

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على أداء المؤسسات الإعلامية

دراسة ميدانية بالمحطة الجهوية للتلفزيون بسطيف

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

إشراف الأستاذ:

بوعزيز أبو بكر

إعداد الطالبتين:

بريك سمية

قرين منال

السنة الجامعية: 2019-2020

الشكر والتقدير

أحمد الله عز وجل بداية على منه وكرمه وأشكره على
توفيقه لإتمام هذا

العمل

وإنجازه على هذا الوجه

ونتقدم بخالص الشكر والإمتنان لأستاذ الفاضل ابو بكر بوعزيز،
على توجيهاته

ونصائحه الثمينة وعلى وسعة أفقه .

والشكر لكل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة وأخص
بالذكر

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بفكرة،
بمرجع .

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى
وأجملنا بالعافية،

أتقدم بإهداء عملي

المتواضع إلى :

من أحسن إلي أبي العزيز .

وإلى من أنارت في قلبي حب العلم أمي العزيزة .

وإلى أخوتي وإلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم .

وإلى كل من قدم إلي المساعدة سواء من قريب أو من بعيد

.

مقدمة

تمكنت تكنولوجيايات الاتصال الحديثة من أن ترسم لها مجالا واسعا في خريطة اهتمام الجمهور من المستويات والتخصصات كافة لما وفرته وتوفره من مواد مختلفة في مجالات المعرفة الواسعة، وها نحن اليوم نجد الكثير من المنتج الإعلامي في صور وأشكال متعددة ومتنوعة.

كما أصبحت اليوم حجر الزاوية التي تشهدها وسائل الإعلام الجماهيري، إذ يعود الفضل إليها في حالة التزاوج التي تشهدها الوسائل الإعلامية بين الوسائل المكتوبة، الوسائل المرئية، الوسائل المسموعة، وكذا الوسائل المسموعة المرئية التي أصبحت اليوم تجمع بين ثلاث مجالات تقنية أساسية: الاتصال عن بعد، السمع البصري والإعلام الآلي، وطبعت بميزاتها وخصائصها التطور التاريخي والمعرفي للمجتمعات، وأطاحت بالعديد من المفاهيم والنظريات الاتصالية التي ظلت قائمة لفترات زمنية طويلة، حيث ولدت بذلك مفاهيم ومقاربات منهجية جديدة، تفسر عمليات الاتصال الجديدة.

ولقد عرف الإعلام الجزائري تطورا مستمرا ومتلاحقا كباقي دول العالم سواء على مستوى الممارسة المهنية من جهة، وعلى مستوى مراحل العملية الاتصالية من جهة أخرى، واستفاد هو الآخر كباقي المجالات من المستجدات والوسائل التي أتاحتها التكنولوجيايات الحديثة للاتصال، هذا ومع الأخذ بعين الاعتبار أن مواكبة واستخدام لتلك الوسائل التكنولوجية أصبح جزءا لا يتجزأ من الحياة المهنية للممارسين الإعلاميين.

ولا يختلف اثنان أن مهنة الإعلام في الجزائر في ظل التحولات الكبيرة التي يشهدها العالم لاستخدام التكنولوجيايات الرقمية الحديثة والاعتماد على الوسائل والمستحدثات التقنية أصبح مرهون بمدى قدرتها على التكيف مع التطورات الحاصلة في التكنولوجيايات الحديثة للاتصال، فوسائل الإعلام الإلكترونية بوسائطها المتعددة في اليوم المتحكم الحقيقي في عملية سير المعرفة.

مما سبق تحاول الدراسة تسليط الضوء على تكنولوجيايات الإعلام الحديثة ودورها في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية، وقد تم تقسيم الدراسة إلى إطار منهجي، إطار نظري وجانب ميداني، نلخص محتواها في الآتي:

مقدمة

*الإطار المنهجي: قمنا بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع عرض الدراسات السابقة التي لها علاقة بالدراسة، وتحديد المفاهيم، كما قمنا بتحديد النظرية المناسبة للدراسة، كما قمنا في هذا الفصل بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث مجالات الدراسة، ومجتمع البحث والعينة المختارة، ثم تعرضنا إلى المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات

* الإطار النظري : ضم فصلين:

-الفصل الأول : خاص بتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

- الفصل الثاني :وتطرقنا فيه :أداء المؤسسات الإعلامية. بالإضافة إلى الربط بين المتغيرين أي أثر تكنولوجيا الاتصال في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية.

- الإطار الميداني :وعرضنا فيه النتائج الأولية للدراسة إذ جاء فيه "التحليل الكيفي الكمي والكيفي للبيانات، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية .

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1-تحديد الإشكالية :

تعد عملية استخدام التكنولوجيات الحديثة للاتصال في المؤسسات الإعلامية الجزائرية من المتطلبات الحديثة لمجاعة التطورات الكبيرة في بنية العمل، ولذلك من الواجب على إدارات هذه المؤسسات أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، كما يجب عليها أن تولد الاستعدادات لدى عاملها لتطبيقه، وأن توفر المستلزمات الأساسية والمتطلبات الخاصة لنجاحه.

ومن خلال ما سبق ذكره تتضح الإشكالية الرئيسية لموضوع البحث وهي كالآتي:

- كيف تساهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية ؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل أساسا في:

1- ما هي البدايات الأولى لاقتحام الإعلام الجزائري عالم التكنولوجيات الحديثة للاتصال؟

2- ما هي طبيعة التحولات التي أحدثتها الصحافة الالكترونية في الجزائر؟

3- ما هو أثر استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون

الجزائري؟

4- ما هي جوانب الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تسيير الأداء الإعلامي (السمعي البصري)؟

5- كيف تؤثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على أداء الصحفيين الجزائريين؟

6- ما هو واقع الإعلام الإلكتروني بالجزائر؟

2- أهمية البحث:

تتحلى أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية:

- الاهتمام المتزايد بتكنولوجيات الاتصال الحديثة خاصة في المجال الإعلامي، حيث أصبح امتلاك هذه

التكنولوجيا معيارا يقاس عليه من خلال تطور وسائل الإعلام أو تخلفها، وليس بغريب اليوم عقد مؤتمرات

وندوات متعلقة بتأثيرات وانعكاسات وسائل الإعلام والاتصال في شتى المجالات، كما أن البحوث الإعلامية

والاجتماعية حاليا أصبحت تركز بشكل مكثف على استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

- إظهار أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنافسية المؤسسات الإعلامية في الجزائر.

- الأهمية المكتسبة من مصادر المعلومات الإلكترونية في العمل الإعلامي، والمزايا التي توفرها هذه المصادر

الإلكترونية للممارس الإعلامي من تقليص للحيز المكاني والزمني.

3- أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذا البحث من أجل التعرف على استخدام الإعلام الجزائري لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في تطوير أداء المؤسسات الإعلامية الجزائرية، وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في الآتي:

- التعرف على البدايات الأولى لاقتحام الإعلام الجزائري عالم التكنولوجيات الحديثة للاتصال والتي مهدت الطريق للمؤسسات الإعلامية الاستخدام التكنولوجيات الرقمية والاتصالية لتسيير أداؤها.
- الكشف عن طبيعة التحولات التي أحدثتها الصحافة الإلكترونية في الجزائر.
- محاولة معرفة أثر استخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري.
- إبراز جوانب الاستفادة من تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تسيير الأداء الإعلامي (السمعي البصري).
- التعرف على تأثير تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تسيير أداء الصحفيين الجزائري.
- تقييم لواقع الإعلام الإلكتروني بالجزائر في إطار استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

4- مفاهيم البحث:

4-1- تكنولوجيات الاتصال الحديثة:

• التكنولوجيا:

إن المفهوم الحديث للتكنولوجيا يشمل الإبداع بالإضافة إلى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا هي عبارة عن جميع الاختراعات والإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي، والتي تتم من خلاله مراحل النمو المختلفة (محمد الفاتح حمدي وآخرون، 2011، ص 02).

• تكنولوجيا الاتصال والإعلام:

هي مجموعة من التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي والاتصالي الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الواسطي، أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور، كما تعرف على أنها مجموعة من الآلات أو الأجهزة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها (محمد جمال الفار، 2006، ص 102).

وبتخصيص مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وربطه بمصطلح الجديدة ، يصبح موضوع اتصال معلوماتي أكثر حداثة يرتبط بثورة معلوماتية جديدة في عصر جديد، معوم الأبعاد وقوامه أدوات وتقنيات اتصالية إلكترونية جديدة يتميز بها (عايد كمال، 2016/2017 ، ص 32)

كما يقصد بوسائل الاتصال الجديدة التقنيات الحديثة التي ظهرت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، فبعد ظهور وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون والراديو، السينما، الجرائد، جاءت إلى الساحة الإعلامية وسائل الاتصال الجديدة، كالحاسوب، الأنترنت، وسائل التسجيل الرقمية، تقنيات الاتصال الرقمية العالية الوضوح، الصحافة الإلكترونية، وسائل الإعلام الاجتماعية الإلكترونية (Social Network Media)، المدونات الإلكترونية (les blogs)، منتديات الإلكترونية (discussion forums)، مواقع بث التسجيلات السمعي البصرية (مثل: youtube myvideo...) وغيرها من التقنيات الاتصالية الحديثة التي لا تكاد تتوقف عن التجديد والتطور، بصفة مستمرة ومتواصلة (إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، 2012، ص 68).

4-2- المؤسسات الإعلامية:

عرف قاموس المنهل المؤسسة لغويا بأنها: منشأة تقوم بوظيفة داخلية وخارجية لفائدة الصالح العام، باعتمادها الرئيسي على المشروعات المخططة، المنظمة والمرسومة، إذ في إطار موحد تنتج خدمات متعددة الأغراض مختلفة (عبد النور جمور وسهيل إدريس، 1980، ص 394)،

وتعرف المؤسسة اصطلاحاً بأنها: نظام متكامل هادف ومتفاعل من العلاقات المترابطة مع بعضها البعض وتؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل بها، وفي إطار مختلف متغيراتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية... الخ (خليل محمد حسين الشماع وخضير كاظم حمود، 2000، ص 20).

والمؤسسة الإعلامية هي مجموعة من النشاطات المتميزة يقوم بها أشخاص يؤدون أدوار وفق قواعد معينة، وتتميز بإنتاج وتوزيع المعرفة (كالإشهار والثقافة)، وتعتبر كذلك همزة وصل بين أفراد المجتمع حيث تتوفر قنوات تربط فيها بين الناس وتربط كل فرد بمجتمعه (علي طاهر إسحاق مبارك، 2010، ص 110)، كما تعرف بأنها: هي كيان اجتماعي منسق إدارياً بحدود واضحة نسبياً ويمارس وظائف على أسس مستمرة من أجل تحقيق أهداف مشتركة (علي عبد الفتاح كنعان، 2014، ص 51).

5- أسباب اختيار الموضوع :

5-1- الأسباب الذاتية :

-الاهتمام بالمواضيع الإعلامية .

-دخول الموضوع في مجال تخصصنا .

-الرغبة في التعرف على تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

-الاهتمام بموضوع أداء المؤسسات الإعلامية.

5-2- الأسباب الموضوعية :

-الموضوع حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تدرس دور

تكنولوجيا الحديثة في تحسين أداء المؤسسات الإعلامية

-إثراء البحث العلمي بدراستنا والمساهمة في إنجاز دراسة علمية لإفادة الطلبة مستقبلا .

-الوصول إلى استنتاجات علمية موضوعية واقعية يمكن أن تستخدم للتعرف على فائدة تكنولوجيا الاتصال

وتأثيراتها.

-التعمق أكثر في موضوع تكنولوجيا الاتصال الحديثة وكذا أداء المؤسسات الإعلامية ودراسة كل ما يؤثر فيها.

6- حدود البحث:

لقد احتوت عينة الدراسة على 56 مفردة، نظرا لضيق الوقت لإنجاز المذكرة في الوقت المحدد وكذا

بسبب الوضع الصحي الذي تعاني منه البلاد المتمثل في جائحة كوفيد19، وما ترتب عنه وجوب تقليص

حجم العينة إلى 56 مفردة فقط.

7- الدراسات السابقة :

وهي مجموعة الدراسات والبحوث التي تناولت جانب من جوانب إشكالية الدراسة الحالية، والتي

تساهم في تحديد الإشكالية تحديدا دقيقا، وأيضا صياغة الفروض وإثراء الإطار النظري لها.

- الدراسة الأولى: وهي دراسة بعنوان: "واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة

المكتوبة بالجزائر" لفريد بن زايد من جامعة قسنطينة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص

اتصال وعلاقات عامة، وذلك سنة 2009، 2010

وتدور إشكالية الدراسة حول عملية تبني واستخدام الصحافة المكتوبة بالجزائر للتكنولوجيات الحديثة

للإعلام والاتصال ولإسهامه الكبير في تسهيل عمل الصحفيين وسهولة التغلغل الجغرافي للعناوين في مختلف

مناطق الوطن هذا إضافة إلى تحسين نوعية المنتج الإعلامي ولهذا الدراسة أهمية كبيرة حيث أنها حاولت فهم الظروف الجديدة التي انبثقت عن تملك واستخدام التكنولوجيات الحديثة في ممارسة العمل الصحفي بالجزائر، والتغيير الذي حدث على معظم ظروف ومستويات العملية الصحفية بدءاً من استقاء الخبر ووصولاً إلى مرحلة إنتاجه، وتهدف هذه الدراسة إلى:

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

- الوقوف على مستويات استخدام وتملك الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وعلى ضوء ما ذكره صاغ الباحث إشكاليته في التساؤل التالي : ماهي مستويات استخدام وتملك التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر مهنياً وصناعياً؟ ولتحليل هذه الإشكالية صاغ الباحث الفروض الآتية:

- تتراوح مستويات استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر من الإستخدام العشوائي إلى الإستخدام الإبداعي

- أثرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر صناعة وممارسة . ولاختبار هذه الفروض إختار الباحث عينيه بحثية متمثلة في مهنيي الصحافة في كل المؤسسات الصحفية التي تمتلك مكتبا جهويا أو محليا على مستوى ولاية سطيف معتمدا في ذلك على أسلوب المسح الشامل . وقد استعان الباحث في دراسته بالمنهج الوصفي كما استعان التحليلي كما استعان باستمارة الاستبيان . وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال قد تركت أثرا مترواحا في شكل ممارسة وصناعة الصحافة المكتوبة في الجزائر وذلك من خلال التغيير في تسيير العمل داخل غرف التحرير والإنتاج والإخراج كما أن صيرورة تملك واستخدام الصحفيين الجزائريين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في مجال العمل الصحفي تظهر في مستويات مختلفة

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تبحث عن دور تكنولوجيات الإعلام الحديثة في تحسين وتطوير الأداء الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية بينما تركز هذه الدراسة على دراسة الأثر فيما يخص الصحافة المكتوبة بالجزائر . كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية، وقد استخدمتا للوصول إلى النتائج استمارة استبيان بالإضافة إلى الوسائل الأخرى المساعدة على غرار المقابلة والملاحظة.

- الدراسة الثانية : هي دراسة بعنوان: "إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية - الألعاب الرياضية العربية العاشرة (من 24/09 إلى 08/10/2004) نموذجاً دراسة وصفية تحليلية" لقطشة عبد القادر، من جامعة الجزائر لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال وذلك سنة 2006/2005.

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

وعلى ضوء ما ذكره صاغ الباحث إشكاليته في التساؤل الآتي: ما مدى استفادة التلفزيون الجزائري من التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال لتسهيل العملية الاتصالية داخل الوطن وخارجه؟ وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كما يأتي:

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

- هل يمكن اعتبار ذلك الاستثمار خاضعاً لدراسة حية أم هو مجرد تقليد أعمى للقنوات الأجنبية؟

- هل استطاع التلفزيون الجزائري أن يوظف التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بشكل يسمح بإعداد برامج جديدة شكلاً ومضموناً عسى أن يستقطب ذلك عدداً محترماً من المشاهدين؟

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

وقصد اختبار هذه الفروض إختار الباحث عينة بحثية قصدية تتمثل في المهنيين الصحفيين وكذلك المخرجين والتقنيين في التلفزيون الجزائري، وقد استعان الباحث في دراسته بالمنهج الوصفي الذي يهدف إلى إعطاء صورة كلية عن الظاهرة وموضوع البحث، كما استعان باستمارة استبيان مكونة من 68 سؤالاً. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هذه الاستثمارات وهذا التجديد في الأجهزة السمعية البصرية الرقمية الحديثة، لم يلاحظ في الواقع لا من حيث مضامين البرامج ولا من حيث النوعية في الصوت والصورة.

