

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 - قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال و علم المكتبات
فرع علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع

الموضوع:

استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية

دراسة ميدانية بقناة الشروق TV.

إشراف الأستاذ:

د/ عبد الرزاق حموش

إعداد الطلبة:

- إيمان قناتلية

- أميرة أوهيب

- وفاء سلامنة.

السنة الجامعية: 2016/2015

الشكر والعرفان

لا بد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود بها إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين جهوداً كبيرة في بناء جيل الغد، لتبعث الأمة من جديد وقبل أن نمضي نتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة إلى جميع أستاذة قسم علوم الإعلام والاتصال.

وأخص بالتقدير والشكر الأستاذ المؤطر **هموش عبد الرزاق**، الذي ساعدنا على إتمام هذا البحث وقدم لنا العون ومد لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث. كما لا يفوتني ان اشكر ابن خالتي الاستاذ " بلال " الذي سهل علي الكثير من الاجراءات بجامعة ام البواقي للحصول على كل ما احتاجه لاتمام هذا البحث

كما نتقدم بالشكر إلى السيد "جمال" الذي كتب لنا وطبع لنا هذه المذكرة.

إلى كل من ساعدونا وكانوا عوناً لنا في بحثنا هذا، ونورا يضيء الظلمة، التي كانت تقف أمامنا.

الإهداء

بأنامل تخطيط بقلم أعيان التعب والأرق ولا يقوى على الحراك يتكأ على قطرات من الحبر مملوءة بالتفاؤل والأمل في آن واحد، و رغبة قوية باعتلاء سلم النجاة بفرح من أجل بزوغ فجر يوم جديد من حياتي وهو يوم تخرجي شامخة... لي معنى الحب ولي معنى الحنان والتفاني، لي بسمة الحياة وسر الوجود لي من حانت سعاتي بخيوط منسوجة من قلبها لي والدي العزيرة "سعاد" أظال الله في عمرها وبارك فيه ...

لي من افتخر أتي أحمد اسمه وبهيمته وتعبه كونت نفسي، وبفضله تعلمت كتابة هذه الحروف والدي "عمار" لي من بها أكبر وعليها أعتد، لي صاحبة القلب الطيب والنويا الصادقة، لي من رافقتني منذ أن حملنا حقائب الأمل الصغيرة ومعنا سرنًا خطوة بخطوة بخطوة أختي "وسام"

لي من ترك بصمة في حياتي وغير مجراها، وساندي في كل الأوقات، لمن لملم أجزائي بين فترة وأخرى لي من وقف ويقف بجانبني في أصعب الظروف باتني لست وحيدة في مجتمع مختلف... لي اخوي وسندي في الحياة "امين" و"رؤف"

لي من ساندي مساندة الام لابنتها ورافقتني بدعواتها خالتي "حسينة" التي ساعدتني كثيرا ورافقتني وتحملت معي اعباء التنقل لتمام هذه الدراسة

لي اختي وابنتة خالتي "مروة" التي طالما وفتت لي جانبي وكانت السند لي ورافقتني من بداية المشوار لي اعز واطيب صديقة "بثينة"

الإهداء

لا يصل الناس إلى حديقة النجاح دون ان يمر محطات التعب والفشل واليأس وصاحب الإرادة القوية
لا يطيل وقوفه في هذه المحطات، من جرع الكأس فارغا ليستقيني قطرة حب
إلى من كلت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة
إلى من حصد أشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم
إلى القلب الكبير والذي عزيز احمد صالح
إلى صدر حنون والدتي غالية وناسة
إلى قلوب طاهرة رقيقة ونفوس البريئة إلى رياحين حياتي أخواتي
(حمزة إسماعيل ناصر جابر صابري) (سوسن بسمة شيماء سندس)
إلى فراشتي صغيرة التي تملئ البيت فرح وسعادة ابنة أختي الحبيبة ريهام
إلى ملاذي وملاحمتي إلى من جعلهم الله إخواني في الله و تقاسمنا الحلو والمر وفاء إيمان ولا انسي
تواءم روحي واعز صديقتي حبيبة الغالية بلهوشي بسمة.
إلى من ساعدني في هذا العمل وتعب معي إلى سندي
إلى من كان سبب نجاحي في مشواري دراسي أتقدم
له بجزير الشكر على ما قدمه لي من دعم مادي ومعنوي احمد جبور.
ولا انسي كل أصدقائي وعائلتي وأقاربي وإلا لم أذكرهم بقلمتي فهم محفوظون في قلب شكرا.

أبيرة

الإهداء

لا يقاس النجاح الذي يتنبأ بقدر ما يقاس بصعاب التي يتغلب عليها فالنجاح هو هدية و اهدي هذا العمل

إلى من احمل اسمه بافتخار

يا من افتقده منذ الصغر

يا من يرتعش القلب بذكره

يا من اودعتني لله اهديك هذا العمل أبي العزيز ناصر

إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله صلى الله عليه وسلم إلى سندي

إلى نبع الحنان إلى نور عيني و قوتي في حياتي

إلى أمي الغالية نادية .

إلى فراشاتي الصغار وحبباتي إيناس ورندة .

من تذوقت معهم أجمل اللحظات ومن سأفتقدتهم إخوتي في الله صديقاتي الأعزاء "أميرة" و "إيمان"

و"وسيلة" و "حليمة" و "آمال" و "وفاء" و"أميرة".

ابعث بشكر وعرفان إلى من سندي في مشواري الدراسي وقدم لي يد المساعدة في هذا العمل

وله كل الفضل في نجاحي عبد اليمين.

اشكر العزيزة الغالية على قلبي خالتي حورية شكرا على مساندي و إلى خالتي خيرة

إلى كل عائلة وأحباب وكل من ساعدنا ماديا أو معنويا شكرا.

وفاء

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
أ-ب	المقدمة
	الاطار المنهجي للدراسة
	الفصل الاول: إطار الدراسة ومنهجيتها
7	الاشكالية
9	فرضيات الدراسة
10	أهمية الدراسة
11	أهداف الدراسة
12	اسباب اختيار الموضوع
13	تحديد المفاهيم
16	منهج الدراسة
16	مجتمع الدراسة
17	عينة الدراسة
17	أدوات جمع البيانات
19	مجال الدراسة
20	الدراسات السابقة
24	صعوبات الدراسة
	الاطار النظري
	الفصل الثاني: التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الاعلامية
29	المبحث الأول: التكنولوجيا الرقمية
29	1. مفهومها
30	2. مراحل تطورها
32	3.عوامل ظهورها
33	4. أدواتها
37	5. سماتها وخصائصها
41	المبحث الثاني: المؤسسة الإعلامية
41	1. مفهومها
41	2. شروطها وهيكلتها
42	3. خصائصها وأهدافها
43	4. وظائفها وطبيعة إدارتها
47	5. تصنيفات برامجها
48	6. الصورة الإعلامية الرقمية

	الفصل الثالث: دور التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية
51	المبحث الأول: تأثير التكنولوجيا الرقمية على العمل الإعلامي
51	1. التغييرات التي فرضها العصر الرقمي على التلفزيون
52	2. دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير العمل الإعلامي التلفزيوني
53	المبحث الثاني: التقنيات الرقمية المستخدمة في العمل الإعلامي التلفزيوني
53	1. تكنولوجيا الانتاج والتشغيل
56	2. تكنولوجيا الارسال والاستقبال
57	3. المقياس العالمي للبث الرقمي
58	4. نموذج استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي
	الإطار التطبيقي
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية
64	نبذة عن مؤسسة الشروق
72	تحليل البيانات وعرض النتائج
92	الاستنتاجات العامة للدراسة
94	الاقتراحات والتوصيات
96	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

72	جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس
72	جدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن
73	جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة
74	جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهلات العلمية
75	جدول رقم (5) توزيع عينة الدراسة حسب التخصص
75	جدول رقم (6) سبب اختيار الصحفيين للعمل لقناة الشروق
77	جدول رقم (7) استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي
77	جدول رقم (8) أهم التكنولوجيات التي يستخدمها الصحفيون في عملهم
78	جدول رقم (9) درجة تحكم الصحفيين في التكنولوجيا الرقمية
79	جدول رقم (10) مجالات استخدام الصحفيين للتكنولوجيا الرقمية
80	جدول رقم (11) تلقي دورات تكوينية في مجال استخدام التكنولوجيا الرقمية
80	جدول رقم (12) الجهة المنظمة للتكوين
81	جدول رقم (13) المدة الكافية لتلقي التكوين
81	جدول رقم (14) مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تحسين عمل الصحفيين
82	جدول رقم (15) الفائدة المرجوة من استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية
83	جدول رقم (16) تقييم الصحفيين لاستخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة
83	جدول رقم (17) ضرورة استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة
84	جدول رقم (18) إمكانية وجود تحسين للتكنولوجيات الرقمية المستخدمة في المؤسسة الإعلامية
84	جدول رقم (19) شكل تأثير التكنولوجيا الرقمية على المؤسسة
85	جدول رقم (20) التزام المؤسسة بتعميم استخدام التكنولوجيا الرقمية على أقسامها وجميع فروعها
85	جدول رقم (21) مساهمة استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة في توفير المعلومات وتحسينها
87	جدول رقم (22) تحفيز الصحفيين على المشاركة الايجابية من خلال دخول التكنولوجيا الرقمية للمؤسسة
88	جدول رقم (23) الحاجات التي تحققها المؤسسة من خلال استخدامها للتكنولوجيا الرقمية
88	جدول رقم (24) مستوى انتاج البرامج من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية
89	جدول رقم (25) تأثير استخدام التكنولوجيا الرقمية على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين
90	جدول رقم (26) المجالات التي يظهر فيها تأثير التكنولوجيا الرقمية على القناة
91	جدول رقم (27) الفروق التي أحدثتها التكنولوجيا الرقمية في تنظيم العمل مقارنة بالفترة السابقة التي لا تتوفر فيها التكنولوجيا الرقمية.

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
103	استمارة الاستبيان	1
108	المقابلة مع الأستاذ مرزوقي حسام الدين	2
111	مقابلة مع مدير البرمجة بقناة الشروق TV السيد عبد العزيز تويقر	3
114	مقر قناة الشروق TV	4
115	لوغو قناة الشروق TV	5
116	احد استوديوهات القناة	6

الملخص:

لقد أوضحت اليوم التكنولوجيا الرقمية محور اهتمام كل المؤسسات بما فيها المؤسسات الإعلامية وذلك لما لها من تأثير على أدائها وأهميتها لخدمة الغرض الخاص لهذه المؤسسات، حيث تُعد الركيزة الأساسية التي تقوم عليها هذه المؤسسات، بما فيها المؤسسات الإعلامية الجزائرية، وقد أخذنا في دراستنا هذه قناة الشروق (TV) نموذجاً لمعرفة أثر استخدام التكنولوجيا الرقمية على نشاط هذه المؤسسة والجهود التي تبذلها في سبيل الوصول إلى نتائج معينة تعكس أثارها أجيالاً أو عاجلاً، ومن ثم كيفية قيام المؤسسة بقياس فعالية التكنولوجيا الرقمية على كفاءة ممارسة النشاط الإعلامي وإلى أي درجة ساهمت في تحقيق الأهداف المرجوة منها. وهذا ما دفعنا لطرح التساؤل الآتي:

- ما مدى مواكبة قناة الشروق (TV) لإستخدامات التكنولوجيا الرقمية والحديثة في عملها الإعلامي؟ في ظل العولمة وإستقطاب أكبر عدد من المشاهدين؟
- وللإجابة على هذه الإشكالية، أنتقلنا إلى مقر قناة الشروق الكائن بـ: حيدرة ولاية الجزائر. يوم 2016/03/22، واستمرت مدة الدراسة إلى غاية 2016/03/24.
- وأعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي المناسب لمثل هذه الدراسات، حيث أخترنا عينة البحث بطريقة عمدية قوامها 40 فرداً، من مجموع الإعلاميين والصحفيين العاملين بالقناة.
- ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها: أن قناة الشروق تستخدم التكنولوجيا الرقمية في عملها الإعلامي بدرجة كبيرة، لكنها لم تصل بعد إلى المستوى الإعلامي العالمي المطلوب.
- عدم اهتمام مؤسسة الشروق TV بالقدر الكافي على تدريب وتكوين موظفيها حتى يكونوا مؤهلين لاستخدام كل ما هو تقني وحديث.

Résumé

La technologie numérique est devenue aujourd'hui le focus d'attention de toutes les firmes médiatiques, y compris les organisations de médias, et en raison de son large impact, performance et leur importance, pour servir leurs buts et ses missions.

Là où il est devenu le principal pilier sur lequel ces institutions, parmi eux les médias Algériens, nous avons pris dans notre étude cette chaine (TV) modèle, pour voir :

- L'effet de l'utilisation de la technologie numérique sur l'activité de cette institution et ses efforts en vue d'atteindre certains résultats à grande impact ?
- Comment l'organisation mesure t'il l'efficacité de la technologie numérique sur l'efficacité de la pratique, l'activité des médias.
- Quelle mesure a contribué à la réalisation des objectifs souhaités. Cela nous a incités à poser la question suivante :
- Dans quelle mesure fait face ELCHOUROUK (TV) pour les utilisations de la technologie numérique dans le travail des médias modernes, a la lumière de la mondialisation. ?

Pour répondre à ce problème, nous avons déplacé au siège de cette chaine télévisée 'EL-CHOUROUK TV', sis Hydra mandat de l'Algérie sur le 22/03/2016, qui y s'étaler jusqu'au 24/03/2016.

Notre approche descriptive et analytique approprié pour de telles études, donc nous avons utilisé dans notre recherche des d'échantillons intentionnels manière non orientée estimé a 40 personnes, de toute la chaine de travail des médias et des journalistes.

Parmi les résultats les plus importants que nous avons retenus sont :

- La chaine EL-CHOUROUK TV, utilise la technologie numérique dans son travail des médias de manière significative, mais il n'a pas encore atteint le niveau mondial nécessaire médiatique.
- Manque d'intérêt de la chaine télévisée EL-CHOUROUK, pour s'invertir dans la formation et le recyclage de son STAFF et leur cadres.

مقدمة

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

ومن هذا المنطلق ومن خلال دراستنا الموسومة بـ "استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية، قناة الشروق نموذجاً" حاولنا تسليط الضوء على بعض جوانب استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية عامة، وقناة الشروق TV خاصة، ومعرفة ما وصلت إليه، إثر تبنيها للتكنولوجيا الرقمية، والأثر الذي أحدثته هذه الأخيرة على العمل الإعلامي وإثراء هذه الدراسة قمنا بتقسيمها إلى أربع فصول وزعناها على النحو التالي:

خصصنا الفصل الأول للتعريف بموضوع دراستنا، ومنهجيتها ابتداء من تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها، أهدافها، أهميتها وأسباب اختيار الموضوع. إضافة إلى تحديد المفاهيم والمنهج المعتمد في الدراسة، ومجتمع الدراسة، عينة البحث، مجال الدراسة، أدوات جمع البيانات والدراسات السابقة، وصولاً إلى صعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني: فقد قمنا بتقسيمه إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول ماهية التكنولوجيا الرقمية ومعرفة مراحل تطورها وعوامل ظهورها ومختلف أدواتها وخصائصها.

في حين تناولنا في المبحث الثاني مفهوم المؤسسة الإعلامية وشروط هيكلتها إضافة إلى خصائصها وأهدافها وطبيعة إدارتها، وتصنيفات برامجها وصولاً إلى الصورة الإعلامية الرقمية.

أما الفصل الثالث، فقمنا فيه بتحديد تأثير التكنولوجيا الرقمية على العمل الإعلامي وعرض أهم التغييرات التي فرضها العصر الرقمي على التلفزيون، بعدها انتقلنا إلى إبراز أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في العمل الإعلامي.

أما الفصل الرابع والأخير كان فصلاً تطبيقياً تناولنا فيه الدراسة الميدانية التي قمنا بها، حيث قدمنا عرضاً موجزاً عن "مؤسسة الشروق للنشر والإعلام"، وعرضنا أهم برامجها ثم أنتقلنا إلى تحليل بيانات الاستثمارة لتحصل أخيراً على النتائج النهائية لدراستنا. وختمناها في الأخير بخاتمة عامة تلخص أهم ما جاء في موضوعنا.

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول

اطار الدراسة ومنهجيتها

- الإشكالية.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- أسباب اختيار الموضوع.
- تحديد المفاهيم.
- منهج الدراسة.
- مجتمع الدراسة.
- عينة الدراسة.
- أدوات جمع البيانات.
- مجال الدراسة.
- الدراسات السابقة.
- صعوبات الدراسة.

• الإشكالية:

...إننا نعاصر أعظم ثورة علمية معلوماتية في تاريخ البشرية، والتي جاءت تحت اسم ما يعرف بالتكنولوجيا الرقمية، وقد اضحيت هذه الاخيرة الأساس الذي تقوم عليه حياتنا اليومية، والمقياس الذي يقاس به تقديم الأمم والمجتمعات. فكل يوم يصدر اختراع جديد لا نكاد ندركه حتى يظهر لنا آخر يفوقه ذكاء وسرعة الأمر الذي جعلنا نقف موقف الحيرة أمام الاختيار بين هذه الاختراعات واستغلال أفضلها، ولا طالما كان أمل الإنسان معقودا في إيجاد حل لجمع المعلومات، وتخزينها والتنقل بها في كل مكان، واسترجاعها في أي وقت ممكن، وهذا ما حصل بالفعل، فقد جاءت التكنولوجيا الرقمية لتحقيق هذا الحلم الذي رواد البشرية لأجيال عديدة، التي وفرت العديد من الأجهزة والتقنيات التي تتيح عملية تخزين المعلومات. وقد مست جميع مجالات الحياة دون استثناء، حيث أصبحت الآلات تنافس الإنسان في أداء أعماله، كونها تتميز بالسرعة والدقة في الأداء، والقيام بأضعاف الأعمال التي يقوم بها الإنسان، كما سهلت الاتصال والتواصل بين الأفراد في كل مكان، وذللت جميع الصعوبات التي تحول دون تواصل الأفراد ببعضهم ببعض حيث يقول (تشارلز كولي) (Charls colli) "أصبحنا نعيش في غرفة واحدة محدودة الأبعاد والمعالم"، لهذا يمكننا القول أننا نعيش في محيط رقمي محض؛ يعني ان التقنيات الرقمية تلازمتنا في كل مكان وتحيط بنا من كل الزوايا والجوانب مما يجعلنا مجبرين على الاندماج في هذا العالم الرقمي، ومحاولة تعلم جميع تقنياته للتحكم فيها والسيطرة عليها وذلك عن طريق برمجة دورات تدريبية لتعليم وتطوير المهارات الرقمية، والقضاء على ما يعرف بالأمية الرقمية ولو قليلاً. علما أننا نعاني منها بكثرة في مجتمعاتنا العربية عامةً وفي الجزائر خاصةً.

ولم يتوقف تأثير التكنولوجيا الرقمية على نواحي وزوايا الحياة، والأنشطة الإنسانية فحسب بل أمتد ليشمل المجال الإعلامي، فتبني هذا الأخير للتكنولوجيا الرقمية جعله يقوم بقفزة فريدة من نوعها، إذ أخذ منحى جديد مخالف تماماً للإعلام في مرحلة سابقة، فبعد أن كانت مهنة الاعلام والصحافة تعرف بمهنة المتاعب في وقت ما، صارت اليوم العكس تماماً، حيث أصبح بإمكان الصحفي الحصول على المعلومات حول الوقائع والأحداث في أي مكان من العالم دون أن يبذل أية جهد ودون الحاجة للتنقل إلى مكان الحدث. كما أن هذا الأخير لم يعد وراءه مسؤولين يحكمونه، أو قادة إعلاميين يوجهونه، بل بات متاحاً لجميع أفراد المجتمع دون استثناء، لأن أبرز أدواته هي مواقع التواصل الاجتماعي، وأهم ميزاته التفاعلية، ولهذا يسمى بالإعلام التفاعلي، وفي هذا الصدد يقول (شايين برومن) و (كريس ويليس) (Chain PROMEN) (CRIN willin) "نحن في بداية الحقبة الذهبية للصحافة هي صحافة لم نعهدها من قبل"، و يمكن القول أنه وحسب توقعات العديد الخبراء في المجال الإعلامي أن نصف الإنتاج الإعلامي سيتم بواسطة المواطنين بحلول عام 2020.

والجزائر كغيرها من دول العالم، تسعى إلى إدخال هذه الموجة الرقمية على مؤسساتها الإعلامية للنهوض بهذا القطاع الحيوي وتطويره ليلتحق بالثورة التكنولوجية الرقمية التي اجتاحت معظم دول العالم ويمكن القول بأن المؤسسات الإعلامية الجزائرية في مسابقة للتكنولوجيا الرقمية مقارنة مع بعض الدول الأوروبية والعربية ويتضح هذا جليا من خلال بروز بعض القنوات حديثة النشأة التي تتميز برامجها بالجودة العالية مثل قناة الشروق، ومن خلال دراستنا هذه سنحاول تسليط الضوء، على مدى استخدام وسائل أو مؤسسات الإعلام الجزائرية للتكنولوجيا الرقمية من خلال اتخاذ نموذج مؤسسة الشروق للإعلام والنشر باعتبارها "بوابة إعلامية كاملة"، حيث صارت تحتل القناة المرتبة الأولى وطنياً من حيث نسبة المشاهدة مع مطلع سنة 2016، بنسبة مشاهدة حوالي 48 %، وهي نسبة غير مسبوقة على المستوى الوطني. هذا ما يدفعنا إلى طرح التساؤل التالي:

• ما مدى مواكبة قناة الشروق TV لاستخدامات التكنولوجيا الحديثة والرقمية في عملها الإعلامي؟

وهذه الإشكالية تمثل العمود الفقري لبحثنا والذي سنحاول كشف فقراته في الأجزاء اللاحقة من البحث وهي إشكالية رئيسية تدرج تحتها مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1) ما هو الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الرقمية في تطوير الأداء الإعلامي للصحفيين العاملين بقناة الشروق وترقية إنتاجهم الصحفية؟

2) ما هي الإشباعات المحققة للصحفيين من خلال استخدامهم للتكنولوجيا الرقمية؟

3) هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام التكنولوجيا الرقمية على أنشطة وأداء مؤسسة أو قناة الشروق الجزائرية؟

4) ما هي أنماط وطرق التكنولوجيا الرقمية المستخدمة من طرف قناة الشروق في أدائها الإعلامي وإنتاجها الصحفي وتواصلها مع الجمهور؟

5) ما هي الإشباعات المحققة للجمهور المتابع للقناة من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية في العالم الإعلامي للقناة؟

* فرضيات الدراسة:

- 1) تلعب التكنولوجيا الرقمية دورا كبيرا في تطوير الأداء الإعلامي للصحفيين بقناة الشروق بالإضافة إلى ترقية إنتاجهم الصحفية.
- 2) هناك إشباعات كثيرة محققة للصحفيين من خلال استخدامهم للتكنولوجيا الرقمية.
- 3) يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام التكنولوجيا الرقمية على أنشطة، وأداء قناة الشروق الجزائرية.
- 4) تتعدد أنماط وطرق التكنولوجيا الرقمية المستخدمة من طرف قناة الشروق في الأداء الإعلامي، والإنتاج الصحفي بالإضافة إلى التواصل مع الجمهور.
- 5) تتمثل الإشباعات المحققة للجمهور المتابع للقناة من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي للقناة في المادة الإعلامية التي تقدمها بأحسن جودة.

* أهمية الدراسة

- تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة في أنها تدرس ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة، حيث استطاعت التكنولوجيا الرقمية أن تغير العديد من المفاهيم في المجتمع بالإضافة إلى التطورات التي أضافتها في مجالات عديدة بصفة عامة والمجال الإعلامي بصفة خاصة وعموماً فإن دراستنا هاته تكمن أهميتها في:
- 1) تحول البيئة التي نعيش فيها إلى بيئة رقمية حتى أصبح يطلق عليها العالم الرقمي، فالتقنيات والإلكترونيات تحيط بنا من كل جانب بل أصبحت الأساس الذي تقوم عليه حياتنا.
 - 2) دخول التكنولوجيا الرقمية بكل تقنياتها إلى العالم الإعلامي والساحة الإعلامية، حيث أصبحت الآلة تنافس الصحفيين في أداء أعمالهم، فإحدى الصفات الأساسية للتكنولوجيا الرقمية هي جمع وإعادة إنتاج المعلومات وهي الصفة التي أشتهر بها الإنسان على مدى العصور.
 - 3) المنافسة الحادة التي تعيشها يومياً الساحة الإعلامية خصوصاً بين القنوات الخاصة، من أجل الحصول على أكبر قدر من المعلومات الحصرية وجذب أكبر عدد ممكن من الجماهير.
 - 4) معرفة مدى الرضا الوظيفي لدى الإعلاميين من ناحية استخدام قناة الشروق TV الإعلامية للتقنيات التكنولوجية الجديدة.
 - 5) التعرف على الإمكانيات التكنولوجية الرقمية المتوفرة في القناة ودورها في إرضاء العاملين بالقناة (الصحفيون).
 - 6) تقديم تعريف وشرح للتقنيات التكنولوجية الرقمية المستخدمة في العمل الإعلامي، التي صرنا مجبرين على التعامل معها.

* أهداف الدراسة

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، حيث يهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض عن بعض القضايا لذلك تسعى دراستنا إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1) التعرف على التطورات والتغيرات التي أحدثتها استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي خاصة فيما يتعلق بطريقة جمع المعلومات وسرعة الحصول عليها، ومهارة الأداء ومواكبة الأحداث والتطورات.
- 2) البحث في خصائص التكنولوجيا الرقمية واستخلاص تأثيراتها على المؤسسة الإعلامية.
- 3) تبيان مدى قدرة صحفيي الشروق الإعلامية دون غيرهم على استخدام التقنيات الرقمية التي تتيحها التكنولوجيا الرقمية.
- 4) كشف النقاب على سلبيات وإيجابيات استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي ومحاولة تقديم التوصيات التي يمكن ان تسهم في فهم حدود ومدى هذا التأثير.
- 5) استشراف المستقبل وكشف الأدوار والوظائف المستقبلية المتوقعة من التكنولوجيا الرقمية في المجال الإعلامي.

* أسباب اختيار الموضوع

من أشق الصعاب التي تواجه الباحث هو اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية والعملية ويساهم في إثراء المعرفة الإنسانية، وهو قرار يسبقه الكثير من التفكير والاطلاع الكثيف على ماله علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع. وقد تكون هذه الأسباب إما ذاتية متعلقة بالباحث أو موضوعية متصلة بموضوع الدراسة ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع هذا مايلي:

أ) الأسباب الذاتية:

1) الرغبة في التعرف على سبب نجاح وتطور مؤسسة الشروق الإعلامية واستمالتها لعدد كبير من الجماهير باعتبارنا من متتبعي هذه القناة، وجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول تبني هذه القناة للتكنولوجيا الرقمية وطريقة استخدامها في العمل الإعلامي.

2) الاطلاع على الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الرقمية في صناعة الأخبار الإعلامية وإبراز جودة عمل المؤسسة، بالإضافة إلى سد الفضول المعرفي الذي يلازمنا حول هذه الدراسة التي تصب في مجال تخصصنا ومحاولة الإحاطة بكيفية العمل الإعلامي والصحفي ولو بالقدر القليل، والتي قد تفيدنا في حياتنا العملية والدخول إلى الساحة الإعلامية يوماً ما.

ب) الأسباب الموضوعية:

1) الأهمية الكبيرة التي أكتسبها موضوع اجتياح التكنولوجيا الرقمية الساحة الإعلامية والمجال الإعلامي في جميع دول العالم عموماً والجزائر خصوصاً، حيث أصبح هذا الموضوع محور اهتمام وانشغال الإعلاميين والباحثين في المجال الإعلامي الذين تزايدت اهتماماتهم بهذا المجال ، من أجل الاستفادة بالقدر الكافي من تطوره.

2) إبراز أهمية وضرورة تكوين الصحفيين نحو كل ما هو تقني إلكتروني خاصة في الجانب الإعلامي لتحسين السير الحسن والأداء الإعلامي.

3) اندماج القنوات الإعلامية الجزائرية الجديدة والتي ظهرت مؤخراً في العالم الرقمي بكل ما يحمله هذا العالم من تقنيات ووسائل متطورة، هذا ما جعل هذا الموضوع خصباً وفتح بالتالي مجالاً للدراسات الإعلامية، وذلك للتعرف على نقاط الضعف لاستدراكها وللحاق بالتطور الرقمي الحاصل.

4) جدية وحيوية وحداثة موضوع الدراسة إلى جانب نقص الدراسات حوله على الأقل في جامعة قالة التي لم تتناول هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل رغم أهميته البالغة.

* تحديد المفاهيم.

- مفهوم الاستخدام
- لغة: استخدم (خ د م)، مص- استخدم في البديع هو أن يذكر لفظ له معنيان فيراد به أحد المعنيين ويراد بضميره الآخر.
- استخدم استخدم = (خ د م) = اتخذه خادماً¹.
- * في اللغة الفرنسية:
استخدم - استعمال.

Emploi – Utilisation – Usage – Souscription – Exploitation – Application - Candidateur²

اصطلاحاً: يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوماً واضحاً وبسيطاً المعنى، غير أن أي محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخل في تركيبة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة³.
المفهوم الإجرائي: نقصد بمصطلح الاستخدام في دراستنا استخدام المؤسسة الإعلامية بصفة عامة وقناة الشروق TV (العامة) بصفة خاصة للتكنولوجيا الرقمية، في عرض موادها الإعلامية للجمهور.

1) جبران مسعود: الرائد معجم القبائلي في اللغة والإعلام، دار العلم للملايين، ط3، لبنان، تموز، يوليو 2005، ص 69.

2) قاموس عام: عربي - فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 61.

3) أحمد عبدلي: مستخدموا الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2003-2002، ص 6.

* مفهوم التكنولوجيا:

من ناحية المدلول اللغوي: يرجع أصل كلمة تكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين (Techno) وتعني التشغيل الصناعي والثاني (Logos) أي العلم والمنهج لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي فالتكنولوجيا هي علم الفنون والمهن (La science des arts et métiers) ودراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات والمعدات فقط، ظهر استخدام لفظ التكنولوجيا في العصور الحديثة بالأخص بعد ظهور الثورة الصناعية عندما بدأت الآلة تأخذ مكانتها البارزة في مجال الإنتاج الصناعي¹.

كذلك تطلق كلمة تكنولوجيا في العصر الحديث على مبادئ العلوم والمخترعات في حقول الصناعة والأجهزة والآلات والإنتاج ليس لها مرادف عربي متفق عليه².

* المفهوم الإجرائي:

• تكنولوجيا الاتصال: هي مجموعة التقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الجمعي أو الشخصي أو الوسطي. أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المرسومة أو المصورة أو المطبوعة أو الرقمية من خلال حاسبات إلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات، والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل، ومضامين مسموعة مرئية أو مسموعة أو مطبوعة أو رقمية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو إلكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.

* مفهوم المؤسسة

لغة: من الفعل أسس، جعله تأسيسا وإنما يسمى تأسيسا لأنه أشتق من أس الشيء. الأسس أصل البناء³. مؤسسة (أسس)، جمعية أو معهد أو شركة أسس لغاية اجتماعية أو أخلاقية أو علمية أو ثقافية⁴.

اصطلاحا:

حسب المدلول القانوني هي مجموعة القواعد القانونية والوظائف وتشكل متحدا منسقا ومنظما. هي مجموعة الأشكال والبيانات الأساسية لمنظم اجتماعي استقرت في القانون والعرف لمجتمع بشري معين.

(1) محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 15.

(2) محمود علم الدين: تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي، عالم الفكر، مج3، ع1 - 2، الكويت، أكتوبر 1994، ص 11.

(3) ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط2، المجلد السادس عشر، ص 8.

