوجيا والتقنيات المتطورة أكثر وكذا أساليب العمل الحديثة، فالدورات التكوينية تساعدهم في تحسين أدائهم.



الجدول رقم 9: يمثل درجة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بإذاعة جيغل.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	2	20 %
متوسطة	2	20 %
جيدة	6	60 %
جيدة جدا	/	/
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 60% أعطوا تقييما جيدا فيما يخص استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في إذاعة جيغل بينما أعطى ما نسبته 20% من المبحوثين تقييما متوسطا في حين نجد أن نسبة 20% منهم أعطوا تقييما ضعيفا لاستخدامهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل الإذاعة. من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول يمكن القول بأن استخدام الإعلاميين للتكنولوجيا في أداء أعمالهم داخل الإذاعة في مستوى التطلعات بالرغم من النقائص والتحديات الراهنة ويعبر عن ذلك التقييم الجيد الذي صرح به أغلب

المبحوثين حتى وإن كان هناك تقييم متوسط أو ضعيف فهو لا يعبر عن فشل الإذاعة في توفير الوسائل اللازمة وإنما يبرز أن هناك نقائص لابد للإذاعة من تداركها في سبيل الحصول على وتيرة عمل ممتازة.



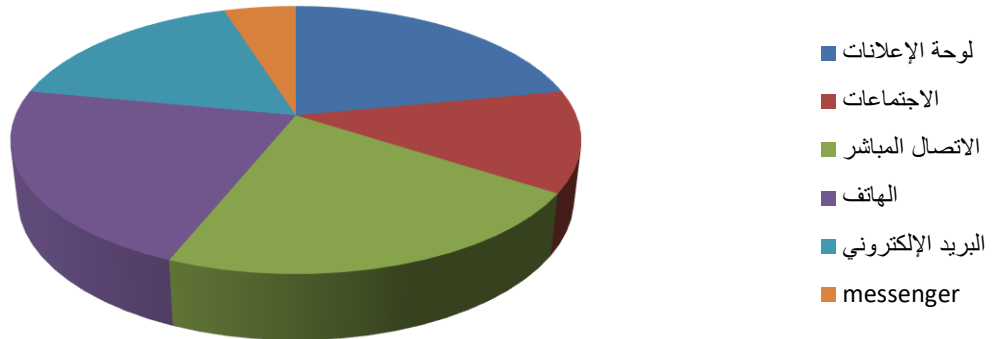
الجدول رقم 10: يمثل طرق الاتصال التي يتلقى بها الطاقم الإعلامي مهامه داخل الإذاعة.

المجموع		لا		نعم		طرق الاتصال
ن	تكرار	ن	تكرار	ن	تكرار	
100 %	10	10 %	1	90 %	9	لوحة الإعلانات
100 %	10	50%	5	50%	5	الاجتماعات
100 %	10	10%	1	90%	9	الاتصال المباشر
100 %	10	10%	1	90%	9	الهاتف
100 %	10	30%	3	70%	7	البريد الإلكتروني
100%	10	80%	8	20%	2	Messenger

(تم إضافة خيار نعم أو لا، كون التكرارات أكبر من عدد المفردات وذلك من أجل الحصول على جدول 100%)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 90% من المبحوثين يفضلون الهاتف النقال كطريقة لتلقي المهام والتوكيلات داخل الإذاعة وهي النسبة نفسها في استخدام لوحة الإعلانات والاتصال المباشر في تلقي المهام يليهم استخدام البريد الإلكتروني بنسبة 70% ويليه الاجتماعات بنسبة 50% في حين يأتي استخدام خدمة المراسل أخيراً بنسبة 20%. توضح النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول أن الطرق التقليدية في إشعار الموظفين بمهامهم لا تزال تحتل المراتب الأولى بالرغم من التطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصالات ويتمثل ذلك في استخدام لوحة الإعلانات و الاتصال المباشر بشكل كبير إضافة إلى الهاتف والبريد الإلكتروني كونهما من طرق الاتصال الحديثة، ومنه يبرز لنا أن الإعلاميين في إذاعة جيجل لديهم طرق اتصال مفضلة على حساب أخرى وأن التطور التكنولوجي لم يقضي على مكانة طرق الاتصال التقليدية في المؤسسة وهو ما يبرز التنوع في الاستخدام من قبل الإعلاميين.

الشكل رقم 8: يبين طرق الاتصال التي يتلقى بها الطاقم الإعلامي مهامه داخل الإذاعة.



المحور الثالث: درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي.

الجدول رقم 11: يمثل امتلاك جهاز حاسوب شخصي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	9	90 %
لا	1	10 %
المجموع	10	100 %

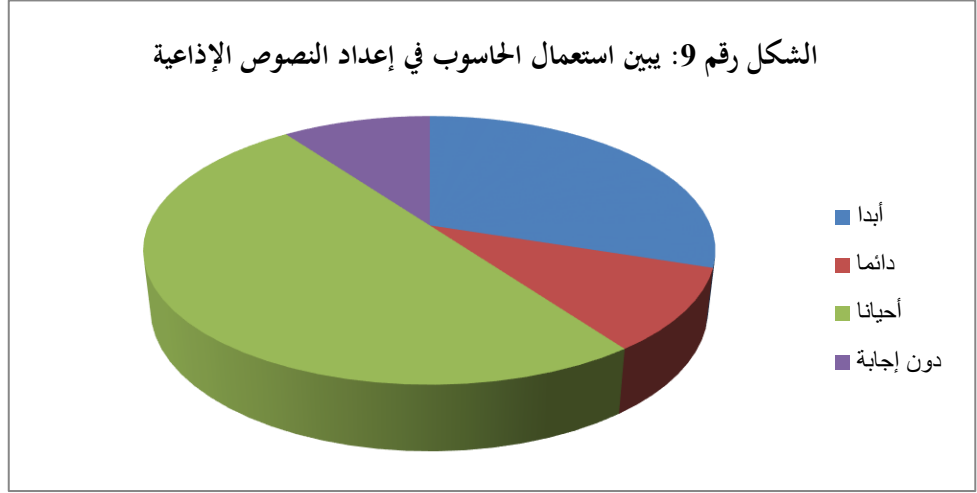
يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 90% من الإعلاميين يمتلكون جهاز حاسوب شخصي فيما نفي ما نسبتهم 10% منهم امتلاكهم لحاسوب شخصي. هذه النتائج تعكس مدى اهتمام الباحثين بمسايرة التطور التكنولوجي والسعي إلى امتلاك الوسائل المساعدة في العمل الإعلامي خارج إطار المؤسسة تماشياً مع متطلبات العمل خاصة وأن جهاز الحاسوب يعد الوسيلة الأكثر استعمالاً في إنجاز الأعمال كون تأثيره على الأعمال المختلفة يزداد تسارعاً.