وتعتبر هذه الدراسة فرعاً من دراستنا حيث تناولت هذه الدراسة إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة الإعلامية بينما ندرس موضوعاً أشمل وهو دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام في

تطوير الأداء الإعلامي ككل. كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية، وقد استخدمنا للوصول إلى النتائج استمارة استبيان بالإضافة إلى الوسائل الأخرى المساعدة على غرار المقابلة والملاحظة.

– **الدراسة الثالثة :** هي دراسة بعنوان: "تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، دراسة ميدانية على الصحف الإماراتية" للدكتور بحيت محمد وهي مقدمة إلى المؤتمر العلمي الخامس، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، سنة 2008.

وتدور إشكالية الدراسة حول تحديد طبيعة تأثيرات استخدام وتبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية هذا إضافة إلى تحديد اتجاهات الصحفيين العرب إزاء استخدام الوسائل التكنولوجية وأيضاً معرفة الغائب والحاضر في أنواع الاستخدامات وتأثيراتها . وقد اعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي إلى جانب استخدام المنهج الإحصائي في تحليل البيانات والأرقام للتعرف على الواقع الفعلي لهذه الاستخدامات وطبقت الدراسة على مجتمع الإمارات كونه أسرع المجتمعات تطوراً في آسيا والعالم بحسب التقرير السنوي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لعام 1995. وتدخّل الدراسة ضمن صنوف البحوث الإستكشافية لواقع الاستخدامات الصحفية العربية، وكذا البحوث الوصفية التي ترمي إلى رصد طبيعة استخدام تكنولوجيا الاتصال وتوصيفها ومجال استخدامها.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج متعددة منها:

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

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

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

دراسة الباحث الذي يدرس الصحافة المكتوبة . وبغض النظر عن الاختلافات الموجودة فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا خاصة فيما يتعلق بالإطار النظري وبالإحاطة بموضوع البحث.

2- المدخل النظري للدراسة :

تقوم دراستنا هذه على دراسة الأداء الإعلامي ضمن إطار علائقي بين مختلف العوامل المحيطة به والتي حددنا منها تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير هذا الأداء الذي يتعلق بالإعداد والإنتاج الإعلامي للأعمال والمهام الصحفية التي يقوم بأدائها القوائم بالاتصال في محطة سطيح الجهوية للتلفزيون في حدود الأدوار والوظائف التي تحددها المواقع التنظيمية لهذه المؤسسة. (محمد عبد الحميد، 2000، ص 50)

والمدخل يدل على المرجعية العلمية والمعرفية التي يمكن من خلالها طرح مشكلة البحث وتحديد إطار البيانات المطلوبة وكذا النتائج أو الحقائق المستهدفة ، ولذلك سنحاول في هذا العنصر عرض أهم التصورات النظرية التي ستنتقل منها هذه الدراسة في مقارنة دور تكنولوجيا الإعلام الحديثة في تحسين الأداء الإعلامي محطة سطيح الجهوية للتلفزيون. وعلى هذا الأساس انتهجنا نظرية انتشار الأفكار المستحدثة كمقاربة نبي على أساسها هذا الموضوع:

نظرية انتشار الأفكار المستحدثة:

مفهوم الانتشار: يذكر روجر Rogers أن الانتشار عبارة عن انتقال الأفكار والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس والنجاح الذي يصادف بعض هذه المبتكرات أو الفشل الذي يصاحب الآخر وظروف النجاح وأسباب الفشل، وتقاس مدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي استخدمت فيه لأول مرة، كما أن حداثة هذه الفكرة هي التي تحدد ردة فعل الشخص تجاهها .

ويحلل المهتمون بالانتشار عملية الانتشار إلى أربعة عناصر رئيسية أولها التجديد والابتكار *rénovation*، وثانيهما مجرى الاتصال *communication* ، وثالثهما التنسيق الاجتماعي *social system*. (محمد محمد عمر الطنوبي، 2001، ص 210)

حيث أن عملية الانتشار تدور وتجري داخل نسق اجتماعي معين، أما العنصر الرابع فهو الزمن والتنسيق الاجتماعي مفهوم شائع الاستعمال في السوسيولوجيا الحديثة، ويشير إلى أن مجموعة من الأفراد لمتباينين وهم معنيون بتحقيق هدف جمعي، فيم نقصد بالابتكار الفكرة أو الأسلوب أو النمط الجديد الذي يتم استخدامه في الحياة. (محمد محمد عمر الطنوبي، 2001، ص 211)

عملية التبني :

هي عملية عقلية ذهنية تختص بالفرد وتتكون من عدة مراحل، تبدأ بالسماع عن الفكرة وتأخذ فترة زمنية تطول أو تقصر وفقا لخصائص الشخص وغير ذلك من العوامل التي تؤثر في هذا الشخص وفي إمكانياته لاتخاذ قرار التبني، وقدراته ولقد تعددت تعاريف التبني لكن على الرغم من ذلك فقد اتسعت من حيث المضمون مع التعريف الذي أورده روجرز بأنها:

- العملية العقلية التي يمر العقل خلالها منذ أن يسمع عن فكرة جديدة لأول مرة حتى تصبح هذه الفكرة جزء من سلوكه ومن المسلم به أن عملية تبني المبتكرات الجديدة تسبقها عملية أخرى وهي عملية نشر تلك المبتكرات والتي بواسطتها تنتقل المبتكرات الجديدة من مصادرها الأصلية إلى عدد كبير من المستفيدين منها عبر مختلف وسائل الاتصال ، بغية تعريفهم بها وحثهم على تبنيها ووضعها في حيز التنفيذ الفعلي. (صالح خليل أبو أصبع، 2004، ص 298)

وتجدر الإشارة إلى أن مسألة الحدائة أمر ذاتي ونسبي وأن المبتكرات تتغير من لجة إلى القدم بتغير الزمن وتباين نظرة الأشخاص إليها وموقفهم منها
ومما سبق يتضح أن عملية الانتشار تعتمد على توافر العناصر الآتية:

- المبتكرات الجديدة.
- انتقال المبتكر من خلال قنوات الاتصال.
- الزمن الذي فيه عملية نقل وتوصيل المبتكر إلى المستفيدين أو المستهدفين منه. (محمد محمد عمر الطنوبي، 2001، ص 214)
- مراحل عملية التبني:

-مرحلة الشعور بالفكرة: وفي هذه المرحلة يتعرض الفرد للفكرة ويحس بحاجة شديدة إلى معلومات كافية عنها، ويرى أغلب العلماء أن السماع بالفكرة الجديدة يكون بالمصادفة المحضة
- مرحلة الاهتمام: وفي هذه المرحلة يصبح الفرد راغبا في التعرف على دقائق الفكرة الجديدة ويسعى إلى تنمية معلوماته عنها.

- مرحلة التقييم: وفي هذه المرحلة يطبق المرء الفكرة المستحدثة تطبيقا عقليا على موقعه الراهن وكذلك موقفه الذي يتوقعه مستقبلا وبعدها يقرر إن كان عليه أن يجرب الفكرة أم لا، وتخضع هذه المرحلة إلى تردد كبير من المتبني لذلك فهو يحتاج إلى التشجيع القوي.

- مرحلة التجريب: وفي هذه المرحلة يستخدم المرء الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق وذلك لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة تمهيداً لتطبيق الفكرة كلياً.

- مرحلة التبني: وهنا يقرر المرء عادة الاستمرار في الاستخدام الكامل للفكر.

الخصائص التي تؤثر في قبول انتشار المبتكرات:

عرض " روجرز " و " شوماكلير " جملة من الخصائص التي استنبطها من دراسات عديدة في ميادين الزراعة، الطب، التعليم، التسويق وغيرها وتشمل ما يلي:

- الميزة النسبية: يعرف روجرز الفكرة الحديثة أو الأسلوب المستحدث بأنها درجة تفوقها على غيرها من الأفكار أو الأساليب السابقة ويقصد بالميزة النسبية عادة مدى الفائدة الاقتصادية التي تعود على الشخص الذي يتبنى الفكرة أو الأسلوب الجديد. (افريت روجرز، 1991، ص 111-116)

- الملاحظة: يقصد بها درجة توافق الفكرة مع القيم السائدة لدى من يتبنونها وتجاربهم الخاصة بذلك وهذا التوافق من شأنه أن يزود من يتبنى الفكرة بقسط أكبر من الطمأنينة والأمان كما يجعل الفكرة أسهل فهما بالنسبة له.

- درجة التعقيد: يقصد بها درجة الصعوبة النسبية للفكرة على الفهم والاستخدام وقد لوحظ أن بعض الأفكار المستحدثة أكثر وضوحاً وأسير استعمالاً من بعض الأفكار الأخرى، وأن هذا الاستخدام يرتبط بدرجة قبول قرار المجتمع لها وانتشارها بينهم

- القابلية للتقسيم والتجزئة: بعض الأفكار والأساليب المستحدثة يمكن تقسيمها وتجربتها مجزأة وكلما نجح الفرد في تجربة جزء ينتقل بسهولة إلى جزء آخر، وبعض الأساليب الأخرى تكون غير قابلة للتجزئة، وقد استخلص " روجرز " أن الأفكار والأساليب المستحدثة التي يمكن تجزئتها تكون على العموم أسرع في التبني للأفراد والمجتمعات من الأفكار والأساليب التي لا يمكن تجزئتها - . قابلية التداول: يقصد بها سهولة نشر وتداول الفكرة أو الأسلوب المستحدث بين الأفراد وقد لوحظ أنه كلما كانت النتائج المترتبة على تبني الفكرة واضحة جلية للعيان، كان قبول الآخرين وتبنيهم لها مهلاً ميسوراً. (افريت روجرز، 1991، ص 117-118)

وانطلاقاً من هذا المدخل النظري، فإن هذه الدراسة ستتركز على دراسة دور تكنولوجيا الإعلام الحديثة كشكل من أشكال التجديد في المؤسسة الإعلامية المدروسة وكمبتكر جديد يعمل على تطوير وتحسين الأداء الإعلامي داخل هذه المؤسسة وذلك عبر مستويين:

- مستوى تبني الفكرة: خاصة من خلال الأفراد المستخدمين لهذه التكنولوجيا.
 - استخدامها وتطبيقها: والذي يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها ثم الربط بين هذين المستويين من أجل تفسير:

* إما الاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيا الجديدة وبالتالي تبني هذه المبتكرات من قبل جميع المزودين بها.
 * إما التباطؤ والتلكؤ في استخدام هذا المبتكر واعتباره من الثانويات التي لا تحتاج إلى استعمالها
 والخلاصة أن هذه الدراسة سنحاول الإقتراب من هذا المفهوم الجديد ودراسة مدى تبني العاملين بمحطة سطيف الجهوية للتلفزيون لهذا المبتكر، ثم دراسة الدور الذي يقوم به هذا المبتكر لتحسين وتطوير الأداء الإعلامي داخل هذه المؤسسة وأساليب العمل بها

3-الإجراءات المنهجية للدراسة :

3-1-مجالات الدراسة :

وتعتبر خطوة تحديد مجال الدراسة خطوة أساسية لأي دراسة علمية، فهي تساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، فنجد ثلاث مجالات رئيسية وهي:

3-1-1-المجال الجغرافي :

أجريت الدراسة بالمحطة الجهوية للتلفزيون بسطيف .

3-1-2-المجال الزمني :

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقها البحث، البداية كانت من شهر جانفي، قمنا فيها بفرز كل البيانات فيما يخص الفصول الثلاثة الأولى والبحث عن المراجع والكتب في المكتبة والبحث عن الدراسات السابقة وتحميل عناوين مواقع إلكترونية، إلى غاية شهر فيفري، وخصصنا شهر مارس للجانب التطبيقي لدراستنا والمتمثل في إعداد الاستمارة وتحكيمها وتوزيعها، ثم تفرغ البيانات وتحليلها، وأخيرا خرجنا بالنتائج النهائية.

3-1-3-المجال البشري :

يشمل جميع الموظفين (العاملين) بالمحطة الجهوية للتلفزيون بسطيف من تقنيين وفنيين وصحفيين ومسؤولين، حيث تسمح بالحصول على إجابات تخدم وتجيّب على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

3-2- نوع الدراسة ومنهجها :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المتعلقة بدراسة الجمهور، التي تقوم على: تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الوصول إلى وصف علمي ودقيق ومتكامل للظاهرة، وقصد تشخيص مؤشرات الدراسة استخدمنا المنهج المسحي، الذي يعني: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك" (أحمد بن مرسلبي، 2005، ص 286)، والذي نسعى من خلاله إلى الضبط العلمي الدقيق لمجموع الإجراءات والخطوات التي تسمح بالوصول إلى النتيجة، ولتطبيق المنهج المسحي في هذه الدراسة اتبعنا الخطوات التالية:

- ضبط الإشكالية بدءاً من تحديد المشكلة ووصولاً إلى صياغة الفروض.
- جمع معلومات أولية تفيد في اختيار أدوات جمع البيانات وضبط العينة.
- تحديد حجم ونوع العينة مواصفاتها وخصائصها.
- إعداد أدوات جمع البيانات، خاصة فيما يتعلق بإعداد استمارة الاستبيان.
- جمع البيانات من مفردات العينة ثم تفسير و تحليل البيانات على ضوء الإشكالية المطروحة والفروض المصاغة للوصول إلى النتائج العام.

3-3- مجتمع وعينة الدراسة :

إن مجتمع البحث يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة . (عليان، غنيم، 2009، ص 137)

لهذا الغرض قمنا بدراسة لمجتمع البحث بطريقة تسمح لنا من التعرف على تكوينه الداخلي وبناءاً على هذا تم اعتماد أسلوب الحصر الشامل لكل العاملين بالمحطة مجال الدراسة والذين يتمثلون في:

- التقنيون والفنيون: عددهم 34 أما دورهم فيشتمل على الجانب الفني والتقني للعملية الإعلامية وذلك من خلال التقاط الصورة أو الصوت ثم تركيبها وإخراجها للجمهور في شكلها النهائي.

- الصحفيون : عددهم 18 أما دورهم فيتمثل في جمع المادة الإعلامية وأعدادها ووضعها ضمن القالب المناسب

- المسؤولون : عددهم 04 أما دورهم فيتمثل في السهر على السير الحسن للعمل داخل المحطة كل حسب المصلحة التي يشرف عليها

ومن ثم يصبح العدد النهائي 56 مفردة.

3-4- أدوات جمع البيانات :

إن نجاح عملية البحث مرتبطة بشكل كبير بمدى فاعلية الأدوات المستخدمة لأنها الوسيلة التي تساهم في إعطاء نتائج تتسم بقدر من الثقة والثبات، والشائع حول أدوات البحث العلمي هو أنها: "تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج أو أكثر " (موريس أنجرس، 2006 ، ص62)، وذلك من أجل الوصول إلى خطة بحثية متكاملة يتم تتبعها للوصول إلى تحديد بعض الجوانب محل الدراسة بطريقة علمية موضوعية تؤدي في النهاية إلى نتائج مقبولة علمياً. ولأجل تحقيق هذه الأغراض تم الاستعانة بأكثر من وسيلة علمية في تجميع البيانات وهذا للإلمام بالموضوع، لهذا فقد اعتمدنا في دراستنا الميدانية على الاستمارة كأداة أساسية لجمع المعلومات إضافة إلى الملاحظة والمقابلة

-الإستبيان : تعرف بأنها "هي إحدى وسائل الحصول على المعلومات والتي تستعمل على نطاق واسع، فهي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث. (عطوي، 2007، ص99)

وتعرف أيضا "هي وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد إستمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بملئ الإستمارة بالمستجيب. (كاظم وآخرون، 2008، ص97)

إنطلاقاً مما سبق يمكننا القول أننا إعتدنا في دراستنا هذه على إستمارة الإستبيان لجمع البيانات لعدة إعتبرات أهمها:

- ملائمة الإستبيان لنوع الدراسة ومنهجها، والأهداف العامة التي ترمي إليها الدراسة .
- مساعدة الإستبيان على جمع أكبر قدر من الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة في جانبها الميداني
- طبيعة الأداة التي تمكن الباحث من الوصول إلى أكبر قدر ممكن من أفراد مجتمع البحث، كما أنها توفر الجهد والوقت إذا ما تمت المقارنة بينها وبين الأدوات الأخرى.

وقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وبعد الإتفاق مع الأستاذ المشرف على الإستمارة في شكلها الأولي، تم التأكد من صدق الأداة والوقوف على مدى كفاءتها في الحصول على المعلومات المطلوبة بعرضها على عدد من الأساتذة المحكمين، من أساتذة قسم العلوم

الإنسانية تخصص الإعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف المسيلة، والذين أبدوا جملة من الملاحظات والتي أخذت بعين الاعتبار، وقد تم توظيف مختلفها في إطار إعادة صياغة الأسئلة وترتيبها وإستبعاد الأسئلة التي لم تحصل على نسبة إتفاق، لتصبح استمارة الإستبيان بعد ذلك في صورتها النهائية صالحة للتطبيق الميداني.