(4) مرجع نفسه، ص 779.

كذلك تعرف على أنها: الوحدة الاقتصادية التي تقوم بتقديم خدمة ما وتسمى مؤسسة خدمة أو إنتاج سلعة وتسمى مؤسسة تجارية، تعتمد أساليب إدارية من أجل تحقيق أهدافها بالكفاءة والفعالية المطلوبين، وقد أستعمل "أوغست كونت"، مصطلح مؤسسة في مجالات المؤسسة العائلية والاقتصادية والمؤسسة الثقافية والتربوية كما أستخدم "سبنسر"، هذا المصطلح ليعني بها جهاز ينجر وظائف مهمة للمجتمع ويحددها¹.

المفهوم الإجرائي

هي عبارة عن تجمع لأشخاص ذوي الكفاءة المختلفة تملك رؤوس أموال وقدرات عقلية وجسدية واستخدمها لإنتاج السلع وبيعها أعلى من تكلفتها لتحقيق أرباح مادية.

مفهوم الإعلام

لغة: ما علم والمعلم ما جعل عامة وعلما للطرق والحدود للإعلام، حبال والعلم = الجبل الطويل وعلمه = علما وعلم نفسه علم الأمر وتعلمه، أتقنه وعلم الرجل، خبرة أحب أن يعلمه أي يخبره.
- استعلم الخبر، استخبره اياه فأعلمه أي صار يعرف الخبر².

وكذلك جاء في قاموس (Robert D'aujourd'hui) أن الإعلام هو الاستعلام حول شيء ما أو شخص ما، وهو فعل الاستخار أو الاستعلام كما يشير للخبر أو الحدث الذي يعلمه للفرد أو الجمهور ويعني بصورة عامة إخبار الجمهور والرأي العامة عبر الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون³.

اصطلاحا: تشمل جانب من كلمة اتصال (Communication) وآخر كلمة معلومات عند ترجمتها من اللغة العربية إلى اللغتين الانجليزية والفرنسية هي (Information) وهو بوجه خاص يعني الاتصال الجماهيري عن طريق الوسائط (Mass-média)، مما جعل بعض كليات الإعلام العربية تغيير اسمها من (faculty of information) إلى (faculty of communication)⁴.

- كما عرفه (Thierry Broton) "الإعلام معلومة الإجابة عن التساؤل أي يفترض التبادل والتكامل فهما شرطان ضروريان للإعلام"⁵.

1) عطا الله أحمد شاكر: إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 20.

2) حميد بودشيش: الأسيل: دار راتب الجامعين، بيروت، 1997، ص 43.

3) خلفاوي شمس ضيات: المعالجة الصحفية لموضوع الخصوصية، جامعة عنابة، شهادة ماجستير، علوم الاعلام والاتصال، 2005-2006، ص 20 .

4) عبد المالك ردماني الدناي: تطور الاتصال تكنولوجيا والعولمة، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 10.

5) Thierry Breton, La desmenation de l'invisible le de de temps et de information, dodeline Jacob, paris, 1996, P 34 .

المفهوم الإجرائي

الإعلام يدل على مضمون الرسالة، فالرسالة يمكن أن تكون إعلامية بشكل أو بآخر أي أنها تعلم عن شيء ما ولكن الإعلام يمكن أن يدل على تدفق الرسائل ذات الاتجاه الواحد من المرسل إلى المستقبل خاصة في تقديم خدمة إخبارية والحصول على المعلومة بجودة عالية.

• المنهج المعتمد في الدراسة

كلمة منهج هي ترجمة لكلمة (Méthode) بالانجليزية أو (Méthode) بالفرنسية، وهي مأخوذة من اللاتينية (Method) المأخوذة بدورها عن اليونانية، فقد عرفت كلمة المنهج العديد من المفاهيم عبر التاريخ فعرفها "أفلاطون"، على أنه الكلمة المكتسبة من تعامل الناس مع الواقع.

وعرفه "أرسطو" بأنه البحث نفسه أما "ابن خلدون" يعرف المنهج على أنه عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو العلمية موضوع الدراسة¹.

- كذلك يعرف المنهج من خلال المنجد الموسوعي الفرنسي. (Dictionnaire Encyclopédique 2000) على أنه مجموعة مبادئ وقواعد ومراحل منظمة بطريقة منطقية تمكن من بلوغ النتائج².

وقد اعتمدنا في موضوع الدراسة على المنهج الوصفي بالدرجة الأولى لأن هذا المنهج يهتم بوصف ما هو كائن ويشرحه من خلال تكرار الظاهرة وحدودها وخصائص المبحوثين ومعرفة اتجاهاتهم وميولاتهم، فهذا المنهج لا يكفي بالوصف الخارجي للظاهرة بل يتعداها إلى تفسيرها فمهمة الوصف قاصرة على كشف الدلالات التي نلاحظها في ميدان الدراسة فهو يتركز على الملاحظة من خلال الرؤية ثم تأتي مرحلة الوصف التي نقوم فيها بتحليل ما رأيناه.

7. مجتمع الدراسة

هو جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها ويتم تحديد هذا المجتمع بناء على الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، وقد تألف مجتمع الدراسة من الإعلاميين الذين ينتمون إلى مؤسسة الشروق الجزائرية وبالتحديد الإعلاميين العاملين بقناة الشروق TV وهي عبارة عن قناة عامة تقدم مضامين عديدة ومتنوعة.

1) أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم إعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص ص 11-12.

2) Larousse (Pierre). Dictionnaire encyclopédique 2000, éd, Larousse, Paris. 2000. P 52.

8. عينة البحث

العينة هي مجموعة من الوحدات المعاينة تخضع لدراسة تحليلية أو ميدانية ويجب أن تكون ممثلة في تمثيلاً صادقاً مع المجتمع الأصلي. ويمكن تعميم نتائجها عليه، فقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية، حيث تعرف هذه الأخيرة كذلك بالتحكمية وهي التي تتم عن طريق الاختيار العمدي، أو التحكيمي أي الاختيار المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة فهي تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، وذلك في حالة الاقتصر على العينة العمدية فقط، ويلجأ الباحث إلى استخدام هذا الأسلوب عادة في حالة ما إذا كان البحث يقتضي أن تتضمن العينة الإجمالية هذا النوع من وحدات المعاينة¹.

وقد تم اختيار هذه العينة من مجموعة من الإعلاميين العاملين بقناة الشروق TV والذين شكلوا مجتمع الدراسة، أجريت الدراسة على عينة قوامها 40 مفردة وقد تم اختيار هذا العدد بالتحديد بسبب إنشغالهم بأعمال أخرى خارج القناة.

9. أدوات جمع البيانات:

يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع وأكبر قدر ممكن من المعلومات حول الموضوع وذلك قصد تحقيق الدقة والموضوعية في النتائج التي سنتوصل إليها، فقد اعتمدنا في بحثنا على ثلاث أدوات وهي:

- استمارة الاستبيان.
- المقابلة.
- الملاحظة البسيطة.

وكان اعتمادنا على هذه الأدوات بالدرجة الأولى لاعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع المعلومات عن المبحوثين وموضوع الدراسة بشكل معمق.

أ) استمارة الاستبيان:

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة. لقد اعتمدنا على الاستمارة كأداة رئيسة في هذه الدراسة نظراً لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، باعتبارها من الأدوات الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام والاتصال، فهي تستخدم للحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث؛ كما أنها تساعد على تحديث عينة

1) سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 1995، ص ص 302 - 203.

الدراسة تحديداً دقيقاً، ووجهت هذه الاستمارة للإعلاميين العاملين بقناة الشروق TV والمقدر عددهم بـ 40 إعلامي وإعلامية،، حيث تألفت هذه الاستمارة من 28 سؤالاً موزعة على ثلاث محاور أساسية هي:

المحور الأول: البيانات الشخصية؛

المحور الثاني: تناول دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير أداء الإعلاميين؛

المحور الثالث: أثر استخدام أو تطبيق التكنولوجيا الرقمية على أنشطة مؤسسة أو قناة الشروق TV. باعتبار أن موضوع الدراسة هو - استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية - قناة الشروق TV نموذجاً اعتمدنا على طرح أسئلة في هذا الإطار فقد حاولنا قد المستطاع أن تكون أسئلة الاستمارة واضحة وموجهة للعينة المقصودة، بحيث تكون إجابات الباحثين مطابقة لفروض الدراسة، وفي الأخير تم تحكيم الاستمارة من قبل الأستاذ المشرف وأساتذة من ذوي الاختصاص. وبعد التأكد من صحتها تم توزيعها على عينة البحث.

(ب) المقابلة:

تعرف على أنها: "وسيلة مستقلة شأنها شأن الاستقصاء والملاحظة فهي دليل يشمل مجموعة من الأسئلة المحددة والمرتبة ترتيباً منهجياً تتضمن عدة مواضيع فرعية ومقصودة تتعلق بموضوع البحث"¹، وللمزيد من المعلومات أكثر حول الموضوع باعتبار الموضوع تقني أكثر قمنا بالمقابلة مع مدير البرمجة "عبد العزيز تويقر"، بقناة الشروق TV والذي استقبلنا أحسن استقبال وزودنا بأهم المعلومات حول التقنيات المستخدمة في القناة بالإضافة إلى الآفاق المستقبلية التي تريد القناة بلوغها وكان ذلك يوم الأربعاء 2016/03/23، على الساعة 10^{سا}:00.

(ج) الملاحظة البسيطة: يعرفها كل من عبد الله محمد عبد الرحمن، ومحمد علي البدوي، على أنها: ملاحظة الظواهر كما تحدث تلقائياً في ظروفها الطبيعية دون إخضاعها لعمليات الضبط والتقنين دون استخدام أدوات دقيقة للقياس². كانت الملاحظة أول أداة تم اعتمادها موضوع الدراسة، وهذا من خلال الاستكشاف والاستطلاع أكثر حول الموضوع والتوجيه إلى الميدان الحقيقي للدراسة، وهذا ما قمنا به عند توجهنا إلى قناة الشروق TV هناك قمنا بتدوين أهم المحافظات من خلال المراقبة، حيث لاحظنا أن الصحفيين في قناة الشروق TV يستخدمون أجهزة الكمبيوتر بالدرجة الأولى في مهامهم وجود كاميرات كبيرة الحجم مكاتب عديدة تتعدى 100 مكتب مجهزة بأجهزة متطورة، استديو حقيقي وآخر افتراضي.

(1) فضيل دليو وآخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، جامعة قسنطينة، 1999، ص 190

(2) عبد الله محمد عبد الرحمن ومحمد علي البدوي: مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002، ص 390

مجال الدراسة

- يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد أتفق العديد من مستعملي مناهج البحث أن لكل دراسة مجال زماني ومكاني. * المجال المكاني: أحرقت هذه الدراسة بمقر قناة الشروق TV الكائن مقرها بجريدة ولاية الجزائر، وتضم هذه المؤسسة العديد من المصالح والأقسام وقد تم اختيار هذه المؤسسة بالذات كمجال للدراسة لأنها تخدم موضوع بحثنا بالدرجة الأولى وتعتبر أول قناة جزائرية تعرض بتقنية HD، كما أنها تحتل المركز الأول في نسب المشاهدة في الجزائر.

* المجال الزماني: امتد المجال الزماني لإنجاز هذه الدراسة ما بين 6 فيفري 2016 إلى 20 ماي 2016 حيث تم إعداد الجانب النظري أولاً ثم الانتقال إلى الجانب الميداني أين أستغرق إعداد الاستمارة وتحكيمها مدة شهر لتأتي بعدها مرحلة توزيع الاستمارات على المبحوثين، والتي كانت في الأسبوع الأول للعطلة الربيعية. وأخيراً معالجة البيانات وتحليلها واستنباط نتائج الدراسة مع نهاية شهر أفريل.

* الدراسات السابقة:

1. دراسة "البنى عبد الله العلاوين"، تحت عنوان "تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية"، قدمت هذه الرسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام بجامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا كلية، الآداب بقسم الإعلام سنة 2009.

تمحورت مشكلة هذه الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الإعلامية وذلك لاعتبارها من المتطلبات الحديثة لمجارات التطورات الكبيرة في بيئة العمل فالباحثة ترى بأنه من الواجب على الإدارة 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 فهذه الدراسة تسعى بالدرجة الأولى للتعرف على استخدام تكنولوجيا الاتصال وتطبيقها على أداء المؤسسات الإعلامية بالتركيز على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وقد حاولت الباحثة في هذه الدراسة الإجابة على مجموعة من الأسئلة أهمها:

* ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية ؟

* ما مستوى تقسيم أفراد مجتمع عينة الدراسة لأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدام تكنولوجيا الاتصال ؟

أعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي فالأول لغرض وصف الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، أما المنهج الثاني اعتمدت عليه الدراسة بهدف تشخيص الفروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة و للإجابة عن أسئلة الدراسة قامت الباحثة بالاعتماد على أداة لجمع البيانات المتمثلة في الاستبانة، حيث اشتملت على ثلاثة أجزاء تناول الجزء الأول الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، أما الثاني تناول مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال في حين تناول الجزء الثالث مجالات وأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، شمل مجتمع الدراسة جميع العاملين في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون البالغ عددهم 1401 موظف وموظفة، حيث لجأت الباحثة إلى اختيار عينة بلغت 350 موظفة.

اختيرت طبقاً لعينة الطبقة العشوائية وقد استخدمت الباحثة لتفريغ الاستبانة المتوسطات الحسابية وأسلوب تحليل التباين ANOVA وقد توصلت إلى النتائج التالية:

- أظهرت النتائج أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة دراسة على جميع فقرات مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإذاعة والتلفزيون الأردنية قد كانت ايجابية.

- التأثير الايجابي لاستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الإعلامية الأردنية على المستوى المحلي والإقليمي.

- أكدت النتائج أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على جميع الفقرات الخاصة بمجالات أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية كانت ايجابية وبدرجة كبيرة.

- يتضح كذلك من خلال النتائج بأن استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات قد ساهم في تطوير مجالات أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية المتمثلة في التخطيط، التنظيم، المتابعة، اتخاذ القرار والموارد البشرية.

* التعليق على الدراسة

لقد تناولت هذه الدراسة تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسة الإعلامية بالتالي كان التركيز على تكنولوجيا الاتصال وأداء المؤسسة الإعلامية فقط وتشارك هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع التكنولوجيا والمؤسسة الإعلامية بالرغم من اتفاقهما في هذه النقطة إلا أنه يعتبر جزء فقط من موضوع بحثنا الذي يعتبر أعم واشمل وعصري في نفس الوقت لأنه يعرض أهم استخدامات التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية على عكس الدراسة السابقة التي لم تتطرق إلى عرض مبحث عن المؤسسة الإعلامية بل لا يوجد هناك أي إشارة إليها في خطة البحث بل قامت بالتركيز على الجانب التطبيقي أكثر وتقديم تمهيد حول تكنولوجيا الاتصال، وبالتالي لم تكن هناك استفادة من هذه الدراسة فالمواضيع تتشابه لكن المضمون يختلف.

2. دراسة "لبنى جلال سكيك": تحت عنوان (استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية - نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري. نموذجاً).

قدمت هذه الرسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر لسنة 2007-2008، فقد تمحورت إشكالية الدراسة حول أهم الاستخدامات التكنولوجية الرقمية في التلفزيون وذلك لإنفراده بتركيبة الثلاثية وهي الصوت والنص والصورة، التي تميز عن مختلف، وسائل الإعلام إضافة إلى احتلال الوظيفة الإخبارية صدارة اهتمام العمل التلفزيوني اتسع نطاق المنافسات بين القنوات، والمحطات التلفزيونية نحو تقديم خدمات تبقى بقوة للانتقال إلى معطيات العصر الحالي وتحدياته، ومن بين هذه المجتمعات الجزائر التي تعمل جاهدة لإعادة تحديث تكنولوجي وإداري شامل لبناء المجتمع ومؤسساته فمن خلال هذا وضعت الباحثة هذه الإشكالية، ما هو اثر استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في النشرة الرئيسية للأخبار التلفزيونية ؟

اندرجت تحتها مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكر منها:

- حلت التلفزيون الرقمية محل التكنولوجيا التماثلية كيف تم الانتقال ؟

- ما هي أهم مزايا وخصائص استخدام هذه التكنولوجيا ؟

- ما اهتمام التلفزيون بالوظيفة الإخبارية ؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ودراسة الحالة وذلك بهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة مع الحصول على معلومات كافية وحقيقية عن استخدام التكنولوجيا الرقمية وتوظيفها في نشرة الأخبار للتلفزيون الجزائري، لجمع البيانات استخدمت أداتين هما: الملاحظة والمقابلة.

وذلك بهدف معرفة واقع التكنولوجيا الرقمية الحديثة في المؤسسة وكيفية سير العمل في جميع وحدات العمل الإخباري، شملت عينة الدراسة عينة قصدية من مجمع البحث والمتمثلة في مهني التلفزيون الجزائري تلخص نتائج هذه الدراسة مايلي:

- التطور التكنولوجي والتكنولوجيا الرقمية تعد مؤشرا قويا في عملية إعداد النشرات الإخبارية التلفزيونية ونقلها من المحلية إلى العالمية.

- هذه التكنولوجيا الحديثة دفعت التلفزيون الجزائري إلى مساهمة ومواكبة التطور في المجال الإخباري وذلك من خلال توفير التقنيات الرقمية.

- الاندماج بين الأنظمة هذا تتميز به التكنولوجيا الرقمية والتركيبية التي تجمع الصوت والنص والصورة.

3. دراسة الدكتور "فيصل علي خالد فرحان المخلافي"، تحت عنوان - استخدام تكنولوجيا الاتصالات في الإنتاج والتلفزيوني اليمني- "دراسة تطبيقية" لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال بجامعة الأزهر بمصر سنة 2006، حيث تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على تأثير التكنولوجيا الإعلامية الحديثة على القائم بالاتصال سواء مخرج أو مقدم أو مدير يرفع في كل من الإذاعة والتلفزيون وقياس مدى تأثيرها عليه في عمله ومدى استفادته منها وانعكاس ذلك على المضمون المقدم للجمهور بأسلوب أسرع وأدق ومدى تدريبه على استخدامها وأهم مشاكله، ومعوقات استخدام التكنولوجيا الإعلامية وتعد هذه الدراسة من الدراسات الاستطلاعية هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تاريخ دخول هذه الوسائل الحديثة في التلفزيون والإذاعة ومزايا وعيوب هذه الوسائل بالنسبة للقائمين بالاتصال ومقترحاتهم للتغلب على المشكلات وتطوير عملية الإنتاج الإعلامي، استخدم الباحث في هذه الدراسة ثلاث مناهج.

أولها: منهج المسح الإعلامي الذي يسمح بالمسح الشامل لتكنولوجيا الاتصال المستخدمة في الإنتاج الإعلامي اليمني.

أما الثاني: فهو منهج دراسة الحالة الذي طبقه على الإذاعة والتلفزيون بإعتبار أن وسيلة قائمة بحد ذاتها في حين المنهج الثالث هو المنهج المقارن للمقارنة بين واقع التكنولوجيا في كل وسيلة والمقارنة بين اجابات المبحوثين فيما يخص البيانات اعتمد الباحث على استمارة استبيان مكونة من أربعة قوائم تتضمن كل قائمة تتضمن كل قائمة 29 سؤالاً وزعت في كل من الإذاعة والتلفزيون حيث قدرت عينة الدراسة في القناة الفضائية بـ 160 مفردة من أصل 181.

أما في الإذاعة فقد بلغت 52 مفردة من أصل 64 ويرجع سبب نقص العدد إلى رفض بعض المبحوثين تسليم استماراتهم مع العلم أن الاستثمارات وزعت في مقر أعمالهم في فترة لا تتجاوز ثلاثة أشهر من ديسمبر 2001، حتى نهاية فيفري 2002، فمن خلال هذه الاستثمارات استنتج الباحث مجموعة من النتائج والتي سنستخلصها فيما يلي:

- أشارت النتائج أن هناك تقنيات حديثة أدخلت مجال الإنتاج ولكنها مازالت ضئيلة إذا ما قارناها بالمحطات العربية والأجنبية.

ضرورة توزيع التقنيات الحديثة في جميع وحدات الإنتاج في كل الإذاعة والتلفزيون حسب حاجة كل وحدة حتى يستطيع العاملون تأدية أعمالهم.

- ضرورة وجود أجهزة رقمية للإرسال في كل من الإذاعة والتلفزيون ذلك لما تمتاز به هذه الأجهزة من الدقة والوضوح حتى تتوافق مع أجهزة الإنتاج الرقمية.

* التعليق على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي في التلفزيون اليمني وكانت الاستفادة من هذه الدراسة بالرجوع إلى ما حاولت الوصول إليه من معرفة مدى تأثير التكنولوجيا الإعلامية الحديثة على القائم بالاتصال سواء الإذاعة أو التلفزيون مخرج كان أو مدير أو مقدم، حيث قامت بإبراز مدى استفادة القائم بالاتصال من التكنولوجيا من خلال توفير أهم التقنيات الرقمية من أجل ترقية العمل الإعلامي في كل من الإذاعة والتلفزيون لكن هذه الملاحظات تبقى مجرد توصيات قام بالإشارة إليها من خلال توزيع الاستبانة أما ما يميز هذه الدراسة عن الدراسة السابقة أنها ركزت على الجانب النظري أكثر كما أنها قامت بإبراز نقاط مهمة للتكنولوجيا الحديثة ومدى الاستفادة منها في العمل الإذاعي والتلفزيون.

صعوبات الدراسة

- من البديهي أن تواجه أي باحث بعض الصعوبات والعراقيل خلال جمع المادة العلمية الخاصة بموضوع بحثه، وأثناء الترول إلى الميدان للتطبيق العملي ومن الصعوبات التي واجهت هذا البحث مايلي:
- قلة المراجع والمصادر المتعلقة بموضوع الدراسة بجامعة قلمة، باعتبار أن الموضوع جديد وأن وجدت فهي مراجع قديمة تجاوزها الزمن خاصة كتب تكنولوجيا الرقمية.
 - قلة المعلومات الخاصة بموضوع البحث.
 - ضيق الوقت بين فترة التربص وإنجاز المذكرة.
 - صعوبة الوصول إلى قناة الشروق TV إلا بعد جهد وعناء من البحث والتواصل مع صحفيين وإعلاميين لهم علاقة مع القناة.
- لقد واجهتنا بعض الصعوبات أثناء تواجدها في القناة، وهذا راجع لظروف وضغوطات العمل الإعلامي التلفزيوني.
- أثناء توزيعنا الاستمارة المتمثلة في 40 مفردة، لم نتمكن الا من استرجاع 30 استمارة من بين كل تلك التي وزعناها، وهذا مرده لنفس الظروف السالفة.

الإطار النظري

الفصل الثاني

التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية

المبحث الأول: التكنولوجيا الرقمية

1. مفهومها
2. مراحل تطورها
3. عوامل ظهورها
4. أدواتها
5. سماتها وخصائصها

المبحث الثاني: المؤسسة الإعلامية.

1. مفهومها
2. شروطها وهيكلتها
3. خصائصها وأهدافها
4. وظائفها وطبيعة إدارتها
5. تصنيفات برامجها
6. الصورة الإعلامية الرقمية

تمهيد

تعد وسائل الإعلام أهم القنوات التي تساهم في تشكيل الصورة الذهنية للأفراد، ولها أهمية كبيرة في ذلك وفي الآونة الأخيرة تميزت وسائل الإعلام سواء التلفزيون ، الإذاعة مجالات أو جرائد بمجموعة من التغيرات التي فرضها العصر وظهور أهم التكنولوجيات الحديثة والتي تعرف بالتكنولوجيا الرقمية والتي كانت لها التأثير البالغ في المؤسسة الإعلامية من خلال استخدامها للتقنيات والتطبيقات الحديثة والمتطورة.

في هذا الفصل سنحاول تسليط الضوء على ماهية ومفهوم التكنولوجيا الرقمية وأهم التحديات التي أضافتها على المؤسسة الإعلامية.

المبحث الأول: التكنولوجيا الرقمية

مفهومها: تعددت وتنوعت تعاريف التكنولوجيا الرقمية وذلك حسب رؤية كل واحد لها، فقد تباينت آراء الباحثين حول تقديم تعريف واحد وموحد لها، وذلك لأنها تعتبر من المصطلحات الحديثة التي غزت الحياة البشرية لذا سنحاول تسليط الضوء على مجموعة من التعاريف وذلك لتوضيح أوجه الاتفاق والاختلاف بين كل تعريف والآخر.

"تعرف التكنولوجيا الرقمية على أنها تعتمد إرسال النبضات الكهربائية بطريقة التشغيل والإيقاف ON/OFF، حيث تتخذ جميع الرموز والحروف والأرقام والأصوات والصور والرسوم كوداً رقمياً مكون من أرقام الواحد 1 والصفر 0"¹. هذه اللغة تسمى الحروف الثنائية Bit/ Binary. بمجرد أن يتم تشفير الحروف والرموز والأرقام في شكل 1.0 صفر واحد، فإنه يتم ضغط هذه المعطيات لهدف الربح المكاني بما يؤهل من تخزين عدد كبير من المضمون، لكن عند ما يتم استقبال الرسائل يتحكم بإزالة الضغط وبذلك يتم إزالة التشفير"².

"تعرف التكنولوجيا الرقمية في كل الأجهزة الالكترونية عتادا أو برمجيات التي تقوم بمعالجة المعطيات بعد ترميزها أو تشفيرها إلى إشارات النظام الثنائي (1.0) وغالباً ما تكون هذه الأجهزة حواسيب"³. وتعرف أيضاً على أنها:

"تكنولوجيا الأرقام: هي طريقة لتقديم المعلومات مثل الصور والأصوات في الفيديو بصورة رقمية في شكل ثنائي binnary، المعلومات المشفرة تستخدم قيمتين: واحد أو صفر (one or Zero On Off)، هذه المعلومات يمكن تشفيرها في سلسلة من النبضات الالكترونية، وفي دوائر الكترونية مثل التي توجد في جهاز الكمبيوتر، حيث المفاتيح تعمل أو لا تعمل on أو Off"⁴. ويمكن تعريفها أيضاً على أنها: "نتاج مناسب للتلاحم و التكامل بين تكنولوجيا الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصال"⁵.

1) حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005 ص42.

2) محمد لعقاب: وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة، الجزائر، 2007، ص 13.

3) نور حميري: دور التقنيات الحديثة في تنمية الدول الصاعدة، 24/03/2016, <http://dom.info/ib3/ikonbord.html>.

4) عبد الحكيم أحمد الخزامي: تأليف جوناتان بجيل، جيرامي، أوليبار، التلفزيون، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2007، ص 30.

5) محمد الهادي محمد: نحو توظيف تكنولوجيا المعلومات لتطوير التعليم في مصر، أبحاث المؤتمر العالمي الثاني لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحسابات، المكتبة الأكاديمية القاهرة، مصر 13 . 15 ديسمبر ص 153 .

كما تعرف أيضا:

"ليس فقط نقل المعلومات ومعالجتها وتخزينها وتسييرها لأوسع عدد من الأفراد والمؤسسات وإنما الفرز المتواصل بين من يولد المعلومات و يملك القدرة على استغلالها، وبين مستهلك لها بمهارات محدودة"¹.
"هي اقتناء المعلومات واختراعها وتجهيزها في مختلف صورها و أوعية حفظها سواء كانت مطبوعة أو مصورة أو مسموعة أم مرئية أو ممغنطة أو معالجة بالليزر وبها باستعمال مجموعة من الأوعية الإلكترونية، ورسائل أجهزة الاتصال عن بعد"².

من خلال التعاريف السابقة للتكنولوجيا الرقمية نستنتج أن معظم الباحثين قد اتفقوا على أنها جميع أنواع التكنولوجيا أو الأجهزة التي تستخدم في نقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وإعادة استرجاعها وتشمل تكنولوجيا الحسابات الآلية، الأقمار الاصطناعية، الهواتف الذكية أجهزة الفاكس وغيرها من الأجهزة التي تستخدم في عمليات الاتصال.

ومن هذا المنطلق أصبحنا مجبرين على دراسة هذه الظاهرة التكنولوجية وآثارها على المجتمع بصفة عامة والمؤسسات بصفة خاصة بما أن هذه الأخيرة أصبحت الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الدول والمجتمعات علماً أن هذه الثورة التكنولوجية الرقمية تشكل خطراً كبيراً علينا قد يبلغ تدمير المجتمعات بأكملها، إذا لم نحسن التصرف فيها والاستغلال الأمثل لها.

* مراحل تطورها

لقد مر تطور التكنولوجيا الرقمية بعدة مراحل كانت بدايتها استخدام الإنسان لحواسه لإيصال رغباته واحتياجاته وأفكاره ونهايتها هي ما وصلنا إليه اليوم من تطور في نظم الاتصال الرقمية، حيث وفرت لنا هذه الأجهزة الرقمية الحديثة جميع الخدمات التي تسد رغباتنا تشبع حاجياتنا للاتصال والتواصل لذا سنبرز أهم المراحل التي مرت بها التكنولوجيا الرقمية.

المرحلة الأولى: كانت البدايات الأولى لظهور بواذر ومعالم التكنولوجيا الرقمية باكتشاف العالم البريطاني "ستورغون (sturgon) الموجات الكهرومغناطيسية، وذلك في عام 1824 واستطاع بعده صمويل مورس (Samuil morse) اختراع التلغراف عام 1837. حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام النقط والشرط، وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا، وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر

(1) محمد صلاح سالم: العصر الرقمي وثورة المعلومات، دراسة في نظم المعلومات عينة للدراسات، والبحوث الإنسانية الاجتماعية، 2002 ص 14.

(2) حسن رضا النجار: تكنولوجيا الاتصال، المفهوم والتطور (أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة)، العالم الجديد، جامعة البحرين 7-9-2009، ص 445.

حيث أصبح التلغراف بعد ذلك من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أدت في النهاية إلى وسائل إلكترونية عديدة¹.

وفي عام 1876 استطاع جراهام بل (Graham Bell) أن يخترع التلغراف لنقل الصوت الآدمي إلى مسافات بعيدة مستخدماً نفس تكنولوجيا التلغراف. و ثم في عام 1877 اخترع توماس إديسون (Thomas Edison) جهاز الفونوغراف و بعده الألماني إميل برلينجر (Emil Berlinguer) الذي تمكن من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت و كان ذلك عام 1887².

كما ساعد توماس إديسون (Thomas Edison) على نشأت السينما الأمريكية ففي عام 1991 سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية وفي سنة 1996 شاهد الفرنسيون أول العروض السينمائية³.

المرحلة الثانية : خلال القرن التاسع عشر بدأت معالم ثورة الاتصال الرقمية، والتي اكتملت نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر عدد كبير من وسائل الاتصال، ففي عام 1996 استطاع العالم الإيطالي الأصل غوغليمو ماركوني Goglimo من اختراع الراديو أو اللاسلكي، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبياً دون استخدام أسلاك وتم افتتاح أول محطة للبث الإذاعي في أمريكا سنة 1918 وكان الألمان و الكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة أو الراديو المنتظمة منذ عام 1919⁴. وقام الأمريكي جورج كيري (George kiri) بأول محاولة لنقل الصورة باستخدام الكهرباء من خلال تسليط الضوء المنعكس عن الصورة على لوح مرصع بالخلايا الضوئية التي تقوم بتوليد تيارات كهربائية تتناوب مع شدة الضوء المنعكس، ومن ثم يتم نقل هذه التيارات بالأسلاك إلى عدد مماثل من المصابيح الكهربائية المترابطة فتضيء راسمة بذلك ضلال الصورة الأصلية وقد بدأت أولى تجارب التلفزيون في ألمانيا عام 1935 ببث غير ملون لتتبعها فرنسا في نفس العام وبريطانيا عام 1936 ثم الولايات المتحدة الأمريكية عام 1939 مستفيدة مما سبقها من دراسات، وتجارب في مجال الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي والاتصالات السلكية واللاسلكية⁵.