الجدول رقم 12: يمثل استعمال الحاسوب في إعداد النصوص الإذاعية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أبداً	3	30 %
دائماً	1	10 %
أحياناً	5	50 %
دون إجابة	1	10 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 50% من الباحثين يستخدمون حاسوبهم الشخصي أحياناً في إعداد النصوص الإذاعية بينما صرح 30% من الباحثين بأنهم لا يستعملونه أبداً في حين نجد أن نسبة 10% من

المبحوثين أكدوا استعمالهم الحاسوب الشخصي في إعداد النصوص الإذاعية بصفة دائمة. هذه النتائج توضح أن الإعلاميين قل ما يعتمدون على جهازهم الخاص في إعداد المهام المتعلقة بالعمل أي أنهم يعتمدون على ما توفره لهم المؤسسة من أجهزة، وتوحي هذه النتائج أيضا أن الغالبية الساحقة من المبحوثين لا يقومون بأعمالهم خارج إطار الدوام.



الجدول رقم 13: يمثل امتلاك المبحوثين للهاتف الذكي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	100 %
لا	/	/
المجموع	10	100 %

من خلال الجدول يتضح لنا أن كل المبحوثين يمتلكون هاتف ذكي بنسبة 100% وهو ما يبين أن الميزات التي يتوفر عليها من تسجيل صوتي وتصوير دقيقين وجمعه للعديد من الخدمات الاتصالية المختلفة تجعله في المرتبة الأولى من حيث الأجهزة الأكثر تداولاً بين الإعلاميين كونه مساعد كبير في العمل الإعلامي.

الجدول رقم 14: يمثل استخدام الهاتف الذكي في العمل الإعلامي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
أبدا	1	10 %
دائما	9	90 %
نادرا	/	/
المجموع	10	100 %

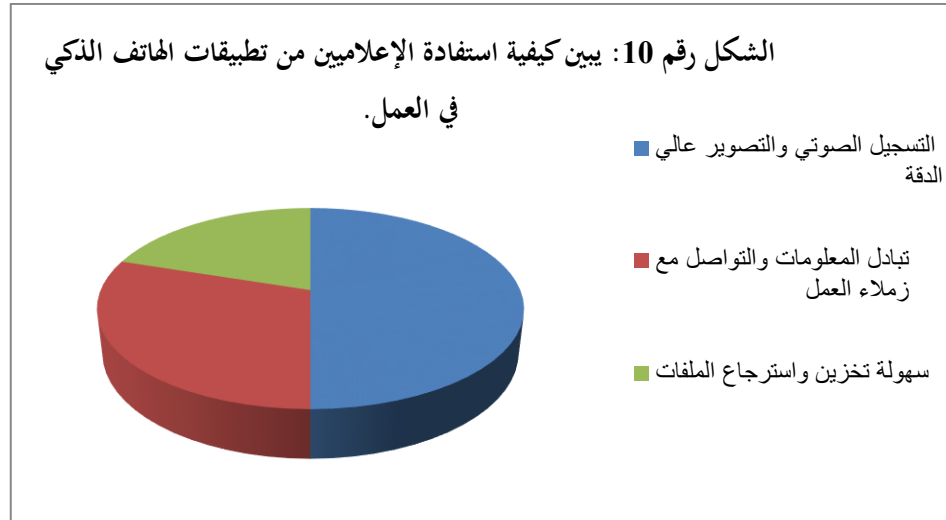
نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 90% من المبحوثين أكدوا استخدامهم للهاتف الذكي في مجال عملهم، بينما عبر 10% من المبحوثين عن عدم استعمالهم للهاتف الذكي في مجال عملهم.

هذه النتائج تشير إلى أن التقنيات الاتصالية المتطورة التي يتوفر عليها الهاتف الذكي وجمعه العديد من الخدمات التي لا تتوفر إلا في أجهزة معينة كالتصوير و التسجيل الصوتي وكتابة النصوص وفرت على الإعلاميين جمع كل هذه الأجهزة في جهاز واحد متعدد الخدمات وسهل الحمل والتنقل والاستخدام وبالتالي فهو يختصر عليهم الكثير من الجهد في إتمام الأعمال الإعلامية الموكلة لهم ما يجعله في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام خاصة مع ازدواجه بخدمة الإنترنت.

جدول رقم 15: يمثل كيفية استفادة الإعلاميين من تطبيقات الهاتف الذكي في العمل.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
التسجيل الصوتي والتصوير عالي الدقة	5	50 %
تبادل المعلومات والتواصل مع زملاء العمل	3	30 %
سهولة تخزين واسترجاع الملفات	2	20 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 50% من المبحوثين يستفيدون من تطبيقات الهاتف الذكي في التسجيل والتصوير عالي الدقة في حين نجد أن ما نسبته 30% منهم يستخدمونه في تبادل المعلومات والتواصل مع زملاء العمل بينما صرح 20% منهم أنهم يستفيدون منه في تخزين واسترجاع المعلومات. يمكن تفسير استخدام الإعلاميين للهاتف الذكي في التسجيل والتصوير كون العمل الإعلامي يحتاج إلى تأكيد معلومات البرامج والأخبار عن طريق الصور والتصريحات المجموعة من الميدان بالإضافة إلى عدم الحاجة إلى أخصائيين تقنيين في التصوير والتسجيل حيث أن استخدام الهاتف الذكي ليس بالأمر الصعب والشيء نفسه بالنسبة لتخزين الملفات واسترجاعها، أيضا الهاتف الذكي يوفر خدمة اتصالات لا مثيل لها تمكن الإعلاميين من التواصل بشكل جيد أثناء العمل.



الجدول رقم 16: يمثل درجة اعتماد الإعلاميين داخل الإذاعة على الإنترنت.