وقد إحتوت إستمارة الإستبيان في شكلها المعتمد في هذه الدراسة على 24 سؤال موزعة على المحاور

التالية :

أولاً: البيانات الشخصية : تتضمن صفات العينة محل الدراسة، وقد إشتمل على 4 متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص العلمي .

المحور الأول: محور خاص للتعرف على التجهيزات المتوفرة داخل المؤسسة

المحور الثاني: حكم العاملين بالمحطة في تكنولوجيا الإعلام الحديثة وتوظيفها أثناء الأداء الإعلامي.

المحور الثالث: الدور الذي تقوم به تكنولوجيا الإعلام الحديثة لتطوير الأداء الإعلامي داخل المحطة.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

I- تكنولوجيا الإعلام الحديثة.

أولاً: مفهوم تكنولوجيا الإعلام الحديثة وتطورها :

لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصال والمعلوماتية إلى ظهور وسائل وتطبيقات جديدة أطلق عليها البعض اسم "التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال NTIC"، التي أخذت تنمو وتتطور باستمرار لتسهم في تطوير الحضارة الإنسانية ورفي الجنس البشري هذا ابتداءً من منتصف الثمانينات، حيث نجد أن العالم يمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تكاد التطورات التي تحدث فيها أن تعادل كل ما سبق من تطورات في المراحل الماضية بما فيها تغير شكل وأسلوب عمل وسائل الإعلام والاتصال، ويكفي أنها قد عملت في قطاع الإعلام على تسهيل وتسريع الحصول على المعلومة في مختلف أشكالها، وأخرجتها من احتكار المؤسسات، كما أتاحت وسائل الوسائل الترفيه الإلكتروني " لمشاهدة التلفزيون عددا هائلا من القنوات ومواد الإرسال، كما مكنت من تخليص المتلقي من الاستقبال السلبي للبرامج، وأدخلته طور التفاعل (معين النقري، 1999، ص37)

هذا بالإضافة إلى تسهيل العملية الإعلامية للقائم بالاتصال من خلال توفير كل عناصر الجودة والسرعة والمرونة في التعامل مع كافة المستجدات في الحقل الإعلامي .

1. مفهوم تكنولوجيا الإعلام :

يعرف الباحث "معالي فهمي خيضر" التكنولوجيا الحديثة للإعلام بأنها: جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم في عمليات الإعلام (بومعيل سعاد، فارس بوباكرة، 2004، ص 205).

ويمكن القول أنها تمثل تلك التكنولوجيا التي تستفيد من الابتكارات في ميدان العلم والتقنية، لهذا فإن صفة "الحداثة" تبقى صفة مؤقتة، فبعد سنوات قليلة ستصبح هذه التكنولوجيا والتي تتعلق بشبكة الانترنت والهندسة المعلوماتية، والعمل التعاوني عن بعد والإدارة الالكترونية وغيرها من الأمور العادية. (معين النقري، 1999، ص22)

وتعد تكنولوجيا الإعلام أيضا بأنها خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية وكذلك تقنيات المصغرات الفيلمية والبطاقية ... أي مختلف أنواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات والمنتجات التي تتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها

وتحليلها وتنظيمها (توثيقها) وخرزتها واسترجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة والمتاحة (عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان السامراتي، 2002، ص 38).

وتجدر الإشارة إلى أن مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال متداخل بعض الشيء، حيث أن هذه التكنولوجيات لا تعتبر جديدة في حد ذاته، ذلك أن معظمها كان موجودا منذ السنوات العشر الماضية أو أكثر، وما يمكن اعتباره حديثا هو توسع استخداماتها في مجال إدارة المؤسسات واعتمادها بدرجة كبيرة على العمل الشبكي (بومعيل سعاد، فارس بوباكرا، 2004، ص 207)

ومن المنظور الإعلامي يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام هي : مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المكتوبة أو المسموعة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب، لنشرها أو نقلها من مكان لآخر أو تبادلها (محمود علم الدين ، 2005، ص 139).

2. تطور تكنولوجيا الإعلام الحديثة :

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

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

- تكنولوجيا الإعلام في مرحلة الطباعة :

وفيها عرف الإنسان الطباعة أي تجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا وبكميات وبشكل مقروء نسبيا عن المخطوط، ويعود السبق في معرفة الطباعة إلى الفينيقيين الذين كان أيضا فضل الاختراع الورق، وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية، ثم الفخار حتى اخترع "جوتنبرغ" الحروف الطباعة المتحركة المسبوكة من المعدن عام 1445م وبعدها انتشرت الطباعة في أوروبا ومنها إلى العالم ككل (محمود علم الدين، 1990، ص 47).

وتعززت حاسة البصر، وحول المطبوع أصوات إلى رموز مجردة أي إلى حروف مما شكل عملية تجريد منظم للحروف أو الرموز البصرية، كما ساهم تعدد النسخ المطابقة من المطبوع الواحد على الانتشار الجماهيري للكتب والمجلات والجرائد، مما حقق ديمقراطية الإعلام ونقلها من احتكار العلماء إلى الجماهير العادية، كما ساهم الطبع في نشر الروح الفردية لأنه شجع كوسيلة اتصال وكأداة شخصية التعليم المبادرة والاعتماد على الذات، وعزل البشر وإخراجهم من الإطار الجمعي (محمد نصر مهنا، 2005، ص 73).

- تكنولوجيا الإعلام في المرحلة الإلكترونية :

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

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

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

- تكنولوجيا الإعلام في المرحلة التفاعلية الرقمية :

وقد بدأت هذه المرحلة في منتصف الثمانينات وما زالت مستمرة حتى الآن، وتتميز بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية تمثلها أكثر من وسيلة، لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الإعلامية، ويطلق على التكنولوجيا السائدة أو المميّزة لهذه المرحلة التي نعيشها: التكنولوجيا الرقمية أو التكنولوجيا التفاعلية، أو التكنولوجيا المتعددة الوسائط). (محمود علم الدين، المرجع السابق،

ص50)

ويمكننا القول أن أبرز ملامح المرحلة التي نعيشها الآن هي تكنولوجيا الإعلام في ظاهرة الاندماج وسائل الاتصال أو المعلومات أو ظاهرة الالتقاء الرقمي، فقد شهدت العقود الأربعة الماضية تطورا مذهلا في مجال الاتصال، ويميز هذا الالتقاء الرقمي التغيير الجذري الذي طرأ على وسائل المعلومات والإعلام والذي يتمثل في تغيير الأساس التقني لعمل هذه الأجهزة الالكترونية والكهربائية من الوضع التماثلي Analogique إلى الوضع الرقمي (Binaire). (محمد نصر مهنا، المرجع السابق، ص 81).

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

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

ثانيا : خصائص تكنولوجيا الإعلام :

نظرا للتطور الهائل الذي تعرفه المستحدثات التكنولوجية ووسائل الإعلام والاتصال الرقمي، فلقد شكلت هذه الأخيرة لنفسها كغيرها من وسائل الإعلام التقليدية عددا من السمات والخصائص التي ميزها عن باقي الوسائل وأثرت في بناء المفاهيم الخاصة بها وعناصرها .

ويتصدر هذه الخصائص ما يلي:

1. التفاعلية:

هي سمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي، وتعني التفاعلية حسب الباحث محمد عبد الحميد: انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل". (محمد عبد الحميد، 2004، ص 108)

بمعنى أن العملية الإعلامية أصبحت تسري في اتجاهين تتبادل فيها الأدوار حيث يكون لكل طرف فيها الحرية فيها التأثير على هذه العملية في الوقت والمكان يناسبه بالدرجة التي يراها .

وقد نتج عن هذا التفاعل إنحسار تحكم الدولة في مصادر المعلومات والأخبار وأصبح الفرد مسؤولا مسؤولية كاملة في اختيار معلوماته وبرامجه وذلك وفق اتجاهاته وإمكانياته وقدراته الإدراكية بالتالي فإن دور المستقبل أصبح لا يقف عند حدود استقبال الرسائل بل تحول إلى مشارك ومؤثر في بناء عناصرها (محمد نصر مهنا: المرجع السابق، ص 110).

2. التنوع :

لقد أتاح التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي اختبارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، ويتمثل هذا التنوع في (مرفت محمد كامل، 2003، ص 138):

- تنوع في المحتوى الذي يختاره المستخدم على المواقع المختلفة المنتشرة عبر شبكة الانترنت سواء في وظائف المحتوى أو مجالاته أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة أو الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى من خلالها ثم التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص الفائقة .
- تنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة مثل الحاسب الشخصي إذ يوفر الاتصال الصوتي أو الكتابي الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات عن بعد جماعات النقاش.

3. التكامل :

توفر التكنولوجيات الحديثة للإعلام ووسائل اتصالية مجموعة في منظومة واحدة تقدم للمستخدم الخيارات المتعددة المتاحة في إطار متكامل .

بمعنى أن هذه الوسائل أو الأنظمة الرقمية توفر خيارات التعرض لإتاحة التخزين في أسلوب متكامل فالفرد بإمكانه أثناء التعرض للمواد الإعلامية أن يختار من بينها ما يراه منسباً للتخزين، الطباعة، الحفظ على الأقراص المدججة أو إعادة إرسالها بالبريد الإلكتروني مثلاً (مرفت محمد كامل، 2003، ص 113)

4. تجاوز الحدود الثقافية والكونية :

تظهر هذه الخاصية بالأساس على الشبكة العالمية للمعلومات حيث تلقت فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية مما أضفى عليها الطابع العالمية والدولية حيث تستطيع المعلومة أو الخبر تتبع إلى أدناه في جزء على الألف من المسارات المعقدة والذهاب والإياب من أقصى مكان في الأرض الثانية"، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية (مصطفى المصمودي، 1985، ص 119).

كما أدت سمة العالمية أو الكونية إلى سقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على مستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف أو على مستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية بالرغم من اختلاف قنوات البث (محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 113).

5. التنوع والانتشار :

ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر وتبدو في البداية أنها ترف ثم سرعان ما تتحول إلى ضرورة، كما حدث مع التلفزيون وأجهزة الكمبيوتر .

وعموماً فإن التفاعلية والتنوع، التكامل والانتشار، وكذا تجاوز الحدود الثقافية والكونية من أبرز خصائص التكنولوجيات الحديثة، التي ساهمت بنسبة كبيرة في زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال (محمد علم الدين: المرجع السابق، ص 179).

ثالثاً: وظائف تكنولوجيا الإعلام :

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

1. مصدر للمعلومات والأخبار :

تتصدر وسائل الإعلام والاتصال الحديثة اليوم كافة وسائل الاتصال الأخرى، في تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة والتنوع، ذلك أن الانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتيجة التطور الغير مسبوق في تكنولوجيا المعلومات التي غطت كل المجالات والتخصصات نتيجة الخصائص التي تتميز بها تكنولوجيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة لذا فإنه ليس من الغريب أن يتم الاستفادة من خصائص تكنولوجيا الإعلام كمصدر هام للمعلومات وأهمها شبكة الإنترنت، وليس غريباً 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 الإنترنت في كل البحوث الأجنبية والعربية التي درست أسباب ودوافع استخدام تكنولوجيا الإعلام الحديثة (محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 130 - 131).

2. التعبئة وتنمية المشاركة الديمقراطية :

ونظراً للخصائص الهامة التي تتميز بها التكنولوجيات الحديثة للإعلام فقد أصبحت وسائل الاتصال الرقمي وبخاصة شبكة الإنترنت من أهم روافد التعبئة وأصبحت تحتل وظيفة التعبئة مكانة جد هامة بين مختلف الوظائف التي تقوم بها تكنولوجيا الاتصال وذلك لتأيد الأفكار المختلفة أو مناهضة غيرها من الأفكار

بحيث ستهتم في تكوين الرأي العام الإقليمي والعالمي أو حتى المحلي الوطني نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين (محمد البخاري، 2004، ص 24).

كما ساهمت تكنولوجيات الاتصال في تنمية المشاركة الديمقراطية وإرساء أسماها في كثير من الأحيان وهذا وفقا للنظرية الخاصة بها والتي تهدف إلى الحد من المؤسسات الإعلامية الضخمة، وإتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع لممارسة حقها في الإعلام والاتصال من خلال تنوع المصادر بعيدا عن السيطرة الرأسمالية والاحتكار وتأثير التمويل الإعلاني (محمد البخاري: المرجع السابق، ص 25).

3. التعليم عن بعد عن طريق الشبكات) .:

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

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

4. الخدمة الإعلامية المتكاملة وفورية الاتصال :

من خلال ما توفره مختلف المواقع الإعلامية والإخبارية المعروفة على شبكة الانترنت حول الوقائع والأحداث التي تحدث 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 (محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 132 - 133).

5. تجاوز قيود العزلة :

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

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

6. نشوء المجتمعات الافتراضية :

وتنشأ المجتمعات الافتراضية في إطار الوظيفة السابقة، حيث يجتمع الأفراد من خلالها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل الدعوة إلى الديمقراطية، مناقشة الطابوهات، أنظمة الحكم في البلدان وغيرها من الأهداف والغايات التي تجتمع حولها هذه المجتمعات الافتراضية (محمد البخاري: المرجع السابق، ص ص 25 - 26).

7. التسويق والإعلان :

حيث أن الوظائف السابقة الذكر تقدم في مجملها كخدمات مجانية عن طريق شبكة الانترنت أو مقابل نظير رمزي فإن هذه المواقع تعتمد في تمويلها على الإعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات التي تعرض على هذه المواقع، وبالتالي أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدًى كثير لدى المعلنين ونصوصا للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول إليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى (طاهر محسن الغالي/ أحمد شاعر العسكري، 2006، ص 241).

رابعا: عوامل انتشار تكنولوجيا الإعلام :

وراء هذا الانتشار الهائل لتطبيقات التكنولوجيا الحديثة مجموعة من العوامل يمكن تلخيصها فيما يلي:
(علي نبيل، 1994 ، ص 180)

1. زيادة الإنتاجية :

ويقصد بها تنمية إنتاجية الموارد البشرية والمادية والطبيعية ومن أمثلتها :

- زيادة إنتاجية عمال المصانع .
- زيادة إنتاجية عمال المكاتب .
- زيادة إنتاجية نظم التعليم .

إذ أثبتت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فترة فائقة على تقليل كلفة الإنتاج والخدمات من خلال تقليل الفاقد في استغلال الطاقة، إن لتكنولوجيا هي الوسيلة الفعالة لتحقيق التنمية الشاملة فهي حلقة الوصول بين السوق وأنشطة التصميم والإنتاج والتوزيع في منظومة متكاملة .

2. تحسين الخدمات :

لعبت التكنولوجيا الحديثة دورا حاسما في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوافرة من قبل وذلك في مجالات عديدة من أبرزها : خدمات المصارف والمواصلات والاتصالات ولم يكن الدافع وراء ذلك هو زيادة الرفاهية، طلب الخدمات وتسهيل عمل مقدمتها بقدر ما هو قصور الوسائل التقليدية في الوفاء بالمطلب المتزايدة كنتيجة التسارع إيقاع الحياة وتشابك علاقاتها .

3. السيطرة على التعقيد :

تعتبر ظاهرة التعقيد وليدة للتقدم الحضاري وتشابك العلاقات ويتجلى هذا التعقيد في صورة عديدة على جميع المستويات .

ومن أمثلة ذلك: أداء النظم الاقتصادية التي تتعامل مع العديد من المحددات والقيود والمتغيرات الديناميكية والمشاكل أمام كل هذه الظواهر المعقدة على المخطط والمحلل والمقيم المصمم أن يبحث عن الأمثل والأصلح والأصدق في ظل العديد من القيود والمحددات .

لقد وفرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال أيضا وسائل عملية لمحاصرة ظاهرة التعقد منها نماذج المحاكاة Simulation models ووسائل تحليل النظم والبيانات .

ومن أمثلة هذا العامل في مجال العمل الإعلامي ما أصبحت تفوره التكنولوجيات الحديثة من سرعة في الحصول على المعلومة والتعامل معها، هذا بالإضافة إلى مجموع الحلول والخيارات اللامنتهية التي ساهمت في السيطرة على التعقيدات التي واجهت الإعلام التقليدي، إذ أصبح اليوم بالإمكان التحكم في كل العمليات عن طريق حاسوب شخصي ومجموعة من البرامج التي سمحت كتحصيل حاصل من: ربح الوقت، إمكانية التعديل، الحذف والإضافة ... الخ.