المرحلة الثالثة: شهد النصف الثاني من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين من أشكال التكنولوجيا ما لا يمكن مقارنته من كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو مزج ودمج

1) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2002، ص ص 100 – 102.

2) حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص 61 .

3) حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين: مرجع نفسه، ص 61 .

4) حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 43 .

5) إبراهيم عبد الله المسلمي: نشأة وسائل الإعلام وتطورها، درا الفكر العربي، القاهرة ط 2، 2005 ص 305 .

ثلاث ثورات مع بعضها البعض، والتي أنتجت ما يعرف بالتكنولوجيا الرقمية أو الثورة التقنية، وكان ذلك نتيجة للاندماج بين ظاهري تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الجانب الإلكتروني الرقمي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في حيز متاح وبأسرع وقت ممكن وقد تمثلت هذه المرحلة في استخدام الأقمار الاصطناعية لنقل المعلومات والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية¹.

يمكننا القول أن هذه المرحلة قد أحدثت ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة كل ما يحدث فور وقوعه².

فنحن اليوم نعاصر أعظم ثورة تكنولوجية معلوماتية رقمية بكل تجلياتها، حيث نشهد كل يوم ولادة تقنية جديدة لا تكاد ندركها حتى تظهر لنا تقنية أخرى تختلف عن سابقتها تماماً، الأمر الذي جعلنا نختار في الاختيار بين التقنيات بالخصوص أصحاب المؤسسات لأنهم لا يدركون لأي تقنية سيتجهون لاستخدامها وذلك خوفاً من ظهور تقنية جديدة تفوق سابقتها تساعدهم أكثر في أعمالهم.

3. عوامل ظهورها

وراء ظاهرة التكنولوجيا الرقمية عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل، في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الاصطناعية وشبكات الألياف الضوئية.

فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشبكة (الانترنت) التي تشكلت - حالياً - لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى، المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام. صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك، على طبيعة العلاقات التي تربط متتبع الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد أنكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي، وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

1) حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة، مرجع سابق، ص 45.

2) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 103.

2. العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا مجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم النشاطات الاقتصادية دون استثناء بل كونها، - أي المعلومات - سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوماً بعد يوم يقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي: وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية التفاعلات الاستهلاكية من جانب وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج ترفيهية من جانب آخر.

3. العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة جاعلة من التكنولوجيا الرقمية، محور اهتمام الباحثين لتطويرها أكثر فأكثر¹.

4. أدائها

1.4. الحاسوب أو الكمبيوتر: دخل جهاز الحاسوب في كافة مجالات الحياة، وأصبح جزءاً أصيلاً في المجالات الإعلامية بكافة جوانبها وأشكالها، حيث تم إنتاج أول جهاز حاسوب عام 1920، وأول جهاز حاسوب أنتج للأغراض العسكرية كان عام 1940، ثم تطور بشكل سريع إلى أن أنتج أول جهاز حاسوب محمول عام 1981، ويزن 12 كغ، إلى أن أنتج أصغر جهاز حاسوب في عام 2006، وفي عام 2006، تم بيع 250 مليون حاسوب ليصل عدد الحواسيب في العالم إلى مليار حاسوب².

حيث تنوعت أجهزة الحاسوب وتنوعت استخداماتها، ودخل الحاسوب في كل مجالات الحياة واستفاد من التطورات في كل شيء وأصبح جزءاً أصيلاً في المجالات الإعلامية بكافة جوانبها وأشكالها واستخداماتها فهو أداة للإنتاج (Processing tool) وأداة للاتصال (Communication tool) وأداة تخزين (Storage tool) وأداة للعرض (Presentation tool)³.

(1) سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26 عدد 2+1، ص ص 446 - 447.

(2) صعب آدمون: ثورة المعرفة والتربية على الإعلام، ملتقى عمان الثقافي الثالث عشر، ورقة بحثية غير منشورة، 2009.

(3) صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد المفاهيم والرسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص ص 30 - 31.

وعموماً يمكن القول أن تكنولوجيا الكمبيوتر يعود إليها الفضل الكبير في تدشين البشرية مرحلة جديدة من مراحلها الاتصالية، وهي مرحلة مجتمع الإعلام والمعلومات والمعرفة والذكاء الإنساني¹.

2.4. الانترنت: لم تحض الانترنت كغيرها من المصطلحات الجديدة بتعريف واحد وموحد، بل تعددت التعاريف وتنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لها:

فهناك من يعرفها "بأنها مجموعة من شبكات الحواسيب على اختلاف أنواعها وأحجامها وشبكات الاتصالات ترتبط فيما بينها لتقدم العديد من الخدمات، والمعلومات بين الأفراد والجماعات، تعتمد على نظم ترانس عالمية عرفت بـ (TCP/IP)، وبرمجيات لتشكيل لغة تخاطب واحدة تفهمها جميع الشبكات والحواسيب المتصلة بالانترنت، تساعد على نقل وتبادل المعلومات"². والانترنت ليست مجرد شبكة دولية، بل مجموعة من شبكات الحواسيب الجزئية وتصل إلى أكثر من 60 ألف حاسوب منتشرة في شتى بقاع الأرض ويتركز حوالي 60% من مجموعة هذه الشبكات في الولايات المتحدة الأمريكية بينما تحظى أوروبا بحوالي 26% منها و14% لبقية الدول من ضمنها الوطن العربي³.

وقد بدأت الانترنت كمشروع قامت به مؤسسة (ARPA)، للأبحاث المتقدمة لصالح الحكومة الأمريكية في عام 1969، الغرض الرئيسي في ذلك الوقت هو بناء شبكة تستمر في العمل في كل الأحوال إذا ما تم تدمير جزء كبير منها مثل حالة الحرب أو حدوث ضربة نووية⁴.

ويعتبر انتشار الانترنت، أبرز مظاهر الثورة التكنولوجية الرقمية، إذ يجمع علماء، أن الاتصال والمعلومات أن إنشائها يعد أهم إنجاز تكنولوجي تحقق أواخر القرن العشرين، إذ استطاع الإنسان بواسطتها أن يلغي المسافات ويطلع على أحداث العالم وتطوراته في المجالات المختلفة وأن ينشر الثقافة ويتبادل المعلومات الإعلامية والنشاطات الإنسانية الأخرى⁵.

3.4. الوسائط المتعددة: يطلق مصطلح (Multimédia) على ما يعرف اليوم بالوسائط المتعددة، رغم تسمية بعض الكتاب لها بالأقراص المدمجة متعددة الأغراض، وتشتمل على مجموعة تطبيقات الحاسوب التي يمكنها

(1) محمد لعقاب: المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1996، ص 62.

(2) حسن محمد العفسي، مها أحمد غنيم: شبكة الانترنت العالمية واستخداماتها في المكتبات ومراكز المعلومات، وقائع المؤتمر العربي الثامن للمعلومات، القاهرة، مصر 1-4 نوفمبر 1999، ص 416.

(3) عبد الملك ردمان الدناني: "الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت"، دار الراجب الجامعية، بيروت، 2001، ص 33.

(4) مي العبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2001، ص 67.

(5) عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت. مرجع سبق ذكره، ص 84.

تخزين المعلومات بأشكال متعددة، تحتوي على النصوص، الأصوات، الرسومات والصور الثابتة منها والمتحركة، واستخدام وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية، وفقاً لمسارات يتحكم فيها المستخدم¹.
وتهدف هذه التقنية إلى دمج تقنية الحاسوب والتلفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية في تقنية واحدة وتقنية المعلومات ثلاثية الأبعاد من الناحية اللفظية تعني وسائل اتصال متعددة، ولكن مفهومها الاصطلاحي عني به في البداية مزج التكنولوجيا المسموعة والمرئية مع تكنولوجيا الحاسوب، وهذا المزج قد تم تسهيله بواسطة التكنولوجيا الرقمية².

5.4. التلفزيون الرقمي

التقنية الرقمية هي المصدر الأساسي لإندماج تكنولوجيا الاتصالات والحاسوب والإذاعة المرئية والمسموعة ضمن صناعة واحدة، فمن حيث الاستقبال أحدثت هذه التكنولوجيا تغييرات عديدة في عالم التلفزيون بدءاً من الشاشة الكبيرة والصوت المجسم الرقمي (شيريو) إلى الصورة العالية الدقة؛ فالتلفزيون الرقمي يعتمد على تقنية الإعلام الآلي في نقل الصوت والصورة وصناعة البرامج، الذي تبنته الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1990، فهي تراهن على تلفزة رقمية 100 %، فالكومبيوتر هو تلفزة الغد، وذلك بإتباع نفس التقنية المستخدمة في الكومبيوتر حيث وفر هذا نوعية أفضل ليس على الأنظمة التلفزيونية، وإنما أيضاً على المحتوى البرامجي وبما توفره التقنية الرقمية من استخدام أكثر فعالية للحيز الترددي ونوعية أفضل للصوت والصورة، وإمكانات أكثر اعتمادية للاستقبال الثابت والحمول فاستخدام تقنية الانضغاط الرقمي سيؤدي إلى زيادة عرض النطاق الترددي للأخبار واسعة الأزمنة للتخزين والتسجيل وتناقل الصور بين مختلف البقاع عن طريق وحدات لتجميع الأخبار خفيفة الحجم وسهلة النقل³.

واعتباراً من سنة 1998، بدأت معظم الشركات التلفزيونية بالبث الرقمي في مدن أمريكية كبرى مثل: بوسطن، لوس أنجلس، وقد تم تغيير التسمية من التلفزيون العالي الوضوح HDTV إلى التلفزيون الرقمي⁴ DTV.

فالتكنولوجيا الرقمية أتاحت لنا مجالات أوسع وأكثر ابتكاراً للإنتاج التلفزيوني، فبواسطة هذه التكنولوجيا يتم تحويل معلومات الصور التلفزيونية إلى مجموعة الأرقام الثنائية مما يزيد من سعة الذاكرة والحفاظ

1) محمد حمدي: الإعلام والمعلومات، دراسة في التوثيق الإعلامي، مطابع الشرق الأوسط، الرياض، 1955، ص 22.

2) محمود علم الدين: مرجع سبق ذكره، 1989، ص 163.

3) مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصالات وتقنياته الحديثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2004، ص 206.

4) محمد لعقاب: وسائل الاعلام والاتصال الرقمية. مرجع سبق ذكره، ص 127.

على المعلومات من أي تلف وإمكانية التعامل مع المعلومات بدرجة عالية من الكفاءة مع إمكانية التحكم في الصورة من التصغير أو التكبير أو أي جزء بأي سرعة وحجم مطلوب¹.

6.4. الأقمار الاصطناعية: تعرف بأنها مركبات فضائية تدور حول الكرة الأرضية، لها أجهزة لنقل إشارات الراديو، البرق، الهاتف والتلفزيون وترسل محطات على سطح الأرض الإشارات إلى القمر الاصطناعي الذي يث الإشارات بعد ذلك إلى محطات أرضية².

يرجع تاريخ الأقمار الاصطناعية إلى أكتوبر عام 1957، عندما أطلق الروس أول قصر صناعي في التاريخ، توالى بعدها عملية وضع الأقمار في مداراتها، ويعد القمر الصناعي "الطائر المبكر" (Early Bird) أول قصر صناعي يستخدم للأغراض التجارية³.

كما تستخدم الأقمار الاصطناعية بشكل أساسي في تسهيل الاتصالات، حيث تشير الدراسات التي أن نصف الاتصالات العالمية في مجال الهاتف والتلفزيون، والتلغراف تخضع حالياً إلى الأقمار الاصطناعية وقد ساهمت هذه الظاهرة في تخفيض التكاليف بنسبة 50% للاتصالات العابرة للمحيطات⁴.

وقد أدت التكنولوجيات الرقمية إلى تحسين خدمات الأقمار الاصطناعية، حيث زادت من سعة القنوات وأصبحت تحمل الواحدة منها من "7" إلى "14" قناة بدلا من قناة واحدة، وزيادة السعة هذه تسهم في تخفيض تكلفة الاستخدام. كما أن الأقمار أصبحت تمتاز بعد استخدامها للتقانة الرقمية بقدرتها على حمل البرنامج التلفزيوني عالي الجودة⁵.

7.4. الهاتف النقال

في عام 1947، بدأ في مختبرات (بيل)، (Bil) التابعة لشركة (AT & T) الأمريكية تداول مفهوم النقال، لكن أول تجربة فعلية لم تتم الا في عام 1983، في اتصال بين شيكاغو وبالتيمور. وفي العام التالي وصل الهاتف النقال إلى الأسواق. لكن هذا التحول الناجح أثار قلق المتخصصون من استفاد السعة المتاحة. خصوصا في المناطق كثيفة السكان، فتم التحول من النظام القياسي إلى النظام الرقمي، فظهرت تقنية الهاتف النقال الرقمي مضاعف الإرسال. (Digital Cellular).

1) سوزان القلبني وهبة الله السمري: التدريب الاذاعي و التلفزيوني، دار النهضة العربي، القاهرة، 1998، ص 276.

2) ربحي مصطفى عليان، محمد عبد السن: وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار القضاء، للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 113.

3) الطيب الجويلي: البث عن طريق الأقمار الاصطناعية والإعلام العربي، دار المسيرة، مؤسسة سعيدان، لبنان، 1991، ص 19.

4) محمد لعقاب: وسائل الاعلام والاتصال الرقمية. مرجع سبق ذكره، ص 46.

5) علي محمد شمو: التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال الدولي والانترنت، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، الرياض، 1999 ص 296.

ولقد بدأ الهاتف الرقمي بأنظمة متعددة، ومعايير مختلفة فقد بدأ في الولايات الأمريكية بمعايير مختلفين هما معيار تجزئة الوقت (TDM (time Division Multiplexing)، ومعيار تجزئة الرمز (Code Division Multiplexing) (CMD (Multiplixing) وعرفت أوروبا سبعة معايير مختلفة وكانت المشكلة الرئيسة في عدم التوافق بين المعايير المختلفة أن من يستخدم جهازاً تابعاً معين لا يستطيع أن يتصل بمن يستخدم جهازاً تابعاً لمعيار آخر. وظل تطور الهاتف النقال متواصلاً إلى أن أطلق جيل جديد يعرف باسم UMTS، Universal Mobile Telephone Service يتداوله الناس باسم الجيل الثالث الجيل الثالث G3 ويتميز هذا الجيل أو هذه التقنية بالقدرة على نقل البيانات بسرعة كبيرة الأمر الذي يساعد على بث لقطات فيديو بدرجة عالية من الجودة ويطور الاستفادة من المؤتمرات التلفزيونية عبر الاتصال بالكاميرا... إلخ¹.

5. سماتها وخصائصها

.كثيراً ما راودنا حلم جمع المعلومات، وتخزينها لاسترجاعها في أي وقت وفي أي مكان، والتحكم فيها ونشرها بكل حرية ودون أي ظوابط أو قيود تحول دون وصول صوت الإنسان والتعبير عن أفكاره ورغباته وبالفعل تحقق هذا الحلم، ففي عصرنا الحالي استطاع الباحثون والعلماء تطوير علم جديد احدى صفاته الأساسية جمع المعلومات، وتخزينها واسترجاعها في أي وقت كل مكان أطلقوا عليه اسم التكنولوجيا الرقمية.

لذا سنحاول عرض جملة من أهم مميزات، وخصائص التكنولوجيا الرقمية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تتسم التكنولوجيا الرقمية بقدر عال من عال الذكاء في التعامل مع المعلومات والبيانات أيا كان نوعها والتحكم في أوضاعها واستخداماتها، كتصحيح الأخطاء الكترونية والحفاظ على قوة الإشارة على طول خط الاتصال ومقاومة التشويش والتداخل في الحديث.
- تمكن التكنولوجيا الرقمية من تخزين واسترجاع عدد لا يحصى من المعلومات والبيانات في مساحة ذاكرة صغيرة نسبياً، فكلما كبرت الذاكرة كلما زادت القدرة على التلاعب بالإشارة بطرق مختلفة².
- تقليص حجم معدات ووسائل الاتصال وخفة وزنها وقلة تكاليفها³.
- تسهيل عملية إدماج الأنظمة الإعلامية والحاسوبية والاتصالية.
- توفير النقاء والدقة للصوت والصورة، لا تخل جودتها ثم إعادة استخدامها.

1) سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، أكتوبر 2011، لبنان، ص ص 70، 71، 73.

2) سوزان القلبي هبة الله السمري: مرجع سبق ذكره، ص 181

3) نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ديسمبر 1997، ص 45.

- يتسم النظام الرقمي بالسهولة بحيث يسمح بنقل البيانات في شكل نصوص وأصوات وصور، ورسوم بقدر عال من الدقة كما يمكن نقل الحوادث أو الأصوات المركبة في وقت واحد¹.

- تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة، حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من جانب برامج (Software) بالحاسوب الالكتروني مما يسمح بتحقيق قدر عال من جودة الاستخدام.

- القوة والنشاط اللتان تميزان النظام الرقمي، حيث تجعل الاتصال مؤسسا ومصاننا كوحدة متكاملة عالية الجودة².

- تحقق قدر عال من تأمين الاتصال حيث سبق استخدام نظم الاتصال الرقمي للأغراض العسكرية، ونقل البيانات السرية للحكومات قبل ان يصبح هذا النوع من الاتصالات متاحا على المستوى التجاري، كذلك يستخدم الاتصال الرقمي في شبكات البنوك ونقل المعلومات الحساسة التي تتسم بدرجة عالية من السرية.

- اقتسام المهام مع الآلة، نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام³.

1.5. الانتقال من النظام التماثلي (Analog) إلى النظام الرقمي (Digital)

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غيره ذلك. يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجه متسلسلة، ونظراً إلى كون الإشارات الرقمية إما 0 أو 1، دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي اشد نقاء وخالي من التشويش، وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام، إما أن تكون نقية تماماً، أو أنها لا توجد أصلاً وذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين 0 و 1، ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب.

وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي، تكمن أهمية ذلك في أن معظم وسائل الإعلام أصبحت تعتمد بشكل متزايد على الحاسوب، ومن المتوقع أن تصبح أجهزة البث والهاتف وشبكات المعلومات جميعها رقمية في المستقبل⁴.

1) جبار العبيدي: تقنيات التلفزيون الحديثة وشكل مضمون البرامج، مركز عيادي للدراسات والنشر، صنعاء، 1996، ص 14.

2) حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص 151.

3) محمد محمد الهادي: مرجع سبق ذكره، ص 155.

4) سميرة شيخاني: مرجع سابق ص 444، ص 445.

2.5 الذكاء الاصطناعي: أهم ما يميز التكنولوجيا الرقمية هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين الموارد البشرية من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.

- تكوين شبكات اتصال: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على التكنولوجيا الرقمية، من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما ي زيد من تدفق المعلومات بين المستعلمين والصناعيين وكذا منتجي الآلات والخدمات، ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى¹.

3.5: التفاعلية: أي أن مستعمل التكنولوجيا الرقمية يمكن أن يكون مستقبلاً أو مرسلًا في آن واحد فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.

4.5: اللاتزامنية: وتعني إمكانية استعمال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

5.5. اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية التكنولوجيا الرقمية، فالانترنت مثلاً تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأكمله.

6.5. قابلية التوصل: وتعني كلمة الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.

7.5. قابلية التحرك والحركية: أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدمات الانترنت أثناء تنقلاته عن طريق وسائل اتصال كثيرة، مثل: الحاسب الآلي النقال، الهاتف المحمول...إلخ.

8.5. قابلية التحويل: وهي إمكانية نقل المعلومات من وسط لآخر، كتحويل الرسالة المسموعة على رسالة مطبوعة أو مقروءة².

9.5. تفتيت الاتصال: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن يتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

10.5. الشبوع أو الانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة تظهر وتبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى صورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز علي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المتزلية.

(1) مراد رايس: أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، دراسة حالة بمديرية الصيانة لسوناطراك، الأغواط DLM. مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 17.

(2) سميرة شيخاني: مرجع سبق ذكره، ص ص 446 - 447.

وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها، وفي رأي "الفن توفلر" "Alfen TouFlor" أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل - لا يقصي - من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

11.5. الكونية (العالمية): البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم¹.

1) سميرة شيخاني: مرجع سبق ذكره، ص 447.

المبحث الثاني: المؤسسة الإعلامية

1. مفهومها:

من خلال قانون نقابة الصحفيين الاردنيين المعدل في 23-02-2014 من خلال المادة 02: هي الشخص المعنوي أو الطبيعي الذي يصدر في المملكة وكالة أنباء أو إذاعة أو تلفاز شمائل في واجباتها العمل الصحفي في حقول الإعلام و تشمل دوائر الأخبار و التحرير.⁽¹⁾

فالإعلام أو المؤسسة الإعلامية هي تعبير موضوعي لعقلية الجماعة و كيانها و ميولها و اتجاهاتها... حيث يفسر دكتور عبد اللطيف حمزة في كتابة الإعلام له تاريخه و مذاهبه فالتعبير الذي يقوم على حقائق وإحصاءات التي لا يمسها الشك و ليس تعبير الذاتي من جانب المحرر أو المذيع أو المقدم برامج تلفزيونية... إلخ ويقصد بها أن حقائق التي تقدمها مؤسسات الإعلامية لا بد أن تستند إلى الواقع فعلي يرتكز على الموضوعية، ويكون متناسق و منسجم مع آراء و أفكار الجماعة و يحمل معلومات كثيرة و صحيحة ولا بد للمؤسسة الإعلامية تمكين المواطن من الحصول على أدنى حرية ضرورية لمعرفة خلفية نشاطات الدولة على شتى الأصعدة باعتبار الإعلام بشكل عام وهو إمداد لوظيفة الدولة.⁽²⁾

2. شروطها وهيكلتها:

الهدف من هذه الشروط هو تشجيع الصناعة الإعلامية التلفزيونية المتطورة في مجال الإنتاج و البحث مع مراعاة الاتفاقيات الدولية و نجد منها احترام الشخصية الإنسانية، وحرية الغير وحقوقه في التعبير عن الأفكار والآراء التي تمس المصلحة العامة كذلك تشجيع إنتاج تلفزيوني وإبراز معالم تراثية وثقافية للمجتمع يجب احترام منافسة بين المؤسسات الإعلامية تلفزيونية مرتكزة على حرية مع مراعاة المساواة.

لا بد على المؤسسة الإعلامية اعتماد على برمجة مدروسة مثال بالنسبة لساعات العرض أو مضامين برامج تتماشى مع أعمار الجمهور للحفاظ على أخلاق العامة و احترام رباط العائلة.

على مؤسسة الإعلام مواكبة التطور التكنولوجي و التقني الذي يساهم في ارتقاء المؤسسة الإعلامية كذلك التركيز على جودة اداء المؤسسة الإعلامية في تقديم رسالتها إعلامية.

ديمقراطية إعلام و تأمين التعبير عن مختلف الآراء واحترام حقوق إنسان

امتناع عن بث كل ما يضر أو يتعدى على الملكية الفكرية أو الفنية أو التجارية.

(1) نقابة الصحفيين الأردنيين - جريدة الرأي - www.alrai.com/article/55115.html، بتاريخ: 2016/03/22.

(2) مجد هاشم الهاشمي: الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة. دار مناهج لنشر و توزيع. 2006، عمان الأردن، ص 28 - 27.

- لا بد للمؤسسة الإعلامية أن تستند إلى هيكل إداري وتأمين على العاملين بها.⁽¹⁾

- تكون المؤسسة الإعلامية خاضعة للقانون و يجب عليها تعيين مدير برمجة و رؤساء الأقسام و ضرورة التركيز مستوى تعليمي عالي جامعي مع الخبرة و المعرفة و كفاءة. و لا بد على مؤسسة أن يكون لها تراخيص.

- لا بد على مؤسسة الإعلامية عدم التعدي أو التشهير أو القذف أو خلق إشاعات عن أشخاص والتعدي على سمعتهم.

3.- خصائصها وأهدافها:

1.3. الخصائص:

تشتمل مؤسسات الإعلام على المؤسسات الصحفية و الإذاعة و التلفزيون و وكالات الأنباء و دور النشر و شركات إعلانات، مسارح و مكتبات، تتميز بخصوصيات تختلف عن باقي المؤسسات الإنتاجية الخاصة لأن لعملها علاقة بما هو خلوي ونظرا لطبيعة المهنة الإعلامية فالمؤسسة الإعلامية تمتاز بما يلي:

- هي مؤسسات ثقافية خدمتية بالدرجة الأولى

- يتخذ التنظيم العملي لكل من السينما و الإذاعة و التلفزيون وغيرها من وسائل الثقافة آليات صناعية ومن ثم القيام بآليات تجارية كالتسويق و التوسيع.

- تتسم المؤسسات الإعلامية في بعض بلدان العالم أنها مؤسسات وجدت لمصالح تجارية فقط.

- فالمجتمع الإعلامي حسب "انيال بال" مجتمع يعمل على إنتاج الإعلام و ليس إنتاج بضائع عكس ما كان عليه الحال في المجتمع المصنع بالتالي أصبحت القوة المحفزة هي سلطة الإعلام بدلا من سلطة الآلة.

- المجتمع الإعلامي إجتماعي يميز بتفاعل المؤسسات الإعلامية بحد أدنى من الصراع و أن النظام قائم على مبدأ المكافأة الاسحقاقية.

- الهدف والشمولية و الاستقصاء الذكي للأحداث اليومية في السياق يعطيها معنى.

- التنشئة الاجتماعية و هدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير كل القيم لتماسكه.

- طرح القضايا بكل موضوعية و حرص شديد و تنوع في برامجها⁽²⁾.

(1) القاضي أنطوان ناشف: البث التلفزيوني الإذاعي و البث الفضائي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان، 2003، ص ص 451-452.

(1) جمال العيفة: مؤسسات الإعلام و الاتصال... الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص ص 9-10.

2.3. الأهداف:

المقصود بأهداف المؤسسة تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد أفرادها و إمكانياتها المتاحة و المتمثلة في ما يلي:

- تحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسيا تجاه وحدة وطنية أو لتثير الجمهور ضد عدو خارجي أو لتحفيز جماعة من أجل نشاط تنموي ذاتي.

- ترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة وتعلن عن أحداث هامة تهم المجتمع.

- تعليم الجمهور حيث يمكن أن تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقول مهارات المعرفة أو حقول مهارات العمل.

- الترفيه و التسلية.

كما يمكن تقسيم هذه الأهداف إلى قسمين: أهداف استراتيجية و أخرى تكتيكية تتمثل في:

أ- أهداف استراتيجية طويلة الأجل:

هي أهداف لا يمكن تحقيقها بشكل فوري مثال هدف تغيير السلوك أو هدف التعلم لا يمكن أن تتم من خلال الإذاعة برنامج أو نشر حلقة في التلفزيون أو اثنين في صحيفة... فهو هدف استراتيجي لأنه من أهداف الإعلام طويلة الأجل و التي تتحقق مع تراكمات الرسائل الإعلامية و تكرارها.⁽¹⁾

ب- أهداف تكتيكية قصيرة الأجل:

في مجال الإذاعة يمكن أن تحقق بعض البرامج الغنائية و المنوعات أهدافا آتية قصيرة الأجل و هو هدف الترفيه وقد تحقق برامج مثل نشرات الأخبار أهدافا إعلامية آتية.

لتحقيق الأهداف الإستراتيجية يتم في العادة التخطيط لتحقيق تلك الأهداف عبر أهداف قصيرة الأجل⁽²⁾

4- وظائفها وطبيعة إدارتها:

1.4. الوظائف:

لدى المؤسسة الإعلامية وظائف عديدة و متعددة نذكر منها ما يلي:

- الترفيه وهدفه تحرير الناس من الضغط و التنشئة الاجتماعية أي المبادرة في التغيير الاجتماعي في المجتمع بحيث يصبح الجمهور يمتلك نوع من التفاعلية و الخروج عن المألوف.

(1) أحمد شاعر عطا الله: مرجع سبق ذكره، 2011، ص 50.

(2) المرجع نفسه: ص 51.

كذلك لديها وظيفة الإخبار والتي تتمثل في نقل الأخبار والأحداث سواء محلية أو إقليمية أو حتى دولية سواء اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية... إلخ؛ و ذلك لمتابعة ما يجري وهذا ليكون المجتمع و الأفراد على دراية بما يحدث، وهنا نجد الهدف الأساسي من الأخبار هو وصول الإنسان لمعلومة ذات جودة خاصة في عصر التكنولوجيا، وكذلك تفصيله، وتزويده لما يستجد من أخبار وأحداث و قضايا مهمة.⁽¹⁾

حسب رأي كل وظيفة يمارسها الإعلام في مؤسساته الإعلامية لا تقل أهمية كل واحدة عن الأخرى فوظيفة الترفيه والتسلية يعتمد عليها الإعلام و مؤسساته من أجل تحقيق إشباعات نفسية واجتماعية كالغناء و الرقص... إلخ و نجد كذلك وظيفة الرقابة و الإشراف على البيئة فهي من الوظائف التي تسعى الحكومة لإيجادها وبهذا تلعب مؤسسات الإعلام دور مساند في الدفاع عن مصالح الناس، وبهذا تكون قد جسدت روح الديمقراطية و تقدم المجتمعات خاصة أن المجتمعات أصبحت تعاني من أزمات و قضايا حساسة منها فيما يتعلق بالحرية.⁽²⁾

فالإعلام لم يعد مجرد رسالة و فكر بل تطور في الوقت الحالي تزامن مع ظهور التكنولوجيا الحديثة لتصبح العملية الإعلامية لها وظيفة مهمة في صناعة الحقيقة. فللمؤسسة الإعلامية وظيفة التخطيط التنظيم واتخاذ القرار ولا بد ان يستند في ادارة المؤسسة الاعلامية الى ادارة فاعلة لكي يتوج بالنجاح، ولكي تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها بكفاءة عالية و بالتالي نجاح العمل الصحفي و الإعلامي.⁽³⁾

كذلك العمل الإعلامي عمل متكامل يكون لكل عامل في المؤسسة الإعلامية وظيفة لا بد من الحرص على تأديتها بكل كفاءة و خبرة.⁽⁴⁾

- أيضا للمؤسسة الإعلامية وظيفة مهمة في جمع و تصنيف ونشر المعلومات و الأخبار و الأحداث ولا بد أن تستند مؤسسات الإعلام في عملها إلى إدارة المؤسسة الإعلامية التي تقوم بالسيطرة على مختلف أنشطة المؤسسة وذلك بتوجيه كوادرها لتأدية واجبتها ووظيفتها المرتكزة على تحقيق أهداف المؤسسة بأفضل السبل و بأقل التكاليف، ولا بد التركيز على الإبداع، ورفع مستوى العمل الإعلامي.⁽⁵⁾

1) مجد هاشم الهاشمي: صور الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الاصطناعية، ط2، دار مناهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2003، ص ص 30 - 33.

2) محمد صالب سلطان: إدارة المؤسسة الإعلامية، أنماط وأساليب القيادة، ط2، دار الكبيرة للتوزيع و النشر والطباعة، مصر، 2015، ص 10.

3) [http:// www.parlicmment.gov.Sy/ SD 08/ PdF. 16/04/2016](http://www.parlicmment.gov.Sy/SD08/PdF.16/04/2016).

4) مجد هاشم الهاشمي: الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة. مرجع سابق، ص ص 27، 28، 30.

5) فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص 114.