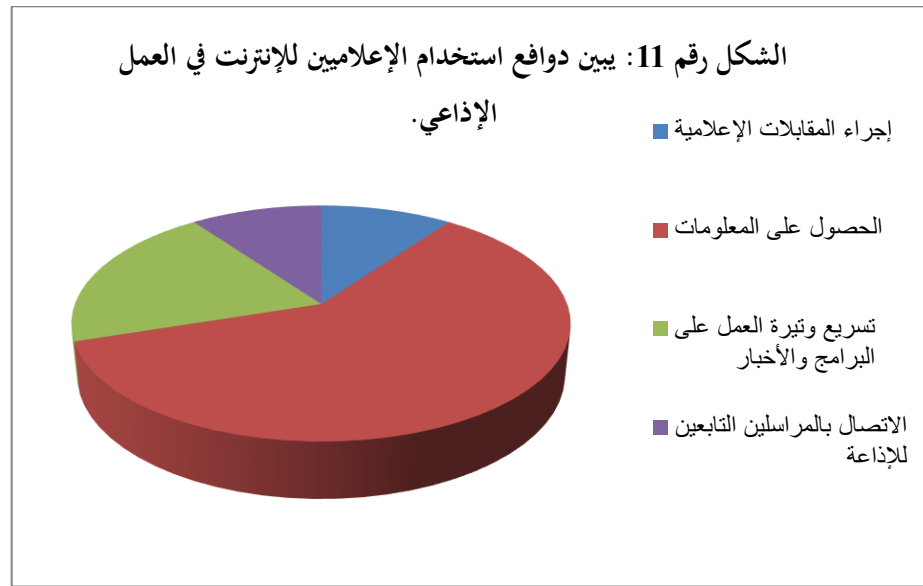
النسبة	التكرار	المتغير
80 %	8	كبيرة
20 %	2	متوسطة
/	/	ضعيفة
100 %	10	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن نسبة 80% من المبحوثين يعتمدون بصفة كبيرة على الإنترنت في العمل الإذاعي بينما يوضح أن نسبة 20% من المبحوثين تعتمد على الإنترنت بصفة متوسطة. إن استخدام الإنترنت في العمل الإعلامي أصبح اليوم هو السائد وذلك لما تمثله شبكة الإنترنت كوسيط يحوي كل الوسائل الإعلامية ، ومعنى هذا أن هناك نسبة كبيرة من أفراد العينة يعتمدون على خدمات الإنترنت في أداء عملهم الإعلامي ولكن بدرجات متفاوتة مما يدل على تحاوب الإعلاميين مع هذه التقنية الحديثة.

الجدول رقم 17: يمثل دوافع استخدام الإعلاميين للإنترنت في العمل الإذاعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
إجراء المقابلات الإعلامية	1	10 %
الحصول على المعلومات	6	60 %
تسريع وتيرة العمل على البرامج والأخبار	2	20 %
الاتصال بالمراسلين التابعين للإذاعة	1	10 %
المجموع	10	100 %

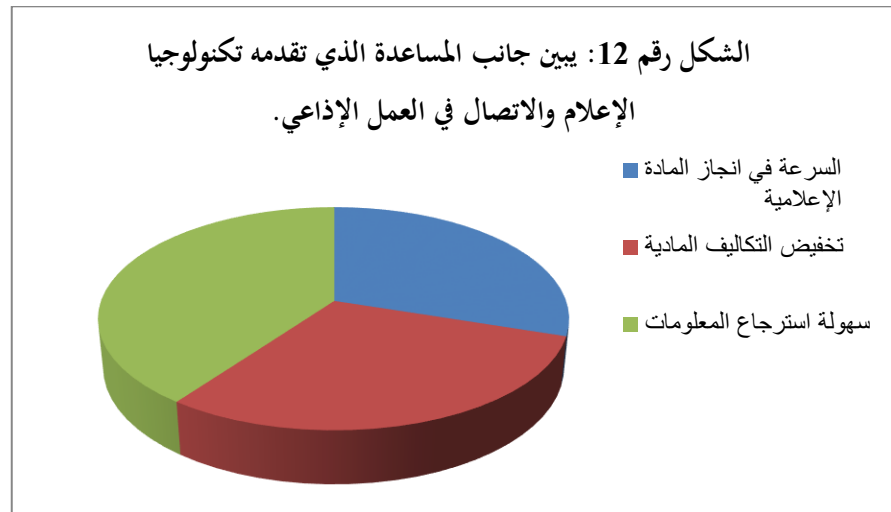
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من المبحوثين يعتمدون على الإنترنت من أجل الحصول على المعلومات بينما صرح 20% منهم بأنهم يعتمدون على الإنترنت من أجل تسريع وتيرة العمل على البرامج والأخبار في حين شمل اعتماد 10% من المبحوثين على إجراء المقابلات الإعلامية و 10% منهم يعتمدون عليها في الاتصال بالمراسلين التابعين للإذاعة. يمكن تفسير اعتماد الإعلاميين على الإنترنت بالدرجة الأولى في الحصول على المعلومات ،ذلك أن الإنترنت تعتبر أكبر مزود للمعلومات إضافة إلى أنها دائرة معارف عملاقة، تمكن مستخدميها من الحصول على المعلومات حول أي موضوع في حين تستعمل كخيار اتصالي في العديد من المناسبات وذلك من أجل التواصل مع المراسلين أو إجراء مقابلات إعلامية عن بعد كذلك تسمح بتسريع العمل على البرامج.



الجدول رقم 18: يمثل جانب المساعدة الذي تقدمه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
السرعة في إنجاز المادة الإعلامية	3	30 %
تخفيض التكاليف المادية	3	30 %
سهولة استرجاع المعلومات	4	40 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد الإعلاميين في العمل الإذاعي من خلال السرعة في إنجاز المادة الإعلامية بنسبة 30% بينما تساهم في تخفيض التكاليف المادية بنسبة 30% في حين مثلت نسبة 40% سهولة استرجاع المعلومات. هذه النتائج منطقية وتدخل ضمن الميزات التي تشتمل عليها تكنولوجيا الاتصال ككل حيث أن الإعلاميين يستفيدون منها في كل خطواتهم في سبيل إتمام أعمالهم المكلفين بإنجازها وهي تبين مدى الحرص على تسريع وتيرة العمل الإعلامي داخل إذاعة جيجل.



الجدول رقم 19: يمثل زيادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لقدرات الإعلاميين من خلال استخدامهم لها.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	8	80 %
لا	/	/
نوعا ما	2	20 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 80% من الباحثين صرحوا بأن استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تزيد من قدراتهم في العمل الإعلامي في حين نجد ما نسبته 20% من الباحثين يرون أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يزيد من قدراتهم في العمل الإعلامي نوعا ما بينما لا يوجد نفي لزيادة قدراتهم في العمل. هذه النتائج تشير إلى أن جل الإعلاميين لديهم إشباع من ناحية استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وارتباطها بزيادة قدراتهم على الأداء الجيد ذلك أن الإذاعة تهتم بتوفير كل التكنولوجيات التي تساعد في إتمام أعمالهم بكل أريحية سواء من الجانب التفاعلي بين زملاء العمل أو الحصول على المعلومات بصفة آنية وسريعة والعمل على تحسين نوعية الرسالة الإعلامية.