4. دراسة ما ليس متاحا :

هناك كثير من الظواهر يتعذر دراستها على أساس المتاح من الشواهد الواقعية، فكيف يتسنى لنا بناء على ما هو متاح دراسة نشأة المجرات وبناء الكون والمتغيرات الجيولوجية التي تحدث عبر ملايين السنين، إذ تطلبت ظروف حياتنا المعاصرة دراسة كثيرة من الظواهر والمواقف التي تحتاج لاستظهار أزمنة الماضي المديد وإسراع شريط الأحداث لدراسة ظواهر بطيئة التطور التطورات الجيولوجية أو إبطاء شريط الأحداث كي يمكن لنا متابعة الظواهر السريعة التطور التي تحدث في جزء صغير من الثانية كعمليات الانفجار والانشطار النووي والاحتراق وما شابهها .

5. المرونة :

في خضم هذا الكم الهائل من الظواهر التي يصعب التنبؤ بها يصبح عامل المرونة أساسيا لضمان سرعة تكيف النظم وتجاوبها مع المتغيرات والمطالب العديدة، لهذا السبب كان أحد أهداف تغيير نظم الإنتاج هو تحقيق المرونة المطلوبة لتلبية مطالب السوق المتغيرة ومواجهة التغيرات المحتملة في نوعية المواد الخام المستخدمة أو أداء آلات الإنتاج .

ومطلب المرونة ليس مقصورا على نظم الإنتاج وتقديم الخدمات بل يمتد أيضا ليشمل مرونة اتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية إزاء الأحداث الجارية والظروف المتغيرة .

II – الأداء الإعلامي :

أولاً: مفهوم الأداء الإعلامي وتطوره :

1. مفهوم الأداء الإعلامي :

هو مفهوم الوظائف والمهام والنشاطات المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور بما يخدم مصلحة الدولة ووطنها ومواطنيها (عبد المجيد افرام / هادية خزنة كاتي، 2010، ص 615).

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

ويمكن القول أن الأداء الإعلامي هو: مجموعة العمليات التي يقوم بها الأفراد داخل المهنة والتي تضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة والروابط المهنية وزيادة الهوية الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور معني الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية (أشرف فهمي خوجة، 2008، ص 67).

2. تطور مفهوم الأداء :

يعتبر الأداء من المفاهيم التي تتسم بالديناميكية وعدم السكونية في محتواها المعرفي، حيث عرف تطوراً منذ بداية استعمالاته الأولى إلى وقتنا الحالي، وهذا بفعل التطورات الاقتصادية وغيرها التي ميزت حركة المجتمعات البشرية والتي كانت بدورها دافعا فوريا لبروز إسهامات الباحثين في هذا الحقل من المعرفة (محمد محمود يوسف، 2005، ص 65).

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

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

غير أنه ومع مرور الزمن عرف مفهوم الأداء تطوراً جديداً في محتواه فبدلاً من الاعتماد فقط على الزمن المستغرق للأفراد والمعدات لتحديد معدلات الأداء طرق قياسه ثم الانتقال إلى الأخذ في الحسبان التطورات التي تشهدها بيئة المؤسسات عند تحديد مفهوم الأداء، ليشمل أيضاً المستهدفين من هذا الأداء (محمد محمود يوسف: المرجع السابق، ص 72).

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

ومنه يمكن القول أن مفهوم الأداء قد تطور ليشمل : الحكم على فعالية الأفراد والجماعات والمنظمات ... ويستخدم لإبراز نقاط القوة والضعف لدى الأفراد والجماعات والمنظمات (صالح بن نوار، 2010، ص ص 90 - 91).

ثانياً: خصائص الأداء :

للأداء مجموعة من الخصائص تجعل آراء الباحثين تختلف وبالتالي صعوبة تحديد مفهومه، لذا ارتأينا إجمال هذه الخصائص في النقاط التالية : (عبد الرزاق بن حبيب، د ت، ص 65)

1. الأداء مسألة إدراك :

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

2. الأداء مفهوم متطور عبر الزمن :

إن المعايير التي يتحدد الأداء على أساسها، سواء كانت الداخلية منها أو تلك التي تحدها البيئة الخارجية للمنظمة، تكون متغيرة مع حياة المنظمة ومع تغير المواقف أو الظروف، إذ أن توليفات العوامل

البشرية، التقنية، المالية والتنظيمية، التي تجعل الأداء مرتفعا تختلف من موقف لأخر، لذلك فإن التحدي الأساسي الذي يواجهه القادة الإداريين هو إيجاد التوليفة المناسبة لتحقيق الأداء المرتفع.

3. الأداء مفهوم شامل :

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

لذا فإن المعايير المالية وحدها غير كافية لتعبير عن أداء المنظمة فعلى القادة الإداريين أن يستخدموا إلى جانبها معايير غير مالية وخاصة المعايير الاجتماعية، الخدمانية ... الخ.

4. الأداء وأثر رجعي :

إن معرفة مستوى الأداء عن طريق قياسه وتقييمه يهدف إلى اتخاذ الإجراءات التصحيحية لبلوغ الأداء المستهدف، فإذا كانت النتائج المحققة بعيدة عن الأهداف المسطرة فإنه يتوجب على القادة الإداريين إعادة النظر في البرامج والخطط وحتى في الخيارات الاستراتيجية (عبد الرزاق بن حبيب: المرجع السابق، ص 67).

ثالثا: العوامل المؤثرة في الأداء :

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

1. الجانب الذاتي وأخلاقيات المهنة :

ويمكن تقسيمه إلى الجوانب التالية :

1.1. استقلال الصحفي في أداء عمله:

يعد الاستقلال المهني دعامة أساسية من دعومات ممارسة المهنة الحرة، فالمهني شخص مؤهل علميا وفنيا وعلى درجة عالية من التخصص، وتوجب أن يكون هو الحكم الوحيد في كل ما يقوم به من أعمال مهنية، ولا يجوز تبعا لذلك أن يخضع فيما يتعلق بمباشرة المهنة للوصاية من أية جهة كانت، إلا الجهات القضائية، فالممارسة المهنية للصحفي لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية الذي يعد قاعدة في الوظيفة الإدارية،

ويجب بمقتضاها على المرؤوس الخضوع فنيا لرئيسه، وإطاعة أوامره، وتنفيذ تعليماته، فالعمل المهني للصحفي ينهض على قاعدة أخرى مؤداها استقلال المهني في مباشرته لأعمال مهنته وتحمله مسؤولية هذه الأعمال. (جلال الدين الحمامصي: 1965 ، ص 104).

2. 1 . الموضوعية :

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

والموضوعية في العمل الإعلامي تتضمن جهدا واعيا بعدم الحكم على ما يرى وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته القبلية، فالأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث والوقائع ولا بد أن تقدم بحياد كما وقعت وحدثت فالأخبار الموضوعية هي التي تعطي للقارئ الثقة بان تقارير التي يبني عليها آرائه هي مصدر المعلومات الدقيقة. (محمد حسام الدين ، 2003 ، ص 122)

1. 3 . الصدق :

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

- الصدق في الأفعال: ويشمل الجانب الظاهري للعمل الإعلامي .
- الصدق في الأقوال: ويعني أن رجل الإعلام لا يجب أن يقول إلا صدقا .
- الصدق الذاتي: أي الصدق في الغيات ويعكس درجة الإقناع والإيمان بالعمل الصحفي، ويجعل الصحفي بقلبه وقاله مع ما يكتبه أو ينادي به . (محمد حسام الدين ، 2003 ، ص 124)

2. جانب الالتزام بالقناعات والانتماءات الفكرية السياسية:

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

وفي هذا الإطار يقول الباحث الأمريكي " الفريد سميث " أن التوافق بين أجزاء النظام والتغيير المحدود، يمكن أن يسيطر على الإعلاميين، ويقودهم إلى حيث هي مصلحتهم ومنفعتهم ليصبحوا بذلك ناقلين

للمعلومات الإيجابية عن النظام، وكذلك هو الأمر بالنسبة للانتماء الحزبي، فإذا اصطدم الواقع بالعرض السياسي فإن رجل الإعلام يلجأ للتلاعب بمعاني الخبر وألفاظه أو في ترتيب الوقائع أو اختيار نوع كلمات العنوان بحيث يصل في النهاية إلى إعطاء صورة الخبر التي ترضي أغراضه السياسية وانتماءاته الفكرية (عواطف عبد الرحمن، 1984 ، ص100).

3. الجوانب المتعلقة بالكفاءة المهنية:

ويتضمن هذا الجانب عديد العوامل الموضوعية التي تعبر عن الكفاءة المهنية بما يتطلبه العمل الإعلامي والمتعلقة أساساً بمستوى التحرير لدى الصحفي، وكيفية تعامله مع المادة الخام للمعلومة وبأي كفاءة يمكنه إيصالها للقارئ ولعل أهمها ما يلي: (محمد حسام الدين ، 2003، ص 123-124)

3.1. الدقة:

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

والدقة عامل مكمل لصدق الخبر فقد يكون الخبر صحيحاً ولكن لا تراعي فيه الدقة في نشره بالطريقة التي تحفظ عليه صحته ويكون من نتيجة ذلك بطبيعة الحال أما سوء الفهم أو فقدان الخبر قيمته عند النشر، وأفضل حماية من عدم الدقة في اليقظة والصبر، فكل فقرة لا بد أن تكتب ويعاد قراءتها ومراجعتها بروية خاصة التفاصيل .

3.2. الاكتمال أو الإلمام :

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

رابعاً: أبعاد الأداء ومكوناته :

1. أبعاد الأداء :

1.1. البعد التنظيمي للأداء :

يقصد به مجموعة الطرق والكيفيات التي تعتمدها المؤسسة في المجال التنظيمي بغية تحقيق أهدافها، ومن ثم يكون لدى مسيري المنظمة معايير يتم على أساسها قياس فعالية الإجراءات التنظيمية المعتمدة وأثرها على الأداء، مع الإشارة التي أن هذا القياس يتعلق مباشرة بالهيكل التنظيمية وليس بالنتائج المتوقعة ذات الطبيعة الاجتماعية الاقتصادية، وهذا يعني أنه بإمكان المؤسسة أن تصل إلى مستوى فعالية أخرى ناتجة عن المعايير الاجتماعية والاقتصادية يختلف عن ذلك المتعلق بالفعالية التنظيمية . (أحسن إبراهيم بلوط ، 2005، ص 41).

1.2. البعد الاجتماعي للأداء :

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

2. مكونات الأداء :

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

2.1. الفعالية Effectiveness :

ينظر الباحثون إلى مصطلح الفعالية على أنه أداة من أدوات مراقبة التسيير في المؤسسة وهذا من منطلق أن الفعالية هي معيار يعكس درجة تحقيق الأهداف المسطرة وذلك مهما كانت الإمكانيات وتعرف الفعالية على أنها القدرة على بلوغ الأهداف المستخدمة في ذلك (عبد الرزاق بن حبيب: المرجع السابق، ص 26).

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

إذن، ينظر إلى فعالية من زاوية الأهداف المحققة (النتائج مهما كانت الموارد المستخدمة لذلك، فإذا حققت المنظمة معدل الأرباح الذي سطرته كانت فعالة، وإذا أنتج العالم عدد الوحدات المطلوبة منه كان فعالاً كذلك، إلا أنه بالنسبة لبعض مدارس الإدارة كمدرسة النظم، فإن تعريف الفعالية لا ينحصر في هذه العلاقة الكمية الكلاسيكية، فالفعالية لها عدة أبعاد، فقد تشير إلى قدرة المنظمة على البقاء والاستمرار والتحكم في البيئة بالإضافة إلى تحقيق النمو والمردودية، كما قد تعرف بمدى تحقيقها للأهداف وبالتالي فهي تتعلق بالأهداف طويلة الأجل، متوسطة الأجل وقصيرة الأجل (ناصر دادي عدون، 1998، ص 341)

2.2. الكفاءة Efficacité :

الكفاءة تعني القدرة على اختيار السبيل الذي يحقق أحسن نتيجة اعتماداً على الامكانيات المتوفرة بمعنى آخر، الكفاءة في الوصول إلى الشمول في أي هدف سقي إليه المنظمة، كما يقصد بها كذلك تحقيق أكبر ربح مقابل تكلفة معطاة. (ثابت ادريس عبد الرحيم، 2007، ص 40).

كما يعرف vincent plauchet الكفاءة على أنها: "القدرة على القيام بالعمل المطلوب بقليل من الامكانيات والنشاط الكفاء هو النشاط الأقل تكلفة". (ناصر دادي عدون: المرجع السابق، ص 342).

ويتضح لنا من هذا التعريف أن الكفاءة صفة ملازمة لكيفية استخدام المؤسسة لمداخلها من الموارد مقارنة بمخرجاتها، حيث ينبغي أن يكون هناك استغلال عقلائي ورشيد، أي القيام بعملية مزج عوامل الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة، وتجدد الإشارة إلى أنه هناك ارتباط وثيق بين الكفاءة والفعالية، فقد تتميز المنظمة في الفعالية لتحقيق الأهداف لكنها لا تتسم بالكفاءة في استخدام الموارد، كما قد تتميز بالكفاءة ولكن لا تتميز بالفعالية، إلا أن هذا لا يعني وجود تناقض بين كل من الكفاءة والفعالية الكفاءة تعتبر من العناصر الهامة والضرورية لبلوغ الفعالية في تحقيق الأهداف، فمن غير المعقول أن نتصور منظمة تحقق أهداف طويلة ومتوسطة المدى وتحافظ على البقاء، إذا كانت تقوم بتبذير مواردها وهو ما بين بان الفعالية أوسع من الكفاءة. (خطاب، 2001، ص 434).

2.3 الإنتاجية :

تعرف الإنتاجية على أنها النتائج الذي نحصل عليه بقسمة المخرجات على احد عناصر الإنتاج .
(سونيا محمد بكري، 2000، ص273 .)

فهي علاقة بين مدخلات ومخرجات، نفقات وإيرادات، كمية الإنتاج وعدد المكينيات، كمية الإنتاج وعدد العمال، قيمة الإنتاج وساعات العمل. وهي تختلف عن الإنتاج من كونه يمثل العملية نصف النهائية أو النهائية، بينما تعتبر الإنتاجية بأنها علاقة الإنتاج بمفردات العملية الإنتاجية، وبالتالي فهي تحمل تقييما أكثر دقة من الإنتاج في تقييم المنظمة وكفاءة العامل وطريقة استخدام الآلة والمواد ... الخ .

وتجدر الإشارة إلى أنه هناك علاقة بين كل من العلاقة و الإنتاجية تكون في مستوى منخفض عند انخفاض كل من الكفاءة و الفعالية، أما الإنتاجية المرتفعة فتتطلب كفاءة وفعالية مرتفعين أي تحقيق الأهداف المسطرة باستخدام أفضل للموارد، وهو ما يجعل الإنتاجية أفضل في التعبير عن الآراء من الكفاءة والفعالية سواء كانت معا أو على انفراد . (طارق الحاج وفليح حسن، 2000، ص 241)

2.4 المردودية :

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

إضافة إلى أن المساهمين الحاليين أو المحتملين يهتمون بالخصوص بمردودية المنظمة التي استثمروا أو ينوون الاستثمار فيها، فأرباحهم تتوقف على مستوى المردودية التي تحققها المنظمة . (عبد المليك مزهود، 2005، ص 487)

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

بعد القيام بإجراء توزيع الاستبيان على عينات البحث من طلبة جامعة المسيلة ثم القيام بجدولة البيانات، ثم القيام بجدولة البيانات وتصنيفها، حاولت الدراسة تحليلها وتفسير مضمون هذه الجداول وما شملته من نتائج

تفريغ وتحليل البيانات:

أولاً: تحليل البيانات الميدانية وتفسيرها:

1- تحليل البيانات الشخصية:

جدول رقم (1) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس :

النسبة	التكرار	الجنس
71.42%	40	ذكر
28.57%	16	أنثى
100%	56	المجموع

التحليل الكمي والكيفي:

يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور 71.42 %، بينما قدرت نسبة الإناث بـ 28.57 %، وبذلك يتجاوز عدد الذكور ثلثي (2 / 3) المبحوثين، بينما يعود الثلث الأخير (1/3) للإناث وتبدو نسبة الذكور مرتفعة مقارنة بنسبة الإناث، ويعود السبب حسب رأي الباحث إلى طبيعة المنطقة الشرق الجزائري " الذي لا يزال متحفظاً بخصوص دخول واقتحام المرأة ميدان الإعلام خاصة منه السمعي البصري، ذلك أن الخصوصية الثقافية والاجتماعية لمنطقة الشرق الجزائري تحبذ عمل المرأة في مجالات وميادين أخرى كالتعليم والإدارة والأعمال المكتبية الأخرى.