- تعمل وسائل الإعلام على بناء مجتمع إيجابي و متماسك، ولا بد أن تكون سلبية في أداء وظيفتها لأنها ستؤدي إلى تشويه و تخريب المجتمع فالمؤسسات الإعلامية لها وظيفة في تبيان الحقائق و الوقائع، والآراء كذلك و وظيفة نقل التراث الثقافي و الاجتماعي من جيل إلى آخر.⁽¹⁾

- نجد أيضا وظيفة التقوية الاجتماعية و هي كشف الانحرافات عن الأطراف الاجتماعية للرأي العام و حسب ولبرشرام: تتمثل وظائف المؤسسات الإعلامية في المراقبة و الوظيفة السياسية المتمثلة في تقديم معلومات سياسية لاتخاذ قرار سياسي، وكذلك دور المعلم من خلال تنشئة أفراد المجتمع و تكوين إتجاهات الجمهور من خلال تزويدهم بالأخبار، والمعلومات لكن لا بد أن تركز المؤسسة الإعلامية على المصادقية و الشمولية و توضيح الأهداف و التمكّن من الوصول للمعلومة، ولها وظائف أخرى كالتسويق.⁽²⁾

2.4. طبيعة الإدارة

إن طبيعة إدارة المؤسسات الإعلامية نابع من الطبيعة الخاصة لإدارة تلك المؤسسات و التي تختلف عن غيرها من إدارات الشركات و المصانع و ذلك من عدة جهات تتمثل في الآتي:

- 1- إن طبيعة المواد المنتجة (الرسائل الإعلامية) ذات طبيعة مميزة و ذات تأثيرات متعددة على مستوى الفرد و الجماعة و المجتمع و هذا ما يجعل لتأثيرات البيئة على المؤسسات الإعلامية أهمية خاصة.
- 2- إن طبيعة المواد الإعلامية تمتاز من حيث الزمن بضرورة مواكبة الحدث، و السرعة في تغطيته، و التعامل معه و هذا يؤثر على طبيعة العمل الإداري و سرعة إتخاذ القرار في المؤسسة.
- 3- إن التشريعات الوقائية التي تسنها المجتمعات، و قنوات السيطرة، و الضبط على المهنة الإعلامية تتنوع على أنماط متعددة مما يجعل إدارة المؤسسة الإعلامية بحاجة إلى أكثر من رؤيا للعملية الإدارية.
- 4- إن طبيعة التنافس في المؤسسات الإعلامية لا يرتبط فحسب بأسلوب عرض الرسائل الإعلامية (كمواد) و إنما أيضا يرتبط بمضمون هذه الرسائل الإعلامية (معلومات و فكر) و من ثم فإن التنافس يمكن في الحصول على أفضل الكفاءات التي تستطيع تقديم أفضل الرسائل الإعلامية للجمهور شكلا و مضمونا و هذا يتطلب في أغلب الأحيان من الإدارة الحرص على العاملين فيها بما لديهم من كفاءات و خبرات نادرة.
- 5- إن إدارة المؤسسات الإعلامية تحتاج إلى وعي كامل بأهمية الإنسان والآلة و الزمان و المكان في إطار التخطيط و التنفيذ حيث تحقق متكاملة أفضل الأداء في سبيل تحقيق الأهداف.

1) www. ta3lima.com / Show Thread = PHP?T = 12964 , 07/03/2016.

2) أحمد شاکر عطا الله: مرجع سبق ذكره، ص - ص 55، 56.

6- إن طبيعة العمل الإعلامي عمل متكامل يكون لكل فرد فيه دوره الأساسي مما تضاعف مركزه الوظيفي ومن ثم فإن الإدراك لأهمية الأفراد يستلزم إدراكاً أشمل بطبيعة العلاقة بين جماعات العمل و سلوكهم وأتصاها وأسلوب القيادة فيها.⁽¹⁾

• مسؤوليات رئيس مجلس الإدارة في المؤسسة الإعلامية :

- تقوم مجالس إدارات المؤسسات الإعلامية بالإشراف على الجوانب الإدارية والتنظيمية ووضع سياساتها و يختص رئيس مجلس إدارة المؤسسة الإعلامية في ما يلي:
- سلطة الإشراف على جميع أوجه النشاط التي تقوم بها المؤسسات.
- يكون له حق التفاوض باسم المؤسسة، ويوكل من ينوب عنه في رفع الدعوى والحضور أمام الجهات القضائية.
- يختص بالأمور العاجلة التي تعوز عليه من رئيس التحرير أو مجلس التحرير و أن يصدر كافة القرارات و التنظيمات التي يراها لازمة لحسن سير العمل على أن تعرض بعد ذلك على رئيس مجلس الإدارة.
- يكون لرئيس مجلس الإدارة الحق في تعيين أي عدد من المستشارين لمعاونته على أن يحدد الأعمال التي تعرض عليهم لإبداء الرأي فيها.
- إعداد تقرير سنوي عن نشاط المؤسسة وأعمالها، وأعمال الوحدات، والشركات التابعة لها مرفقة بتقرير مراقبة الحسابات².

• المؤثرات على إدارة المؤسسات الإعلامية:

- المقصود بهذه المؤثرات هي مختلف أشكال السيطرة، والقيود والضغوط التي تمارس على إدارة المؤسسة الإعلامية و التي تؤثر على إتخاذ القرار بحمل معظمها في ما يلي:
- حق الحكومة في التدخل من ناحية منح/ أو سحب ترخيص النشر والإشراف هذا ما يتعلق بالقوانين واللوائح المنظمة للإعلام التي تتضمن معظم الأحيان ما يعرف بمحظورات النشر التي لا يجب تجاوزها في سياسة النشر.
 - كذلك نجد أن عامل آخر وهو جماعات الضغط المحلية التي تمارس عدة أشكال من الضغوط على المؤسسة الإعلامية سواء كانت في شكل جمعيات، تنظيمات سياسية أو مهنية؛ حيث نجد أن هذه الجماعات تمتلك قوة إقتصادية رهيبية تتمثل في سيطرتها على الإعلان، وهو ما يمكنها من تمرير ضغطها عبر قوة الإعلان على مستوى

(1) أحمد شاكر عطا الله: مرجع سبق ذكره، ص 25.

2) www.partiament = gov.Sy/s D08/ msF/ 1431595561 + pdf. 5/03/2016.

بنية المؤسسة الإعلامية حيث نجد عدم تجانس بين موظفيها أو قلة كفاءتهم و ضعف العلاقة بين الرؤساء و المرؤوسين والسلطة في اتخاذ القرارات فهذه الصراعات العلنية أو الخفية تؤثر سلبا على كفاءة إدارة و تسيير المؤسسة الإعلامية.

نجد أيضا الضغوط الداخلية أو ما يعرف بالاعتبارات المهنية في العملية الإعلامية التي تؤثر على القرار الإداري التنظيمي مثل: المدة الزمنية الخاصة بالنشر، توقيت النشر، العلاقة مع وكالات الأنباء ومنتجي المادة الإعلامية من خارج المؤسسة.

الضغوط الاجتماعية التي تعد من بين أكثر العوامل تأثير حيث تبرز فيها القيم الاجتماعية المرتبطة بالنظام الاجتماعي، وقيم القائم بالاتصال بمعايير الأداء المهني¹.

5. تصنيفات برامجها.

منها المحلية والعربية والعالمية و منها ما يعرف بالمتخصصة فالبرامج هي المضامين الموجهة للجمهور مؤسسات الإعلام فنجد منها المحلية التي يتم إعدادها، وتقديمها بالصوت والصورة و هي تابعة لدولة الأمم و تمويلها يكون تابع لدولتها و تهتم أكثر بالأخبار المحلية أو أكثر الوطنية.

نجد كذلك البرامج العربية العالمية: و هي أن قنوات عربية تتحصل على حقوق عرضها أي برامج بموجب عقود توقعها مع المنتج أو الموزع من قبل منتج مالك الحقوق.⁽²⁾

البرامج المتخصصة وهي برامج متخصصة في مجال واحد وتكون بترخيص بحيث تقدم معلومات ذات موضوعية تدور حول مجال واحد محدد ممكن توجيهه أو إرشادية أو ترفيهية.

أما فيما يخص قنواتها فمنها المحلية والعربية، العالمية فالمؤسسة الإعلامية محلية تابعة لبلد الأمم أي نطاقها وطني لدولة ما أما مؤسسة عربية عالمية، وهي قنوات فضائية تبث برامجها خارج الوطن العربي متخذة عواصم عالمية مقرا لها أكثر قنواتها خاصة و ليس لها علاقة بالدولة و تمويلها خاص بأصحابها.

نجد أيضا فضائيات عربية عربية و هي قنوات محلية تبث داخل الوطن العربي تمويلها الحكومة مباشرة و يشرف عليها أحد أثرياء أو شركات مساهمة لإدارتها و يبقى هدف هذه القنوات أو المؤسسات الإعلامية هو نشر الأخبار، و تقديم برامج متنوعة ترفيهية، سياسية... إلخ و تعبر عن الآراء و المواقف من خلال هذه البرامج³.

(1) جمال العيفة: مرجع سبق ذكره، ص 150 – 151.

(2) القاضي أنطوان ناشف: مرجع سبق ذكره، ص 479 – 480.

(3) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة. مرجع سبق ذكره، ص 161 – 162.

هي الصورة التي يتم التعامل معها رقميا في مرحلة من مراحل إنتاجها خاصة من الناحية الإعلامية وبدخول التكنولوجيا الرقمية وتوفر تقنيات، وتجهيزات أصبحت الصورة الإعلامية أثناء إنتاجها تخضع للمعالجة وتحرير و تخزين والأرشفة، فالصورة الإعلامية التي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية كالقنوات الفضائية ليس من أجل الجاذبية بل أيضا من أجل تسهيل على القراء و المشاهدين فهم الموضوعات المطروحة

وقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال الرقمي في تقديم مؤثرات كالتصوير الرقمي كتغيير الإضاءة، وتعديل الألوان، وتخزين الصورة بجودة عالية فحسب رأي الصورة تنقل أحداث الحية والفورية فالיום هناك إمكانية تعديل و إنتاج الصور للجميع و على رأسهم وسائل الإعلام.⁽¹⁾

ونجد بذلك التصوير الرقمي، ومعالجة الصور، والغرفة المظلمة الرقمية، والتي تعتمد على شاشات كمبيوتر مثل (PHOTO SHOP) في معالجة الصورة الإعلامية فالعمل الإعلامي اليوم أصبح بحاجة للوضوح الكبير من خلال دخوله إلى العالم الرقمي ففي الإعلام التقليدي كانت الصورة متوسطة الوضوح أما اليوم ومع القنوات و استخدامها التقنية (High définition Télévision HD) أي بهذه التقنية أصبحت الصورة عالية الوضوح أو ما يطلق عليها بالمصدقية⁽²⁾.

في إعادة الإنتاج الألوان الأصلية: (colore reproduction) وجود شاشة بجودة عالية، ووضوح للصوت وتفاصيل واضحة مقارنة مع النظام المعتاد Standard télévision (SD) أي أصبحت اليوم القنوات الفضائية تستخدم نظام (HD) والانتقال بهذه الصورة إلى نمط جديد، ومستوى عالي الدقة (HD) هي أحد أشكال تقنية تلفزيون عالية الوضوح، وإن التكنولوجيا ساهمت في تطوير تقنية الوضوح و تحول من التناظرية إلى الرقمية حيث ساهمت تقنيات التكنولوجيا الرقمية كالكاميرات ووحدات المونتاج ومعدات الصوت في إبراز العمل الإعلامي بإبداع و بروز الجودة العالية للصورة اي بعيدة عن التشويش حيث تساهم هذه التقنية المتمثلة في الصورة الرقمية بجذب الجمهور المستهدف، وإرضاءه بجود تلفزة عالية الوضوح حيث يشعر الفرد وكأنه بداخلها وهذا ما ساهم بالفعل في جودة المواد الإعلامية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية و بروز نجاحها و زيادة المشاهدة لها⁽³⁾.

1) <http://www.Médialit.org/reading=rom/article45.html>. In march 2007 = Pdf 10/03/20

2) <http://www.egy.pt.artsacademy.com/Post/102108.pdf>. 08/03/2016

3) www.eyypt.artsacademy.com/Posts/102108.pdf. 10/03/2016 .

الفصل الثالث

دور التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية

المبحث الأول: تأثير التكنولوجيا الرقمية على العمل الإعلامي التلفزيوني

1. التغيرات التي فرضها العصر الرقمي على التلفزيون.

2. دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير العمل الإعلامي التلفزيوني.

المبحث الثاني: التقنيات الرقمية المستخدمة في العمل الإعلامي التلفزيوني.

1. تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل.

2. تكنولوجيا الارسال والاستقبال.

3. المقياس العالمي للبث الرقمي.

4. نموذج عن استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الاعلامي.

المبحث الأول: تأثير التكنولوجيا الرقمية على العمل الإعلامي التلفزيوني

1. التغيرات التي فرضها العصر الرقمي على التلفزيون:

حولت التقنية الرقمية مشاهدة التلفزيون من تسلية إلى عملية تفاعلية بين طرفي عملية الاتصال بل هي تجعل المشاهد في موقع السيطرة حتى إن بعض أطلق على أساليب الاستقبال التي هيأها التقنية الرقمية بأساليب الحرية أما الأساليب السابقة حيث أسلوب الكابل والمحطات الأرضية والفضائية كانت من أساليب السيطرة والتسلط ذلك أن مدير الشركات هم من يقرروا ما يستقبله المشاهد، فالأسلوب الجديد يختلف كثيراً عن الأسلوب القديم الذي كان يوفر من 50 - 500 قناة على غرار الجديد الذي يقوم بتقديم ما بين القنوات التي تندفق عبر وسائل الاستقبال هذا ما يمنح المشاهد قدرة كبيرة وحرية مطلقة في الاختيار لأنه يشاهد ما يريد في المكان والزمان الذي يريد بل تعدى إلى ذلك، حيث قامت بعض الشركات المسابقات الرياضية على عدة قنوات ولكن بلقطات وزوايا مختلفة يستطيع من خلالها المشاهد التنقل من قناة إلى أخرى، فالعصر الرقمي أتاح المجال للجميع فأى شخص لديه كاميرا رقمية يمكن أن يقوم بإنتاج فلمه الخاص وإجراء المونتاج بواسطة الكمبيوتر ومن ثم بثه إلى العالم عن طريق الانترنت. كما مكنت هذه التقنية الرقمية المشاهدين من المشاركة في البرامج التلفزيونية وتقديم نشاطاتهم فمثلاً خلال حادثة "تسونامي"، في آسيا عرضت الشبكات الإخبارية صوراً زودهم بها أشخاص عاديون، فلم يقدموا لأخبارهم العنصر الأكثر أهمية بل صارت الأخبار هي المحور الأهم في العملية فهناك العديد من الأحداث التي قام بتصويرها مصورون هواة كانوا موجودين في قلب الحدث عن طرق كاميراتهم الرقمية هكذا أصبح المشاهد مشارك إيجابي وليس سلبي، كذلك بين المزايا التي وفرتها هذه التقنية إمكانية عرض الأفلام في المنازل على شاشات المشرح المتري العملاقة فلم يعد الذهاب للسينما ضروري¹.

يمكن القول أن التقنية الرقمية توفر أفضل نوعية أفضل واعتمادية أعلى وجودة متميزة للبث التلفزيوني كذلك الحجم الصغير والسعر الأقل، والموثوقة الأعلى إضافة إلى زيادة عدد القنوات التلفزيونية المتخصصة والمتنوعة، والتي يتم بثها ضمن باقات رقمية يمكن بطبعتها من تحقيق الخدمات المتفاعلة بين المشاهد ومصدر كخدمة الدفع مقابل الرؤيا وخدمة الفيديو وحسب الطلب.

1) عصام عيس علوان: التلفزيون في العصر الرقمي في مواجهة التغيير في العصر الرقمي في مواجهة التغيير، ورقة بحثية، العدد 52 لسنة 2009، ص 103.

كما مكنت الثورة الرقمية من عملية التخاطب الحاسوبي بين الطرفين الباث والطرف المتلقي، وهو ما يسمى اليوم بالتلفزيون الحوارى أو التفاعلى¹.

2. دور التكنولوجيا الرقمية فى تطوير العمل الإعلامى (التلفزيونى)

لقد لعبت تقنيات التكنولوجيا الرقمية دور كبير فى تحسين العمل الإعلامى وتطويره وقد أتاحت التكنولوجيا الرقمية للساحة الإعلامية جمهور جديد فعال وإيجابى مع القنوات الإعلامية وبما تقدمه من مواد إعلامية أخبار ومعلومات...، من خلال استخدام تقنيات جديدة كالكاميرات الرقمية والإضاءة والمونتاج والمؤثرات الرقمية، وقد منحت الرقمنة الحرية أكثر فى التحكم لأى شىء مقارنة مع وسائل تقليدية بالنسبة للإعلاميين مثال: استخدام ثورة الفيديو الذى أصبح اليوم ينافس البث المباشر للتلفزيون الذى لديه حرية أكثر من تسليط الحكومة أى بتواجد التكنولوجيا الرقمية أصبح هنا ما يعرف بالاستقلالية فى الإنتاج الإعلامى لقنوات المؤسسات الإعلامية².

أصبحت المؤسسات الإعلامية الحديثة مقارنة مع التقليدية تواكب كل ما هو تقنى بصري مثل: الديكور والإضاءة المتمثلة فى المؤثرات الضوئية كالإضاءة الموزعة والكاميرات الرقمية وجود الصورة وأيضاً التركيب من خلال استخدام الكمبيوتر، وهذا كله من أجل، ان تبرز المؤسسة الإعلامية نجاحها والتخفيف من السلطة السياسية، بحيث أصبحت هناك حرية فى التعبير عن الأفكار من خلال التقنية الرقمية والوصول إلى كل العالم، وإبراز الإنتاج الإعلامى بجودة المعلومة المقدمة للجمهور وبهذا فإن العملية الإعلامية هى الوسائل التى تتم بها عملية الاتصال بالجمهور فهى وسائل لها قيمة وهذا راجع لقدراتها على نقل الأخبار والمعلومات وتنمية الاتجاهات والأفكار والجمهور المستهدف، وهى صحافة، إذاعة وتلفزيون وغيرها وأصبح نجاحها فى عصر الرقمية مرتبط بمدى استخدامها للتكنولوجيا الرقمية ومواكبة التطور التكنولوجى³.

(1) مجد هاشم الهامشى: الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة. مرجع سبق ذكره، ص 125.

(2) <http://iasj-met/iasy3func:full text old=4804.pdf>. 25/03206.

(3) <http://www.naus.edu.sa/ar/calleges and gentsers/.../011.pdf>. 09/04/2016.

المبحث الثاني: التقنيات الرقمية المستخدمة في العمل الإعلامي التلفزيوني

شهد التلفزيون تغيرات ضخمة على أثر ظهور الأشكال الجديدة لتكنولوجيا المعلومات، فقد تركت الابتكارات الجديدة في حقل الأجهزة آثاراً بصماتها على كافة قطاعات التخطيط والتشغيل والصيانة والإرسال لذا سنتعرف على بعض التقنيات المستخدمة في العمل التلفزيوني.

1. تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل

تغطي تكنولوجيا الإنتاج والتشغيل في التلفزيون كافة الوسائط التقنية والتجهيزات المستخدمة في عمليات الإنتاج داخل الاستديو، وفي لقطات التصوير في المواقع الخارجية وفي المعدات التي يستخدمها الصحفيون والمحررون والمنتجون والمصورون والقائمون على عمليات المونتاج وفتيو الصوت والاستديو الذين يعتبرون مسؤولين عن خروج كافة أنواع البرامج إلى الوجود. فلقد حلت التكنولوجيا الرقمية بكل تقنياتها محل التقنيات والأجهزة التقليدية المكلفة نسبياً والتي تحتاج إلى قدر كبير من الصيانة وجهد أكبر وتمثل هذه التكنولوجيا الرقمية فيمايلي¹:

1.1. كاميرا الفيديو الرقمي: كاميرا الفيديو الرقمية المسجلة (camcorder) تستخدم (CCDS) نموذجاً

حوالي ربع بوصة في الحجم - لكي تجمع وتشغل الضوء الآتي من العدسات (CCD)، (Charge coupled diod) عبارة عن إحساس ضوئي شديد الحساسية وأنه يحول الضوء إلى إشارة إلكترونية وكاميرات التلفزيون ذات الجودة العالية لها ثلاث (CCD). يوجد جهاز على شكل منشور داخل أنبوبة العدسات يفصل الضوء القادم إلى ألوان رئيسية احمر وأزرق وأخضر (RGD) وكل لون يذهب إلى (CCD) مختلف يعطي هذا لونا رائعاً في إعادة الإنتاج وجودة الصورة والكاميرات الرخيصة لهذا واحد فقط من (CCD) توجد شبكة معقدة في قلب (CCD) تتكون من عناصر متناهية الصغر للصورة. ويطلق عليها (Pixels)، والتي تقدم الإشارات الالكترونية تجمع الصورة وتختلف (Pixels) من حيث الجودة والمقدرة وليس دائماً صحيحاً أن الكثير من (Pixels) في الكاميرا الرقمية المسجلة يعطي صورة أفضل².

2.1. تقنية أو برنامج (Afeter effects): هو برنامج مختص بصناعة الفيديو الرقمي والمؤثرات البصرية المستخدمة بالأفلام ويقوم أيضاً هذا البرنامج بالتعديل والتصحيح على الفيديو، وهو من أحد أشهر برامج التحريك الثنائي والثلاثي الأبعاد، ويعتبر هذا البرنامج من أقوى البرامج بالعالم وأهم مميزات استخدام هذا البرنامج التي شاع بها مايلي:

1) مجد هاشم الهاشمي: الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة. مرجع سابق، ص 113.

2) عبد الحكيم أحمد الخزامي: مرجع سبق ذكره، ص 31.

- تصميم وتحريك العروض التقديمية للبرامج والقنوات.

- تحريك الشخصيات والأشكال المرسومة.

- تغيير الخلفية لشخصية ما والتي أشتهر اسمها بالكروما.

- تحريك النصوص والتحكم بها وبخصائصها بكل دقة وسهولة.

- عمل مشهد كامل بثلاثة أبعاد وإضافة إمضاءات بداخله.

فعند مشاهدتنا أي مادة إعلامية معروفة على شاشات التلفاز أو أشرطة الفيديو، بغض النظر عن ماهيتها (إعلامية وثائقية وإخبارية...)، فإنها لا تبدو كذلك عند تصويرها بل يقوم المصورون بأخذ لقطات معينة أو إنشاء لقطات باستخدام الحاسوب تفيد نفس الموضوع المراد عرضه ومن ثم يقوم محرر الفيديو بتجميع هذه اللقطات والتعديل عليها وإضافة وحذف مقاطع لتؤدي الغرض منها ولتصل إلى المشاهد ويتمكن من فهم محتوى الفيديو كما يريد المخرج¹.

3.1 تسجيل الصوت رقمياً: تتضمن عملية تسجيل الصوت الرقمي عينات صوتية في شفرة ثنائية (Binary) والصوت عادة يتم ترميز شفرته في (bin 16 PMC. Modalisation pulse code) وموجات الصوت الطبيعية التي تنتج عن صوت مقدم البرامج التلفزيونية على سبيل المثال، تلتقط بواسطة ميكروفون. كما أن نغمة الفرق الموسيقية القائمة على النوتة الموسيقية (A) لها تردد (440 Hz) تقاس عينة الصوت باستخدام (PAM) نبضة تضمين الذروة هذا يعني أن سعة شكل الموجة تقاس بالآلاف المرات كل ثانية لكي تنتج قيمة رقمية والتي يمكن تخزينها على الشريط (DVD أو CD)².

4.1 . الاستوديو الافتراضي (الوهمي التخيلي): هذا النوع من الاستوديوهات حديث العهد فهو وليد الموجة الرقمية الحاصلة ويقوم على تقنية تتمتع بالإثارة والحيوية.

تقوم فكرته على استخدام الكمبيوتر الذي يقوم برسم الديكور ووضع الخلفيات وتنسيق الألوان ويتم تصوير مقدم البرنامج وضيوفه كالمعتاد، ومن خلال الأجهزة والمعدات المناسبة يتم دمج صورة المقدم وضيوفه مع صورة الديكورات، والخلفيات التي هي عبارة عن صور تم تصميمها بالكمبيوتر، فيتم إخراج الصورة النهائية بشكل متناسق³.

(1) عبد الله ابراهيم ياسين: التأثيرات التلفزيونية والسينمائية، دار البداية، عمان، الأردن، 2013، ص ص 10 - 11.

(2) عبد الحكيم أحمد الخزامي: مرجع سبق ذكره، ص 33.

(3) إياد عمر أبو عرقهي: الإعلام الإذاعي و التلفزيوني نظرة إعلامية - هندسية مهنية، دار البلدية، عمان، 2012، ص 116 .

5.1. تقنية الملتيميديا: من التطورات التقنية المهمة حيث أضحى هذه العبارة عنواناً لإعلام المستقبل، تتيح هذه التقنية إمكانية توفير كميات هائلة من المعلومات تحت تصرف المستخدم والتي سوف تمكن الإعلاميين في التلفاز الرقمي من تقديم خدمات جديدة للمشاهدين، إذ أصبح جهاز الاستقبال التلفازي بمثابة تلفاز وحاسوب¹.

يمكن بواسطته تخزين المعلومات واستعادتها لاستخدامها في أي وقت وأصبح بإمكان جهاز الاستقبال التلفازي توفير خدمة باتجاهين من خلال توفير خط راجع لإنزال معلومات إضافية في جهاز التلفاز، وهذه المعلومات لها علاقة ببرامج التلفاز والخدمات التفصيلية التي يقدمها خاصة ما يتعلق منها بإفادة رجال الأعمال والمشاهدين بصفة عامة².

6.1. خدمة التلفزيون عبر بروتوكول الانترنت (iptv) تشكل خدمة التلفزيون عبر بروتوكول الانترنت (IP tv) رافداً هاماً بالنسبة للبث التلفزيوني بصفة عامة، وتؤكد عدد الأدبيات أن هذه الخدمة تتكون من جملة من الخدمات وهي بالأساس خدمة التلفزيون في بث مباشر، وخدمة الفيديو حسب الطلب (Demande vidéo) وخدمة ألعاب الفيديو حسب الطلب (Game au demande) وخدمة حصص التدارك التلفزيوني (Catch up TV) وتستخدم هذه الخدمة نفس البنية التحتية التي تستخدمها الانترنت ولكن باستعمال ما يسمى بالنطاق الترددي (Pas band).

وهي متاحة في بعض الدول الأوروبية والآسيوية في إطار الاشتراكات في خدمة الانترنت عالي التدفق التي توفرها بعض المزودين والمعروفة بخدمة triple Play أنترنت، هاتف وتلفزيون.

7.1. نظام التبادل متعدد الوسائط: والخدمات عبر الساتل (Minos-ASBU) يستخدم هذا النظام لتبادل محتويات الخدمات المتعددة الوسائط (Multimedia content exchange) ويوفر للهيئات المنضوية فيه إمكانية إنشاء شبكتها الخاصة والمؤمنة داخل بلدها أو على النطاق العربي لتبادل محتويات الخدمات المتعددة الوسائط (تلفزيون، إذاعة بينات) ضمن الشبكة الرئيسية للإتحاد وهو ما يعرف بالشبكة التقديرية (VN Virtual Network)³.

1) مصطفى حميد كاظم الطائي: التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، دار الوفاء، الاسكندرية، 2007، ص 110.

2) مصطفى حميد كاظم الطائي: مرجع نفسه، ص 120.

3) اللجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية: البث الفضائي العربي التقرير السنوي، إصدار اتحاد الإذاعات العربية، 2014. ص 26 – 28.

ومن مميزات هذا النظام (Menons ASBU) مايلي:

- إمكانية ربط أية شبكة تلفزيونية أو إذاعية أو أية جهة مستفيدة أخرى بمراسليها أينما وجدوا داخل منطقة التغطية الجغرافية للساتل.
- تأمين تبادل المواد الإخبارية والبرامجية عبر الساتل في شكل ملفات وبتكلفة حالية منخفضة عبر تقنية التسجيل والبث اللاحق.
- تأمين البث المشترك بين الإذاعات، وبين التلفزيونات على النطاقين الوطني والإقليمي لبرامج المناسبات والمهرجانات والندوات والحوارات المشتركة.
- إمكانية توفير خدمات مستقبلية باستخدام منصة بروتوكولات الانترنت (Platform) مثل إنشاء مركز موحد للمعلومات والمهينات وللهيئات الأعضاء وبتكاليف مالية بسيطة.
- تأمين خدمة التدريب والتعليم عن بعد على النطاقين الوطني والإقليمي¹.

2. تكنولوجيا الإرسال والاستقبال

تدخل الأقمار الاصطناعية المخصصة للاتصالات تحت عنوان تكنولوجيا الإرسال ويستخدم في البث التلفزيوني الفضائي المباشر، حيث يعد تقدماً تقنياً وتدعيمياً لمركزية التلفزيون وانجذاب المشاهدين إليه لما يقدمه من معلومات وأحداث فور وقوعها على المستوى الكوني، ثم أن استغلال الفضاء في الاتصالات ساهم في وضع حد نسبياً لاحتكار العديد من الدول للبث التلفزيوني ونسبي للجماهير المشاهدين ممارسة لحرية المشاهدة والتفتح على العالم والإحاطة بكل ما يحدث فيه من وقائع، أحداث ومستجدات².

كما هو الحال بالنسبة لنظام الاستقبال. فقد تأثر هذا الأخير إيجابياً بدخول التقنيات الرقمية مما زاد من إمكانيات الاستقبال وتطوره وبالنسبة لنظم الاستقبال نجد أنه بعد أن تم تطوير التلفزيون المحسم وتلفزيون الشاشة الضخمة والتلفزيون المصغر وتلفزيون الشاشة المستقيمة والتلفزيون الرقمي هناك محاولات لإنتاج التلفزيون الاصطناعي ذي الأبعاد الثلاثية والتلفزيون المحزم لاستقبال وإرسال الخارجية التقليدية، وقد ظهر الجيل الأول من محتوياته على جهاز استقبال إرسال للأقمار الصناعية داخله، وهناك مقترحات جديدة للتلفزيون السلبي (Cable TV)، تقدم للمشاهدة الأنظمة السلكية الحورية والألياف الضوئية والأقمار الصناعية في توصيل خدمات تلفزيونية نظير اشتراك الجمهور في مناطق معينة، كما يمكن الاستفادة من أجهزة الحاسوب في استقبال البث التلفزيون الرقمي طورت إحدى الشركات البريطانية بطاقة للحاسوب.

(1) اللجنة العليا للتعليم بين القنوات الفضائية العربية: مرجع سبق ذكره، ص 28.

(2) مجد هاشم الهامشي، الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص 118. 124.

يمكن من خلالها استخدام جهاز الحاسوب كجهاز استقبال للقنوات التلفزيونية عبر الإرسال الرقمي باستخدام الأقمار الاصطناعية¹.

3. المقياس العالمي للبث الرقمي

إن نظم (Mpeg2/DVB) هي الأجهزة المتداولة عالميا في البث الرقمي وتعمل هذه الأجهزة بالتحويل الرقمي لاعتبارات فنية تتعلق بالتخلص من الشوشرة التي تصاحب الإشارة التماثلية وسرعة نقلها ثم ضغط الحيز الذي تشغله لاعتبارات اقتصادية وتشكلت لجنة فنية من الخبراء الأمريكيين لوضع المؤهلات الهندسية القياسية للنظام الذي يحقق انضغاط الصورة الرقمية وأطلق عليه اسم مجموعة خبراء الصورة المتحركة (Moving pictures expert groupe MELG) أما رقم (2) فلإن هذه اللجنة وضعت المواصفات الأولى عدلت بالمواصفات الثانية وهذا باختصار (MEG2) ويقدم لنا منتجي الأجهزة تفسير المصطلح (DVB) في نظام البث الرقمي والتي تعني الحروف الأولى من اسم لجنة البث المباشر (Video Broad Direct) الأوروبية التي وضعت عدة معايير قياسية مكتملة لنظام الصورة الرقمية المعروفة باسم (MPEG2)².

(1) محمد بكرى أحمد الشيخ: تحديات استخدامات التقنية الرقمية في الإنتاج التلفزيوني (تلفزيون السودان نموذجاً)، مجلة جامعة بحري للآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز: المملكة العربية السعودية، السنة 3، العدد السادس، ديسمبر 2014. ص ص 57 - 58.