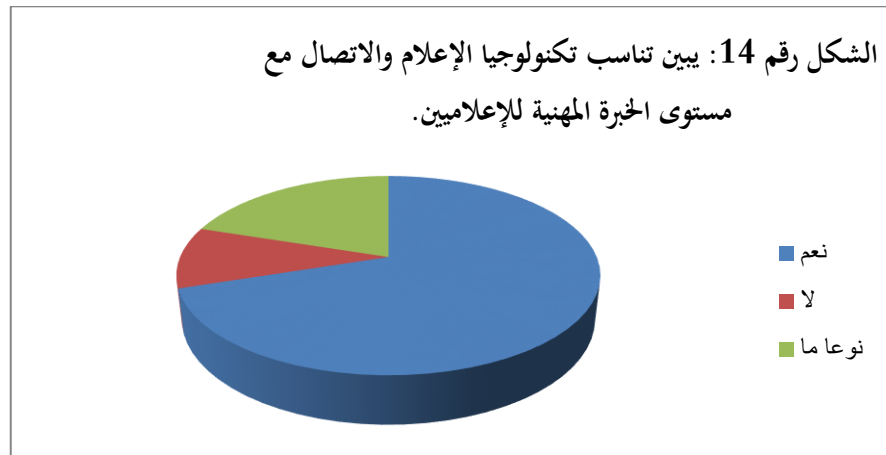


الجدول رقم 20: يمثل تناسب تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة مع مستوى الخبرة المهنية للإعلاميين.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	7	70 %
لا	1	10 %
نوعا ما	2	20 %
المجموع	10	100 %

لاحظ من خلال الجدول أن 70% من المبحوثين يرون أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتوفرة بالإذاعة تتناسب مع مستوى خبرتهم بينما يرى 20% من المبحوثين أنها تتناسب نوعا ما مع مستوى خبرتهم في حين يوجد 10% أجابوا بـ لا فيما يخص تناسب التكنولوجيا المتوفرة مع خبرتهم المهنية. تشير نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ نعم إلى أن خبرتهم الطويلة في مجال الإعلام تسمح لهم باستعمال كل التكنولوجيات المتوفرة بالإذاعة كونهم عاصروا ظهورها منذ الوهلة الأولى فهي بذلك لا تشكل عائقا بالنسبة لهم، ويمكن تفسير إجابة مبحوثين بأنها نوعا ما تتناسب أو لا تتناسب مع خبرتهم كونهم جدد في مجال العمل الإعلامي وبذلك لم تتكون لديهم القدرة على الإلمام بعمل كل الأجهزة التكنولوجية المتوفرة على مستوى الإذاعة.

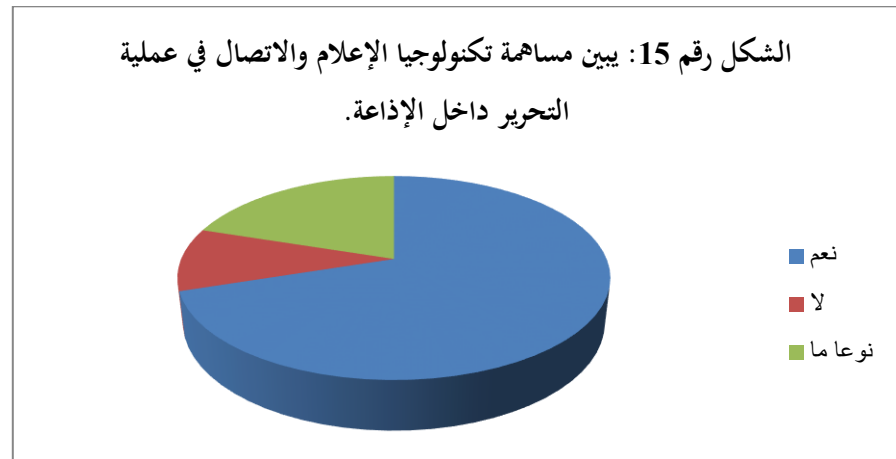
المحور الرابع: مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا.



الجدول رقم 21: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التحرير داخل الإذاعة.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	7	70 %
لا	1	10 %
إلى حد ما	2	20 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 70% من الباحثين يرون أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في عملية التحرير داخل الإذاعة بينما يرى 20% من الباحثين أنها تساهم نوعا ما في عملية التحرير في حين نفى 10% منهم مساهمتها في عملية التحرير داخل الإذاعة. ارتفاع نسبة الإجابة بنعم يشير بأن المساهمة الفعلية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال موجودة وملموسة لدى أغلبية الإعلاميين من خلال تعدد وظائف هذه التكنولوجيات وإلمام الإعلاميين بكيفية استخدامها من أجل الحصول على النتائج المرجوة في نهاية المطاف، أما التفسير الوارد لإجابات الباحثين بـ إلى حد ما ولا فهو يشير إما لعدم استخدامهم لها بالشكل المطلوب أو اعتمادهم على الوسائل التقليدية أو عدم معرفتهم لكيفية الاستفادة منها خاصة وأن عامل الخبرة يلعب دورا هنا.



الجدول رقم 22: يمثل كيفية مساهمة تكنولوجيا الاتصال في عملية التحرير.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
سهولة تعديل المادة الإعلامية	/	/
اختصار الجهد والوقت في التحرير	9	90 %
دقة المعالجة التقنية للمادة الإعلامية	/	/
بدون إجابة	1	10 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 90% من الباحثين أكدوا أن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التحرير تكمن في اختصار الجهد والوقت. يمكن تفسير هذه النتيجة بأن ميزة السرعة التي تتوفر عليها مختلف تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد سهلت العمل الصحفي من حيث اختصار الجهد والوقت وأيضاً التكاليف المادية مقارنة بالطرق التقليدية في التحرير وهو ما يبرر توافق الأغلبية الساحقة من الباحثين حول مساهمة تكنولوجيا الاتصال في العملية التحريرية من جانب الأداء.

الجدول رقم 23: يمثل اعتماد الطاقم الإعلامي على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تصميم وإنتاج البرامج الإعلامية.