جدول رقم (2) توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
3.57%	02]29-20[
44.64%	25]39-30[
51.78%	29	40 فما فوق
100%	56	المجموع

إذن مكتسبة من الممارسة أكثر من اعتمادها على البحث في المكتبات فالصحافة ليست مهنة بيبلوغرافية بقدر ما هي ميدانية وتمكن النظر كذلك إلى جانب آخر وهو التخصص العلمي لأفراد العينة، حيث أننا ومن خلال لقاءاتنا المتكررة بهم وجدنا أن معظم الأفراد هم خرجوا تخصصات: علم الاجتماع - لغات - علوم سياسية.

الجدول رقم (04) يبين توزيع الباحثين حسب المنصب:

النسبة	التكرار	المستوي التعليمي
7.15%	04	مسؤولون
32.14%	18	صحفيون
21.42%	12	مصورون
7.15%	04	مركبون
17.85%	10	ملتقطو أصوات
14.28%	08	مخرجون
100%	56	المجموع

من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول يتبين أن الصحفيون هم أكثر الباحثين، حيث سجلت نسبة هؤلاء 32.14 % وهي أعلى نسبة في الجدول، ويرجع ذلك إلى طبيعة العمل التي تتطلب عددا كبيرا من الصحفيين الإنجاز التغطيات الميدانية، كما يلاحظ أن نسبة المصورين قد بلغت 21.42 % وبتكرار مقدر بـ 12 مرة نظرا لكون هذه الفئة أساسية ولا غنى عنها في نقل صورة الأحداث على جانب الكلمة، في حين بلغت نسبة "ملتقطي الصوت" 17.85 % بتكرار 10 مفردات، وبلغ عدد المخرجين نسبة 14.28 % وهؤلاء هم المسؤولين عن إخراج المادة الإعلامية في شكلها النهائي خصوصا في حالات البث المباشر ونقل الشعائر الدينية والحفصص المباشرة أو حتى المسجلة، وبلغت نسبة المركبين 7.15 % أما المرتبة الأخيرة فهي لكل رؤساء الأقسام والفرق التقنية وهذا نظرا لكون هذه المناصب محدودة في المحطة وهي التي تتولى عمليات التسيير والتنظيم

الجدول رقم (05) يبين توزيع الباحثين حسب الأقدمية في العمل :

النسبة	التكرار	الأقدمية
00	00	1-5 سنوات
48.21%	27	5-10 سنوات

13	23.21%	11-15 سنة
16	28.57%	16 فما فوق
56	100%	المجموع

التحليل الكمي والكيفي:

إن الأقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء الأعمال، تعود على المحطة بفوائد للتقدم نحو الأحسن، وبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين تبعا لأقدميتهم في العمل، حيث عادت أعلى نسبة فيه للأفراد ذوي أقدمية تتراوح من 5 إلى 10 سنوات والتي قدرت ب 48.21% ويأتي في المرتبة الثانية ذوي الأقدمية من 16 فما فوق بنسبة 28.57% تليها نسبة الأفراد الذين تتراوح مدة توظيفهم بين 11 إلى 15 سنة بنسبة 23.21% أما الفئة التي تتراوح من 1 إلى 5 سنوات فهي منعدمة تماما.

وهذا يدل حسب رأينا أن قطاع الإعلام العمومي في الجزائر مستمرة في تكريس أسلوب احتكار العناصر القديمة ذات الخبرة الكبيرة على المناصب وبالتالي الإصرار على منح فرص للشباب المتخرجين حديثا لإظهار قدراتهم وبالتالي الاستفادة من أفكارهم المتماشية مع أفكار العصر في تطوير الأداء الإعلامي داخل المحطة.

2- تحليل البيانات المتعلقة بالتعرف على تجهيزات المحطة:

الجدول رقم (06) يبين التجهيزات المتوفرة بالمحطة :

في حال الإجابة بنعم و إلى حد ما هل هي			تجهيز المحطة بالوسائل التكنولوجية		
النسبة	التكرار	الاختيارات	النسبة	التكرار	الاختيارات
28.34%	53	كاميرات رقمية	44.64%	25	نعم
28.34%	53	حافلات رقمية			
27.27%	51	استوديوهات رقمية	50%	28	إلى حد ما
16.04%	30	أجهزة تقنية متطورة			
100%	157	المجموع	5.35	03	لا
			100%	56	المجموع

التحليل الكمي والكيفي::

يوضح الجدول رقم (6) تجهيز المحطة بكل الوسائل التكنولوجية المساعدة على القيام بالعمل الإعلامي، ويتضح من خلال النتائج أن: 28 من مفردات الفئة المبحوثة أجابوا بأن محطة سطيح الجهوية للتلفزيون تمتلك إلى حد ما الوسائل التكنولوجية المساعدة على أداء عملهم أي بنسبة 50% بينما أجاب 25 من أفراد العينة بنعم أي بنسبة 44.64% وهي نسبة معتبرة تدل على الرضا الكبير عن التكنولوجيا الحديثة التي توفرها المحطة الجهوية للتلفزيون لتغطية الأحداث، فقد أجاب المبحوثين بأن المحطة تتوفر على كاميرات رقمية وحافلات رقمية وهذا بنسبة 28.34% لكليهما، هذا إضافة إلى الاستوديوهات الرقمية والأجهزة التقنية المتطورة بنسبة 27.27%، 16.04% على التوالي، ويمكن القول أن هذه الوسائل التكنولوجية هي الأكثر توظيفا في العمل الإعلامي داخل المحطة وهي وسائل أكثر من ضرورة لتغطية وإنجاز الأعمال، مع فارق التحفظ على النقائص التي عبرت عنها الفئة التي أجابت بالنفي أي بنسبة 5.35% والتي ترى أن المحطة لا تزال تعاني من التخلف والنقص الفادح في التجهيزات إذا ما قورنت بنظيراتها في البلدان المجاورة.

الجدول رقم (07) يبين تناسب التكنولوجيا مع متطلبات العمل :

كيفما كانت الإجابة تبرر			تناسب التكنولوجيا المستخدمة مع متطلبات العمل		
النسبة	التكرار	الاختيارات	النسبة	التكرار	الاختيارات
32.14%	18	أساليب العمل	33.92%	19	نعم
39.28%	22	نوعية المادة الإعلامية			
21.42%	12	التجهيزات	58.92%	33	إلى حد ما
92.85%	52	المجموع			
3.57%	02	تكنولوجيا قديمة	7.15%	04	لا
3.57%	02	ليست عملية			
100%	56	المجموع	100%	56	المجموع

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، يتضح أن 58.92% من المبحوثين يرون بأن التكنولوجيا المستخدمة في المحطة متناسبة إلى حد ما مع متطلبات العمل الحديث، في حين مثلت 33.92% نسبة المبحوثين الذي أجابوا بنعم، وتعتبر هذه السنة كبيرة نوعا ما فهي تعكس الرضا النسبي للمبحوثين على التكنولوجيا الحديثة التي توفرها المحطة لتغطية الأحداث وأداء مهامهم الإعلامية.

وقد برروا اختيارهم هذا من خلال نوعية المادة الإعلامية التي طبعتها ميزة الجودة والنوعية مقارنة بالسنوات الماضية وهذا ما مثلته نسبة 39.28% فيما بررت نسبة 32.14% من نسبة الباحثين الجيدين " بنعم/ إلى حد ما" إلى أن أساليب العمل المتبعة في المحطة والتي تتميز بالبساطة والسهولة لا تحتاج إلى تكنولوجيا عالية، ذلك أن عملهم يتوقف على التغطيات الميدانية والنقل المباشر البسيط، وبالتالي فإن التكنولوجيا المتاحة في المحطة تكفي لذلك وهذا ما مثلته نسبة 21.42% من الباحثين الذين رأوا بأن التجهيزات الحالية فعالة وعملية للغاية.

بينما أجاب 04 من أفراد الفئة المبحوثة بالنفي أي بنسبة 07.15% وهم في الغالب من فئة المخرجين، إذ ركزوا على النقائص وبرروا إجابتهم بأن التكنولوجيا المستخدمة في المحطة قديمة وغير مواكبة للمعايير التي تعتمدها الفضائيات العربية والأجنبية ولا يمكن مقارنتها حتى بالتكنولوجيا المستعملة في القناة المركزية وهذا ما مثلته نسبة 3.57%، فيما أرجعت نفس النسبة 3.57% سبب عدم تناسبها في كونها ليست عملية وتتطلب جهدا بدنيا كبيرا.

الجدول رقم (08) يبين تأهيل العاملين بالمحطة لاستخدام التكنولوجيا :

الاختيارات	التكرار	النسبة
نعم	37	66.07%
لا	00	00
إلى حد ما	19	33.93%
المجموع	56	100%

التحليل الكمي والكيفي:

تعد إستراتيجية إعادة التعليم من أهم إستراتيجيات تبني التغيير، حيث أن إدخال التغييرات في السلوك تتطلب أولا اكتساب أو الحصول على المعلومات الكافية حول مضمون التغيير.

ويبين الجدول رقم (08) أن 66.07% من الباحثين مؤهلين لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الحديثة الموجودة في المحطة، بينما يرى 33.93% من أفراد العينة أنهم مؤهلون إلى حد ما لاستعمالها، وهذا أمر طبيعي لأن أغلب الموظفين ذوي تكوين جامعي إضافة إلى خبرتهم الطويلة التي تتعدى سنوات في مهنة الإعلام، ذلك أن طبيعة عملهم تتطلب الاحتكاك والتعامل المباشر مع وسيلة من خلال اهتمام المحطة النسبي بتدريبهم وسعيهم المستمر للتكوين الذاتي من خلال عمليات التبادل مع الزملاء، بينما كانت نسبة الجيدين بلا

منعدمة، وهذا يرجع ربما إلى أن الشرط الأساسي لدخول ميدان الإعلام هو أن يكون المبحوث على دراية تامة بطرف وكيفيات التعامل مع هذه التكنولوجيات الحديثة.

الجدول رقم (09) يبين سعي الإدارة لاقتناء التكنولوجيا الحديثة

الاختيارات	التكرار	النسبة
نعم	25	44.64%
لا	12	21.42%
إلى حد ما	19	33.93%
المجموع	56	100%

التحليل الكمي والكيفي:

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، يتضح أن 44.64 % من المبحوثين يرون بأن إدارة المحطة تسعى في كل مرة إلى اقتناء تكنولوجيا الإعلام الحديثة وهذا كلما استدعت الضرورة لذلك، بينما مثلت نسبة 33.93 % نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب: "إلى حد ما" وذلك يرجع ربما إلى الارتفاع الباهظ الذي تعرفه سوق تكنولوجيا الإعلام في مواجهة الميزانية المحدودة المخصصة للمحطة والتي توجه في الغالب لتغطية تكاليف الإنتاج وصيانة التجهيزات والمصاريف الأخرى، بينما يرى 21.42 % من أفراد العينة الذين أجابوا بلا أن الإدارة لا تسعى لاقتناء تكنولوجيا الإعلام الحديثة وهذا ربما راجع إلى الأسباب المذكورة سابقا

الجدول رقم (10) يبين اهتمام الإدارة ببرامج التطوير :

الاختيارات	التكرار	النسبة
نعم	20	35.72%
لا	12	21.42%
إلى حد ما	24	42.85%
المجموع	56	100%

التحليل الكمي والكيفي:

تظهر أهمية الاستفادة من التدريب وبرامج التطوير في كونه عاملا رئيسا في مساعدة رجال الإعلام على مواكبة التطور والاستجابة لمتطلبات التغيير سواء تعلق الأمر بالبرامج أو الأجهزة، فهو عامل هام يمكن الأفراد من التحكم في التكنولوجيا والتقنيات المتطورة، والجدول المبين أعلاه يوضح أن 42.85 % من نسبة المبحوثين يستفيدون إلى حد ما من برامج التطوير للتحكم في تكنولوجيا الإعلام الحديثة أكثر، بينما نجد أن

نسبة 35.72 % من أفراد العينة قد أجابوا بنعم بخصوص استفادتهم من برامج التطوير، في حين بلغت نسبة الباحثين الذين أجابوا بلا 21.42 % وهي نسبة كبيرة إذا ما قورنت بحاجة هذه الفئة لبرامج التطوير، وبناء على ذلك فإن المحطة تقف على تحد حقيقي عليها تجاوزه إذا كانت ترغب في الاستفادة أكثر مما تتجه التكنولوجيات الحديثة من إمكانيات ضخمة لتحسين وتفعيل الأداء الإعلامي.

الجدول رقم (11) يبين الوسائل الأكثر استعمالاً في الأداء :

النسبة	التكرار	الاختيارات
53.58%	30	Cellule de montage
21.42%	12	Filing deruchage
12.50%	07	Pc/portable
7.14%	04	Flash diske
5.35%	03	Disquette
-	-	أخرى تذكر
100%	56	المجموع

التحليل الكمي والكيفي:

تظهر إن تفحص الأرقام الواردة في الجدول رقم (11) يوضح عدم وجود أي نسبة معدومة، بمعنى أن كل الوسائل المتوفرة والمذكورة مستخدمة من قبل الباحثين.

فقراءة معطيات هذا الجدول تظهر تبايناً في استخدام الوسائل التكنولوجية حيث يأتي في مقدمتها الاعتماد على خلايا التركيب القديمة بنسبة 53.58% تليها مباشرة استعمال خلايا التركيب الحديثة Filing Deruchage بنسبة 21.42% مما يعكس مزاجية العمل بالأنظمة القديمة والحديثة في التركيب وتحويل المعلومات، يليها استخدام الكمبيوتر المحمول بنسبة 12.50% هذا إضافة إلى حامل المعلومات Flash Disk بنسبة 7.14% والذي أصبح يعتبر ويسط تخزين حل محل وسائل التخزين القديمة مثل الأسطوانة المرنة (Disquette) والتي تراوح استعمالها من قبل عينتنا بنسبة 5.35% وهي نسبة ضئيلة وهذا ما يعكس تخلي أفراد العينة عن الوسائل القديمة ومسايرة الوسائل الحديثة في التخزين.

ومن الواضح أن لكل وسيلة دورها وتأثيرها على العمل، وتشير التجارب أن كل فرد أو عامل لديه قنوات اتصال مفضلة، (1) وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة وسائل وانخفاض أخرى، كما أن عملية التكيف مع الوسائل الجديدة وتقبل استخدامها قد تساهم في تفسير ارتفاع أو انخفاض استخدامها.

3- تحليل البيانات المتعلقة بتحكم العاملين بالمحطة في تكنولوجيا الإعلام الحديثة وتوظيفها أثناء الأداء الإعلامي:

الجدول رقم (12) يبين امتلاك المبحوثين لجهاز الحاسوب :

الاختيارات	التكرار	النسبة
نعم	50	89.28%
لا	06	10.71%
المجموع	56	100%

التحليل الكمي والكيفي:

يشكل ظهور جهاز الكمبيوتر أهم حدث في تاريخ التكنولوجيا ولهذا أصبح استعمال الكمبيوتر في المؤسسات بمثابة المحرك الرئيسي لعصر الوسائط المعلوماتية والاتصالية، ثم إن تأثيره لم يضعف بل ازداد قوة وتسارعا، وهذا ما تدعمه بيانات الجدول الموضح أعلاه حيث أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين يمتلكون جهاز حاسوب شخصي أي ما نسبته 89.28 % وهذا ما يعكس صورة مجتمع البحث المسيرين في التكنولوجيا الإعلامية الحديثة وامتلاكها بينما مثلت نسبة 10.71 % نسبة المبحوثين الذين أجابوا بالنفي وهي كبيرة نوعا ما إذا نظرنا إلى خصوصية القطاع الذي يحتاج أفرادا واعين بأهمية التحكم في التكنولوجيا وإدماجها في ميدان عملهم.

الجدول رقم (13) يبين تلقي المبحوثين لتكوين في الإعلام الآلي :

الاختيارات	التكرار	النسبة
نعم	21	37.5%
لا	35	62.5%
المجموع	56	100%

التحليل الكمي والكيفي:

يظهر الجدول رقم (13) عدد المبحوثين الذين تلقوا دورات تكوينية في مجال استخدام الإعلام الآلي، وكانت النتيجة أن اللذين قالوا بعدم تلقيهم دورات تكوينية في المرتبة الأولى أي بنسبة 62.50 % أما اللذين تلقوا دورات تكوينية فنسبتهم تقدر ب 37.50 %.

وهذا يبين نقص الدورات التكوينية رغم أهميتها والحاجة إليها. فمع أنه هناك من تلقى دورات تكوينية إلا أن نسبتهم قليلة 37.50 % وهذا يعني قلتها أو عدم تقسيمها بالتساوي، إن عدم الاهتمام بالدورات

التكوينية هو الذي دفع المؤسسة لعدم الارتقاء إلى المستوى العالمي ليظل العمل الإعلامي كما هو راكم وممل وبطيء وغير قادر لا على المنافسة ولا على التأثير، وهذا يفسر أن المشكل يكمن في العنصر البشري غير المؤهل وغير المدرب الاستعمال أحد أساسيات التكنولوجيا وهو الإعلام الآلي.