(2) مجد هاشم الهامشي: الاعلام المعاصر وتقنياته الحديثة. مرجع سبق ذكره، ص ص 141 - 142.

4. نموذج عن استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الإعلامي

التكنولوجيات الحديثة وتأثيرها على نشرات الأخبار

يمكن تحديد جوانب هذا التأثير على أكثر من مستوى ويمكن حصر هذه المستويات في:

1. على مستوى التقنيات: تعددت الأوصاف التي قدمت للنشرة الإخبارية المصورة فوصفتها (Marlène Colomb Gully) بأنها برنامج موجه للمشاهدين، إذا أن 75 % من أجهزة الاستقبال تكون في حالة تشغيل عند تقديم الاخبار وهو ما يعني أن ثلاثة على أربعة من المشاهدين يتابعون الأخبار¹.

وعليه فإن النشرات الإخبارية هي أكثر البرامج التلفزيونية عرضة للتطوير بفعل التطور السريع لتكنولوجيات الاتصال والمعلومات. هذا ما يتصف به العصر الحالي، وهو عصر المعلومات ميزته المعلومات بين يديك. (L'information au bout des doigts) وهي عبارة مقتبسة من "بيل جيتس" مؤسس شركة ميكروسوفت، ويسمى القائمون على نشرات الأخبار في التلفزيون لتأكيد ذلك على مستوى التغطية والمعالجة الإخبارية في ظل المنافسة وتعدد القنوات التلفزيونية، وأكثر الجوانب التي شهدت هذه التغيرات هي مجال التغطية من حيث استخدام الصورة ونقل الصوت.

فالصورة ما يرى (Patrick Poivre d'Arvor) ليست هي مصدر الحقيقة لكنها تمثل جزء أساسيا من هذه الحقيقة".

• معدات التصوير الإخباري: كانت عمليات الإخبار في السابق تتم بواسطة الأفلام بدلا من شرائط الفيديو، وكانت الأفلام مكلفة لعدم إمكانية استخدامها مرة ثانية، إلى جانب ضرورة إعادة الأفلام إلى المحطة لتحضيرها وكان ذلك يقلص من وقت التغطية وقد تتأخر نشرات الأخبار عن مواعيدها لعدم وصول الصور إلى المحطة المركزية، تكاد العديد من المحطات التلفزيونية تتوقف عن استخدام الأفلام في عملية التغطية الإخبارية فكاميرا التصوير الالكترونية (Vidéo camera) يطلق عليها كاميرا التلفزيون وأساس عمل هذه الأجهزة تحويل الصورة من موجات ضوئية إلى موجات كهرومغناطيسية يمكن تجميعها مرة في موجات ضوئية لتشغيل عن طريق أجهزة الاستقبال دون أن تفقد العناصر المكونة لها².

1) Coulomb Gully Marlène, Les informations télévisées, édit, Puf, Paris, 1995. P 9.

2) محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، دار الكتاب للنشر، جامعة باجي مختار، الجزائر، ص ص 67 - 68.

* هناك ثلاثة أنواع من الكاميرا:

أ) كاميرا استوديوهات الأخبار: تستخدم في نقل صور الحاضرة مباشرة إلى الجمهور وتستخدم عادة في تصوير المواد وال فقرات الإخبارية داخل الاستديو مثل: الأحاديث الصحفية والموائد المستديرة ونقل البرامج الحية التي تداع على الهواء مباشرة.

ب) كاميرا التصوير الخارجي Out side broad video camera جاءت هذه الكاميرات لتلبية خاصية التلفزيون من حيث "الفورية" وهي تقديم الأحداث فور وقوعها، وهي عبارة استوديوهات متنقلة تضم وحدة كاملة من السيارات يؤدي كل منها مهمة معينة، الأولى تحتوي على أربع كاميرات للتصوير وأجهزة الصوت ونواقل الصورة، ومجهزة بوحدة تسجيل ومونتاج لشرائط الفيديو وأخرى تحتوي على محطة توليد للطاقة الكهربائية للتشغيل في أي مكان والثالثة تحمل برج الإرسال الذي تلتقط الإشارة التلفزيونية في أقرب محطة بث¹.

ج) كاميرا جمع الأخبار الالكترونية: (Électronique News Garth ring ENG) حلت هذه الأجهزة محل الكاميرات الفيلمية في عمليات تغطية الأخبار، مما أدى إلى تغيير جذري في مجال البرامج الإخبارية في الكثير من المحطات التلفزيونية، حيث حقق أسلوب التجميع الالكترونية للأخبار مزايا تفوق الأسلوب الفيلمي كالفورية التي يتيحها الحدث عن بعد إمكانية المونتاج والإرسال من موقع الحدث من تقديم المراسلة بالصورة وبشكل سريع وأكثر جاذبية.

كما يمكن حمل الكاميرات يدويا وتحتاج لتشغيلها لطاقتهم يتكون من المصور ومسجل الصوت وموزع الإضاءة إن جمع المادة الإخبارية باستخدام الوسائل الالكترونية يجعل من السهل على المندوب مشاهدة المادة المصورة أثناء وجوده في موقع الحدث فبفضل هذه التكنولوجيات تمكن المراسلون من تقديم مراسلات يومية رغم كل الظروف².

2. على مستوى التحرير والتقديم

* في مجال تحرير الأخبار: مكنت التكنولوجيات الجديدة من التغلب على الصعوبات التي ظلت الأخبار وعملية التحرير تواجهها منذ مدة طويلة فاستخدام الكمبيوتر اليوم وأساليب التجميع الالكتروني يساعد على تقديم نشرة إخبارية جيدة واضحة بفعل مساعدة العناصر المرئية.

1) محمد شطاح: مرجع سبق ذكره، ص ص 68 - 69 - 70.

2) محمد شطاح: نقلا عن معوض محمد، بركات عبد العزيز: الخبز الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1996، ص ص 98 - 99.

* في مجال التقديم: أكبر مستفيد من التكنولوجيات الجديدة هم مقدموا نشرة الأخبار حيث تقلصت متاعبه بفضل استفادة استوديوهات الأخبار بمعدات في مجال التقديم وفي مقدمتها جهاز Téléprompteur الذي يعين المذيع على قراءة النص وهو ينظر مباشرة إلى الكاميرا، كذلك سهل الديكور الافتراضي والعناصر المرئية الصورة التوضيحية من مهام مقدم النشرة. بالإضافة إلى ذلك أدت هذه التكنولوجيات إلى تعدد القوى الفاعلة في تقديم النشرة الإخبارية وأصبحت الحاجة إلى مخرج الأخبار والمنسق التقني أمر في منتهى الأهمية.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع

الجانب الميداني للدراسة

- نبذة عن مؤسسة الشروق.
- التعريف بقناة الشروق TV
- الهيكل التنظيمي الإداري للقناة.
- برامج الشروق TV
- تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب محاور الدراسة.
- الاستنتاجات العامة للدراسة.

نبذة عن مؤسسة الشروق الجزائرية للنشر والإعلام

انطلقت مؤسسة الشروق في البداية كجريدة يومية¹، في بداية سنة 2000، مع الانفتاح السياسي سنة 1989، حيث صارت تحتل المرتبة الأولى وطنيا ومغاربيا بحلول سنة 2007، وظلت في تطور مستمر إلى أن تجاوزت مليون نسخة يوميا، وهو غير مسبوق على المستوى الوطني.

بعد ذلك قامت بإطلاق قناتين هما الشروق نيوز، ثم الشروق TV والشروق بنة حيث انطلق البث التجريبي للقناتين مع عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي، حيث اتخذت العاصمة الأردنية "عمان"، مقرا لها، لها مكتب معتمد بالجزائر، تبث قناة الشروق New على نايل سات وعرب سات والهوت برد، حيث أطلق البث التجريبي على الساعة الصفر في 01 نوفمبر 2011، على القمر الاصطناعي نايل سات وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية والذكرى 11 لتأسيس يومية الشروق.

فيما بدأ بثها الرسمي في 2014، تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى. اختصاصها إخباري تحت شعار "كن أول من يعلم"، هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة "الشروق" فيما تواصل جهوداتها في تقديم ما هو أفضل لجمهورها، فقامت بإطلاق قناة جديدة تهتم بالمرأة متخصصة في الطبخ مع تقديم برامج تخص المرأة، وهي تابعة لقناة الشروق TV موقع القناة (<http://sh-st/fvwkc>) تأسست في 31 مارس 2015. تحت شعار جزائرية بالإضافة إلى ذلك مشروع تأسيس قناة جديدة وهي قناة الشروق الرياضي، وهو مشروع حيز التنفيذ².

1) www.echouroukonline.com, 03/05/2016.

2) www.jalasadz.com, 04/05/2016.

التعريف بقناة الشروق TV

• تردد القناة (SD) التردد يعمل مع أصحاب أجهزة الاستقبال العادية ($8^{\circ}.0 W^{\circ}$) EUTELSAT. (10.971 H 27.500)

• تردد القناة (HD): التردد يعمل مع أجهزة الاستقبال التي تدعم البث فائق الجودة (7°) Nile Sat 102. (West 11.958 H 27.500)

• (Badr. 26° East 11.727 H 27.5009)

- مقرها عمان (الأردن) بالنسبة للبث.

- مديرها: صحفي سابق سمير بوحاجة.

- مالكيها: علي فضيل.

- المقر: الجزائر العاصمة (حيدرة).

- القطاع: خاص.

- الشعار: قناة كل العائلة.

- الموقع الإلكتروني: (www.echourouktv.com)

قناة الشروق TV

هي قناة فضائية جزائرية مستقلة، تم تأسيسها في نوفمبر 2011، بثت كمرحلة أولى من العاصمة الأردنية "عمان" وبيروت على أن يتوسع البث انطلاقاً من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة والعاصمة القطرية الدوحة، في انتظار فتح مكتب للقناة بالجزائر العاصمة، وعدد من ولايات الوطن، انطلق بعد ذلك البث الرسمي في 2012/03/19، بعد نحو 3 أشهر من البث التجريبي، حيث تبث القناة مجموعة من الأشرطة الوثائقية والتثقيفية بالإضافة إلى أناشيد وطنية وآراء المشاهدين، قناة الشروق TV هي قناة متنوعة تجمع بين الأخبار والبرامج السياسية والاقتصادية والدينية والعلمية، والحرص الرياضية إلى جانب الحوارات والتحقيقات الميدانية... إلخ.

تضم القناة مجموعة من الإعلاميين أمثال: سليمان بخليلي، ليلي بوزيدي، مروان الوناس، أحمد مقعاش قادة بن عمار، والمخرج المنتج يحي مزاحم... إلخ.

لتكسب القناة جماهير أكثر قامت بإطلاق بث جديد للقناة بتقنية HD وكان ذلك يوم 2015/06/20 وهي تقنية عالية الدقة تعتمد على الكثير من القنوات الأوروبية والأمريكية، فقد أعلن المدير العام لمجمع الشروق السيد "علي فضيل"، هلال الذكرى الثالثة لانطلاق الشروق TV، عن الشروع في التحضير للانتقال إلى التقنية العالية الدقة، فبانتقالها إلى تقنية HD، أصبحت تتميز عن القنوات الأخرى سواء الجزائرية أو المغربية.

وتدخل ضمن القنوات الكبيرة في العالم التي تعتمد على هذه التقنية ويعود اختيار شهر رمضان المبارك لإطلاق هذه التقنية بالتحديد كونه متنوع فيه البرامج والحرص والمشاهد يتطلع لمشاهدتها بجودة عالية ودليل ذلك أن الشروق TV تصدرت قائمة القنوات العمومية والخاصة، والقنوات المغربية ضمن آخر دراسة لمعهد "إيمار" أجريت في آخر أسبوع من شهر ديسمبر 2015. بنسبة 56% من إجمالي المشاهدة، وحققت الشروق أعلى نسبة مشاهدة قدرت بـ 56% لتؤكد مرة أخرى بلغت الأرقام أنها كسبت زمان المنافسة حيث تمكنت القناة من كسب 12 مليون جزائري أوفياء يتابعون مختلف برامجها على مدار اليوم مسجلة أعلى نسبة مشاهدة وفق الدراسة بـ 18.2% وذلك يرجع إلى الجهود المبذولة من طرف القائمين على مجمع الشروق¹.

1) <http://www.elahmad.com/tv/echoroukonline.php>, 25/04/2016.

الهيكـل الإداري للقناة

حسب مدير قسم البرمجة السيد "" عبد العزيز تويقر، تحتوي القناة على مجموعة من المديريات ولكل منها مهام خاصة بها وحسب كل تخصص نذكر منها:

- مديرية البرمجة وفيما مدير البرمجة، ومسؤول لقسم البرامج بالإضافة إلى وجود قسم خاص بالبث. كذلك نجد فيها مديرية المالية، الإدارة، الأخبار، التقنية... إلخ.

- رئيس التحرير بالإضافة إلى مجموعة هائلة من الصحفيين القائمين على سير البرامج التي تقدمها القناة¹.

(1) مقابلة مع مدير البرمجة - عبد العزيز تويقر - بتاريخ 2016/03/22. بمقر المؤسسة بحيدرة بالجزائر العاصمة، على الساعة 10:35.

برامج القناة (شروق TV)

- وافعلوا الخير.
- فاسألوا أهل الذكر.
- ففروا إلى الله.
- بعيدا عن السياسة.
- مع عمو يزيد.
- موعد الأساطير.
- موعد مع النساء.
- الصحة للجميع.
- قسرة مع بعزيز.
- منتدى الشروق.
- المحكمة.
- هذه حياتي.
- زدني.
- خط أحمر.
- سفیان Show
- غير griffa
- المنشار.
- Deal or no Deal
- شاعر الجزائر.

مقابلة مع مدير البرمجة بقناة الشروق TV

السيد عبد العزيز تويقر.



* التاريخ: 2016/03/22

* أجرى المقابلة:

- قتاتلية إيمان.

- أوهيب أميرة.

- سلامة وفاء.

س1: ما أبرز الاختلافات بين مضامين القنوات الخاصة والقنوات العمومية، وأين يظهر ذلك الاختلاف؟
ج: هناك تصور عام مشترك أن كل القنوات الخاصة والعمومية تقدم خدمة عمومية وقانون الإعلام لا يفصل بين القنوات سواء الخاصة أو العمومية، بل يحدد خطوط عريضة للمادة الإعلامية الموجهة للجمهور ويظهر الاختلاف في نوعية البرامج وطريقة معالجة الخبر وأهداف كل قناة. فالعامة موجهة لجمهور ساكن بالوطن أما الخاصة موجهة لفئة معينة سواء إخبارية أو غيرها.

س2: ما هي البرامج الخاصة التي تميز قناة الشروق TV عن منافسيها من القنوات الخاصة؟
ج: قام معهد "إيمار" بسبر آراء وجدد حصص لها نسبة مشاهدة كبيرة خاصة الحصص الاجتماعية مثال: هذه حياتي، وافعلوا الخير... كل برامج الشروق TV موجهة للجمهور فهناك برامج ثقافية وصحية، ألعاب وحصص ترفيهية كالمنتشار وتحصلت على نسبة مشاهدة كبيرة مثل - خط أحمر -

س3: هل تحسون برضى الجمهور عن وجود المضامين التي تقدمها القناة؟
ج: لا يمكن أن نحس برضى الجمهور لكن هناك مناقشة شديدة ما يجعل الطاقم الإداري المتخصص في البرمجة والإنتاج يسعى لتقديم حصص أحسن وبأعلى جودة.

س4: ما مدى استخدام قناة الشروق TV للوسائط المتعددة (الميلتيميديا)؟
ج: نعم، هناك استخدام للوسائط المتعددة ولا يمكن الاستغناء عليها، لدينا مصلحة للوسائط المتعددة تتعامل مع التويتر، والفيس بوك، والشروق أون لاين، وهي أمر عادي.

س5: ما هي أهم تقنيات البرمجة التي تستخدمها القناة لاستقطاب الجماهير؟
ج: نعتمد في البرمجة في الغالب على فترات الذروة التي تكون بين توقيت معين، هناك مجموعة لعمليات سبر الآراء مع وجود أمور داخلية.

س6: هل هناك تقنيات تعتمدون عليها في دراسة ميول الجمهور لنوعية البرامج التي يفضلها؟

ج: اهم تقنية هي تقنية سير الآراء التي قام بها معهد "إيمار"، وتحصلت الشروق على أعلى نسبة مشاهدة حيث تقوم هذه المؤسسة بدراسة ميول الجماهير ودراسات أخرى لتوزيع البرامج كبرامج الأطفال لا تبث على الساعة 11 ليلاً هذا غير منطقي كذلك الجمهور له دور في تحديد البرامج.

س7: ما هي أبرز التجهيزات الرقمية والبرمجيات التي تستخدمها القناة في العمل اليومي؟

ج: تقنية HD وميكروفونات ووسائل بث متطورة، الاستديو الافتراضي وآخر حقيقي مجهزا بالإضاءة والديكور، كاميرا HD والاستديو الافتراضي يسمح ببرمجة العديد من البرامج.

س8: هل تستخدم القناة تطبيقات معينة (خاصة ببرامجها)، يمكن تنزيلها على الهواتف الذكية؟

ج: نعم هناك تطبيقات يتم تنزيلها على الهواتف الذكية.

س9: هل ساهمت التكنولوجيا الرقمية في إضافة أساليب اقناعية للمضامين التي تقدمها؟

ج: نعم ساهمت التكنولوجيا الرقمية في تطوير الكثير من القنوات، فإذا لم يستطع المشاهد متابعة حصة أو برامج ما، يمكن له مشاهدته من خلال الفاييس بوك أو موقع القناة مع العلم أن أغلبية الجزائريين يملكون هواتف ذكية.

س10: ما هي أهم المشكلات الفنية والتقنية التي قد تتعرض لها القناة؟

ج: مشاكل البث، حيث في آخر مرة تعرضت القناة لانقطاع دام ساعتين لكن تم بعدها رجوع البث.

س11: ما هي الحلول البديلة التي تصفونها لحل هذه المشاكل؟

ج: توجد هناك حلول بديلة لكن المؤسسة سواء إذاعة أو التلفزيون أن تقوم بجعل البث من الجزائر للحد من التشويش حتى لا يعود البث من الأردن بالإضافة إلى ذلك وجود فريق تقني يعمل على معالجة هذه المشكلات آلياً.

س12: هل تمتلك القناة إطارات تقنية مؤهلة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية؟

ج: طبعاً لدينا إطارات تقنية لأن مؤسسة الشروق تي في، كل معاملاتها رقمية لأن البث من الأردن فكل إرسال وتعامل يكون من قنوات تستخدم تقنية HD.

س13: هل ترمج القناة دورات تدريبية للإعلاميين خاصة بالجانب التقني؟

ج: نعم، هناك دورات تدريبية داخل الوطن وخارجه.

س14: ما هي فوائد استخدام تقنيات HD في التصوير والتركيب والمزج وفي تحسين جودة المضامين؟

ج: صورة SD تبقى بعيدة عن جودة HD فهي تعطي صورة واضحة وحيدة وعالية الوضوح لجذب الجمهور.

س 15: هل ترى أن للتكنولوجيات الرقمية الدور الأهم في هذه الجودة، أم أن هناك عوامل أخرى ؟ .

ج: أكيد التكنولوجيا الرقمية هي الأهم حيث أثارت زخم كبير لوسائل الإعلام ؟

س 16: كلمة أخيرة تقولها عن استخدام التكنولوجيا الرقمية في قناتكم ؟

ج: ... تعد التكنولوجيا الرقمية ضرورة من ضروريات العصر الرقمي، فقد كان الظهور لها في الوطن العربي

منذ 4 أو 5 سنوات وتبقى الجزائر متأخرة جدا عن هذا التطور الحاصل.

شكرا لكم على حسن تعاونكم

تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب مجاور الدراسة.

• جدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة %	التكرار	الجنس / التكرار
56.66	17	ذكر
43.33	13	أنثى
100	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) توزيع الباحثين حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور 56.66 % بينما نسبة الإناث بـ 43.33 % وبذلك يتجاوز عدد الذكور عدد الإناث. وتبدو نسبة الذكور مرتفعة نظرا إلى طبيعة لعمل الصحفي الذي يتطلب أعباء وتنقلات كثيرة بينما تميل الإناث إلى العمل المكتبي أكثر لأنه يجنبها هذه الاعباء والتنقلات.

• جدول رقم 02: توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة %	التكرار	السن / التكرار
33.33	10	من 18 - 30
63.33	19	31 - 45
03.33	01	46 - 60
0	0	أكثر من 60
100	30	المجموع

يعدد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة ويعود ذلك إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة، وانطلاقاً من الجدول رقم (02) نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31-45 سنة يحتلن أكبر نسبة، والمقدرة بـ 63.33 %، ويمكن تفسير ذلك أن هذه المرحلة هي مرحلة العطاء وبذل الجهود. لتأتي بعدها في المرتبة الثانية لفئة ما بين 18-30 سنة بنسبة 33.33 % ويمكن وصفها بالطاقة الشبانية التي تستوعب العمل في المؤسسة. في حين تليها الفئة ما بين 46-60 بنسبة 03.33 % وهذه الفئة تضم الأفراد الذين يتحملون المسؤوليات ولديهم أقدمية وخبرة في العمل.

جدول رقم 03: توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

النسبة %	التكرار	
6.66	02	أقل من سنة
43.33	13	من 1 - 5 سنوات
30	09	6 - 10 سنوات
16.66	05	11 - 20 سنة
3.33	01	أكثر من 20 سنة
100	30	المجموع

تعد سنوات الخبرة من أهم الأسباب المساعدة على تحسين أداء العمل وتقييم الأحسن للمؤسسة ويبين الجدول أعلاه رقم (3)، توزيع المبحوثين، حسب سنوات الخبرة حيث احتلت فئة من 1-5 سنوات المرتبة الأولى بنسبة 43.33 % وتليها الفئة ما بين 6-10 سنوات في المرتبة الثانية بنسبة 30 %، تليها فئة من 11-20 سنة بنسبة 16.66 % وبعدها فئة أقل من سنة بنسبة 6.66 % لتأتي في المرتبة الأخيرة فئة أكثر من 20 سنة 3.33 %.

ويمكن تفسير هذا التباين في سنوات الخبرة على أن المؤسسات الجزائرية بصفة عامة تعمل على تحديد عاملها أو مواردها البشرية للاستفادة أكثر من الطاقات الفكرية التي تخرجها الجامعات الجزائرية من جهة وإعطائهم فرصة العمل واكتساب الخبرة من جهة أخرى، وهذه الفئة عادة ما تكون أكثر مساهمة للتطورات الحاصلة والمبتكرات الجديدة والتكنولوجيات الحديثة والتي تساعد المؤسسات على تطوير أعمالها أكثر فأكثر.

جدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤهلات العلمية.

النسبة %	التكرار	
0	0	تقني
3.22	01	تقني سامي
0	0	مهندس
87.09	27	ليسانس
3.22	01	ماستر
6.45	02	ماجستير
100	*31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 04، أعلاه والذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، وتبين الأرقام الواردة في هذا الجدول أن نسبة الحاصلين على شهادة الليسانس تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 87.18% تليها الفئة الحاصلة على شهادة الماجستير في المرتبة الثانية بنسبة 06.45% في حين تساوت فئة الحاصلين على شهادة تقني سامي والماستر بنسبة 3.22%. ويمكن تفسير ذلك على أن الشرط الأساسي للالتحاق بمختلف مسابقات التوظيف هو شهادة الليسانس. بالإضافة إلى طبيعة عمل المؤسسة تفرض على الصحفيين العاملين فيها الإلمام بتقنيات العمل الصحفي (أخبار، تقارير، روبرتاجات...). وهذا ما يزيد من الكفاءة والخبرة للصحفيين .

* في ما يخص عدد عينة البحث المقدر أصلاً بـ 30، إلا أن أحد أفراد عينة الدراسة يملك شهادتان الأولى تقني سامي، والثانية شهادة ليسانس لذا أخذنا بالاعتبار الشهادتان، مراعين بذلك الصدق والموضوعية في إعداد تفريغ بيانات الإستمارة، وهي من أساسيات أدوات البحث العلمي.

جدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

النسبة %	التكرار	
10	03	علمي
0	0	تقني
86.66	26	أدي
3.33	01	اقتصاد قياسي
100	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (5) والذي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب التخصص العلمي الأدي يحتل المقدمة بنسبة 86.66 % يليه التخصص العلمي بنسبة 10 % واقتصاد قياسي بنسبة 3.33 % ويمكن تفسير هذا أنه ومن خلال زيارتنا للقناة ولقائنا ببعض الصحفيين واجراءنا مقابلة مع مدير البرمجة بالقناة والذي أفادنا بقدر من المعلومات أبرزها أن معظم الصحفيين العاملين بالقناة هم خريجي علوم الإعلام والاتصال، وكما نعلم أن هذا التخصص يندرج تحت الفرع الأدي لذا معظم العاملين بالقناة تخصصهم أدي، وأن القليلة القلة فقط تخصصهم علمي ويتوزعون في القناة بين تقنيين وفنيين... إلخ. ومن هنا نستنتج أن هذه المؤسسة تتوجه إلى إعطاء الأولوية لأهل الاختصاص.

جدول رقم 06: سبب اختيار الصحفيين للعمل لقناة الشروق

النسبة %	التكرار	
6.45	02	الإمكانيات المادية
6.45	02	الشهرة
64.51	20	الخبرة والصدى الاعلامي
22.58	07	أخرى
100	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أعلاه والذي يوضح سبب اختيار الصحفيين للعمل بقناة الشروق أن نسبة 64.51 % من أفراد العينة اختاروا العمل بهذه القناة بسبب الخبرة والصدى الإعلامي للقناة ونفسر ذلك من خلال الإحصائيات الأخيرة التي أكدت أن قناة الشروق من أكثر القنوات مشاهدة ومصداقية في الجزائر

حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة 48% بينما رجع بعض المبحوثين اختيارهم للعمل في هذه القناة إلى أسباب أخرى ومتنوعة هناك من ذكر هذه الأسباب وهناك من لم يذكرها، وجاءت هذه الأسباب بنسبة 22.58% لتأتي في الأخير كل من الإمكانيات المادية والشهرة في نفس المرتبة بنسبة 6.45%. ومن هنا نستنتج أن المكانة التي احتلتها القناة في الساحة الإعلامية الجزائرية والصدى الجيد لهذه القناة زاد من إقبال الصحفيين وتوجههم نحوها للبحث عن العمل ومزاولة المهنة فيها.

المحور الثاني: دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير أداء الإعلاميين.

جدول رقم 07: استخدام التكنولوجيا الرقمية من عدمها في العمل الإعلامي.

النسبة %	التكرار	
73.33	22	نعم
0	0	لا
26.66	8	إلى حد ما
100	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 07 والذي يوضح استخدام التكنولوجيا الرقمية من عدمها في العمل الإعلامي أن نسبة 73.33% من أفراد العينة يقرون باستخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل الاعلامي للقناة. أما النسبة المتبقية والتي تقدر بـ 26.66% كانت اجابتهم إلى حد ما في حين انعدمت نسبة الاجابة ب لا ويمكن تفسير ذلك بالاهمية الكبيرة التي تلعبها التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية، و دورها الايجابي في تطوير العمل الاعلامي الصحفي، فمن خلال المقابلة التي اجريناها مع مدير قسم البرمجة لقناة الشروق استنتجنا ان دخول الموجة الرقمية للقناة ساعدها على تطوير ادائها و زاد من كفاءتها و مصداقيتها و ذلك جميع الصعوبات التي تقف امام تقدم هذه القناة و تطويرها كما انها جنبت الصحفيين استخدام التقنيات الروتينية التقليدية في عملهم الاعلامي، و اشبعت رغبتهم في الحصول على المعلومات و الاخبار الحصرية.

جدول رقم 08: أهم التكنولوجيات التي يستخدمها الصحفيون في عملهم.

النسبة %	التكرار	
21	09	برمجيات
30.23	13	أجهزة رقمية محمولة
46.51	20	تجهيزات رقمية في الاستوديو
02.32	01	أخرى
100	43	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) والذي يوضح أهم التكنولوجيات التي يستخدمها الصحفيون في عملهم أن أعلى نسبة من افراد العينة يستخدمون تجهيزات رقمية في الاستوديو بنسة 46.51% و هذا ما اكده 20 مبحوثا لتاتي بعدها في المرتبة الثانية اجهزة رقمية محمولة بنسبة 30.23% تليها البرمجيات بنسبة 21% و في الاخير ذكرت تكنولوجيات اخرى بنسبة 3.33% و يمكن تفسير هذا ربما لان الاجهزة او التجهيزات الرقمية في الاستوديو لها خصائص مفقودة في باقي التكنولوجيات و هذا ما زاد اقبال الصحفيين عليها بغض النظر عن باقي التكنولوجيات او يمكن تفسير ذلك بان الصحفيين يتوجهون الى التكنولوجيات التي تخدم او تتماشى مع وظيفة او تخصص كل صحفي وطبيعة عمله في القناة.

جدول رقم 09: درجة تحكم الصحفيين في استخدام التكنولوجيات الرقمية

النسبة %	التكرار	
36.33	11	جيدة
60	18	متوسطة
3.33	01	ضعيفة
100	30	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (09) والذي يوضح درجة تحكم الصحفيين في استخدام التكنولوجيا الرقمية أن الدرجة المتوسطة احتلت أكبر نسبة بـ 60 %، تليها جيدة بنسبة 36.66% وفي الأخير الدرجة الضعيفة بنسبة 3.33% ويمكننا تفسير ذلك أن هذه التكنولوجيا تتطلب الممارسة الدائمة وتكسب بالتطبيق والتدريب يعني الممارسة والاستخدام اليومي لهذه التقنيات الحديثة كفيل بسد حاجيات الصحفيين في التحكم بهذه التقنيات بالإضافة إلى التدريب والتكوين.

ومن هذا الجدول نستنتج أن العاملين بقناة الشروق TV يتحكمون في استخدام التكنولوجيا بشكل متوسط، مما يمكننا القول أن هذه القناة في مازالت في مسابرة للتكنولوجيا الرقمية.

جدول رقم 10: مجالات استخدام الصحفيين للتكنولوجيات الرقمية

النسبة %	التكرار	
28.26	13	الاتصال بالموظف
65.21	30	الحصول على المعلومات
06.53	03	عملية التسيير
100	46	المجموع

يتضح من خلال من خلال الجدول رقم 10 أعلاه أن مجال الحصول على المعلومات يأتي في مقدمة مجالات استخدام الصحفيين للتكنولوجيا الرقمية بنسبة 65.21 % أي ما يعادل 30 تكرار. لتأتي بعدها الاتصال بالموظفين بنسبة 28.26 %، وفي الأخير عملية التسيير بنسبة 6.53 % ويمكن تفسير اختيار الصحفيين مجال الحصول على المعلومات كون الوظيفة الأساسية التي تمارسها وسائل الإعلام هي جمع المعلومات والإخبار لنقلها للجمهور.

وقد جاءت التكنولوجيا الرقمية بتقنيات جديدة تساعد وتسهل على الصحفيين مهمة جمع المعلومات الحصرية وإعدادها لتكون قابلة للاستهلاك من طرف الجمهور. الأمر الذي دفعهم للاتجاه نحو هذه التقنيات قصد إشباع رغبتهم وتلبية حاجاتهم. ومن هنا نستنتج أن هذه القناة تصب كل اهتمامها على مجال جمع المعلومات والأخبار والصور الحصرية وتجد كامل إمكانياتها التقنية المادية والبشرية للنهوض بهذا المجال، وهو أمر طبيعي بما أنها مؤسسة إعلامية.

جدول رقم 11: الصحفيون الذين تلقوا دورات تدريبية وتكوينية.