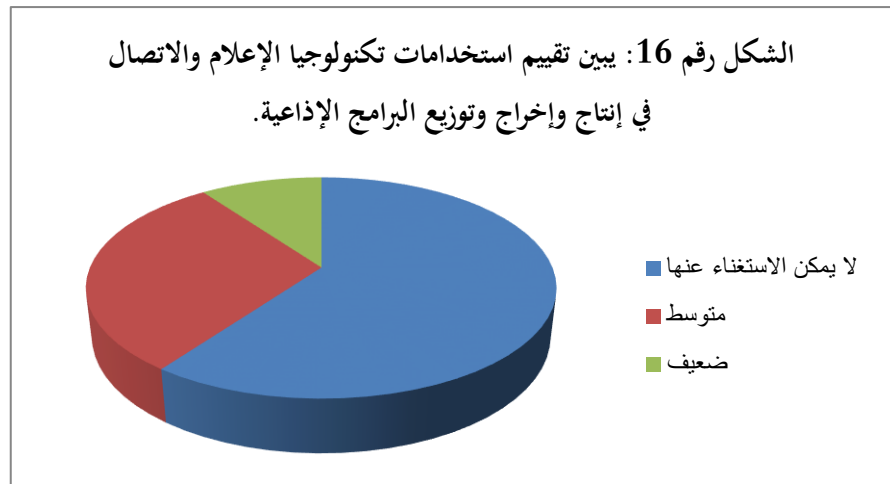
المتغير	التكرار	النسبة
فتح دورات تكوينية	6	60 %
مواكبة التطور التكنولوجي	3	30 %
التجديد الدوري للتكنولوجيات	1	10 %
المجموع	10	100 %

يوضح الجدول أعلاه أن ما نسبته 90% من المبحوثين اختاروا الإجابة بـ نعم في ما يخص اعتمادهم على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تصميم وإنتاج البرامج الإعلامية ، بينما بلغت إجابة المبحوثين بـ إلى حد ما نسبة 10% . هذه النتائج تبرز ما أسفرت عنه الأجوبة السابقة للمبحوثين حول اعتمادهم على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي ككل وهو ما تؤكد مجددا في هذا الشق كون تكنولوجيا الإعلام والاتصال تلعب دورا بارزا في الإعداد النهائي للبرامج الإذاعية بفضل ميزات الفريدة من نوعها والتي تشكل أكبر معين للإعلامي خلال مضيه في العمل على أي برنامج إذاعي.

الجدول رقم 24: تقييم استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج وإخراج وتوزيع البرامج الإذاعية.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
فتح دورات تكوينية	6	60 %
مواكبة التطور التكنولوجي	3	30 %
التجديد الدوري للتكنولوجيات	1	10 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من المبحوثين أكدت في تقييمها أنه لا يمكن الاستغناء عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في حين نجد نسبة 30% من المبحوثين أعطت تقييما متوسطا بينما أعطى 10% من المبحوثين تقييما ضعيفا لاستخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج وإخراج وتوزيع البرامج الإذاعية. ومنه يمكن القول أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسن نوعا ما، خاصة وأنه ساهم في تفعيل الاتصال وتحسين الانتاج الإذاعي وكذا حسن من محيط العمل والتواصل بين الإعلاميين.



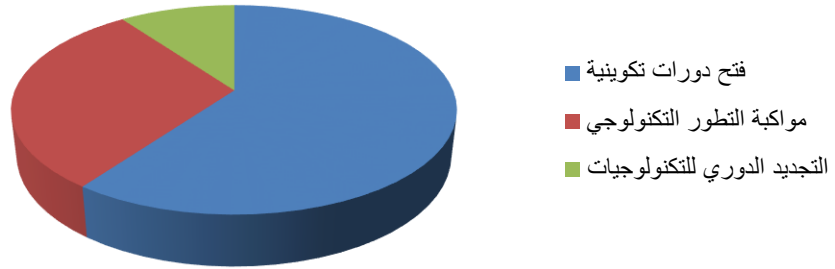
الجدول رقم 25: يمثل الاقتراح الذي يقدمه الإعلاميون لزيادة إشراك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي.

المتغير	التكرار	النسبة
فتح دورات تكوينية	6	60 %
مواكبة التطور التكنولوجي	3	30 %
التجديد الدوري للتكنولوجيات	1	10 %
المجموع	10	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 60% من المبحوثين صرحوا بضرورة فتح دورات تكوينية في حين أن نسبة 30% من المبحوثين أكدت على ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي فيما صرح 10% من المبحوثين بمقترح تجديد دوري للتكنولوجيات التي تتوفر عليها إذاعة جيغل. من خلال النتائج التي أسفر عنها الجدول فإن اقتراح فتح دورات تكوينية للإعلاميين في مجال تكنولوجيا الإعلام أمر في غاية الأهمية كون التكنولوجيات في حالة تطور مستمر وهو ما يفضي لأهمية التكوين حتى لا يشعر الطاقم الإعلامي بأي نقص من الجانب التقني لتفادي أي أخطاء عملية، كما أن اقتراح مواكبة التطور التكنولوجي في محله لأن مواكبة التطورات التقنية في مجال الإخراج والإنتاج الإذاعي ستمكن المؤسسة والعاملين بها من ضمان السير الحسن للعمل الإذاعي سواء على مستوى الإنتاج أو التوزيع أما من ناحية اقتراح التجديد الدوري للتكنولوجيات فهو الحل الأول و الأخير في حالة ما إذا بقيت المؤسسة تعتمد على التكنولوجيا نفسها لعدة سنوات وذلك لضمان عدم تلفها أو تراجع مستوى تقديمها للخدمات المساعدة للعمل الإذاعي.

ومنه نستنتج أن كل الاقتراحات المقدمة من قبل المبحوثين في محلها وهي صائبة في كل الحالات.

الشكل رقم 17: يمثل الاقتراح الذي يقدمه الإعلاميون لزيادة إشراك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي.



خلاصة الفصل

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، وبعد عرض النتائج وتحليلها يمكن القول بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لها دور كبير ومهم في تحسين العمل الإعلامي داخل الإذاعة على عدة أصعدة المهنية منها والتنظيمية حيث أسفر تحليل النتائج عن وجود علاقة وطيدة في العمل الإعلامي الإذاعي تربط بين مهارات الإعلامي والميزات التي تتوفر عليها تكنولوجيا الإعلام والاتصال مع التأكيد على ضرورة التكثيف من الدورات التدريبية قصد التحكم أكثر في هذه التكنولوجيات.