الجدول رقم (14) يبين اذا كان عدم تلقي التكوين يعني عدم استعماله :

الاختيارات	التكرار	النسبة
نعم	-	-
لا	28	80%
إلى حد ما	07	20%
المجموع	35	100%

التحليل الكمي والكيفي :

وتظهر نتائج الجدول رقم (14) ما إذا كان الأفراد الذين لم يتلقوا تكويننا على الإعلام الآلي لا يحسنون توظيفه في العمل، فكانت نس 80% من مجتمع البحث قد أجابوا بالنفي "لا" مما يدل على إصرار أفراد العينة على التكوين الذاتي والتدريب بالمحاكاة والتعود اليومي بالعمل عليه، في حين مثلت 20% نسبة المبحوثين الذين أجابوا إلى حد ما وهي الفئة التي تستخدم جهاز الإعلام الآلي في نطاق ضيق، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بنعم "معدومة".

الجدول رقم (15) يبين اعتماد المبحوثين على خدمات الأنترنت :

اعتماد المبحوثين على خدمات الأنترنت			كيفما كانت الإجابة تبرر		
الاختيارات	التكرار	النسبة	الاختيارات	التكرار	النسبة
دائما	19	33.92%	نعم	10	19.60%
أحيانا	32	57.14%	لا	31	60.79%
لا	05	8.92%	إلى حد ما	10	19.60%
المجموع	56	100%	المجموع	51	100%
			عدم التدرّب على استعمالها	01	20%
			كثرة العاملين ونقص التجهيزات	01	20%
			صعوبة التمييز بين الأخبار الصادقة والكاذبة	03	60%
			المجموع	05	100%

التحليل الكمي والكيفي:

وتظهر نتائج الجدول رقم (15) اعتماد المبحوثين على خدمات الإنترنت في العمل الإعلامي، ويتضح أن نسبة الذين أجابوا "بأحيانا" أعلى نسبة حيث قدرت ب 57.14 %، تليها نسبة الذين أجابوا ب "دائما" 33.93 %، ثم أبدا" بنسبة 8.92 %.

إن إستخدام الإنترنت في العمل الإعلامي أصبح اليوم هو السائد وذلك لما تمثله شبكة الأنترنت من وسيط إعلامي يحوي كل الوسائل الإعلامية، إذ بواسطته تحررت وسائل الإعلام والتلفزيون خاصة من التقليد والرقابة إلى التفاعلية والحيوية والمرونة، ومعنى هذا أن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة يعتمدون على خدمات الأنترنت في أداء عملهم الإعلامي ولكن بدرجات متفاوتة مما يدل على تجاوز الصحفيين مع هذه التقنية الحديثة، أما بالنسبة للذين أجابوا بأبدا" أي نسبة 08.92 % وهي تقريبا نفس الفئة التي قالت بأنها لا تمتلك جهاز حاسوب أي 10.71% وهذه النتيجة صادقة وطبيعية بما أنهم لا يحسنون استعمال الحاسوب فإنهم يفضلون اللجوء إلى المصادر التقليدية.

وقد تبين أن المبحوثين الذين يعتمدون على خدمات الإنترنت لا يواجهون صعوبة في تحقيق ذلك وهذا ما مثلته نسبة 60.79% هذا إضافة إلى تساوي النسب بين الأفراد الذين أجابوا بنعم وإلى حد ما والتي تقدر ب 19.60%، ومعنى هذا أن سبب اعتماد المبحوثين على خدمات الإنترنت يعود بالدرجة الأولى إلى سهولة إستخدامها وتصفحها باعتبارها إقتصادية توفر الجهد والوقت ولا تتطلب سوى النقر على المفتاح والولوج إلى العديد من التطبيقات والصفحات وبالتالي تحقيق عبء صعوبة الوصول إلى المصادر في أغلب الأحيان.

أما تبرير عدم اعتماد المبحوثين على خدمات الأنترنت إلى أن السبب الرئيسي يكمن في "صعوبة التمييز بين الأخبار الصادقة والكاذبة" أي بنسبة 60%، لتساوي النسب بين الأفراد الذين أجابوا بعدم التدريب على الإستعمالها" وكثرة الإعلامين ونقص التجهيزات" بنسبة 20% لكل إختيار.

وتشير النسب المقدمة إلى النظرة السلبية للتكنولوجيا التي يدعمها رفض التغيير بسبب الخوف أو عدم الثقة بهذا التغيير، وكذلك صعوبة تطبيقية نظرا لعدم إجادته إستخدامه، وهذا ما يشكل مقاومة سلوكية لديهم ترجعها عدم الإستخدام والأسباب المقدمة.

الجدول رقم (16) يبين توفر المحطة على الإنترنت والإكسترانت :

توفر المحطة على internet: في حال الإجابة بنعم هل تستخدم للاتصال أثناء تأدية عملك			extranet و		
النسبة	التكرار	الاختيارات	النسبة	التكرار	الاختيارات
14.28%	08	دائما	100%	56	نعم
66.07%	37	أحيانا			
19.64%	11	أبدا	57.14%	32	أحيانا
100%	56	المجموع	00	00	لا
			100%	56	المجموع

التحليل الكمي والكيفي:

إن تبين المبتكر يعتمد على درجة ملائمته، فالإنترنت والإكسترانت كمبتكر جديد يعتبران وسيلة إتصال فعالة تعمل على تسريع وصول المعلومات في الوقت المناسب.

فالقراءة الأولية لبيانات الجدول الموضح أعلاه تبين أن كل فراد العينة البالغ عددها 56 مفردة قد أجابوا بنعم لتوفر المحطة على وسائل الاتصال "internet" و "extranet" أي بنسبة 100% وهذا يعكس نية القائمين على المحطة بضرورة التغيير وإدماج التكنولوجيا الحديثة في ممارستهم اليومية.

أما فيما يتعلق بإستعمالها كأداة اتصال أثناء تأدية العمل فقد تبين أن 37 مفردة والمقدرة نسبتها ب 66.07% يستخدمونها أحيانا، في حين بلغت نسبة الذين لا يستخدمون أبدا 19.64%، بينما بلغت نسبة الذين يستخدمونها دائما 14.28% فقط، وهذه النسبة ضعيفة مقارنة بفوائد الإكسترانت التي تسمح بالاتصال في أقصى وأسرع وقت وبأقل تكلفة ومجهود، حيث لازالت طريقة التعامل تتم بطرق تقليدية هذا بغض النظر عن الخدمات التي تتيحها الإنترنت والتي تم التطرق إليها في الجدول رقم 15/16/17 .

الجدول رقم (17) يبين الوساطة المستخدمة للاتصال بالمرؤوسين والغرض من ذلك :

توفر المحطة على internet:extranet و			في حال الإجابة بنعم هل تستخدم للاتصال أثناء تأدية عملك		
النسبة	التكرار	الاختيارات	النسبة	التكرار	الاختيارات
15.75%	12	الاتصال مباشر	23.21%	13	التنسيق مع الفرق
68.42%	52	الهاتف النقال			
13.16%	10	الفاكس	35.71%	20	تلقي أمر بمهمة
2.63%	02	البريد الإلكتروني	100%	56	المجموع
100%	56	المجموع			

التحليل الكمي والكيفي:

يتبين من خلال قراءة الجدول السابق أنه رغم التقدم الحادث في التكنولوجيا الإعلام ورغم ما تتوفر عليه المحطة من شبكة داخلية وأنظمة حديثة للاتصال، إلا أن إستغلالها من طرف الإدارة للاتصال بالمرؤوسين لا يزال ضعيفا جدا، حيث أن نسبة 68.42 % من المبحوثين أجابوا بأن الإدارة تتصل بهم من خلال الهاتف النقال، تليها نسبة 15.78 % من المبحوثين الذين قالوا بأن الدارة تعتمد الاتصال المباشر للاتصال بهم وهؤلاء غالبا ما يكونون في مكاتبهم أو في قاعات التحرير والمونتاج، تليها 13.16 % من المبحوثين الذين أجابوا بأن الإدارة تتصل بهم عن طريق الفاكس وهذا في حالة تلقي تعليمات من المحطة المركزية، وهذا يؤكد بعد الإدارة عن الأساليب العصرية في الاتصال رغم توفرها، أما الفئة التي أجابت بأن الإدارة تتصل بهم بواسطة البريد الإلكتروني فهي ضعيفة أي بنسبة 2.63 % وقد أشارت النتائج إلى أن الغرض الأساسي للاتصال الإدارة بالمرؤوسين هو التنسيق مع الفرق أثناء خروجها لتغطية الأحداث وذلك بنسبة 41.07 %، تليها نسبة 35.71 % ممن قالوا بأن السبب الرئيسي هو تلقي أمر مهمة، ثم وفي المرتبة الأخيرة 23.21 % ممن قالوا أن الاتصال يكون بالأساس عند "غيابهم وعدم التحاقهم بالمحطة"، وهذا يعني أن الاتصال الداخلي بين الإدارة والموظفين مغيب تماما يقف عند الأسباب المذكورة أعلاه ولا يتعداه إلى الإعلام والاطلاع على آخر المستجدات.

الجدول رقم (18) كيفية تلقي التكليف بمهمة :

الاختيارات	التكرار	النسبة
تكليف كتابي	43	59.72%
من خلال الهاتف	28	38.89%
من خلال البريد الإلكتروني	01	1.38%
المجموع	72	100%

التحليل الكمي والكيفي:

من خلال الجدول السابق يمكن القول أن محطة سطيف الجهوية للتلفزيون تستعمل التكنولوجيا الحديثة إستعمالا نسبيا في تكليف مهمة، فنسبة 59.72 % يتلقون التكليف بمهمة كتابيا، بينما نسبة 38.89 % يتلقون التكليف بمهمة من خلال الهاتف، في حين تمثل نسبة 01.38 % ممن يتلقون التكليف

بمهمة عبر البريد الإلكتروني، ومنه فإن التكليف بمهمة لا يزال متداولاً بالطريقة التقليدية بالنسبة للمهام خارج وداخل المؤسسة، ولا يستغل البريد الإلكتروني في تكليف الصحفيين بمهمة إلا نادراً وهذا ما مثلته نسبة 1.38% وهذا عكس ما هو حادث في المؤسسات الإعلامية في الدول المتقدمة التي يكتفي رجال الإعلام فيها بتصفح البريد الإلكتروني لمعرفة المهام الموكلة إليهم.

4- تحليل البيانات المتعلقة بالدور الذي تقوم به تكنولوجيا الإعلام الحديثة لتطوير الأداء الإعلامي داخل المحطة:

الجدول رقم (19) يبين التطور الناتج عن توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة :

التطور الناتج عن توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة		إذا كان الجواب بنعم /إلى حد ما كيف ذلك	
الاختيارات	التكرار	النسبة	الاختيارات
نعم	30	53.57%	تسهيل أداء المهام
إلى حد ما	17	30.35%	ساعدت على التكامل الوظيفي
لا	09	16.07%	الانضباط في العمل
المجموع	56	100%	المجموع

التحليل الكمي والكيفي:

يتبين إن البيانات الإحصائية المبينة في الجدول أعلاه توضح أن 53.57% من الباحثين يرون أن المحطة قد عرفت تطوراً ملحوظاً نتيجة توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة، نظراً إلى الإمتيازات التي جاءت بها هذه الأخيرة من إختصار للوقت والجهد وجودة في الرسالة، في حين يرى 30.23% من المستجوبين أنها قد طورت إلى حد ما من أدائها، بينما 16.07% من الباحثين قد أجابوا "بلا" أي أن التكنولوجيا لم تحدث أي تطور على الأداء وقد نفسر هذا بعدم الإستخدام أو عدم التقبل للتغيير والذي عززته النظرة السلبية للأفكار المستحدثة.

وقد أشارت البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن 46.80% من الباحثين يرون كيفية التطوير الذي طرأ على المحطة جراء إدخال تكنولوجيا الإعلام بتسهيل أداء مهامهم وذلك من خلال توفير الجهد والوقت والكفاءة في الأداء، فيما يرى 34.04% منهم أنها ساعدت على تكامل الوظيفي، بينما بررت نسبة 19.15% بأنها حققت الانضباط في العمل، انطلاقاً من تحديدها للمسؤوليات وهذا ما قضى على التداخل بين الوظائف، وما يسببه من خلافات وكذا التماطل في إنجاز المهام والواجبات.

الجدول رقم (20) يبين جوانب التطور :

النسبة	التكرار	الاختيارات
29.59%	29	الآنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته
19.38%	19	تسهيل الاتصال بالمسؤولين
33.68%	33	تحسين نوعية الرسالة الإعلامية
17.37%	17	التفاعل المهني بين الزملاء
100%	98	المجموع

التحليل الكمي والكيفي:

إن القراءة الأولية لبيانات الجدول الموضح أعلاه تبين أن فئة معتبرة من الباحثين 33 مفردة يرون أن التكنولوجيا الحديثة للإعلام قد حسنت نوعية الرسالة الإعلامية وهذا ما مثلته نسبة 33.68 % تليها الفئة التي ترى أن التكنولوجيا الحديثة للإعلام قد أعطت الآنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته وهذا ما شكلته نسبة 29.59 %، تليها الفئة التي ترى أن تكنولوجيات الإعلام الحديثة قد سهلت الاتصال بالمسؤولين أي ما نسبته 19.38 % ثم وفي المرتبة الأخيرة جانب المهني بين الزملاء بنسبة 17.34 % ومنه يمكن القول أن أهم الجوانب التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام الحديثة للمحطة تتمثل أولاً في تحسين نوعية الرسالة الإعلامية تليها الآنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته، ثم ثالثاً مساهمتها في فتح قنوات الاتصال مع المسؤولين وأخيراً التفاعل المهني بين الزملاء والذي مثل أقل نسبة وهي نتيجة حتمية تفرضها طبيعة التكنولوجيا المكرسة للمبدأ الفردية والتعامل مع الآلة بشكل أكبر .

الجدول رقم (21) كفاية التكنولوجيات الموجودة في المحطة :

تبرير الإجابة			كفاية التكنولوجيات المتوفرة بالمحطة لمواكبة التقدم		
النسبة	التكرار	الاختيارات	النسبة	التكرار	الاختيارات
28.57%	16	مجهود الصحفي يكفي	14.28%	08	نعم
35.71%	20	هي محطة جهوية			
100%	36	المجموع	57.14%	32	إلى حد ما
23.21%	13	هناك سرعة كبيرة في القطاع يجب مواكبته	35.72%	20	لا
12.50%	07	التكنولوجيا الموجودة في المحطة قديمة			
100%	56	المجموع	100	56	المجموع

يبين الجدول الموضح أعلاه أن 50% من المعنيين بالاستجواب يرون أن تكنولوجيا الإعلام المتوفرة بالمحطة تكفي إلى حد ما لمسايرة التقدم الحادث في القطاع، في حين يرى 35.72% من أفراد العينة أنها لا تكفي لمسايرة التقدم وهذا إن دل على شيء إنما يدل على وعي الباحثين بأهمية استخدام تجهيزات أكثر تطوراً لدخول ميدان المنافسة، وقد عبر 14.28% من الباحثين بنعم أي أن التكنولوجيا الحديثة الموجودة على مستوى المحطة تكفي لمواجهة التقدم الحادث في القطاع وهؤلاء غير المهتمين بالتكنولوجيا الحديثة وقد بررت نسبة 64.28% من الباحثين الذين أجابوا بنعم وإلى حد ما إلى أن السبب في ذلك يعود إلى أن جهد الصحفي يمكن له أن يعوض هذه التكنولوجيا وهذا بنسبة 28.57% فيما أرجعت نسبة 35.71% عدم حاجتها لإستخدام تكنولوجيات أخرى إلى كون المحطة فرع من فروع المركزية ومن الطبيعي ألا تجهز بأخر المستحدثات، فيما أجابت نسبة 23.21% بأنه هناك سرعة كبيرة في هذا المجال يجب مواكبتها أما نسبة 12.50% قالت بأن التكنولوجيا المتوفرة بالمحطة قديمة وغير مواكبة.