النسبة %	التكرار	
36.66	11	نعم
63.34	19	لا
100	30	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن نسبة 63.34 % من أفراد العينة لم يتلقوا تكويناً قصداً يتمكن من الاستعمال الأمثل للتكنولوجيا الرقمية. وهذا ما أقره 19 مبحوثاً في حين أن نسبة 36.66 % كانوا قد تلقوا التكوين. وهذا ما يبين عدم اهتمام المؤسسة بالقدر الكافي بتأهيل وتكوين عاملها الأمر الذي جعل المؤسسات الإعلامية الجزائرية لا ترتقي إلى المستوى العالمي في المجال الإعلامي رغم تبنيها لأفضل التقنيات، فهي مازالت تعاني من الركود وتسير بخطى جد متناقلة لملاحقة التطورات التكنولوجية التي تولد كل يوم.

جدول رقم 12: يوضح الجهة التي نظمت التكوين

النسبة %	التكرار	
0	0	منظماً من قبل المؤسسة
38.09	08	شخصي ومستقل
61.90	13	مكتسب في إطار العمل اليومي
100	21	المجموع

نلاحظ من هلال هذا الجدول رقم 12 أن أعلى نسبة والمقدرة بـ 43.33 % كان تكوينهم مكتسباً في إطار العمل اليومي تليها نسبة 26.66 % كان تكوينهم شخصي ومستقل، من خلال هذا الجدول يتوضح أكثر. ما استنتجته من الجدول السابق رقم (11) حيث يتبين عدم اهتمام المؤسسة بالدورات التكوينية والتدريبية فكما نلاحظ هنا أن معظم أفراد العينة لم يتلقوا تكويناً، وحتى الذين تلقوا التكوين كان تكوينهم إما اعتماداً على أنفسهم وإمكاناتهم وإما اكتسبوه من خلال ممارستهم لإعمالهم اليومية. فالتكوين والتدريب المستمر أمر ضروري للحصول على نتائج جيدة في تطوير العمل الإعلامي.

جدول رقم 13: المدة الكافية لإجراء تكوين مفيد

النسبة %	التكرار	
26.31	5	من أسبوع إلى 5 أشهر
68.42	13	من 6 أشهر إلى سنة
0	0	أكثر من سنة
5.26	01	لا يمكن تحديد المدة
100	19	المجموع

يمثل الجدول رقم (13) اعلاه المدة الكافية لإجراء تكوين مفيد وتبين أن مدة من 6 أشهر إلى سنة تمثل أعلى نسبة بـ 68.42 % في حين تمثل مدة من أسبوع إلى 5 أشهر نسبة 26.31 % وفي الأخير إلى الإجابة ب لايمكن تحديد المدة بنسبة 5.26 % ومن خلال هذا الجدول نستنتج أن المدة المناسبة لإجراء تكوين مفيد هي ما بين ستة أشهر إلى سنة، لأن الدورات التكوينية ضرورية فهي تعطي فرصة للصحفيين للارتقاء بمستواهم وإبراز قدراتهم ودفعتهم أكثر على العمل الجدي.

جدول رقم 14: مدى مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تحسين عمل الصحفيين

النسبة %	التكرار	
80	24	كثيراً
16.66	05	قليلاً
3.33	01	لم تحسن
100	30	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول رقم (14) الخاص بمدى مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تحسين عمل الصحفيين أن 80 % من الصحفيين أجابوا بـ (كثيراً) في حين بلغت نسبة الذين أجابوا بـ (قليلاً)، 16.66 %. أما كانت إجاباتهم بأنها لم تحسن لم تتعدى نسبتهم 3.33 %.

ويمكننا أن نفسر هذه النتائج بأن التكنولوجيا الرقمية بكل ما تحمله من تقنيات تعد من أهم مصادر المعلومات في وقتنا الحاضر، فإيجابية استخدام هذه الأخيرة في العمل الإعلامي عامة تكاد تغطي على السلبيات المتعلقة بالاستخدام. كما نلاحظ ان الذين اجابوا بالايجاب تتفق مع نسبة الذين يجيدون أو متوسطون في استخدامهم للتكنولوجيا الرقمية جدول رقم (09) لذا يمكننا تفسير نسبة الذين يرون انعدام مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تحسين عملهم، هي نفس نسبة الذين لا يجيدون التحكم في هذه التكنولوجيا. جدول رقم (15): الفائدة المرجوة من استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية.

النسبة %	التكرار	
12	6	زيادة الدقة
30	15	الرفع في كفاءة العمل
40	20	السرعة في الأداء
18	09	سهولة الوصول إلى المشاهد
100	50	المجموع

يبين الجدول رقم (15) الفائدة المرجوة من استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية، حيث تشير النتائج أن الفائدة الأولى هي السرعة في الأداء بنسبة 40% يليها الرفع في كفاءة العمل بنسبة 30%. أما الفائدة الثالثة فكانت سهولة الوصول إلى المشاهد بنسبة 18%.

وفي الأخير جاءت زيادة الدقة بنسبة 12%، نلاحظ أن معظم الصحفيين تركزت إجاباتهم على السرعة في الأداء، والرفع في كفاءة العمل ويمكن تفسير ذلك على أن المطلوب في العمل الإعلامي هو السرعة وبث الأخبار الحصرية والوقائع فور حدوثها لأن الخبر إن لم يقدم في وقته فقد قيمته، السبب الذي دفع الصحفيين إلى البحث عن تقنيات تساعدهم على جمع المعلومات بأسرع وقت وأقل جهد.

المحور الثالث: أثر استخدام أو تطبيق التكنولوجيا الرقمية على أنشطة مؤسسة أو قناة الشروق

جدول رقم (16): تقييم الصحفيين لاستخدام التكنولوجيا في المؤسسة

النسبة %	التكرار	
46.66	14	جيد
46.66	14	متوسط
6.66	02	ضعيف
100	30	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (16) الذي يوضح تقييم الصحفيين لاستخدام التكنولوجيا في المؤسسة، أن نسبة 46.66% من أفراد العينة كان تقييمهم جيد ومتوسط لاستخدام التكنولوجيا في المؤسسة، أما من كانت إجاباتهم بضعيف فلم تتعدى نسبتهم 6.66% وعموماً فإن تقييم المبحوثين لاستخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة كان ايجابيا إلى حد كبير وهو ما أكدته النسب الإحصائية. وهذا أمر طبيعي فكما استنتجنا في الجدول رقم (14) أن ايجابية استخدام التكنولوجيا في المؤسسة الإعلامية تغطي على كل السلبيات التي قد تظهر في أي عمل اعلامي.

جدول رقم (17): ضرورة استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية.

النسبة %	التكرار	
96.66	29	ضروري
03.34	01	غير ضروري
100	30	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (17) أن نسبة 96.66% من أفراد العينة يرون أن استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية أمر ضروري جداً وهذا ما أكدته 29 فرداً من المبحوثين. أما النسبة المتبقية 3.34% كانت الإجابة بأنه غير ضروري، وهي نسبة ضئيلة جداً مقارنة بالنسبة السابقة، ويمكن تفسير هذا على أن

الذين يرون أن استخدام التكنولوجيا غير ضروري قد يكونون من الفئة المحافظة أو كبار السن الذين لا يزالون متمسكين بالوسائل التقليدية وهم فئة قليلة في المؤسسة.

لأنه وكما لاحظنا أثناء زيارتنا للقناة أن معظم العاملين فيها هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-45 سنة وهذا ما يتضح جلياً في الجدول رقم (02).

جدول رقم (18) : إمكانية وجود تحسين للتكنولوجيات الرقمية المستخدمة في المؤسسة من عدمه

النسبة %	التكرار	
56.66	17	نعم
40.00	12	إلى حد ما
3.33	01	لا
100	30	المجموع

يبين هذا الجدول إمكانية وجود تحسين في التكنولوجيات الرقمية المستخدمة في المؤسسة، إن نسبة 56.66 % كانت إجاباتهم بـ "نعم"، لتأتي بعدها في المرتبة الثانية نسبة 40 % أجابوا بـ "إلى حد ما".

وفي الأخير نسبة 3.33 % كانت إجاباتهم بـ "لا"، وهذا راجع على الإمكانيات المادية التي توفرها المؤسسة لمواكبة التطور التكنولوجي الرقمي، حيث أننا نشهد كل يوم ولادة تقنية جديدة تختلف تماماً عن سابقتها.

جدول رقم (19) : شكل تأثير التكنولوجيا الرقمية على المؤسسة

النسبة %	التكرار	
96.77	30	إيجابي
03.32	01	سلبى
100	31	المجموع

يتضح من خلال 19 الجدول أعلاه شكل تأثير التكنولوجيا الرقمية على المؤسسة أن نسبة 96.77 % يرون أن التكنولوجيا الرقمية أثرت على المؤسسة بشكل إيجابي، وهذا ما أكده 30 فرداً من أفراد العينة ومن خلال هذا الجدول نستنتج حالة الرضا، التي تهمين على المبحوثين حول التأثير الإيجابي للتكنولوجيا الرقمية في المؤسسة

وهي ردة فعل متوقعة لأن التكنولوجيا الرقمية حسنت كثيراً من محيط العمل وكان ذلك عن طريق توفير بيئة أفضل مقارنة ببيئة العمل السابقة التي كانت تتميز بكثير من الملل والروتين.

جدول رقم (20): مدى التزام المؤسسة بتعميم استخدام التكنولوجيا الرقمية في كل أقسامها وفروعها

النسبة %	التكرار	
50	15	نعم
50	15	إلى حد ما
0	0	لا
100	30	المجموع

تشير البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن إجابة المبحوثين انقسمت بالتساوي بين "نعم" وإلى حد ما، بنسبة 50 %، لكل منهما ويمكن تفسير ذلك، لما تقتضيه الوظيفة الإعلامية من ضرورة استخدام التكنولوجيا الرقمية في جميع أقسامها وكل فروعها وهذا ما يؤكد الجدول السابق رقم (17) وبالرغم من ذلك ومن خلال المقابلة التي أجريناها مع مدير البرمجة السيد عبد العزيز تويقر. استنتجنا أن مؤسسة الشروق للنشر والتوزيع في مساندة للتكنولوجيا الرقمية لكن لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب، فهي لا تزال تعاني من نقائص عديدة.

جدول رقم (21): مدى مساهمة استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة في توفير المعلومات وتحسينها .

النسبة %	التكرار	
80	24	نعم
16.65	05	إلى حد ما
3.33	01	لا
100	30	المجموع

لقد أكدت بيانات الجدول الموضح أعلاه أن 80 % من المبحوثين يرون أن التكنولوجيا الرقمية ساهمت في توفير المعلومات وتحسينها. كما يرى 16.66 % من المبحوثين أنها ساهمت إلى حد توفير المعلومات وتحسينها في حين يرى 3.33 % أنها لم تساهم. ويمكن تفسير ذلك على أن التكنولوجيا الرقمية أبرزت الحقائق

والمعلومات ووفرتهما. مما يعكس ذلك ايجابياً على العمل الإعلامي بحد ذاته. فهو بواسطة التكنولوجيا الرقمية يستطيع أن يجمع من المعلومات والحقائق ما لم يكن يقدر عليه في الماضي، لما له من أثر ايجابي في وصول الصورة النهائية للمشاهد في دقة ووضوح تحاكي الواقع، كل هذا بفضل استخدام تقنيات وتطبيقات التكنولوجيا الرقمية التي تتسم بالشمول كما يرى " جبار العبيدي"، بحيث تسمح بنقل البيانات بشكل نصوص وأصوات وصور ورسوم بقر عال من الدقة. كما يمكن نقل المحادثات أو الأصوات المركبة في وقت واحد¹.

1) جبار العبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 14

جدول رقم (22): مدى تحفيز دخول التكنولوجيا الرقمية للمؤسسة الصحفية على المشاركة الايجابية

النسبة %	التكرار	
66.66	20	نعم
33.34	10	إلى حد ما
0	0	لا
100	30	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم (22) الخاص بمعرفة فيما إذا كان دخول التكنولوجيا الرقمية للمؤسسة حفز الصحفيين على المشاركة الايجابية أن 66.66 % من الصحفيين أجابوا بـ "نعم"، في حين بلغت نسبة الذين أجابوا بـ "إلى حد ما" 33.34 % ويمكننا تفسير ذلك على أن المنافسة الإعلامية بين القنوات المختلفة تعد من أبرز المظاهر في وقتنا الراهن و هذا ما يلزم المؤسسة والصحفيين العاملين بها على إدراك مدى أهمية المنافسة الإعلامية ويدفعهم أكثر لاستغلال التقنيات التي أتاحتها الموجه الرقمية في المشاركة الايجابية في العمل الإعلامي وتحقيق السبق الصحفي للرقمي بالمؤسسة.

جدول رقم (23): الحاجات التي تحققها المؤسسة من خلال استخدامها للتكنولوجيا الرقمية

النسبة %	التكرار	
39.62	21	الحصول على الإخبار الضرورية
16.98	09	منافسة المؤسسات أو القنوات الأخرى
18.66	10	اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام
24.52	13	تدعيم وتنويع الموارد الصحفية
100	53	المجموع

يمثل الجدول رقم (23) الحاجات التي تحققها المؤسسة من خلال استخدامها للتكنولوجيا الرقمية ويتضح من خلال النتائج المتحصل عليها أن الحاجة الأولى التي تحققها المؤسسة من خلال استخدامها للتكنولوجيا الرقمية هي الحصول على الأخبار الضرورية بنسبة 39.62% تليها تدعيم وتنويع الموارد الصحفية بنسبة 24.52% ثم اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام بنسبة 18.86%. وفي الأخير منافسة المؤسسات أو القنوات الأخرى بنسبة 16.98%، وهذه النتيجة طبيعية، لأن إدخال المؤسسة للتكنولوجيا الرقمية على أعمالها المراد به الرقي بالعمل الإعلام مي إلى الاحترافية، وتحسينه وتطويره، ونستطيع أن نستنتج من هذا أن التكنولوجيا الرقمية وسيلة هامة وإيجابية.

جدول رقم (24): مستوى إنتاج البرامج من خلال استخدام التكنولوجيا.

النسبة %	التكرار	
50	15	جيد
50	15	متوسط
0	0	ضعيف
100	30	المجموع

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (24) الخاص بتقييم مستوى إنتاج البرامج من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية، حيث أكد المبحوثين أن مستوى إنتاج البرامج جيد بنسبة 50% والنصف الآخر يقر بأنه متوسط بنسبة 50% ربما يمكننا أن تفسر هذا على أساس التباين بين الصحفيين في مستوى تحكم كل واحد منهم وكفاءته في استخدامه للتقنيات الرقمية. ومن خلال هذا الجدول نخلص إلى تأكيد ما استنتجناه في الجدول السابق رقم (20)، وهو أن قناة الشروق في مسايرة للتكنولوجيا الرقمية لكن لم تصل بعد إلى المستوى الإعلامي العالمي المطلوب، فهي لا تزال تعاني من نقائص عديدة.

جدول رقم (25): مدى تأثير استخدام التكنولوجيا الرقمية على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين.

النسبة %	التكرار	
56.66	17	نعم
40	12	إلى حد ما
3.34	01	لا
100	30	المجموع

يوضح الجدول (25) فيما إذا كان استخدام التكنولوجيا الرقمية قد أثر على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين وتبين أن 56.66% من المبحوثين كانت إجاباتهم بـ "نعم" في حين 40% من المستجوبين أجابوا بـ "إلى حد ما" وفي الأخير نسبة 3.34%، كانت إجاباتهم بـ "لا" ويمكن تفسير ذلك بأن جودة المضمون تعتبر من أهم الحاجات التي يفرضها العمل الإعلامي والسبق الصحفي، لذا استعانت هذه المؤسسة بالتكنولوجيا الرقمية لتحسين جودة المضمون وتطويره وهذا ما يؤكد الجدول السابق رقم (23) ومن هنا نستنتج أن التكنولوجيا الرقمية اختصرت الكثير من الجهد الذي كان يبذل لإيصال الخبر للمشاهدين بجودة عالية.

جدول رقم (26): المجالات التي يظهر فيها تأثيرها التكنولوجية الرقمية على القناة.

النسبة %	التكرار	
11.53	6	التحرير وبناء الرسالة
07.54	4	اتخاذ القرارات اليومية
32.69	17	جودة المضمون
23.07	12	تحسين الأداء
25	13	التفاعل مع الجمهور
100	52	المجموع

تشير البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن نسبة 36.69 % من المستجوبون أجابوا بأن الجودة تعتبر أهم المجالات التي يظهر فيها تأثير التكنولوجيا الرقمية وهذا ما وصلنا إليه من خلال نتائج الجدول السابق رقم (25).

تأتي بعدها في المرتبة الثانية نسبة 25 % مجال التفاعل مع الجمهور يليها مجال تحسين الأداء بنسبة 23.07 % ثم التحرير وبناء الرسالة بنسبة 11.53 % . وفي الأخير اتخاذ القرارات اليومية بنسبة 7.54 % . ومن خلال هذه النتائج نستخلص أن التكنولوجيا قد ساهمت في تحسين بنية العمل في القناة انطلاقاً من تحديدها لمسؤوليات أكثر. وهذا ما قضى على التداخل بين المهام والوظائف وما ينجم عنها من خلافات، وكذا التماطل، والتهاون في إنجاز المهام والواجبات.

جدول رقم (27): فيما إذا كان هناك فروق في تنظيم العمل بالمؤسسة بين الفترة السابقة والفترة الحالية التي تتوفر فيها التكنولوجيا الرقمية.

النسبة %	التكرار	
68.96	20	نعم
27.58	08	الى حد ما
03.44	01	لا
100	30	المجموع

يمثل الجدول رقم (27) الفروق التي احدثتها التكنولوجيا الرقمية مقارنة بالفترة السابقة ويتضح أن نسبة الذين أجابوا بـ "نعم" 68.96% هي أعلى نسبة، يليها الذين أجابوا بـ "إلى حد ما" نسبة 27.58% ثم بـ "لا" بنسبة 3.44% وكما أشرنا في الجدول رقم (19) الذي يوضح شكل تأثير التكنولوجيا الرقمية على المؤسسة حيث استنتجنا أن التكنولوجيا الرقمية حسنت كثيرا في محيط العمل وكان ذلك عن طريق توفير بيئة افضل مقارنة ببيئة العمل السابقة التي كانت تتميز بكثير من الملل والروتين.

النتائج العامة

بعد اجراءنا الدراسة الميدانية حول استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية، توصلنا للنتائج الآتية:

1. ان قناة الشروق الإعلامية تستخدم التكنولوجيا الرقمية في عملها الإعلامي بدرجة كبيرة، وهذا ما أكدته نسبة 73.33 % بواقع 22 تكرار، بينما ترى القلة القليلة والتي تمثل نسبة 26.66 % أن القناة تستخدم التكنولوجيا الرقمية إلى حد ما، ومن هنا نستنتج ان القنوات الجزائرية الخاصة تحاول جاهدة إدخال كل ما هو تقني وجديد على عملها من أجل تطويره ورفع كفاءته.

2. فيما يتعلق بأهم التكنولوجيات التي يستخدمها الصحفيون في عملهم، احتلت التجهيزات الرقمية في الاستديو المرتبة الأولى بنسبة 46.51 % وبواقع 20 تكرار يليها الأجهزة الرقمية المحمولة بنسبة 30.23 % وبواقع 13 تكرار وهذا إن دل على شيء إنما يدل على وعي الصحفيين بأهمية استخدام هذه التقنيات في اعمالهم لتقديم أفضل ما لديهم و إرضاء المشاهدين.

3. أما عن درجة تحكم الصحفيين في استخدام التكنولوجيا الرقمية، فقد احتلت الدرجة المتوسطة أكبر نسبة 60 %، بواقع 18 تكرار تليها في المرتبة الثانية الدرجة الجيدة بنسبة 36.66 % بواقع 11 تكرار ومن هنا نستنتج أن الصحفيين العاملين بالقناة لم يبلغوا بعد المستوى المطلوب في استخدامهم وتحكمهم في كل ما هو جديد وتقني.

4. أشارت النتائج أن مجال الحصول على المعلومات من أهم المجالات التي يستخدم فيها الصحفيون التكنولوجيا الرقمية وبعدها يأتي مجال الاتصال بالموظفين، وهذا ما يؤكد حرص المؤسسات الإعلامية على تقديم كل ما هو حصري للمشاهدين وجذبهم من خلال تجنيد كل إمكانياتها المادية والبشرية في سبيل الحصول على كفاءة عالية في العمل والمصادقية.

5. أشارت النتائج إلى أن عدد الذين لم يتلقوا دورات تكوينية أكثر من الذين تلقوا بنسبة 63.33 % وحتى الذين تلقوا التكوين كان مكتسبا في اطار العمل اليومي وهذا يدل على عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بتدريب وتكوين عاملها حتى يكونوا مؤهلين لاستخدام كل التقنيات الجديدة، وهذا ما جعلها لا تصل إلى المستوى الإعلامي العالمي.

6. أما فيما يخص مساهمة التكنولوجيا الرقمية في تحسين عمل الصحفيين فيتضح أن 80 % من الصحفيين يرون أنها ساهمت كثيراً في تحسين عملهم في حين أن نسبة 16.66 % أنها ساهمت قليلاً في تحسين عملهم ومن خلال هذه النتائج توصلنا إلى ان هذه القناة تحاول استغلال الجوانب الايجابية للتكنولوجيا الرقمية أكثر من سلبياتها وهذا ما يؤكد أن دافع تحسين العمل الإعلامي لمواكبة التطورات هو الهدف الأساسي الذي ترمي إليه المؤسسات الجزائرية من خلال إدخال التكنولوجيا الرقمية على أعمالها وهو ما أكدته نتائج الجدول رقم 12.

7. أشارات البيانات حول تقييم الصحفيين لاستخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة أن عبارة "جيد" و "متوسط"، احتلتا نفس المرتبة بنفس النسبة 46.66 %. أما عبارة "ضعيف"، فقد جاءت في المرتبة الموالية بنسبة ضئيلة جداً تقدر بـ 6.66 %، وهذا يدل على أن استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمل أصبح اليوم هو السائد لما تحويه هذه الأخيرة من وسائل إعلامية تجمع كافة الوسائل الإعلامية، وكذا لما تبشره من مستقبل مفضلها تحررت وسائل الإعلام من التقليد والتقييد إلى التفاعلية والحيوية والمرونة، ومن هنا نستنتج أن استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية أصبح امراً بالغ الأهمية.

8. أما بالنسبة للفروق التي أحدثتها التكنولوجيا الرقمية على العمل الإعلامي مقارنة بالفترة السابقة فإن 68.96 % من المبحوثين يرون أنها أحدثت فروق ونسبة 27.58 % يرون أنها أحدثت فروق إلى حد ما فقط ومن هنا نستنتج أن استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية ساهم في ترقية العمل الإعلامي لكن لم يصل بعد إلى المستوى الاحترافي العالمي، فحتى وإن كانت التكنولوجيا الرقمية تمثل نقطة الحسم وتعتبر مقياساً للتطور والرقى الإعلامي إلا أن هناك أسباب أخرى قد تساهم في التطور الرقي بالمستوى الإعلامي عامة يجب مراعاتها.

* الاقتراحات والتوصيات

1. الاهتمام أكثر بالعلاقة بين استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية والعمل على تكوين الإعلاميين ومقدمي البرامج على استخدامها للوصول الى مفهوم التكنولوجيا الرقمية في الوسط الإعلامي.
2. تبادل الخبرات، والتجارب والمنافسة في مجال الاهتمام بالتكنولوجيا الرقمية بين المؤسسات الإعلامية لتحقيق التفوق والاستمرارية.
3. توفير كل السبل والإمكانيات المادية والمعنوية والبشرية لتسخير أهم تقنيات وتجهيزات التكنولوجيا الرقمية في مجال الإعلام الذي أصبح له دور كبير في المجتمع.
4. تعميم استخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية على كل فروع وأقسام قناة الشروق TV.
5. تكثيف من الدورات التدريبية لكل صحفيي القناة من أجل مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال.
6. تحفيز الصحفيين والعاملين بالقناة على الاستخدام الأمثل لأجهزة البث والإرسال الحديثة من أجل المشاركة الايجابية في تحقيق أهداف ومصالح القناة.
7. استحداث برامج تفاعلية جديدة تخدم المجتمع من خلال توظيف التقنيات والأساليب الرقمية في العمل الإعلامي.
8. استحداث جوائز تحفيزية من أجل إبراز روح الإبداع وخلق المنافسة الايجابية بين الصحفيين لتطوير القناة أكثر فأكثر لتحقيق أكبر عدد من المشاهدة والانتشار.

خاتمة

تعتبر التكنولوجيا الرقمية من الوسائل التقنية التي ظهرت وانتشرت مشكلة ملامح العصر وأصبح ظهورها طاعياً ولها إسهامها الواضح في تطوير الكثير من مجالات الحياة، حيث أصبحت استخدامات وتطبيقات الواقع الافتراضي أو ما يطلق عليه الواقع الخيالي خاصة في المجال الإعلامي و هذا ما حاولنا التعرف عليه من خلال هذه الدراسة. فقد ارتبطت الصناعة الإعلامية اليوم بالتقدم السريع في تقنيات الاتصال والمعلومات وما تساهم به هذه التقنيات من تطوير في عمل المؤسسات الإعلامية، حيث ظلت هذه الأخيرة لسنوات تقوم بتوزيع الأخبار مقتصرة في ذلك الإعلام التقليدي ولكن بظهور التكنولوجيا الرقمية وتقنيات البرمجة سمحت هذه الأخيرة بتطوير وتوسيع المجال الإعلامي من خلال التقنيات التي وفرتها هذه التكنولوجيا من كاميرات رقمية واستوديوهات افتراضية، وحدات مونتاج رقمية...، هذا ما أطلق عليه الإعلام الرقمي أو التفاعلي فالיום أصبحت قوة أي دولة ومستقبلها مرتبط بمدى انتشار التكنولوجيا الرقمية داخل المجتمع ونوع الإشباع التي تحققها للأفراد والمجتمع وفي هذا الصدد نجد الدولة الجزائرية فقد فتحت مجال واسع لاستقبال واستخدام هذه التكنولوجيا الحديثة في العديد من المؤسسات الإعلامية ونذكر منها بالتحديد مؤسسة الشروق الجزائرية للنشر والإعلام التي تضمن مجموعة من القنوات والجرائد نذكر منها قناة الشروق TV وهذا ما تطرقنا إليه بالتحديد في هذه الدراسة فهذه القناة تمكنت من كسب الملايين من الجماهير في مدة قصيرة وذلك بفضل التقنيات المتطورة والحديثة التي تستخدمها القناة في تقديم المادة الإعلامية، فالقناة تحتوي على أستوديو رقمي مجهز بأنواع مختلفة من الأجهزة الرقمية، واستخدامها لبرمجيات حديثة في العمل الإعلامي لتقديم الافضل للمشاهد، لكن بالرغم من كل ما تملكه من تقنيات رقمية لا تزال بعيدة عن المستوى الإعلامي العالمي المطلوب.

قائمة المصادر والمراجع

* قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. إبراهيم عبد الله المسلمي، نشأة وسائل الإعلام وتطورها، درا الفكر العربي، القاهرة ط2، 2005.
2. أحمد شاكر عطا الله: إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2011.
3. أحمد عظيمي، منهجة كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم إعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2009،
4. إياد عمر أبو عرقهي، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني نظرة إعلامية - هندسية مهنية، دار البلدية، عمان 2012
5. جبار العبيدي، تقنيات التلفزيون الحديثة وشكل مضمون البرامج، مركز عيادي للدراسات والنشر، صنعاء، 1996،
6. جمال العيفة، مؤسسات الإعلام و الاتصال... الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
7. حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، مجلة النقد الأدبي، العدد 62، ربيع وصيف 2003.
8. حسن رضا النجار: تكنولوجيا الاتصال، المفهوم والتطور (أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة)، العالم الجديد، جامعة البحرين 7-9-2009 افريل 2009
9. حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 2002.
10. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 2005.
11. حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000
12. ربحي مصطفى عليان، محمد عبد السن، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار القضاء، للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1999.
13. سعد بن محارب المحارب الإعلام الجديد في السعودية، دراسة تحليلية في محتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، الكويت، أكتوبر 2011.
14. سليمان صالح: وسائل الإعلام و صناعة الصور الذهنية، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ، الكويت، 2005.
15. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، جار الكتب، القاهرة، ط2، 1995 .
16. سوزان القليبي: هبة الله السمرى، التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار النهضة العربية 1998.
17. صادق عباس مصطفى، الاعلام الجديد: المفهوم، الوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.

18. الطيب الجويلي، البث عن طريق الأقمار الاصطناعية والإعلام العربي، دار المسيرة، مؤسسة سعيدان، ط1، لبنان 1991.
19. عبد الحكيم أحمد الخزامي، تأليف جونتانان بجيل، جيرامي، أوليبار، التلفزيون، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2007.
20. عبد الله ابراهيم ياسين، التأثيرات التلفزيونية والسينمائية، دار البداية، عمان، الأردن، 2013
21. عبد الله محمد عبد الرحمن ومحمد علي البدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2002
22. عبد الملك ردمان الدناني: "الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت"، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2001
23. عبد المالك ردماني الدناني، تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة، المكتب الجامعي الحديث، 2005
24. عصام عبس علوان، التلفزيون في العصر الرقمي في مواجهة التغيير في العصر الرقمي في مواجهة التغيير، ورقة بحثية، العدد 52 لسنة 2009
25. علي محمد شمو، التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال الدولي والانترنت، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، الرياض، 1999
26. فضيل دليو وآخرون، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، جامعة قسنطينة، 1999.
27. فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010،
28. القاضي أنطوان ناشف: البث التلفزيوني الإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي الحقوقية، 2003، بيروت لبنان،
29. مجد هاشم الهاشمي: الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة. دار مناهج لنشر و توزيع. 2006، عمان الأردن،
30. مجد هاشم الهاشمي: صور الإعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الاصطناعية، ط2، دار مناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
31. مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصالات وتقنياته الحديثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
33. محمد الهادي محمد، نحو توظيف تكنولوجيا المعلومات لتطوير التعليم في مصر، أبحاث المؤتمر العالمي الثاني لتنظيم المعلومات وتكنولوجيا الحسابات، المكتبة الأكاديمية القاهرة، مصر 13 . 15 ديسمبر
34. شطاح محمد، الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، دار الكتاب للنشر، جامعة باجي مختار، الجزائر.
35. محمد بكرى أحمد الشيخ، تحديات استخدامات التقنية الرقمية في الإنتاج التلفزيوني (تلفزيون السودان نموذجاً).
- محمد حمدي: الإعلام والمعلومات، دراسة في التوثيق الإعلامي، مطابع الشرق الأوسط، الرياض، 1955

36. محمد شطاح نقلا عن معوض محمد، بركات عبد العزيز الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث القاهرة 1996.
37. محمد صاحب سلطان: إدارة المؤسسة الإعلامية، أنماط وأساليب القيادة، ط2، دار الكبيرة للتوزيع والنشر والطباعة، مصر، 2015 .
38. محمد صلاح سالم: العصر الرقمي وثورة المعلومات، دراسة في نظم المعلومات عينة للدراسات، والبحوث الإنسانية الاجتماعية، 2002 .
39. محمد لعقاب: المسلمون في حضارة الإعلام الجديدة، شركة دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع الجزائر، 1996.
40. محمد لعقاب: وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 1990.
41. محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع القاهرة، 1989.
42. محمود علم الدين، تكنولوجيا الاتصال في الوطن، عالم الفكر، مج3، ع1 - 2، الكويت، أكتوبر 1994
43. مصطفى حميد كاظم الطائي، التقنيات الإذاعية والتلفازية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، دار الوفاء ط1، الاسكندرية، 2007.
44. مي العبد الله سنو: الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2001.
45. نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ديسمبر 1997.