نتائج الدراسة

النتائج العامة للدراسة:

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 60% من المبحوثين ذوو مستوى جامعي تليها نسبة 40% من المبحوثين لديهم دراسات عليا.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 50% من المبحوثين لديهم خبرة مهنية بين 10 إلى 20 سنة تليها نسبة 30% لديهم خبرة أقل من 10 سنوات ثم نسبة 10% ممن هم أكثر من 20 سنة خبرة.
- توصلت الدراسة إلى أن 60% من المبحوثين أكدوا توفر إذاعة جيغل على وسائل التكنولوجيا الحديثة.
- توصلت الدراسة إلى أن 60% من المبحوثين أكدوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتوفرة تتناسب مع احتياجات العمل الإعلامي.
- توصلت الدراسة إلى أن 50% من المبحوثين أكدوا اهتمام إذاعة جيغل بتطوير الوسائل المستخدمة في العمل الإذاعي.
- توصلت الدراسة إلى أن 60% من المبحوثين أكدوا اهتمام إذاعة جيغل بتقديم دورات تدريبية للإعلاميين للتحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.
- توصلت الدراسة إلى أن 60% من المبحوثين أعطوا نسبة تقييم جيدة لدرجة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال تليها نسبة 20% كتقييم متوسط وهي نفسها نسبة تقييم ضعيف.
- توصلت الدراسة إلى أن 90% من المبحوثين قد وزعوا اختيارهم على لوحة الإعلانات والاتصال المباشر والهاتف كأكثر طرق الاتصال التي يتلقون بها مهامهم داخل الإذاعة.
- توصلت الدراسة إلى أن 90% من المبحوثين يمتلكون جهاز حاسوب شخصي.
- توصلت الدراسة إلى أن 50% من المبحوثين يستعملون الحاسوب الخاص أحيانا في إعداد النصوص الإذاعية، تليها نسبة 30% ممن لا يستعملونه أبدا.
- توصلت الدراسة إلى أن كل المبحوثين يمتلكون هاتف ذكي بنسبة 100%.
- توصلت الدراسة إلى أن 90% من المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي في العمل بصفة دائمة.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 50% من المبحوثين يستفيدون من تطبيقات الهاتف الذكي في التسجيل الصوتي والتصوير عالي الدقة، تليها نسبة 30% ممن يستفيدون منه في تبادل المعلومات والتواصل مع الزملاء ونسبة 20% منهم يستفيدون منها في التخزين واسترجاع الملفات.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 80% من المبحوثين يعتمدون على الإنترنت في عملهم بصفة كبيرة.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 60% من المبحوثين يستخدمون الإنترنت في العمل الإذاعي من أجل الحصول على المعلومات وتبادلها.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 40% من المبحوثين أكدوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعدهم على استرجاع المعلومات بسهولة تليها نسبة 30% من المبحوثين أكدوا على أنها تساعدهم في السرعة على إنجاز المادة الإعلامية و تخفيض التكاليف المادية.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 80% من المبحوثين أكدوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تزيد من قدرات الإعلاميين في العمل.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 70% من المبحوثين أكدوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة تتناسب مع مستوى خبرتهم المهنية.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 70% من المبحوثين أكدوا مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التحرير داخل الإذاعة.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 90% من المبحوثين أكدوا أن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التحرير تكمن من جانب اختصار الجهد والوقت في التحرير.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 90% من المبحوثين أكدوا اعتمادهم على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تصميم وإنتاج البرامج الإعلامية.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 60% من المبحوثين صرحوا بأنهم لا يمكنهم الاستغناء عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإنتاج والإخراج الإذاعي تليها نسبة 30% ممن أعطوا تقييما متوسط لاستخدامهم لها تليها نسبة 10% أعطت تقييما ضعيف.
- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 60% من المبحوثين اقترحوا فتح دورات تكوينية من أجل زيادة استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية الإنتاج الإذاعي، تليها نسبة 30% ممن اقترحوا مواكبة التطور التكنولوجي، أما نسبة 10% من المبحوثين اقترحوا ضرورة صيانة الوسائل التكنولوجية دوريا.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى: تتوفر إذاعة جيغل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي. أشارت النتائج إلى توفر إذاعة جيغل على التجهيزات الإلكترونية الحديثة وتناسبها مع احتياجات العمل الإذاعي واهتمام الإذاعة بتطوير الوسائل المستخدمة في العمل، وهذا يدعم الفرضية المطروحة وعليه يمكن القول بأنها قد تحققت.

الفرضية الثانية: تختلف درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي.

الاختلاف في امتلاك الإعلاميين للأجهزة الإلكترونية واستخدامهم للإنترنت بصفة كبيرة في العمل الإعلامي إضافة إلى تعدد المهام التي يقومون بها باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال يدعم الفرضية المطروحة وبالتالي يمكن القول بأنها قد تحققت.

الفرضية الثالثة: تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تكوين بنية البرامج الإذاعية شكلا ومضمونا.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الإعلاميين أعطوا تقييما تراوح بين الجيد والمتوسط حول استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إخراج البرامج الإذاعية وعملية التحرير والتوزيع بالرغم من النقائص الموجودة على مستوى تجهيزات المؤسسة وعليه يمكن القول بأن الفرضية قد تحققت جزئيا.


الفرضية الرابعة: يستفيد الطاقم الإعلامي من دورات تكوينية في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

أوضحت نتائج الدراسة أن أغلبية الإعلاميين أكدوا على ضرورة التكوين في مجال استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والعمل على التطوير التكنولوجي داخل الإذاعة وبالتالي يمكن القول بأن الفرضية المطروحة لم تتحقق.

خاتمة

عملت الدراسة للوصول إلى نتيجة مفادها أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لها مكانة كبيرة داخل المؤسسات وخصوصا مؤسسة الإذاعة المحلية التي هي في حاجة إلى الحاسوب لتحريك النصوص ومعالجته الذي يعتبر الأكثر مرونة في عملية الكتابة والتصميم والإخراج والتنفيذ وكذا الهاتف للاتصالات اليومية بين الصحفيين والإدارة، وبجاجة ماسة إلى استخدام كل ما يمس بتكنولوجيا الاتصال الحديثة أثناء الأداء الإعلامي، ذلك أن أغلبية الإعلاميين يستخدمونها لدوافع معينة تحقق لهم إشباعا بنسبة كبيرة سواء على المستوى الثقافي أو الترفيهي أو المهني.