الجدول رقم (22) يبين ما إذا كان ضعف استخدام التكنولوجيا يضعف من الأداء :

تبرير الإجابة		ضعف استخدام التكنولوجيا يضعف الأداء		
النسبة	التكرار	الاختيارات	النسبة	التكرار
39.28%	22	ينعكس سلبي على المنتج الإعلامي	67.86%	38
33.93%	19	صعوبة في التواصل		
23.21%	13	صعوبة في الحصول على المعلومة	28.57%	16
96.42%	54	المجموع		
3.57%	02	كفاءة الصحفي تكفي	3.57%	02
100%	56	المجموع	100%	56

يبين من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن نسبة 67.86% من الباحثين قد أجابوا بأن ضعف استخدام التكنولوجيا يضعف من الأداء الإعلامي، تليها نسبة 28.57% من الباحثين الذين أجابوا "إلى حد ما"، وهذه نسب تمثل الأغلبية على فئة التي ترى العكس والتي تمثل نسبة 3.57%.
ومما سبق نستنتج أن مجتمع البحث واع بأهمية الوسائل التكنولوجية الحديثة في العمل الإعلامي، وقد أرجعت نسبة 96.42% ممن أجابوا بنعم وإلى حد ما سبب ذلك أنه قد ينعكس سلبي على المنتج الإعلامي " بنسبة 39.28% إضافة إلى صعوبة التواصل " بنسبة 33.93% ثم صعوبة الحصول على المعلومة بنسبة 23.21%، أما أولئك الذين أجابوا "بلا" فقد برروا إجابتهم بالقول أن كفاءة ومهارة الصحفي تكفي لتغطية النقص " وهذا ما مثلته نسبة 3.57%.

الجدول رقم (23) يبين مطالبة المبحوثين باقتناء تكنولوجيا جديدة للمحطة :

الاختيارات	المبررات	التكرار	النسبة
نعم	لمواكبة التطور	16	%28.57
	تحسين ظروف العمل	10	%17.86
	لجودة العمل الإعلامي	27	%48.21
	المجموع	53	%94.64
لا يهكم	لكفاية الوسائل الموجودة	03	%5.35
	المجموع	56	%100

يبين الجدول رقم (23) رغبة المبحوثين في إدخال تكنولوجيا أخرى للمحطة وتبين أن نسبة 94.64 % قد أجابوا بنعم وبرروا من خلال: الوصول إلى الجودة في العمل الإعلامي بنسبة %48.21 تليه مواكبة التطور بنسبة 28 . 57 % ثم تحسين ظروف العمل بنسبة %17.86 من المبحوثين بأنه "لا يهمهم" الاستخدام تكنولوجيا جديدة نظرا لكفاية الوسائل الموجودة.

الجدول رقم (24) يبين رأي المبحوثين في مستوى الأداء بالمحطة

الاختيارات	التكرار	النسبة
ممتاز	04	%07.14
مقبول	43	%76.78
ضعيف	09	%16.07
المجموع	56	%100

أظهرت نتائج الجدول رقم "24" الخاص بتقسيم مستوى الأداء الإعلامي الذي بلغته المحطة بعد إدخال تكنولوجيا الإعلام الحديثة أن 76.78 % من المبحوثين يرون أن مستوى أدائهم "مقبول"، بينما تقيم مانسبته % 16.07 بأن هذا الأداء "ضعيف"، أما القلة القليلة والمقدرة عددها ب 04 مفردات فإنهم يرون أن مستوى الأداء ممتاز.

إن إجماع العاملين في مجال الإعلام بالمحطة على الإجابة بالإيجاب بالجمع بين الاختيارين (مقبول وممتاز) بنسبة 83.92 % يؤكد أن إدخال تكنولوجيا الإعلام الحديثة قد أحدث تغييرات وأضاف خدمات إيجابية للأداء الإعلامي داخل المحطة.

ثانيا: نتائج الدراسة:

1- النتائج العامة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول "تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي" تم التوصل إلى نتائج الآتية:

1. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن محطة سطيف الجهوية للتلفزيون الجزائري تمتلك إلى حد ما الوسائل التكنولوجية الحديثة، وهو ما أكدته على التوالي نسبة 44.64 % و 50% (أنظر الجدول رقم 06) ممن أجابوا بنعم و إلى حد ما، بينما ترى الفلة القليلة ممثلة ما نسبته 5.35 % من أن المحطة لا تزال تعاني من التخلف والنقص الفادح في التجهيزات إذا ما قورنت بجيرانها من الدول العربية والإفريقية.

2. في المقابل يؤكد أغلبية أفراد العينة (52 مفردة) ممن أجابوا بالإيجاب (نعم إلى حد ما) أن تكنولوجيا الإعلام المستخدمة في المحطة تتناسب مع متطلبات العمل الحديث وقد برروا هذا من خلال نوعية المادة الإعلامية التي طبعتها ميزتا الجودة والتنوع وهذا ما مثلته نسبة 39.28 % إضافة إلى أن أسلوب العمل المتبع في المحطة والذي يتميز بالبساطة والسهولة والاقتصار على التغطيات الميدانية جعل التكنولوجيا المتاحة في المحطة كافية لذلك وهو ما عبرت عنه نسبة 21.42 %، بينما أجاب 7.15 % من البحوث بعدم تناسب التكنولوجيا مع متطلبات العمل، ذلك أن التكنولوجيا المستعملة في المحطة غير مواكبة للمعايير الدولية وهذا ما مثلته نسبة 3.57 %، فيما أرجعت نفس النسبة 3.57 % من الباحثين أن هذه التكنولوجيا غير مناسبة وتتطلب جهدا بدنيا كبيرا.

3. تأكد أن القائمين على المحطة يسعون جاهدين إلى إقتناء تكنولوجيا الإعلام الحديثة كلما إقتضت الضرورة وناسبت الظروف، وهذا ما مثلته على التوالي 44.64 % و 33.93 % ممن أجابوا بالنفي (لا)، أنظر الجدول رقم 9). هذه الإشارة تم الحصول عليها من خلال لقاءاتنا الحرة مع الإعلاميين مجال الدراسة.

4. أما فيما يخص النتائج المتعلقة بأسئلة المحور الثالث والذي يعني بتحكم العاملين بالمحطة في تكنولوجيات الإعلام الحديثة وتوظيفها أثناء أداءهم الإعلامي فقد أظهرت ما يلي: 5. تؤكد الأغلبية الساحقة للمبحوثين أي ما نسبته 89.28 % إمتلاكها لجهاز حاسوب شخصي، بينما مثلت 10.71 % نسبة المبحوثين الذي أجابوا بعدم إمتلاكهم للجهاز. 6. جاءت عبارة أحيانا" في المرتبة الأولى بنسبة 57.14 % وبواقع 32 تكرارا تلا ذلك عبارة" دائما" بنسبة 33.93 % بواقع 19 تكرار، ثم عبارة "أبدا" في المرتبة الثالثة بنسبة 8.92 % وبواقع 05 تكرارات أصل 56 تكرار لمن أجابوا على السؤال الخاص بإعتماد المبحوثين على خدمات الأنترنت في العمل الإعلامي.

7. يعتبر جهاز الهاتف النقال الواسطة الأكثر إستخداما الإتصال الإدارة بالمرؤوسين وهذا ما حددته 52 مفردة وبنسبة قدرت ب 68.42 %، تلاه الاتصال المباشر بنسبة 15.78 % بواقع تكرار 12 مفردة ثم

- الاتصال بواسطة الفاكس بنسبة 13.16 % وبتكرار 10 مفردات، ثم وفي المرتبة الأخيرة الاتصال بواسطة البريد الإلكتروني بنسبة 02.63 % وبتكرار 02 مفردات
8. إحتل السبب التالي المرتبة الأولى من بين الأسباب الأخرى الاتصال بالإدارة بالمرؤوسين وهو: "التنسيق مع الفرق" بنسبة 41.04 %.
9. وفيما يتعلق بكيفية تلقي التكليف بمهمة، فإن الأسلوب الأول المعتمد في ذلك هو "التكليف الكتابي" بنسبة 59.72 % يليه في المرتبة الثانية "الإعتماد على الهاتف" بنسبة 38.89 % وفي المرتبة الأخيرة "التكليف من خلال البريد الإلكتروني" بنسبة 1.38 % ومنه فإنه يمكن القول بأن التكليف بمهمة في المحطة الجوية للتلفزيون بسطيف لا يزال متداولاً بالطريقة التقليدية.
10. أما فيما يخص النتائج المتعلقة بالدور الذي تقوم به تكنولوجيا الإعلام لتطوير الأداء الإعلامي داخل المحطة فقد أظهرت الإجابات ما يلي: - أثبتت النتائج أن النسبة 53.57 % من مجتمع البحث يرون أن المحطة قد شهدت تطوراً كبيراً نتيجة توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة في حين يرى 30.23 % من المبحوثين أنها تطورت إلى حد ما، بينما 16.07 % من المستجوبين قد أجابوا بلا.
- تتمثل الإضافات التي أدخلتها تكنولوجيات الإعلام الحديثة على الأداء الإعلامي في أنها أعادت تشكيل النموذج التنظيمي من خلال المساعدة على التكامل الوظيفي إضافة إلى خلق طرق جديدة في التواصل وأداء المهام إلى جانب تحقيق الانضباط والجدية في العمل (أنظر الجدول رقم 24)
11. أبرزت إجابات العينة المستجوبة أن تكنولوجيا الإعلام الحديثة قد أسهمت في تطوير الكثير من الجوانب فيما يتعلق بالأداء الوظيفي وهي كالاتي: - تحسين نوعية الرسالة الإعلامية بنسبة 33.68 % - الآنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته بنسبة 29.59 % - تسهيل الاتصال بالمسؤولين بنسبة 19.38 % - التفاعل المهني بنسبة 17.34 %
12. بلغت نسبة من قالوا إلى حد ما "بكفاية تكنولوجيات الإعلام الحديثة في المحطة لمياسرة التقدم الحادث 50%، بينما من قالوا "لا" 35.72 % أما نسبة 14.28 % فقد أجابوا بنعم، وعليه نصل إلى القول بأن المجتمع الباحث واعون بأهمية هذه التكنولوجيا في العمل الإعلامي.
13. إحتل سبب "من طبيعي عدم توفر المحطة على تجهيزات جد حديثة كونها محطة جوية" الصدارة على حساب الأسباب الأخرى التي يرى فيها مجتمع البحث أن "مجهود الصحفي يكفي ويمكن له أن يعوضها" بنسبة 28.57 %.
14. أما فيما يخص بيان سبب من أجابوا "بلا" لعدم كفاية التكنولوجيات فقد إحتل السبب التالي: "هناك سرعة كبيرة في هذا الميدان" المرتبة الأولى بنسبة 23.21 % تلاها في المرتبة الثانية "تكنولوجيا المحطة قديمة" بنسبة 12.50 %.

15. ومن بين النتائج المهمة التي استخلصت من المعطيات المحصل عليها نذكر أن عددا معتبرا من أفراد العينة يرون أن ضعف استخدام تكنولوجيا الإعلام يضعف من الأداء الإعلامي وهذا ما مثلته على التوالي نسبة 67.86% و 28.57% ممن أجابوا بنعم وإلى حد ما.

16. أما فيما يخص بيان سبب إجابتهم فقد إحتل السبب التالي " ينعكس سالباً على المنتج الإعلامي " المرتبة الأولى بنسبة 39.28% تلاها في المرتبة الثانية "صعوبة التواصل" بنسبة 33.93% ثم وفي المرتبة الأخيرة صعوبة الحصول على المعلومة بنسبة 23.21%.

17. وبخصوص مطالبة الباحثين الجهات المعنية بضرورة إستخدام تكنولوجيا جديدة أخرى نجد: - في المرتبة الأولى " بنعم" بنسبة 94.64% وذلك قصد تحسين نوعية العمل الإعلامي بنسبة 48.21% ثم مواكبة التطور بنسبة 28.57% وتحسين ظروف العمل بنسبة 17.86%. - جاءت عبارة "لا يهمني" في المرتبة الثانية بنسبة 5.37% وبتكرار 03 مفردات وقد أرجعوا ذلك الكفاية الوسائل الموجودة.

18. هناك رضا وارتياح كبير من لما آل إليه الأداء الإعلامي في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام وهذا ما عبرت عليه نسبة 76.78% ممن قالوا بأن المستوى المقبول " تلا ذلك عبارة "ضعيف" بنسبة 16.07% ثم عبارة "ممتاز" في المرتبة الأخيرة بنسبة 7.14%، مما يدل على إلمام أفراد عينتنا ووعيهم الكبير بكل التطورات الحاصلة في هذا الميدان وعزمهم على الإستعداد لمسيرتها والتحكم فيها.

2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

لقد سعت الدراسة إلى إختبار الفرضيات الآتية:

- تتوفر المحطة الجهوية للتلفزيون بسطيف على كل التكنولوجيات الإعلام الحديثة التي ستساعد في تطوير الأداء الإعلامي بالمؤسسة.

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

- تمكن تكنولوجيات الإعلام الحديثة العاملين بالمحطة الجهوية للتلفزيون سطيف من تطوير أدائهم الإعلامي.

ومن خلال النتائج التي إنتهت إليها الدراسة يمكن تقييم الفرضيات كما يلي:

1 - 2 : الفرضية الأولى: على الرغم من التجهيزات المعتبرة التي تتوفر عليها محطة سطيف الجهوية للتلفزيون وعلى الرغم من سعي الجهات المسؤولة إلى استقدام تكنولوجيات أكثر ملائمة كلما إقتضت الضرورة لذلك، إلا أن المحطة لا تزال تعاني من نقص فادح في هذه التكنولوجيات وهذا راجع إلى الميزانية المحدودة والإرتفاع الباهض الأسعار سوق التكنولوجيا الحديثة للإعلام إضافة إلى طبيعة المحطة لذا فإنه يمكن القول أن هذه الفرضية قد تحققت جزئياً

2-2: الفرضية الثانية: أكدت نتائج الدراسة أن مجتمع البحث يتحكم في تكنولوجيا الإعلام الحديثة المتوفرة في المحطة على الرغم من أن أغلبية العاملين في مجال الإعلام بالمحطة لا يقومون بدورات تكوينية للتعامل مع

هذه الوسائل مما يضطرهم إلى تعلم إستعمالها عن طريق التعود والممارسة اليومية. ومن هذا المنطلق فإن الفرضية الثانية محققة في هذه الدراسة

3-2: الفرضية الثالثة: أدى إدخال تكنولوجيا الإعلام الحديثة إلى محطة سطيح الجهوية للتلفزيون من تطوير الأداء الإعلامي وذلك من خلال التحسين الذي طرأ على نوعية الرسالة الإعلامية وسرعة الحصول على الخبر ومعالجته إضافة إلى جودة الصوت والصورة ومن هذه الدراسة فإن الفرضية الثالثة قد تحققت كلياً في هذه الدراسة ومؤكدة عليها في الدراسات السابقة.

3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

من خلال دراستنا الميدانية تبين لنا أن الإجابة على التساؤل الأول والذي مؤاده:

- هل تتوفر المحطة الجهوية للتلفزيون بسطيح على كل التكنولوجيات الحديثة للإعلام التي ساعدت في تطوير الأداء الإعلامي بالمؤسسة؟ كانت كالاتي: محطة سطيح الجهوية للتلفزيون تتوفر إلى حد ما (نسبياً) على تكنولوجيا الإعلام الحديثة التي من شأنها أن تساعد على تطوير الأداء الإعلامي داخل المحطة، ذلك أن الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تتوفر بالمحطة ليست آخر ما وفرته التقنيات الحديثة في مجال الإعلام إذ أنها لا تزال تعاني في هذا المجال وتحتاج الاستقدام تجهيزات أخرى أكثر ملائمة وأحداث تقنياً.

- أما الإجابة عن التساؤل الثاني والذي مؤاده: هل يتحكم العاملون في مجال الإعلام بالمحطة مجال الدراسة في توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة أثناء أدائهم الإعلامي؟ كانت كالاتي: لا يتحكم العاملون في مجال الإعلام بالمحطة في توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة أثناء أداء عملهم، وذلك بالرغم من نقص الدورات التكوينية وبرامج التطوير، إلا أن رغبة العاملين في هذا المجال ولجوئهم إلى التعلم الذاتي قد قلص من سلبيات هذا النقص.

- أما الإجابة على التساؤل الثالث والتي مؤاده: ما هي الإضافة التي يمكن لهذه التكنولوجيا توفيرها للعملية الإعلامية؟ كانت كالاتي: لقد أدى الاعتماد على تكنولوجيات الإعلام الحديثة إلى تطوير العملية الإعلامية وتحسين الكثير من الجوانب أهمها: - تحسين نوعية الرسالة الإعلامية. - الآنية والفورية في الحصول على الخبر. - تسهيل سبل الاتصال. - التفاعل المهني بين الزملاء.