• ثانيا: المجلات والدوريات

1. سميرة شيخاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، عدد 1 + 2، 2010
2. محمد بكرى أحمد الشيخ: تحديات استخدامات التقنية الرقمية في الإنتاج التلفزيوني، تلفزيون السودان نموذجاً، مجلة جامعة بحري للآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز. المملكة العربية السعودية السنة 3، العدد السادس، ديسمبر 2014.

* ثالثاً: الرسائل والأطروحات

1. مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، دراسة حالة بمديرية الصيانة لسوناطراك، الأغواط DLM. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2004 - 2005.
- 2 أحمد عبدي، مستخدموا الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة 2002-2003.
3. خلفاوي شمس ضيات، المعالجة الصحفية لموضوع الخصوصية، جامعة عنابة، مذكرة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، 2005-2006 .

• رابعا: القواميس

• أ) باللغة العربية

1. قاموس عام: عربي - فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005
 2. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط2، المجلد السادس عشر،
 - 3.. جبران مسعود، الرائد معجم الفبائي في اللغة والإعلام، دار العلم للملايين، ط3، لبنان، تموز، يوليو 2005
 4. حميد بودشيش، الأسيل، دار راتب الجامعيين، بيروت، 1997.
- ب) باللغة الفرنسية:

1. Larousse (Pierre). Dictionnaire encyclopédique 2000, ed, Larousse, paris. 2000.

* خامسا: الوثائق

أ) المطبوعة:

1. مقابلة مع مدير البرمجة - عبد العزيز تويقر - بتاريخ 2016/03/22. بمقر المؤسسة بمجندة بالجزائر العاصمة، على الساعة 10:35

ب) الإلكترونية

1. www.echouroukonline.com,
2. www.jalasadz.com, 04/05/2016,
2. http://www.parlicmment. gov. Sy/ SD 08/ PdF.
3. http://www. Médialit.org/ reading = rom/ article 45 html. In march 2007 = Pdf 10/03/2016
4. www. ta3lima.com / Show Thread = PHP?T = 12964 , 07/03/2016
5. www.partiament = gov.Sy/s D08/ msF/ 1431595561 + pdf. 5/03/2016.
6. 10http://iasj-met/iasy3func:full text old=4804.pdf. 25/03206
7. http://iasj-met/iasy3func:full text old=4804.pdf. 25/03206
8. http://www.naus.educ.sa/ar/calleges and ginters/.../011.pdf. 09/04/2016.
9. http://www.egy.pt.artsacademy, Kenomo online, com / Post/ 102108.pdf. 08/03/2016
10. www,eyyptt.artsacademy, Kenance online .com/Posts/ 102 108.pdf. 10/03/2016
11. Coulomb Gully Marlène, Les informations télévisées, édit, Puf, Paris, 1995.
12. Coulomb Gully Marlène, Les informations télévisées, édit, Puf, Paris, 1995.
13. http://www.elahmad.com/tv/echoroukonline.php, 25/04/2016,
14. Thierry Breton, La desmenation de l'invisible le de de temp et de information, dodline jacob, paris, 1996
16. نور حميري، دور التقنيات الحديثة في تنمية الدول الصاعدة .http://dom.info/ib3/ikonbord.html.

24/03/2016,

قائمة الملاحق

الملحق رقم: 1. استمارة الاستبيان.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945. قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

قسم: علوم الإعلام والاتصال

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

استمارة بحث حول

استخدامات التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية

- دراسة ميدانية بقناة الشروق أنموذجا -

* تحت إشراف

د/ حموش عبد الرزاق

* إنجاز الطالبات:

- إيمان قناتلية

- وفاء سلامة

- أميرة أوهيب

ملاحظة: المعلومات التي ستدلي بها في هذا الاستبيان لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي. لذا نرجوا منكم التعاون وتحري الصدق والموضوعية في الإجابات. شكرا.

السنة الجامعية: 2016/2015

* المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: 30-18 45-31 60-46 أكثر من 60
3. سنوات الخبرة: أقل من سنة 5-1 10-6
- 20-11 أكثر من 20
4. المؤهلات العلمية: تقني تقني سامي مهندس
- ليسانس ماستر ماجستير

أخرى تذكر:.....

5. التخصص: علمي تقني أدبي
- أخرى:.....

6. سبب اختيارك للعمل في قناة الشروق؟

- الامكانيات المادية الشهرة الخبرة والصدى الإعلامي

أخرى تذكر:.....

* المحور الثاني: دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير أداء الإعلاميين:

7. هل تستخدم التكنولوجيا الرقمية في مجال عمالك؟

- نعم لا إلى حد ما

8. ما هي البرمجيات التكنولوجية المستخدمة في عملك؟

- برمجيات أجهزة رقمية محمولة تجهيزات رقمية في الاستديو

أخرى تذكر:.....

9. درجة تحكّمك في استخدام التكنولوجيا الرقمية.

جيدة متوسط ضعيفة

10. ما هي مجالات استخدامك لهذه التكنولوجيا الرقمية.

الاتصال بالموظفين الحصول على المعلومات
 عملية التسيير

أخرى تذكر:

11. هل سبق وأن تلقيت تكوين قصد التمكن من الاستعمال الأمثل لهذه التكنولوجيا.

نعم لا

12. هل هذا التكوين كان:

منظماً من قبل المؤسسة التي تعمل بها شخصياً
 مكتسب في اطار العمل اليومي

13. ما هي المدة التي تراها كافية لتكوين مفيد في هذا المجال.

14. حسب رأيك هل ساهمت التكنولوجيا الرقمية في تحسين عملك؟

كثيراً قليلاً لم تحسن

15. حسب تصورك ما هي الفائدة المرجوة من استخدام التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الاعلامية؟

زيادة الدقة
 الرفع من كفاءة العمل
 سهولة الوصول الى المشاهد

أخرى:

16. ما هو تقييمك لإستخدام التكنولوجيا الرقمية في هذه المؤسسة ؟

ضروري جداً غير ضروري

17. هل ترى أن استخدام التكنولوجيا الرقمية في هذه المؤسسة:

ضروري جداً غير ضروري

18. هل هناك تحسين للتكنولوجيات الرقمية المستخدمة في المؤسسة.

نعم لا إلى حد ما

19. هل اثرت دخول التكنولوجيا إلى المؤسسة بشكل:

ايجابي سلبي

20. هل تلتزم المؤسسة بتعميم استخدام التكنولوجيا الرقمية على اقسامها وفي جميع أعمالها؟

نعم لا إلى حد ما

21. هل ساهم استخدام المؤسسة للتكنولوجيا الرقمية في توفير المعلومات وتحيينها ؟

نعم لا

22. هل ترى أن دخول التكنولوجيا الرقمية للمؤسسة حفز الصحفيين على المشاركة الايجابية من خلالها ؟

نعم لا إلى حد ما

23. ما هي الحاجات التي تحققها المؤسسة من خلال استخدامها للتكنولوجيا الرقمية؟

الحصول على الاخبار الضرورية منافسة المؤسسة أو القنوات الأخرى

اكتساب خبرات جديدة في مجال الإعلام

أخرى تذكرها:.....

24. كيف ترى مستوى انتاج البرامج من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية

جيد متوسط ضعيف

25. هل اثر استخدام التكنولوجيا الرقمية على جودة المضمون المستقبل من طرف المشاهدين؟

نعم لا

26. ما هي المجالات التي تظهر فيها تأثير التكنولوجيا الرقمية على القناة؟

التحرير وبناء الرسالة اتخاذ القرارات اليومية

جودة المضمون تحسين الأداء

التفاعل مع الجمهور

أخرى تذكر:

27. هل تجد فرقاً في تنظيم العمل بالمؤسسة بين الفترة السابقة والفترة الحالية التي تتوفر فيها التكنولوجيا

الرقمية؟

نعم لا

28. ما هي التكنولوجيات الرقمية التي تتمنى توافرها في المؤسسة لتطوير أدائها؟

.....
.....

الملحق رقم: 2.

مقابلة مع الأستاذ مرزقي حسام الدين. أستاذ الإعلام والاتصال بقالة. يوم: 2016/05/11

س1: اعتبارك أستاذ متخصص في مجال التكنولوجيا الحديثة ولكم دراية بأهم التطورات الحاصلة، فما هي المميزات التي اضافتها التكنولوجيا الرقمية في المجال الإعلامي ؟

ج1. التكنولوجيا الرقمية أضافت العديد من الإمكانيات للعمل الإعلامي، عبر فترات زمنية مختلفة من جهة وعلى مختلف مجالات العمل الإعلامي من جهة. الرقمنة سمحت أولاً بالانتقال من البث التماثلي للبث الرقمي ودخول ثورة البث عبر الأقمار الاصطناعية، وبالتالي تم تجاوز "محدوديات" الجغرافيا التي فرضها البث التماثلي سابقاً والذي كان يعتمد كلياً على المحطات الأرضية، فتحت التكنولوجيا الرقمية للعمل الإعلامي الكثير من الآفاق عبر شبكة الانترنت أولاً، ثم الويب ثانياً، حيث أتاحت الانترنت و لازالت إمكانية تبادل البيانات بين مكاتب المؤسسات الإعلامية ومقراتها الرئيسية، وهو ما ساهم في "نهضة القنوات الإخبارية"، التي تفرثاً حياً على مدار الساعة.

* الاستوديوهات الافتراضية (سواء الافتراضية بشكل كامل أو الهجينة).

* دورات عمل (Workflow) متكاملة وأكثر من أي وقت مضى بين جميع مكونات العملية الإعلامية (المراسلون المواطنون، الصحفيون، المحررون، المدققون، المصممون، مسؤولو الحسابات الاجتماعية والتواصل، ورؤساء التحرير، وكل من له علاقة بدورة إنتاج المحتوى الإعلامي).

* تصغير وتقليل المعدات اللازمة لعملية البث سواء داخل الاستوديو أو خارجه، حيث يمكن الآن على سبيل المثال لا الحصر، توفير تغطية مباشرة من موقع الحدث بواسطة حقيبة لا أكثر، دون الحاجة لشاحنات البث التقليدية.

* توفير طرق كثيرة لاستضافة الشخصيات الصانعة/ المؤثرة أو المحللة للأحداث عبر الأقمار الاصطناعية المكالمات عبر الويب أو فقط مجرد جمع التحديثات الاجتماعية على المنصات الاجتماعية.

* توفير برامج حاسوبية للقيام بالعمليات الروتينية كالمونتاج وإضافة المؤثرات الخاصة والجغرافيكس .

* تختبر الآن بعض كبريات المؤسسات الإعلامية طرقاً جديدة لصناعة المحتوى عن طريق تكليف برمجيات حاسوبية (Bots) بكتابة الأخبار الروتينية قصد توفير الوقت وإسناد المهام التحريرية الأكثر تطلباً للإبداع للعنصر البشري.

* هناك العديد من التجاري هنا وهناك حول كيفية إدماج التكنولوجيا الرقمية بشكل أكبر في العمل الإعلامي توظيف الطائرات دون طيار في التصوير الصحفي، الاعتماد على تقنيات الواقع الافتراضي والواقع المعزز لتعزيز تجربة تلقي المحتوى لدى الجمهور، الاعتماد على البيانات لإيجاد القصص الخيرية الملائمة ... المجال الإعلامي يعرف تغير لا يبدو أنه سيهدأ في الأجل المنظور.

س 2: ما هي أهم التقنيات التي ساهمت في تطوير وتحسين الأداء الإعلامي في المؤسسة الإعلامية ؟
ج 2. أهم التقنيات التي ساهمت في تحسين الأداء الإعلامي هي باختصار: البرامج الحاسوبية بمختلف أنواعها إضافة إلى شبكة الانترنت والأقمار الاصطناعية.

س 3: ما الفرق بين تقنية الـ (SD) و تقنية الـ (HD) حسب رأيكم ؟
ج 3. تقنية (SD) (Standard Definition) هي الجودة القياسية للبث التلفزيوني، بحيث يعبر عنها عموماً بقيمة 576 x 720 بيكسل، وهي نفس الجودة التي نجدتها في مقاطع الفيديو (DVD) بينما (High Definition) (HD) هي الجودة العالية للبث التلفزيوني، وهي نوعان: P 720 وهي 1280 x 720 وتسمى (HD Ready) و P 1080 وهي 1920 x 1080 وتسمى أيضاً Full HD وكلاهما يستخدم في البث التلفزيوني وفي مقاطع الفيديو HD، لكن P 1080 هو الأفضل دقة والأكثر شيوعاً أيضاً (Ultra High Definition) ويعني الدقة الفائقة وأنه العديد من الصيغ 2 K ، 4K ، 8K ، وهي المعايير التي ستنتشر في السنوات القليلة القادمة لتحل مع الوقت محل HD.

س 4: هل أنتم من متبعي الشروق TV ؟
ج 4. صراحة، لا أتابع القناة إلا بشكل نادر، لكن لدي فكرة لا بأس بها عنها.
س 5: إذا كنتم من متبعي القناة، هل هناك إختلاف بين بثها بتقنية الـ (SD) وبثها بتقنية الـ (HD)؟
ج 5: طبعاً هناك إختلاف، لكنه ليس بالاختلاف الكبير لأن بعض البرامج التي تقدمها القناة ليست HD، الانتقال للبث HD يتطلب الاعتماد بشكل كلي على البرامج والمحتويات HD (نسبياً فقط، إذا أخذنا بعين الاعتبار المواد الأرشيفية القديمة)، إضافة إلى أن تقنية HD تتطلب تحكماً دقيقاً في معايير ضغط الفيديو (Video compression) ليظهر بأفضل دقة ممكنة من الناحية التقنية.

س 6: هل ساهمت الصورة الرقمية اليوم في رفع نسب المشاهدة للقنوات الإعلامية خاصة الجزائرية منها ؟
ج 6: لا يمكن إصدار حكم بالإيجاب والسلب على هكذا سؤال دون إجراء سير آراء وفق ضوابط علمية دقيقة وعلى عينة ممثلة للمجتمع الجزائري، ولكن كراي شخصي أعتقد أن جودة البث لديها دور معين في جذب الجمهور، رغم أن المحتوى وطريق تقديمه تبقى هي الأهم. الموضوع ليس بهذه البساطة خاصة مع حداثة تجربة السمع البصري وانتفاخ المشاهد الجزائري لعقود على كل ما يأتي من المغرب والشرق.

س 7: كيف ساهمت التكنولوجيا الرقمية في توفير الأخبار الآنية والحصرية .
ج 7: كما قلت في الإجابة عن السؤال الأول: سهولة وتداول كلفة البث وتبادل البيانات، تصغير معدات التصوير والبث، وثورة الانترنت وبعدها الإعلام الاجتماعي عموماً.

س 8 : كيق تتم معالجة البيانات والصور في الاستديوهات الرقمية والافتراضية ؟

ج 8: السؤال يحمل العديد من التأويلات، افترض أن السؤال يتعلق بكيفية الصور لخلق استديو افتراضي حيث يتم تصميم ديكور الاستديو بواسطة أحد برامج التصميم الثنائي الأبعاد أو الثلاثي الأبعاد، ثم يتم دمج التصميم النهائي للأستوديو ضمن الفيديو المصور سواء بشكل مباشر أو مسجل، وذلك بالاعتماد على أحد برامج المونتاج التي توفر تلك الخاصية، ولكن يجب الأخذ بالاعتبار عدة احتياطات تتعلق خاصة بتوفير الإضاءة المناسبة لتجنب الألوان الباهتة وتأثير الظلال المسلطة على الأستوديو.

س 9: لماذا سمي الأستوديو بالاستوديو الافتراضي ؟

ج 9: سمي بالاستديو الافتراضي لأنه مبني انطلاقاً من مواد افتراضية (غرافيكس عموماً)، بالاعتماد على تقنية الكروما (Chroma) التي تسمح بتحويل الخلفيات (الخضراء والزرقاء بدرجة معينة) إلى عناصر ديكور معدة حاسوبياً بشكل رقمي.

س 10: ما أهم تطبيقات الميلتيميديا التي تستخدمها المؤسسة الإعلامية، خاصة قناة الشروق TV في عملها الاعلامي.

ج 10. صراحة، لم اطلع على التقنيات التي تعتمد عليها مؤسسة الشروق، ولكن يمكنني أن أقول انطلاقاً من حكمي على ما تقدمه، أنها تعتمد الأستوديو الافتراضي في بعض برامجها، توظف الغرافيكس في كل برامجها سواء لخلق هويات بصرية مخصصة لكل برنامج أو لتقديم شروحات بصرية تخدم النمط الخاص بكل برامج.

س 11: حسب رأيكم ما هي التجهيزات الرقمية والبرمجيات التي تستخدمها المؤسسة الإعلامية لتحسين آدائها ؟

ج 11. أهم التجهيزات والبرمجيات المستخدمة هي الكاميرات النصف احترافية عادة الخاصة بالاستديوهات لتقليل كلفة تشغيل القناة، أجهزة الكمبيوتر الموجهة لعمليات المونتاج الغرافيكس، غرف التحرير المجهزة بالكمبيوترات المتصلة بالشبكة لتسهيل عملية التحرير، وكذا استقبال المواد المرسله للقناة، والتجهيزات الخاصة بالربط مع محطة البث.

س 12: في الآخير، نرجوا أن تزودونا بمحوصلة حول آثار التكنولوجيا الرقمية في المؤسسة الإعلامية ؟

ج 12. بالنسبة لتأثيرات التكنولوجيا الرقمية على المؤسسة الإعلامية، اعتقد أني فصلت فيها الإجابة عن السؤال الأول أتمنى فقط إن كان هناك سؤال أكثر تحديداً يمكنني الإجابة عليه.



الملحق رقم 3.

مقابلة مع مدير البرمجة بقناة الشروق TV

السيد عبد العزيز تويقر.

* التاريخ: 2016/03/22

* أجرى المقابلة:

- قتاتلية إيمان.

- أوهيب أميرة.

- سلامة وفاء.

س1: ما أبرز الاختلافات بين مضامين القنوات الخاصة والقنوات العمومية، وأين يظهر ذلك الاختلاف؟
ج: هناك تصور عام مشترك أن كل القنوات الخاصة والعمومية تقدم خدمة عمومية وقانون الإعلام لا يفصل بين القنوات سواء الخاصة أو العمومية، بل يحدد خطوط عريضة للمادة الإعلامية الموجهة للجمهور ويظهر الاختلاف في نوعية البرامج وطريقة معالجة الخبر وأهداف كل قناة. فالعامة موجهة لجمهور ساكن بالوطن أما الخاصة موجهة لفئة معينة سواء إخبارية أو غيرها.

س2: ما هي البرامج الخاصة التي تميز قناة الشروق TV عن منافسيها من القنوات الخاصة؟
ج: قام معهد "إيمار" بسبر آراء وجدد حصص لها نسبة مشاهدة كبيرة خاصة الحصص الاجتماعية مثال: هذه حياتي وافعلوا الخير... كل برامج الشروق TV موجهة للجمهور فهناك برامج ثقافية وصحية، ألعاب وحصص ترفيهية كالمنشأ وتوصلت على نسبة مشاهدة كبيرة مثل - خط أحمر -

س3: هل تحسون برضى الجمهور عن وجود المضامين التي تقدمها القناة؟
ج: لا يمكن أن نحس برضى الجمهور لكن هناك مناقشة شديدة ما يجعل الطاقم الإداري المتخصص في البرمجة والإنتاج يسعى لتقديم حصص أحسن وبأعلى جودة.

س4: ما مدى استخدام قناة الشروق TV للوسائط المتعددة (الميليميديا)؟
ج: نعم، هناك استخدام للوسائط المتعددة ولا يمكن الاستغناء عليها، لدينا مصلحة للوسائط المتعددة تتعامل مع التويتر، والفيس بوك، والشروق أون لاين، وهي أمر عادي.

س5: ما هي أهم تقنيات البرمجة التي تستخدمها القناة لاستقطاب الجماهير؟
ج: نعتمد في البرمجة في الغالب على فترات الذروة التي تكون بين توقيت معين، هناك مجموعة لعمليات سير الآراء مع وجود أمور داخلية.

س6: هل هناك تقنيات تعتمدون عليها في دراسة ميول الجمهور لنوعية البرامج التي يفضلها؟

ج: اهمم تقنية هي تقنية سبر الآراء التي قام بها معهد "إيمار"، وتحصلت الشروق على أعلى نسبة مشاهدة حيث تقوم هذه المؤسسة بدراسة ميول الجماهير ودراسات أخرى لتوزيع البرامج كبرامج الأطفال لا تبث على الساعة 11 ليلاً هذا غير منطقي كذلك الجمهور له دور في تحديد البرامج.

س7: ما هي أبرز التجهيزات الرقمية والبرمجيات التي تستخدمها القناة في العمل اليومي؟

ج: تقنية HD وميكروفونات ووسائل بث متطورة، الاستديو الافتراضي وآخر حقيقي مجهزا بالإضاءة والديكور، كاميرا HD والاستديو الافتراضي يسمح ببرمجة العديد من البرامج.

س8: هل تستخدم القناة تطبيقات معينة (خاصة ببرامجها)، يمكن تنزيلها على الهواتف الذكية؟

ج: نعم هناك تطبيقات يتم تنزيلها على الهواتف الذكية.

س9: هل ساهمت التكنولوجيا الرقمية في إضافة أساليب اقناعية للمضامين التي تقدمها؟

ج: نعم ساهمت التكنولوجيا الرقمية في تطوير الكثير من القنوات، فإذا لم يستطع المشاهد متابعة حصة أو برامج ما يمكن له مشاهدته من خلال الفاييس بوك أو موقع القناة مع العلم أن أغلبية الجزائريين يملكون هواتف ذكية.

س10: ما هي أهم المشكلات الفنية والتقنية التي قد تتعرض لها القناة؟

ج: مشاكل البث، حيث في آخر مرة تعرضت القناة لانقطاع دام ساعتين لكن تم بعدها رجوع البث.

س11: ما هي الحلول البديلة التي تصفونها لحل هذه المشاكل؟

ج: توجد هناك حلول بديلة لكن المؤسسة سواء إذاعة أو التلفزيون أن تقوم بجعل البث من الجزائر للحد من التشويش حتى لا يعود البث من الأردن بالإضافة إلى ذلك وجود فريق تقني يعمل على معالجة هذه المشكلات آلياً.

س12: هل تمتلك القناة إطارات تقنية مؤهلة لاستخدام التكنولوجيا الرقمية؟

ج: طبعاً لدينا إطارات تقنية لأن مؤسسة الشروق تي في، كل معاملاتها رقمية لأن البث من الأردن فكل إرسال وتعامل يكون من قنوات تستخدم تقنية HD.

س13: هل تبرمج القناة دورات تدريبية للإعلاميين خاصة بالجانب التقني؟

ج: نعم، هناك دورات تدريبية داخل الوطن وخارجه.

- س 14: ما هي فوائد استخدام تقنيات HD في التصوير والتركيب والمزج وفي تحسين جودة المضامين ؟
- ج: صورة SD تبقى بعيدة عن جودة HD فهي تعطي صورة واضحة وحيدة وعالية الوضوح لجذب الجمهور.
- س 15: هل ترى أن للتكنولوجيات الرقمية الدور الأهم في هذه الجودة، أم أن هناك عوامل أخرى ؟ .
- ج: أكيد التكنولوجيا الرقمية هي الأهم حيث أثارت زخم كبير لوسائل الإعلام ؟
- س 16: كلمة أخيرة تقولها عن استخدام التكنولوجيا الرقمية في قنواتكم ؟
- ج: ... تعد التكنولوجيا الرقمية ضرورة من ضروريات العصر الرقمي، فقد كان الظهور لها في الوطن العربي منذ 4 أو 5 سنوات وتبقى الجزائر متأخرة جدا عن هذا التطور الحاصل.

شكرا لكم على حسن تعاونكم

الملحق رقم 4.

مقر قناة الشروق TV - حيدرة ولاية الجزائر -



الملحق رقم 5.
لوغو قناة الشروق TV



الملحق رقم 6.
أحد استوديوهات القناة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 - قالة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

فرع علوم الإعلام والاتصال



تقرير تربص خلال

الفترة الممتدة من: 2016/03/10 إلى 2016/04/10

دور المكلف بالاتصال بالمؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع ولاية قالة.

مؤطرة التربص:

ريجة مضاوي

إعداد الطلبة:

- إيمان قتاتلية

السنة الجامعية: 2015/2016

الشكر والعرفان

لابد لنا ونحن خطوتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود بها إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير بأذلين جهوداً كبيرة في بناء جيل الغد، لتبعث الأمة من جديد وقبل أن نمضي نتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة إلى جميع أستاذة قسم علوم الإعلام والاتصال.

شكراً خاصاً للأستاذة المؤطرة بمؤسسة "سونلغاز" الأنسة ريمّة مضاي، على مجهوداتها وتفاعلها الايجابي معنا.

وأخص بالتقدير والشكر الأستاذ المؤطر هموش عبد الرزاق، الذي ساعدنا على إتمام هذا البحث وقدم لنا العون ومد لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر إلى السيد "جمال" الذي كتب ولنا وطبع لنا هذه المذكرة.

إلى كل من ساعدونا وكانوا عوناً لنا في بحثنا هذا، ونورا يضيء الظلمة، إلى التي كانت تقف أمامنا.

إيمان

الفهرس

الصفحة	العنوان
	الأشكال والرموز
	مقدمة
	الجانب النظري للتقرير
7	المبحث الأول: مؤسسة سونلغاز، المفهوم والأهداف
7	1. مفهومها
7	2. أهدافها
9 – 8	المبحث الثاني: مديرية سونلغاز فرع ولاية قالمة
8	1. المفهوم والنشأة
9	2. الهيكل التنظيمي للمؤسسة
	الجانب التطبيقي للتقرير
11	• مصطلحات لها علاقة بالموضوع
12	1. ظروف الحصول على التربص
12	2. الإجراءات الإدارية
12	3. دوافع اختيار المؤسسة
13	4. الفائدة المحققة من التربص
14	5. صعوبات التربص وتقييمه
15	الخاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

• قائمة الأشكال والرموز

الصفحة	العنوان	الشكل
20	الهيكل التنظيمي للمؤسسة	01
21	فروع ومساهمات الشركة القابضة لسونلغاز	02

• الرموز

EGA: كهرباء وغاز الجزائر.

EPIC : مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري

GRTE : نقل الكهرباء

GRTG: نقل الغاز

SPE: إنتاج الكهرباء

SDE: شركة توزيع الكهرباء شرق.

SDA: مديرية توزيع الكهرباء الجزائر.

مقدمة

استفادت المؤسسات الاقتصادية كثيراً من الميزات التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ميدان التسيير والتنظيم، ومن بين هذه المؤسسات شركة "سونلغاز" حيث أحدثت هذه التكنولوجيا تغييرات جذرية عميقة في الممارسات الاتصالية لهذه المؤسسة وبالتالي نشاط وأداء هذه المؤسسة.

تعد مديرية "سونلغاز" فرع ولاية قالمة من ابرز المؤسسات التي تحاول إبداء الاهتمام بهذه التكنولوجيا من خلال إدخال التقنيات التي أتاحتها هذه الأخيرة على جميع أقسامها خاصة قسم أو خلية الاتصال وذلك لخدمة أكبر عدد من زبائننا والإطلاع على انشغالاتهم اليومية والرد على كل ما يصدر عن هذه المؤسسة من إشاعات وتحسين صورتها لدى زبائننا، الأمر الذي دفعنا إلى إجراء تريبص تطبيقي ميداني في مديرية "سونلغاز" فرع ولاية قالمة، خلال الفترة الممتدة ما بين: 2016/03/10 إلى 2016/04/10. وذلك للوقوف والتعرف على طبيعة سير العمل بهذه المؤسسة ومدى استخدامها للتطبيقات التكنولوجية الحديثة خاصة خلية الإعلام والاتصال التي تعد جوهرية في أي مؤسسة للتواصل مع زبائننا، إضافة إلى التعرف على مهام ودور المكلف بالاتصال بهذه المؤسسة الحساسة، من اجل اكتساب الخبرات و المعلومات المطبقة التي تفيدنا في حياتنا العملية مستقبلاً، ونحن على أبواب التخرج من الجامعة بكل هذا الزاد النظري.

وقد اشرف على التريبص الذي قمنا به الآنسة "ريمة مضاوي" مكلفة بالاتصال في هذه المؤسسة التي حاولت جاهدةً إطلاعنا بكافة المعلومات المتاحة حول دورها ومهامها كمسئولة مكلفة بالاتصال بهذه الشركة، من ناحية المهام التي تقوم بها برغم الارتباطات والانشغالات التي تقوم بها داخل المؤسسة، وهذا ما حفزنا ودفعنا إلى صياغة مجموعة من الأسئلة محاولين الإجابة عنها:

1) ما هي المهام والأدوار الرئيسية التي يقوم بها المكلف بالاتصال في مؤسسة "سونلغاز" ؟ وهل لوجوده الأثر الإيجابي في خدمة أهداف المؤسسة ؟

2) هل هناك إتصال وتواصل داخلي في هذه المؤسسة ؟ وهل للمكلف بالإعلام دور فعال في ذلك ؟

3) ما مدى الرضا الوظيفي بين مستخدمي هذه المؤسسة ؟

المجانِب النظرِي للترْبص

المبحث الأول: مؤسسة "سونلغاز" المفهوم والأهداف

1) مفهومها

2) أهدافها وأهم خدماتها.

المبحث الثاني: مديرية "سونلغاز"، فرع ولاية قلمة.

1) النشأة والتعريف.

2) الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة.

المبحث الأول: مؤسسة "سونلغاز" المفهوم والأهداف

1) المفهوم: هي شركة عمومية جزائرية مجال نشاطها إنتاج ونقل الطاقة وتوزيعها. قانونها الأساسي الجديد يسمح لها بالتدخل في قطاعات أخرى من قطاعات الأنشطة ذات الأهمية بالنسبة للمؤسسة ولاسيما في ميدان تسويق الكهرباء والغاز نحو الخارج.

أنشأت المؤسسة العمومية "كهرباء وغاز الجزائر" المعروفة اختصارا بالحروف الرامزة (EGA) سنة 1947 وتضم المؤسسات السابقة للإنتاج والتوزيع وهي مقيمة على أربع فروع هي:

(ش.ت.ج / س.د.ك) شركة توزيع جنوب؛

(ش.ت.و / س.د.ا) شركة توزيع وسط؛

(ش.ت.ع / س.د.و) شركة توزيع غرب؛

(ش.ت.ش / س.د.ع) شركة توزيع شرق.

تطمح شركة "سونلغاز"، أن تكون مؤسسة رائدة وتنافسية تنافسية من أجل مواجهة التحديات الموجودة بالسوق والتي ما فتئت تلوح بوادرها في الأفق، وأن تكون في الأمد المنظور من بين أفضل المتعاملين الخمسة التابعين للقطاع في حوض البحر الأبيض المتوسط على مبدأ - إن لن تخطط للنجاح فأنت تخطط للفشل - كما تعمل على الانتشار في مجال تخصصها، حيث تعمل كشركة مساهمة في مشروع محطة توليد الكهرباء بالطاقة الشمسية والغاز لحاسي الرمل¹.

2) أهدافها وأهم خدماتها:

- ضمان نوعية واستمرارية الخدمة؛
- استغلال وصيانة توزيع الكهرباء والغاز؛
- تطوير شبكات الكهرباء والغاز التي تمكن من تزويد زبائن جدد؛
- ضمان أمن وفعالية هذه الشبكات؛
- ضمان التوازن بين الطلب والعرض في مجال الطاقة؛
- تسويق الكهرباء والغاز².

1) <https://ar.wikipedia.org/wiki/سونلغاز>, 13/05/2016, 20^h: 51

2) رجة مضاوي، مكلفة بالاتصال بمؤسسة سونلغاز، فرع قالة. تصريح يوم 2016/03/10، الساعة: 13:35.