كما توصلت أيضا إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة مست بدرجة كبيرة التجهيزات داخل الإذاعة، ويعتبر الهدف من استخدام هذه التكنولوجيا هو تسريع وتيرة العمل والحصول على المعلومات والمستجدات، كما أنها تساهم بشكل مستمر ودائم في تحسين الأداء الإعلامي وكذا مساهمتها في تطوير العلاقة بين الإذاعة وجمهورها ولا ننسى الإضافات التي قدمتها هذه التكنولوجيا من تحقيق التفاعلية مع الجمهور وتقديم الخدمات المتنوعة نظرا للمميزات التي تتميز بها أهمها الإرسال والتلقي بين المحطات الأخرى وكذا التواصل المستمر بين الطاقم الإعلامي، ورغم ما تحمله تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إيجابيات إلا أنها لا تخلو من السلبيات التي تتمثل أساسا في ضياع بعض الملفات وتقليص العلاقات الشخصية كما أن لها مخاطر صحية على المستخدمين، كما توصلنا أيضا إلى أن أغلب الإعلاميين داخل الإذاعة مؤهلين وقادرين على استخدام التكنولوجيا الحديثة وأغلبهم لا يواجهون صعوبات عند استخدامهم لها، ولا ننسى أنها تتناسب مع خبرة الإعلاميين ويعتبر نقص التكوين في المجال الإعلامي من الصعوبات التي تواجههم مع ضعف الإمكانيات .



قائمة المصادر
والمراجع

القواميس والمعاجم:

- 1- ابن منظور: لسان العرب، ج1، ط7، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1998.
- 2- صبحي حمودي: المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط2، دار المشرق، لبنان، 2001.
- 3- الطاهر أحمد الزاوي: مختار القاموس، الدار العربية للكتاب، ليبيا، 1979.
- 4- فريد نجار: المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية، ط1، مكتبة لبنان، لبنان، 2003.
- 5- مجد الدين بن يعقوب الفيروزى: معجم القاموس المحيط، ط7، دار المعرفة، لبنان، 2005.
- 6- محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة، عمان، 2013.
- 7- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 8- مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2014.
- 9- ناصر قاسمي: دليل مصطلحات علم الاجتماع التنظيم والعمل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.
- 10- يوسف محمد رضا: معجم اللغة العربية الكلاسيكية والمعاصرة، ط1، مكتبة لبنان، لبنان، 2006.

الكتب:

- 11- إبراهيم بعزیز: الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011.
- 12- إبراهيم عمر يحياوي: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2016.
- 13- إياد شاکر البکری: تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 14- جوهر صلاح الدين: المدخل في إدارة وتنظيم التعليم، دار الثقافة للطباعة والنشر، القاهرة، 1984.

- 15- حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.
- 16- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1997.
- 17- حلمي خضر ساري: ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 18- خليل صابات، جمال عبد العظيم: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 2001.
- 19- ربحي مصطفى عليان: وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 20- رفعت عارف الضبع: الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 21- ريم عبود: مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 22- شريف درويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال قضايا معاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.
- 23- صالح خليل أبو إصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي، عمان، 2006.
- 24- طارق طه: نظم المعلومات والحاسبات الآلية والإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 25- طاهر محسن الغالي، أحمد شاکر العسكري: الإعلان، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 26- عبد الباسط محمد الحطامي: مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 27- عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج التلفزيوني والإذاعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005.

- 28- عبد الدائم عمر الحسن: الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو، ط1، عمان، دار الفرقان، 1998.
- 29- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 30- عبد الفتاح عبد النبي: تكنولوجيا الاتصال والثقافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 31- عبد اللطيف حمزة: الإعلام تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.
- 32- عبد المالك ردمان الدناني: تطوير تكنولوجيا الاتصال وعمولة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2005.
- 33- علي محمد شمو: الاتصال الدولي وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
- 34- فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 35- فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 36- فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 37- ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الصحافة الإلكترونية الرقمية، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 38- محمد الزغبي: التغيير الاجتماعي، دار الطليعة، القاهرة، 1998.
- 39- محمد الصيرفي: إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
- 40- محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 41- محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العمولة، دار الهدى، الجزائر، 2006.

- 42- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 43- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 44- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 45- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف: التسويق الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 46- محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار الرحاب، القاهرة، 2005.
- 47- محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 48- مراد رايس: مجتمع المعلومات أسسه ومتطلباته المادية والبشرية، ط1، مطبعة الرويحي، الأغواط، الجزائر، 2008.
- 49- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
- 50- مصطفى خلف عبد الجواد: نظريات علم الاجتماع المعاصرة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الجزائر، 2009.
- 60- منال هلال المزهرة: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 61- نضال فلاح الضلاعين وآخرون: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 62- نُهلة عيسى: الإخراج الإذاعي والتلفزيوني، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 63- يامن بودهان، تحولات الإعلام المعاصر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

المجلات العلمية:

64- أحمد بوعون: اتجاهات حديثة في الإنتاج الإذاعي المحلي في ضوء متطلبات الرقمنة وصناعة الجودة، مجلة المعيار، العدد48، 2019.

65- تيميزار فاطمة: الإذاعة في عصر المعلومات... التكنولوجيا والبدائل الجديدة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد16، 2016.

66- حسن الفاتح الحسين محمد المبارك: الاتجاه نحو استخدام تطبيقات الهاتف النقال في العملية التعليمية لدى أساتذة كلية التربية الحاصحصا، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، العدد4، 2017.

67- سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 2+1، 2010.

68- صونية عبديش: انعكاسات صحافة المواطن على العمل الإعلامي، مجلة الاتصال والصحافة، العدد2، 2018.

الرسائل الجامعية:

69- آسيا إبراهيم أحمد عبده: دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في الراديو والتلفزيون، إشراف مجذوب بحيث محمد توم، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015.

70- أمال سعودي، نهاد بوجردة: دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تفعيل الأداء الصحفي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف توفيق بوخدوني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2018.

71- إيمان محداب، حسن شيرانة: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على فعالية الأداء داخل المؤسسة الخدمائية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف خيرى نبيل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2017.

- 72- بعزي عزيزة: البرامج الأدبية من خلال الوسيلة الإذاعية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماستر في اللغة العربية وآدابها، إشراف شهري محمد، كلية الآداب والفنون، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2015.
- 73- حسام قفصي، جمال العلمي: واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات التربوية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف سمير لعرج، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2018.
- 74- حنان حاجي، محمد قريع: أثر الاندماج الرقمي على العمل الإعلامي بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف محمد الطيب الزاوي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، 2019.
- 75- حورية بولعويديات: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، إشراف حسين خريف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، 2008.
- 76- حياة خروف: تصورات العمل لدى إطارات الهيئة الوسطى والعمال المنقذين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، إشراف بويابة محمد الطاهر، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باجي مختار، 2006.
- 77- خديجة باديس: تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف صالح بن نوار، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، 2015.
- 78- خديجة بوالغنس، فايذة زعيمش: واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف بوبعة عبد الوهاب، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2018.
- 79- خليل سوسن، خوالد حورية: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الإعلامية الجزائرية، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف بن زعموش نادية بوضياف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، 2015.