4- نتائج الدراسة في ضوء الخلفية النظرية :

انتهج بحثنا هذا، نظرية انتشار الأفكار المستحدثة كمقاربة أساسية للموضوع ، ومن خلال النتائج التي انتهت إليها الدراسة وانطلاقاً من فروض النظرية يمكن القول بان القائم بالاتصال في المحطة مجال الدراسة متبني للفكرة بشكل تام وهذا ما ظهر بشكل جلي من خلال الاستعمال الواسع لهذه التكنولوجيا وهذا ما يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها بالرغم من عدم خضوعه لدورات تكوينية ولجوئه إلى تعلم استعمالها بالعود والممارسة اليومية ، وبالتالي تبني هذا المبتكر من قبل اغلب المزودين بها .

5 - نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة :

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول "تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي" واستنادا إلى الدراسات السابقة التي تم انتقاءها وفقا لما يخدم الدراسة تم التوصل إلى النتائج الآتية:

- الدراسة الأولى : بعنوان "واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر"، توصلت هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام قد تركت أثرا في شكل وصناعة الصحافة المكتوبة وهذا ما توصلت إليه دراستنا أيضا من خلال ما تم إثباته في الفرضية الثالثة وهو أن تكنولوجيا الإعلام الحديثة قد أسهمت في تطوير الأداء الإعلامي بما فيها المادة الإعلامية .

- الدراسة الثانية : بعنوان "إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية"، وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن استثمار التلفزيون الجزائري في الأجهزة الرقمية الحديثة لم يلاحظ في الواقع لا من حيث مضامين البرامج ولا من حيث النوعية في الصوت والصورة، في حين أكدت نتائج دراستنا أن استثمار محطة سطيف الجهوية للتلفزيون في التكنولوجيا الحديثة للإعلام قد أحدثت تطورا كبيرا فيما يتعلق بنوعية الرسالة الإعلامية والأداء وبالتالي فقد خالفت نتائج دراستنا هذه الدراسة .

- تحسين نوعية الرسالة الإعلامية. - الآنية والفورية في الحصول على الخبر. - تسهيل سبل الاتصال. - التفاعل المهني بين الزملاء.

4- نتائج الدراسة في ضوء الخلفية النظرية :

انتهج بحثنا هذا، نظرية انتشار الافكار المستحدثة كمقاربة اساسية للموضوع ، ومن خلال النتائج التي انتهت اليها الدراسة وانطلاقا من فروض النظرية يمكن القول بان القائم بالاتصال في المحطة مجال الدراسة متبني للفكرة بشكل تام وهذا ما ظهر بشكل جلي من خلال الاستعمال الواسع لهذه التكنولوجيا وهذا ما يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها بالرغم من عدم خضوعه لدورات تكوينية وجوؤه إلى تعلم استعمالها بالعود والممارسة اليومية ، وبالتالي تبني هذا المبتكر من قبل اغلب المزودين بها .

5 - نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة :

بعد إجراء الدراسة الميدانية حول " تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي " واستنادا إلى الدراسات السابقة التي تم انتقاءها وفقا لما يخدم الدراسة تم التوصل إلى النتائج الآتية :

- الدراسة الأولى : بعنوان " واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر "، توصلت هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام قد تركت أثرا في شكل وصناعة الصحافة المكتوبة وهذا ما توصلت إليه دراستنا أيضا من خلال ما تم إثباته في الفرضية الثالثة وهو أن تكنولوجيا الإعلام الحديثة قد أسهمت في تطوير الأداء الإعلامي بما فيها المادة الإعلامية .

- الدراسة الثانية : بعنوان " إسهام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الرسالة التلفزيونية الجزائرية "، وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن استثمار التلفزيون الجزائري في الأجهزة الرقمية الحديثة لم يلاحظ في الواقع لا من حيث مضامين البرامج ولا من حيث النوعية في الصوت والصورة ، في حين أكدت نتائج دراستنا أن استثمار محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون في التكنولوجيا الحديثة للإعلام قد أحدثت تطورا كبيرا فيما يتعلق بنوعية الرسالة الإعلامية والأداء وبالتالي فقد خالفت نتائج دراستنا هذه الدراسة .

- الدراسة الثالثة : بعنوان " تأثير تكنولوجيا الاتصال في الممارسات الصحفية في الصحافة العربية " وقد توصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام وبين زيادة الدقة والموضوعية ، وهذا ما ظهر في النتائج الجزئية لدراستنا وذلك من خلال التطور الكبير الذي أحدثته تكنولوجيا الاعلام فيما يتعلق بالأداء الوظيفي للقائم بالاتصال .

الخاتمة

الخاتمة :

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على استخدام تكنولوجيا الإعلام وتطبيقاتها على أداء المؤسسات الإعلامية بالتركيز على محطة سطيف الجهوية للتلفزيون وذلك بقياس درجة مواكبة الإعلاميين الجزائريين العاملين بالمحطة التقنيات الحديثة وتحكمهم فيها وتحديد انعكاساتها على الأداء الإعلامي وذلك من خلال اختيار ثلاثة فرضيات، حيث تهدف الفرضية الأولى إلى الوقوف على درجة مواكبة المحطة التكنولوجية الإعلام الحديثة من خلال التعرف على تجهيزاتها، وتهدف الفرضية الثانية إلى التعرف على مدى تحكم العاملين في مجال الإعلام بالمحطة مجال الدراسة في توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة أثناء أدائهم الإعلامي، أما الفرضية الثالثة فتهدف إلى معرفة الإضافات الحاصلة نتيجة توظيف تكنولوجيا الإعلام في العمل الإعلامي.

وقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية التي أجريناها والتي شملت محطة سطيف الجهوية للتلفزيون، أن استجلاب التكنولوجيا الحديثة للإعلام ومتابعة تطوراتها وإعتمادها في مختلف مراحل إنجاز العمل الإعلامي قد رفع من مستوى الرسالة الإعلامية وأثر في مستوى أدائها بشكل مقبول، غير أنه يبقى بعيدا عن التطلعات بالنظر إلى ما وصل إليه جيراننا في هذا المجال، ويتطلب تدارك هذا الواقع قدرا كبيرا من الصرامة والجدية باعتماد سياسة تخطيطية للنهوض بالقطاع والاستفادة من إتاحات التكنولوجيا التي لها انعكاسات على شتى ميادين الحياة في المجتمع الحديث. ونشير في الأخير إلى أن نتائج هذه الدراسة خاصة بمحطة سطيف الجهوية للتلفزيون، لذلك لا يمكن تقسيمها على كل المؤسسات أو المحطات الإعلامية الأخرى.

التوصيات :

- بعد القيام بهذه الدراسة (نظريا وميدانيا) فإننا قد توصلنا إلى مجموعة من النتائج، وبناءا عليها فإننا نرى:
- 1- لا بد من تأهيل وتدريب رجال الإعلام وبصفة مستمرة في مراكز تدريب داخلية وخارجية، مع ضرورة التأكيد على تزامن تلك الدورات مع دخول تلك التقنيات إلى المحطة.
 - 2- ضرورة زيادة الأجهزة والوسائل التكنولوجية الحديثة داخل كل أقسام المحطة بحيث تكفي كل القائمين على الخدمة الإعلامية.
 - 3- تعزيز الجهد العلمي والأكاديمي وذلك بإنشاء قسم خاص لمتابعة الأبحاث العلمية والمخترعات الحديثة في مجال التكنولوجيا الإعلامية، مع توفير الإمكانيات اللازمة لإجراء البحوث الميدانية.
 - 4- إيجاد المناخ والآليات المناسبة والموارد الكافية وسبل التعاون الملائمة ، لتحسين انتشار هذه التكنولوجيات من اجل تفعيل المنتج الإعلامي النوعي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1) محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات العلمية، عالم الكتب، ط ، 1 القاهرة، 2000
- 2) محمد محمد عمر الطنوبي : نظريات الاتصال، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2001 .
- 3) صالح خليل أبو أصبع : الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آدم للدراسات، الأردن، 2004
- 4) افريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتاب، القاهرة، 1991، ص
- 5) أحمد بن مرسلبي : مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، ط ، 2 الجزائر، 2005 .
- 6) موريس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، ط2، الجزائر ، 2006
- 7) معين النقري: تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرون، دار رضا للنشر، ط2، سوريا، 1999،
- 8) بومعيل سعاد/ فارس بوباكرة : أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجنت، جامعة تلمسان، العدد 03، مارس 2004
- 9) عامر إبراهيم قنديلجي/ إيمان السامراتي: تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
- 10) محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 11) محمود علم الدين : تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990
- 12) محمد نصر مهنا: مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، مركز الإسكندرية للكتاب ، القاهرة، 2005.
- 13) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، القاهرة، 2004
- 14) مرفت محمد كامل: محل إلى صحافة الأطفال، دار الفكر العربي ، ط 1 ، القاهرة ، 2003
- 15) مصطفى المصمودي: النظام الإعلامي الجديد، سلسلة عالم المعرفة، العدد 94، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1985، ص 119

قائمة المراجع

- 16) محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي، دون دار نشر، دون مكان نشر، 2004.
- 17) طاهر محسن الغالي/ أحمد شاكر العسكري: الإعلان، وائل للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، 2006
- 18) علي نبيل : العرب وعصر المعلومات ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1994.
- 19) عبد المجيد افرام / هادية خزنة كاتي: اتجاهات الاردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة دمشق، المجلد 26، العدد 3 + 4، 2010 .
- 20) أشرف فهمي خوجة: المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2008.
- 21) محمد محمود يوسف : البعد الاستراتيجي للتقييم المتوازن للأداء، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2005 .
- 22) صالح بن نوار: فعالية التنظيم في المؤسسات الصناعية، مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، ط2، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010
- 23) عبد الرزاق بن حبيب : اقتصاد وتسيير المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر
- 24) جلال الدين الحمامصي: من الخبر إلى الموضوع الصحفي، دار المعارف، القاهرة 1965.
- 25) محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2003
- 26) عواطف عبد الرحمن : قضايا التبعية الإعلامية والثقافية ، دار المعرفة ، الكويت ، 1984
- 27) أحسن إبراهيم بلوط : المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات ، دار النهضة العربية ، ط2، لبنان ، 2005 .

الملاحق

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على أداء المؤسسات الإعلامية

دراسة ميدانية بالمحطة الجهوية للتلفزيون بسطيف

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس LMD في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

إشراف الأستاذ:

بوعزيز أبو بكر

إعداد الطالبة:

بريك سمية

قرين منال

السنة الجامعية: 2019 / 2020

المحور الأول:

أولاً: البيانات الشخصية

1-الجنس : أنثى ذكر

2- السن :

3- المستوى التعليمي:

4- الوظيفة داخل المؤسسة:

5- الأقدمية في العمل داخل المؤسسة:

ثانياً: محور خاص للتعرف على التجهيزات المتوفرة داخل المؤسسة

6- هل تتوفر الخطة على كل الوسائل والأدوات التكنولوجية الحديثة للقيام بالعمل الإعلامي؟

نعم لا إلى حد ما

-إذا كانت الإجابة بنعم أو إلى حد ما، هل هي؟

كاميرات رقمية حافلات رقمية استوديوهات رقمية أجهزة تقنية متطورة

أخرى تذكر

7- هل تتناسب تكنولوجيا الإعلام الحديثة المستخدمة في مؤسستكم مع احتياجات ومتطلبات العمل الإعلامي الحديث؟

نعم لا إلى حد ما

-كيف ذلك؟

8- هل ترى أن التقنيين العاملين بالمؤسسة مؤهلين لاستخدام تكنولوجيات الإعلام الحديثة؟

نعم لا إلى حد ما

9- هل تعمل إدارة مؤسستكم على اقتناء تكنولوجيا الإعلام الحديثة كلما اقتضت الضرورة المهنية لذلك؟

نعم لا إلى حد ما

10- هل تهتم الإدارة ببرنامج التطوير في الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام؟

نعم لا إلى حد ما

11- رتب (حسب الأولوية) الوسائل المعلوماتية الآتي ذكرها، والتي ترى أنها الأكثر استعمالاً أثناء أداء عملك:

FILINGE DERUCHAGE CELLULE DE MONTEGE

PC/PORTABLE FLASH DISK DISQETT

أخرى تذكر:

ثالثاً: تحكم العاملين بالمحطة في تكنولوجيا الإعلام الحديثة وتوظيفها أثناء الأداء الإعلامي

12- هل تملك جهاز حاسوب شخصي؟

نعم لا

13- هل تلقيت تدريباً أو تكويناً في الإعلام الآلي؟

نعم لا

14- إذا لم تتلقى تكويناً على الإعلام الآلي، هل يعني ذلك أنك لا تحسن توظيفه في عملك؟

نعم لا إلى حد ما

15- هل تعتمد في عملك على خدمات الأنترنت

دائماً أحياناً أبداً

-إذا كان الجواب دائماً أو أحياناً، ألا تجد صعوبة في تحقيق ذلك؟

نعم لا إلى حد ما

-أما إذا كان الجواب بلا (أبداً) لماذا؟

16- هل تتوفر محطتكم على وسائل الاتصال الحديثة INTERNET و EXTRANET

نعم لا

-إذا كان الجواب بنعم هل تستعملها كأداة اتصال أثناء تأدية عملك؟

دائماً أحياناً أبداً

17- ماهي الوسيلة الأكثر استخداماً من قبل الإدارة للاتصال بالمرؤوسين؟

.....
-كيفما كانت الإجابة ما هو الغرض الأساسي لذلك؟

18- عند تكليفك بإنجاز موضوع ما كيف تتلقى التكليف بالمهمة في عملك؟

تكليف كتابي من خلال الهاتف من خلال البريد الإلكتروني

رابعا: الدور الذي تقوم به تكنولوجيا الإعلام الحديثة لتطوير الأداء الإعلامي داخل المحطة

19- هل تلاحظ ان هناك تطورا ملحوظا في الأداء الإعلامي نتيجة توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة؟

نعم لا إلى حد ما

-إذا كان الجواب بالإيجاب (نعم/إلى حد ما) كيف ذلك؟

.....
20- في رأيكم ما هي أهم الجوانب التي تلاحظون أنها تطورت بفعل إدخال تكنولوجيا الإعلام الحديثة في

أدائكم الوظيفي؟

الآنية والفورية في الحصول على الخبر ومعالجته

تسهيل الاتصال بالمسؤولين

تحسين نوعية الرسائل الإعلامية

التفاعل المهني بين الزملاء

21- هل ترى أن تكنولوجيا الإعلام الحديثة بمحطتكم تكفي لمسايرة التقدم الحادث في هذا القطاع؟

نعم لا إلى حد ما

.....كيفما كان الجواب يبرر؟

22- هل ترى أن ضعف استخدام التكنولوجيا الحديثة في العملية الإعلامية، يضعف من الأداء الإعلامي في وقتنا الراهن؟

نعم لا إلى حد ما

.....كيف ذلك؟

23- هل تطالب بضرورة اقتناء التكنولوجيا الحديثة لمحطتكم؟

نعم لا يهكم

24- بكل موضوعية، كيف ترى مستوى الأداء الإعلامي الذي بلغته المحطة الآن مقارنة بالسابق؟

.....

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الشكر والتقدير

الإهداء

ملخص الدراسة باللغة العربية

ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

أ

مقدمة

الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة ومدخلها النظرية والمنهجية

4	1- إشكالية الدراسة
6	1-1- تحديد الإشكالية
6	1-2- أسباب إختيار الموضوع
7	1-3- أهمية الدراسة
8	1-4. أهداف الدراسة
9	1-5. تحديد المفاهيم والمصطلحات
13	1-6. حدود البحث
13	1-7. الدراسات السابقة
22	2- المدخل النظري للدراسة
22	2-1. نظرية الاستخدامات والإشباع
27	3- الإجراءات المنهجية للدراسة
27	3-1. مجالات الدراسة
27	3-2. نوع الدراسة ومنهجها
28	3-3. مجتمع وعينة الدراسة
29	3-4. أدوات جمع البيانات

الإطار النظري:

I- تكنولوجيا الإعلام الحديثة

أولاً. مفهوم تكنولوجيا الإعلام

ثانياً: تطور تكنولوجيا الإعلام الحديثة

ثالثاً: وظائف تكنولوجيا الإعلام

رابعاً: عوامل انتشار تكنولوجيا الإعلام

II- الأداء الإعلامي

أولاً: مفهوم الأداء الإعلامي وتطوره

1. مفهوم الأداء الإعلامي

2. تطور مفهوم الأداء

ثانياً: خصائص الأداء

ثالثاً: العوامل المؤثرة في الأداء

رابعاً: أبعاد الأداء ومكوناته

1. أبعاد الأداء

2. مكونات الأداء

الإطار التطبيقي

61	- تمهيد
61	7-1. تفرغ البيانات وتحليلها
89	7-2. النتائج النهائية للدراسة
93	- خلاصة الفصل الرابع
95	- خاتمة
97	- قائمة المراجع
	- قائمة الملاحق
	- فهرس المحتويات