- 80-** دواوي شابحة: استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدي الصحفي الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف تيميزار فاطمة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، 2014.
- 81-** رمضان شليغوم، عبد العزيز بن بلي: دور العمل في إطار عقود ما قبل التشغيل في إشباع حاجات العاملين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، إشراف ربيع شتيوي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2019.
- 82-** سعاد صياد: فعالية الاتصال المؤسسي في التعريف بهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف يوسف بومنجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، 2019.
- 83-** طاهري لخضر: واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، إشراف سعاد عباس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2012.
- 84-** عبد الكريم عميروش، محمد ضيف: العوامل الداخلية المؤثرة في فعالية الأداء الوظيفي للمحافظة العقارية بقالة، رسالة مقدمة استكمالاً لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، إشراف رفيق زراولة، جامعة 8 ماي 1945، 2019.
- 85-** قدوار تسعديت: أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، إشراف عبد الوهاب بوخنوفة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2011، 3.
- 86-** كريمة صوفان، مليكة بوراوي: استخدامات الإنترنت في المؤسسات الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، إشراف محمد الفاتح حمدي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2017.
- 87-** لبي عبد الله العلاوين: تكنولوجيايات الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، إشراف تحسين منصور، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط، 2009.

الويبوغرافيا:

88- لبنى مهدي، من هو الكاتب الإذاعي، عربي e، 04 / 05 / 2021، في:

[https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%AA%D8%A8- \(/ %D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A](https://e3arabi.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%AA%D8%A8- (/ %D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A)

89- أنوار عمر، فوائد القمر الصناعي، موضوع، 06 / 05 / 2021، في:

https://mawdoo3.com/%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%A6%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%85%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A

90- عبد الحلیم عبد الرحمن، الإنتاج الإذاعي، جوك، 07 / 05 / 2021، في:

<https://jawak.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D9%8A-5303>



الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان :

دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة فعالية العمل الإعلامي بالجزائر

دراسة ميدانية على إعلاميي إذاعة جيجل

تخصص: سمعي بصري

ملاحظة:

في إطار إتمام مذكرة التخرج نضع بين أيديكم استمارة الاستبيان التالية تحت عنوان " دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة فعالية العمل الإعلامي بالجزائر" نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بكل موضوعية ولكم منا المحافظة على سرية المعلومات وأنها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
-ضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة.

إشراف

د. آسية العجروود

إعداد الطالب

هاني لهليلي

السنة الجامعية: 2020-2021

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين.

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: من 25 إلى 35 من 36 إلى 45 46 سنة فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: جامعي دراسات عليا تكوين متخصص
- 4- الخبرة المهنية: أقل من 10 سنوات من 10 إلى 20 سنة أكثر من 20 سنة

المحور الثاني: توفر إذاعة جيغل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساعدة في العمل الإعلامي.

- 5- تتوفر إذاعة جيغل على وسائل التكنولوجيا الحديثة؟
نعم لا نوعا ما
- 6- تناسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إذاعة جيغل مع احتياجات العمل الإذاعي؟
نعم لا نوعا ما
- 7- تهتم إدارة إذاعة جيغل بالتطوير المستمر للوسائل المستخدمة في العمل الإذاعي؟
نعم لا نوعا ما
- 8- هل تقدم إذاعة جيغل دورات تدريبية للإعلاميين في مجال التحكم بتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟
نعم لا نوعا ما
- 9- ما هو تقييمك لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بإذاعة جيغل؟
ضعيف متوسط جيّد جيّد جدا
- 10- ماهي طرق الاتصال التي يتلقى بها الطاقم الإعلامي مهامه داخل الإذاعة؟
لوحة الإعلانات الاجتماعات الاتصال المباشر الهاتف
البريد الإلكتروني خدمة المراسل messenger
- المحور الثالث: درجة استخدام الإعلاميين في إذاعة جيغل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واستفادتهم منها في تحسين العمل الإعلامي.
- 11- هل تمتلك جهاز حاسوب شخصي؟

نعم لا

12- إذا كانت الإجابة بنعم. هل تستعمله في إعداد النصوص الإذاعية؟

أبدا دائما أحيانا

14- هل تمتلك هاتف ذكي؟

نعم لا

15- إذا كان الجواب بنعم. هل تستخدمه في مجال عملك؟

أبدا دائما نادرا

16- في حالة الإجابة بـ (دائما أو نادرا) كيف تستفيد من تطبيقات الهاتف الذكي في مجال عملك؟

التسجيل الصوتي والتصوير عالي الدقة

تبادل المعلومات والتواصل مع زملاء العمل

سهولة تخزين واسترجاع الملفات

أخرى تذكر...

17- ما هي درجة اعتمادك على خدمة الإنترنت في عملك؟

كبيرة متوسطة ضعيفة

18- ما هي دوافع استخدامك للإنترنت في العمل الإذاعي؟

إجراء المقابلات الإعلامية

الحصول على المعلومات وتبادلها

تسريع وتيرة العمل على البرامج والأخبار

الاتصال بالمراسلين التابعين للإذاعة

أخرى تذكر...

19- هل استخدامك لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل الإذاعي يساعدك على:

السرعة في إنجاز المادة الإعلامية

تخفيض التكاليف المادية

سهولة استرجاع المعلومات

أخرى تذكر...

20- هل استخدام الإعلاميين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال يزيد من قدراتهم في العمل؟

نوعا ما

لا

نعم

21- هل تتناسب تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة مع مستوى الخبرة المهنية للإعلاميين في

إذاعتكم؟

نوعا ما

لا

نعم

المحور الرابع: مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تكوين بنية البرامج

الإذاعية شكلا ومضمونا.

22- هل تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التحرير داخل الإذاعة؟

إلى حد ما

لا

نعم

إذا كان الجواب بنعم أو إلى حد ما. كيف هي مساهمتها في عملية التحرير؟

سهولة تعديل المادة الإعلامية

اختصار الجهد والوقت في التحرير

دقة المعالجة التقنية للمادة الإعلامية

أخرى تذكر...

23- هل يعتمد الطاقم الإعلامي في إذاعة جيجل على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تصميم

وإنتاج البرامج الإعلامية؟

إلى حد ما

لا

نعم

24- ما هو تقييمك لاستخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنتاج وإخراج وتوزيع البرامج الإذاعية؟

.....

.....

25- ما هو الاقتراح الذي تقدمه كتوصية لزيادة إشراك تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية الإنتاج الإذاعي وفقا للفائدة التي تقدمها لك كإعلامي؟

.....

.....