المبحث الثاني: مديرية سونلغاز فرع ولاية قالمة

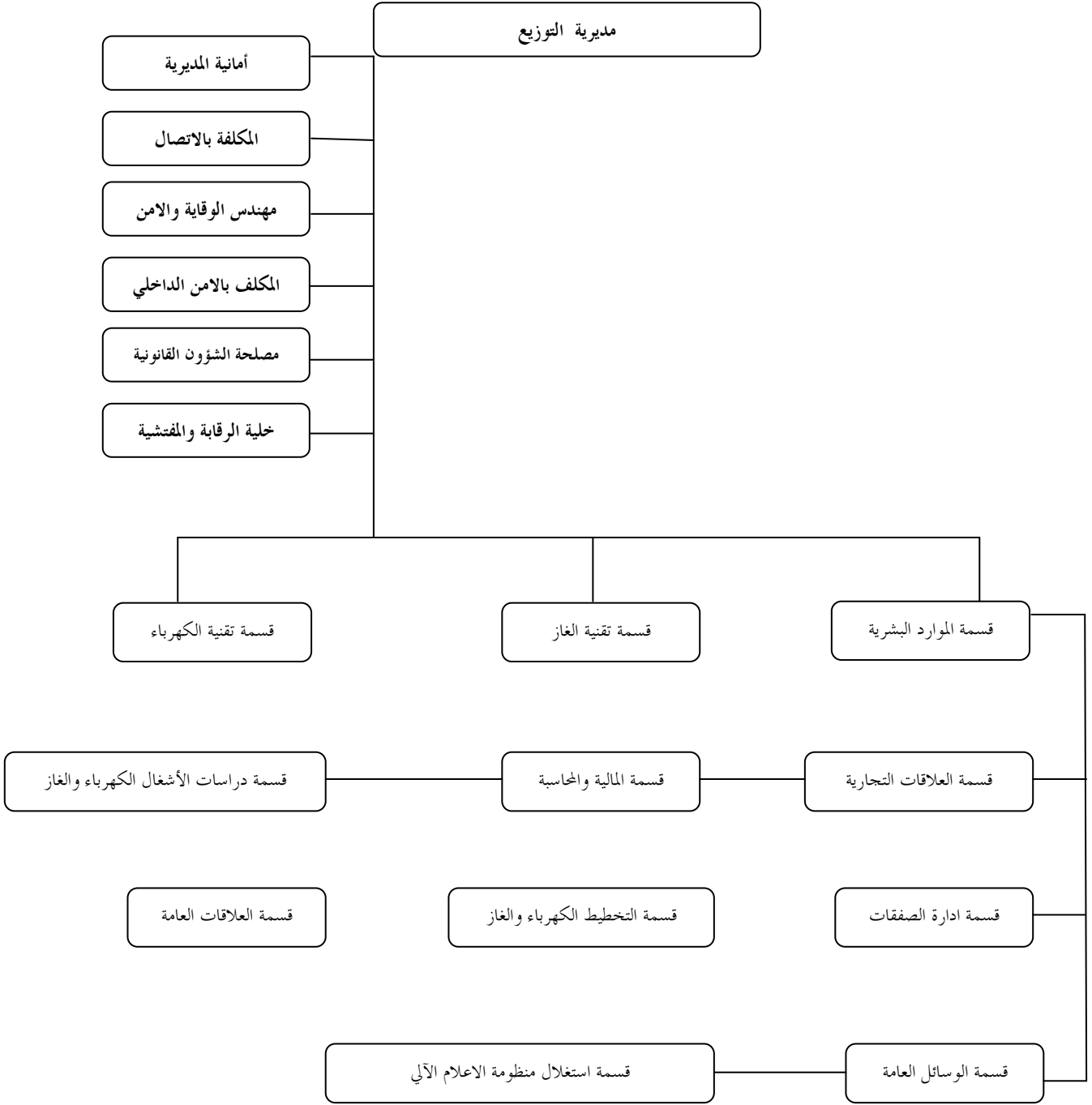
1. التعريف والنشأة: شركة سونلغاز ، للشرق (فرع ولاية قالمة)، SDE هي مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي لديها منشآت كهربائية وغازية تفعي باحتياجات البلاد، كان الظهور الأول لها سنة 2004، حيث تهدف هذه المؤسسة لتوزيع الكهرباء والغاز ونقله وتسويقه بالإضافة على المساهمة في التنمية الاقتصادية الاجتماعية على المستوى الوطني وتمتع بالاستقلالية.

مركزها ولاية قسنطينة وتضم 16 ولاية مكونة من 19 مديرية موزعة على المستوى الشرق الجزائري من بينها ولاية قالمة. التي تابعة لمنطقة التوزيع عنابة، حيث تعتبر المديرية الفرعية لولاية قالمة، من الفروع الهامة في البلاد، حيث تقوم على استراتيجية اتصالية من أجل تحقيق أهدافها في إدارة المؤسسة، ولها العديد من الأقسام للأشغال متخصصة في:

- انارة وايصال الكهرباء؛
 - تركيب منشآت كهربائية
 - انجاز الشبكات
 - نقل الغاز والهندسة المدنية.
- وهي شركة قابضة مهمتها انتاج الكهرباء، نقل الغاز ونقل الكهرباء¹.

1) عصام بن ناصر، مهندس الأمن والوقاية والبيئة بمؤسسة سونلغاز، بتاريخ: 2016/03/11. على الساعة 9^{هـ}: 30.

• الهيكل التنظيمي لمديرية سونلغاز فرع ولاية قالمة¹.



1) شعبان، مسؤول قسم الموارد البشرية. مؤسسة سونلغاز. 20016/03/11. الساعة: 10 س: 40

الجانب التطبيقي للتربص

* مصطلحات لها علاقة بالموضوع

- اتصال خارجي
- قراءة الفتورة
- مكلف بالاتصال
- اتصال داخلي
- نقل الغاز والكهرباء
- حق الرد
- توزيع والتسويق
- البريد
- مهندس الأمن ونظافة البيئة
- وكالة التجارية
- سرقة كوابل كهربائية
- مقالات الصحفية وحملات تحسيسية عبر الإذاعة
- مناسبات ونشاطات
- ندوات الصحفية SDE
- مجلة المؤسسة

ظروف الحصول على التبرص: أول ما قمت به هو اختياري لمؤسسة "سونلغاز" مكان إجراء التبرص وذلك لغياب الأنظار حول هذه المؤسسة خاصة في مجال تخصصنا فمعظم الطلبة يتوجهون إلى الإذاعة أو اتصالات الجزائر لإجراء التبرص بحكم أنهم طلبة إعلام واتصال توجهت لهذه المؤسسة يوم 2016/03/03، للسؤال ومعرفة فيما إذا كان بإمكاننا إجراء التبرص في هذه المؤسسة، سألنا العامل في مركز الاستقبال وكان رده بـ "نعم" دون أي اعتراض أو رفض. فاختيار مكان التبرص كان بالنسبة لي أسهل بكثير من أية إجراءات فلم تواجهني مشاكل قط، أثناء التوجه لهذه المؤسسة.

الإجراءات الإدارية

أخذت طلب المساعدة من الإدارة مع كافة الوثائق اللازمة والمتمثلة في (دفتر التبرص، طلب التبرص اتفاقية التبرص، جدول وتوقيت التبرص)، ثم توجهت إلى المؤسسة لتوقيع طلب التبرص وبالفعل تم توقيع طلب التبرص من طرف مدير المؤسسة الموافقة عليه وكان ذلك بمساعدة عصام بن ناصر مهندس الوقاية والأمن بالمؤسسة الذي وجهنا لإتمام الإجراءات الإدارية المتعلقة بالتبرص، ثم بعد إتمام الإجراءات الإدارية وقبولي للتبرص داخل المؤسسة توجهت المكتب المكلفة بالاتصال بالآنسة ريمة مضاوي وكان ذلك بمساعدة وكان ذلك بمساعدة عصام بن ناصر الذي كان يعمل معها في نفس المكتب للأسف لم تكن موجودا وذلك لارتباطاتها وانشغالها الدائمة خارج المؤسسة.

جرى التبرص في المدة ما بين 2016/03/10 إلى غاية 2016/04/10،.

3) دوافع اختيار المؤسسة:

- التعرف على أقسام فروع المؤسسة والهيكلة التنظيمي الداخلي والخارجي للمؤسسة.
 - التعرف على المهام التي يقوم بها المكلف بالاتصال في هذه المؤسسة.
 - التعرف على الطريقة التي تتم بها عملية الاتصال في هذه المؤسسة.
 - الرغبة في التعرف على سيرورة العمل الإداري.
 - قلة المتربصين في هذه المؤسسة خاصة طلبة تخصصنا.
- مهام التي وكلت إلى أثناء فترة التبرص:

اليوم الأول: 2016/03/10، مع المكلفة بالاتصال الآنسة ريمّة مضايوي، قدمت لي تعريف وشرح مبسط عن مديرية توزيع الكهرباء، ومهام هذه المؤسسة وأقسامها وفروعها ثم وجهتني إلى مسؤول قسم الموارد البشرية السيد شعبان، ليقدم لي بعض الشروحات عن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة وأقسامها ومهام كل قسم موضح في الشكل رقم (01) المبين في الملاحق.

أما في اليوم الثاني: كان خلال الفترة المسائية الممتدة من الساعة الواحدة بعد الزوال (13^س) إلى غاية الساعة (15^س)، أو ذلك لإرتباطات الآنسة ريمّة مضايوي، بأشغال خارج المؤسسة، كما ذكرت سابقاً.

حيث حاولت أن تقدم لي المعلومات حول دورها الفعال في المؤسسة والمهام التي تقوم بها سواء داخل أو خارج المؤسسة، ومن أهم هذه الأدوار على سبيل المثال لا الحصر، فداخل المؤسسة تعمل على تحقيق وضمان التواصل الايجابي بين المدير وبقية الأقسام، حيث تلعب المكلفة بالاتصال كهمزة وصل في نقل الرسالة الإيجابية بين المسؤول الأول او المدير عن الشركة والعمال.

اليوم الثالث: توجهت مع زملاء التربص رفقة المؤطرة إلى المؤسسة إلى الوكالة التجارية التابعة للمؤسسة، حيث حاولتُ تقديم شرح عن سير العمل وكيف تتم المعاملات مع الزبائن بالإضافة إلى أنها وضحت لنا كيفية قراءة الفاتورة والتعامل مع الزبون.

وفي اليوم الرابع: واصلت شرحها لمختلف المهام الملقاة على عاتقها، من بينها حملات التوعية حول استخدام الكهرباء والغاز خصوصاً أننا فترة الشتاء، التي يكثر فيها استخدام الغاز للتدفئة، وكان ذلك من خلال تصميم لوحات تحذيرية ونوعية وطلبت مني إنجاز نموذج عن هذه اللوحات. كما قامت بتوضيح نموذج تهنئة كتبته نيابة عن المدير، للعاملين بمناسبة عيد الأضحى المبارك، ونموذج آخر عن تهنئة أخرى نيابة عن المدير، موجهة للمدربين وكافة رؤساء شركات سونلغاز في الولايات الأخرى.

وفي اليوم الخامس: فقد خصصته للتعريف بمهامها خارج المؤسسة وأول لفت انتباهنا هو نموذج عن مقال رد كانت قد كتبه كرد لمقال نشر عن المؤسسة، بعد التأشير عليه بالموافقة من قبل المدير، لأنها لا تستطيع اتخاذ أي إجراء دون الرجوع وأخذ الموافقة من قبله. كما وضحت لنا علاقاتها إذاعة قالمة الجهوية وباقي المؤسسات الإعلامية الأخرى كقناة النهار مثلاً، حيث إذا وقع انقطاع للتيار الكهربائي بأحد مناطق الولاية، فهي تقوم بتحرير إعلان تعلم فيه المواطنين القاطنين بتلك المنطقة عن مدة الانقطاع وأسباب انقطاعه، وتوجه هذا الإعلان إلى إذاعة قالمة الجهوية ليث عبر الأثير. كما وضحت لنا دورها أثناء وقوع الأزمات والحالات الاستثنائية.

* من خلال هذا التربص اطلعت على بداية المشوار العملي والحياة العملية وذلك من خلال التواصل والاحتكاك بالموظفين داخل المؤسسة.

* التعرف على الهيكل التنظيمي للمؤسسة ومهام كل قسم فيها.

* التعرف على مهام المكلف بالاتصال ودوره الفعال والحساس بالمؤسسة ومدى أهمية خلية الاتصال في هذه المؤسسة الحساسة.

* الإحساس بالمسؤولية تجاه الأعمال الموكلة إلي والتقيد بالقانون الداخلي للمؤسسة.

* التخلص من الخوف والتردد الذي يتتابنا كلما فكرنا في العمل والاندماج في الحياة المهنية.

* الاستفادة من الأخطاء التي ارتكبتها أثناء فترة التربص حتى لا تتكرر مجدداً .

5) صعوبات التربص وتقييمه:

* عدم وجود قسم خاص بالاتصال أو كما يعرف بخلية الاتصال ووجود عاملين به، فالمكلفة بالاتصال تتقاسم مكتب مشترك مع مهندس الأمن والوقاية وفي حالة غياب المكلفة بالاتصال لا يمكننا إجراء ومواصلة التربص لأنه لا توجد/ يوجد من ينوب عنها .

* بالرغم من أن مؤسسة "سونلغاز" مؤسسة كبيرة وذات وزن ثقيل على الساحة الاقتصادية الجزائرية إلا أنها لا تملك أدنى الوسائل مثل أجهزة الحاسوب وحتى إن وجدت فهي قديمة وغير قابلة للاستعمال وتعاني من العديد من المشاكل ويتقاسمها أكثر من عامل.

* غير هذا لا توجد أي صعوبات أخرى فالموافقة على التربص بهذه المؤسسة لم يتطلب مني لا وقت ولا جهد عكس ما كنت اتوقع، بل حصل كل شيء بسلاسة وسير ومن دون اعتراض مما أثار حفضتي وتعجبي؟! . كذلك الأمر بالنسبة للتربص، فقد وجدت كل الدعم والمعاملة الحسنة من كافة العاملين بالمؤسسة وهو أمر غير مألوف ؟ خاصة من قبل مهندس الأمن و الوقاية السيد **عصام بن ناصر**، والمؤطرة الآنسة **ريمة ماضي**.

الخاتمة

في الأخير لا يمكنني سوى التقدم بالشكر الجزيل وكل الامتنان لكل إطارات وعمال مؤسسة "سونلغاز" فرع قالمة، على حسن الاستقبال والتفاعل الايجابي معي، من خلال تقديم يد المساعدة وإمدادي بكافة المعلومات التي كنت بحاجة إليها والإطلاع عليها ، حيث تمكنت من خلال أيام التربص أن اخطو خطوة في طريق الحياة العملية، وذلك بناء على المعلومات التي أكتسبتها خلال مشواري الدراسي في الجامعة، فشكرا لكل أستاذتنا الأفاضل و كل هيئة التدريس بقسم الإعلام والاتصال، والشكر والامتنان للأستاذ المؤطر السيد عبد الرزاق هموش، الذي لم ييخل علي طيلة المشوار الدراسي بنصائحه وتوجيهاته القيمة التي استفدت منها كثيرا والتي سيكون لها الأثر البالغ في مشواري المهني إن شاء الله. فبارك الله فيكم جميعاً.

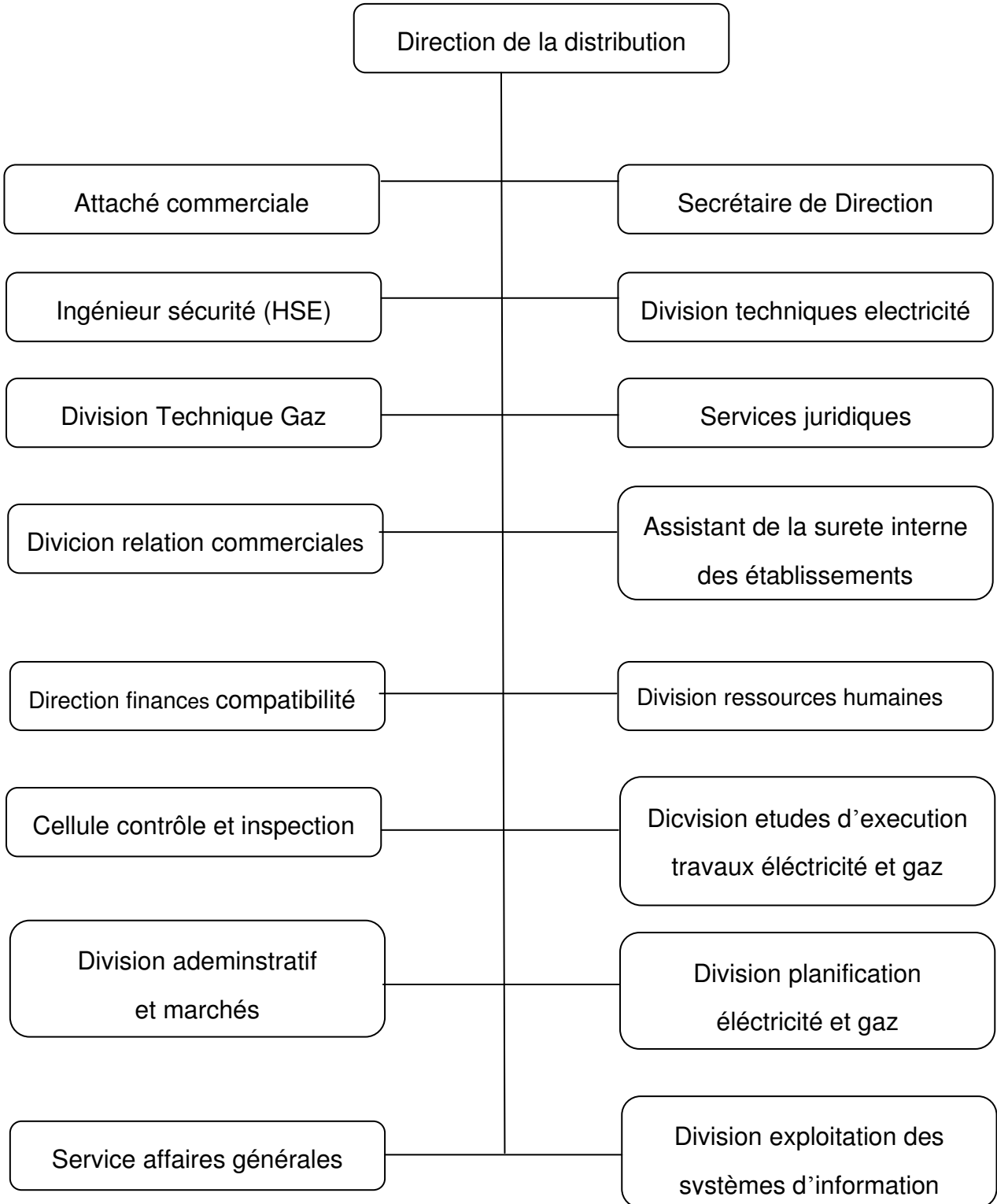
قائمة المراجع

www.wikkepdia.org .1

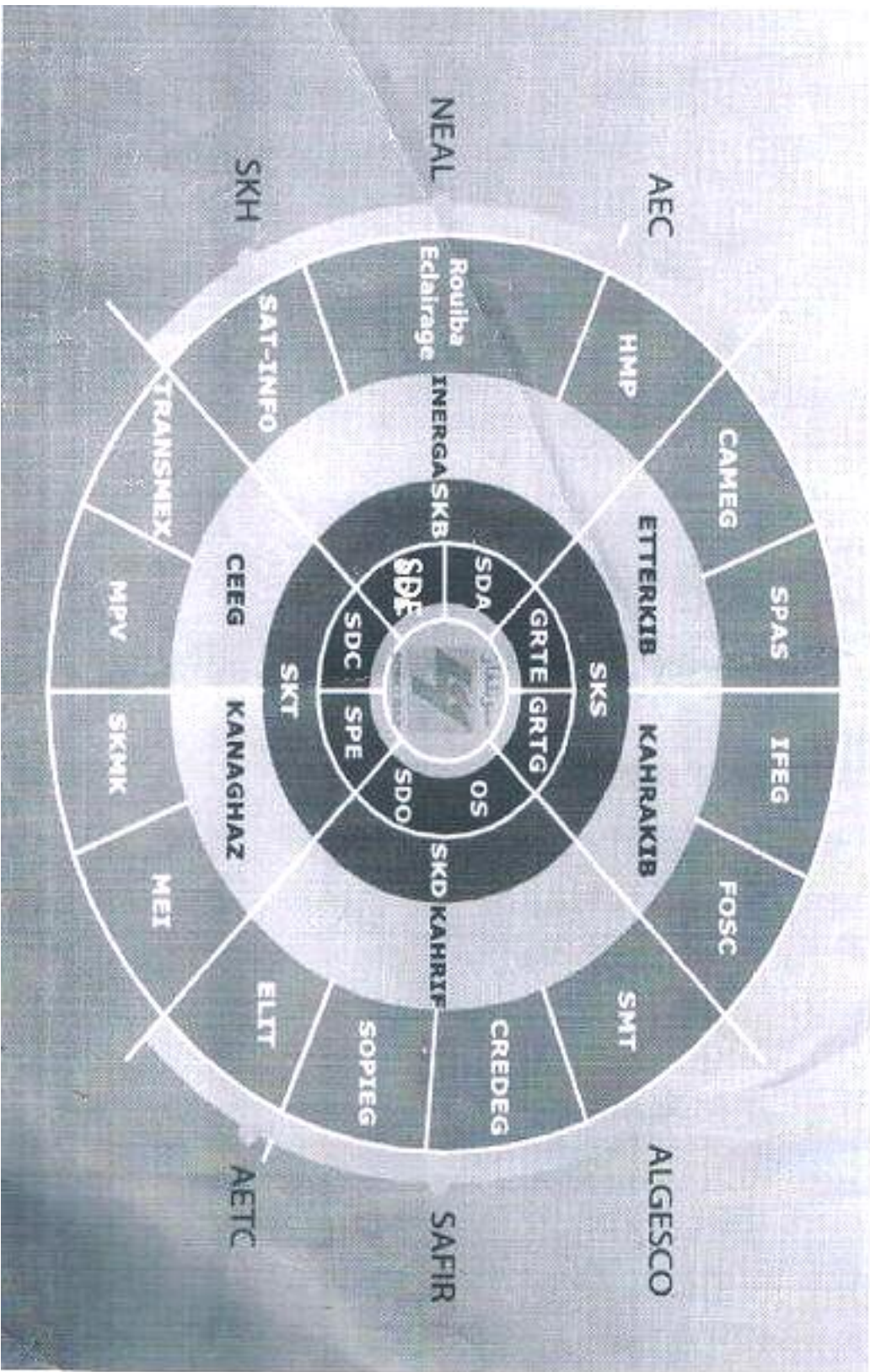
قائمة الملاحق

1. مقابلة مع الأئمة ريمة مضاوي. مكلفة بالاتصال بمؤسسة سونلغاز، فرع ولاية قالمة.
2. مقابلة مع السيد عصام بن ناصر، مهندس الأمن والوقاية HSE. مؤسسة سونلغاز، فرع ولاية قالمة.
3. مقابلة مع السيد شعبان، مدير قسم الموارد البشرية، مؤسسة سونلغاز، فرع ولاية قالمة.

• الهيكل التنظيمي لمؤسسة سونلغاز فرع ولاية قالة.



فروع و مساهمات الشركة القابضة سونلغاز
 Filiales et participations du Holding Sonelgaz



الشكر

الحمد لله عزوجل بدائية على منة وكرمه وأشكره على توفيقه لإتمام هذا العمل على أكمل وجه.

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى مدير شركة توزيع الكهرباء والغاز بقلمة السيد عبد القادر طالب الذي استقبلنا في مؤسسته دون عوائق وصعوبات
أتقدم كذلك بالشكر إلى مؤطرتي في مديرية سونلغاز الأنسة ريممة مضاي، على كل التوجيهات والنصائح التي قدمتها خلال فترة وحسن معاملتها وتزويدنا بأهم الخدمات التي يقدمها المكلف بالاتصال في المؤسسة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى أستاذي المشرف على مذكرة التخرج السيد الدكتور عبد الرزاق حموش، كذلك كل عمال سونلغاز وكل زملائي الذين رافقوني خلال فترة التريض ومشوار الدراسة.

شكرا لكم...

أميرة

الإهداء

الفضل لله وحده أن وفقني في عملي هذا فله الحمد والرضا حتى يرضى
وله الحمد إذا رضي وله الحمد بعد الرضا
اهدي عملي المتواضع إلى منبع الحياة وبر الأمان إلى الشمعة التي أنارت درب حياتي
أمي الغالية
إلى مدرستي في الحياة الذي وهبني سنين عمره قربانا وثننا لسعادتي والذي أعلى ما املك
إلى سندي كل حين وعوني في الدرب الطويل إخوتي الأعزاء
إلى إبنة أختي ، ريهام العزيزة على قلبي.
إلى كل من نسيهم قلبي ولم ينسهم قلبي.
إلى استاذي المشرف الدكتور حوش عبد الرزاق، كل الشكر والعرفان وأجمل الإمتنان وأعطى من
حصيلة فكره لينير دربنا ونخص بشكل كذلك: كل الأساتذة الكرام ورئيس القسم وكل من وقف معنا في دربنا
وخلال تربصنا ريمة مضايوي، إلى السيد عصام بن ناصر، بوفلفل عاطف، وكل عمال مديرية توزيع الكهرباء
والغاز (SDE)

أميرة

مقدمة

تعد "سونلغاز" من الهياكل المهمة في الجزائر، إذا تسعى هذه الأخيرة إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد، وهذا في ظل التغييرات والتطورات التي تؤثر عليها كما تعتبر المتعامل التاريخي في ميدان الإمداد بالطاقة الكهربائية والغازية بالجزائر، ومهامها الرئيسية هي إنتاج الكهرباء ونقلها وتوزيعها وكذلك نقل الغاز وتوزيعه عبر قنوات. قلما "سونلغاز" بإعادة هيكلة مصالحها لكي تتكيف مع السياق الجديد، إذا اضحت اليوم مجمعاً صناعياً يتألف من 39 شركة فرعية وتشغل 40.000 عامل ومن بين هذه الفروع التابعة لمجمع "سونلغاز"، نجد شركة توزيع الكهرباء والغاز للشرق، حيث كان الظهور الأول لهذه الشركة في 2004، وتضم 16 ولاية مكونة من 19 مديرية موزعة على مستوى الشرق الجزائري، وتمثل في:

علي منجلي، قسنطينة، سيوبوس، عنابة، الهضاب، سطيف، بجاية، برج بوعريش، جيجل، أم البواقي، تسبنة، خنشلة، ميلة، سوق أهراس، مسيلة، سكيكدة، الطارف، باتنة، قلما.

فهذه الأخيرة تبذل كل قصار جهدها من أجل النهوض بقطاع الكهرباء والغاز في ولاية قلما، فهي عبارة عن مجمع يضم عدة فروع وبلديات يحتوي المجمع على عدة مكاتب بالإضافة إلى وجود وكالة وهي التي يتم فيها حل مشاكل وانشغالات الزبائن، فيما يخص توزيع الكهرباء والغاز وكذا الرصيد والتحصيل بالإضافة إلى القيام بعمليات الصيانة، إلى تسديد فواتير الكهرباء والغاز بإعتبار أم مجمع "سونلغاز"، بقلما هو شركة كبيرة لها وزن كبير في الولاية ومن أجل تحسين صورة المؤسسة للزبون، تقديمها على أكمل وجه لا بد من وجود اتصال داخلي وخارجي فعال بين المؤسسة والزبون. كذلك استخدام ومواكبة التكنولوجيا الحديثة خاصة مع التغيير الذي نلاحظه على مستوى الشركات الكبرى والعالمية بين المؤسسة والمستهلك. فالجمهور الخارجي اليوم يريد الحصول على المعلومة وبأقل التكاليف وهذه المهام كلها ترجع إلى المكلف بالاتصال في المؤسسة حيث نجد أنه توجد خلية خاصة بالإعلام والتواصل في مديرية توزيع الكهرباء والغاز بقلما، فالمكلف بالاتصال له دور فعال في ترقية المؤسسة وتحسين صورتها لأنه يعمل على تقديمها بشكل إيجابي من خلال تقديم إعلانات ومطبوعات خاصة بكل ما يتعلق بالمؤسسة، كذلك تفعيل الاتصال الداخلي بين العمال من خلال سبل الإتصال السهلة، تفعيل الاتصال مع الزبون بتزويده بأهم المعلومات التي يحتاجها حول المؤسسة والعمل على كسب رضاه من خلال حسن الاستقبال والتعامل. هذا بالنسبة للإتصال الداخلي، أما الاتصال الخارجي فيكون مع وسائل الإعلام بكل أنواعها وتتم فيه عرض مختلف الأخبار المتعلقة بالمؤسسة.

وبكل جديد يذكر كذلك كتابة المقالات وتقديم حق الرد حول ما إذا كان هناك خبر سيء لسمعة المؤسسة أمام زبائنها فالمكلف بالاتصال في مؤسسة "سونلغاز"، يعتبر صحفي المؤسسة وهو المسؤول عن سمعة المؤسسة، ذلك وجب عليه تقديمها في أحسن صورة ومن هنا نطرح الإشكال الآتي:

- ما هي أهم الأدوار التي يقوم بها المكلف بالاتصال في مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز؟

*** الأسئلة الفرعية:**

- هل يوجد اتصال داخلي فعال داخل مؤسسة سونلغاز؟
- هل هناك رضى وظيفي لدى العمال داخل المؤسسة؟
- هل استطاع المكلف بالاتصال تقديم صورة للمؤسسة بالنسبة للزبون؟
- هل هناك رضى وظيفي من طرف الزبون عن المؤسسة؟
- فيما يتمثل الإتصال الخارجي بالنسبة لمديرة SDE؟

قائمة الأشكال والرموز

الصفحة	العنوان	الشكل
	الميكمل التنظيمي للمؤسسة.	01
	فروع ومساهمات الشركة القابضة لسونلغاز	02
	شعار المؤسسة	03

الرموز

EGA: كهرباء وغاز الجزائر.

EPIC : مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري

GRTE : نقل الكهرباء

GRTG: نقل الغاز

SPE: إنتاج الكهرباء

SDE: شركة توزيع الكهرباء شرق.

SDA: مديرية توزيع الكهرباء الجزائر.

1- بطاقة فنية لتربص الميداني:

مؤسسة المرسله :جامعة 8 ماي 1945 كلية العلوم الانسانية قلمة.

الطالبة المتربصة :اوهيب اميرة

التخصص:اعلام واتصال سنة ثانية ماستر تكنولوجيا المعلومات واتصال واجتمع

الدفعة :2016

المؤسسة المستقبلية :مديرية توزيع الكهرباء والغاز

تاريخ وبداية التربص :2016/03/10 الى 2016/04/10

المدة الزمنية:شهر

2- ظروف الحصول على التربص:

قبل بداية التربص الميداني كانت اختياري في البداية مديرية موبليس لكن توجهي للمؤسسة بقالمة لم تكن هناك موافقة من قبل المدير وهذا راجع الى ان مؤسسة مجرد فرع بعد ذلك اتجهت الى مديرية توزيع كهرباء وغاز ومعني كل الوثائق الادارية خاصة بتربص وكان ذلك يوم 2016 /03/03، استقبلنا في مكتب الاستقبال عصام بن ناصر وهو مهندس الامن والنظافة في المديرية وقد استقبلنا احسن استقبال وكانت الموافقة فورية من قبل مدير المؤسسة عبد القادر طالب وفي اليوم التالي تعرفنا على مسؤولة التربص ريمه مضايوي التي زودتنا بمجوصلة عامة حول ما سنقوم به ومهام مكلفة لنا و ايام استقبال فقد كانت على مدار الاسبوع في الفترة الصباحية من 9- 12 سا والفترة المسائية من 13 سا الى 15 سا.

3- تقديم المؤسسة

هي شركة توزيع الكهرباء والغاز (SDE) (ش.ت.ش) في 1991، أصبحت تسمى مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري (EPIC) مقسمة على عدة فروع تشمل 16 ولاية من الشرق، وفي 2006 ظهرت أربع شركات لتوزيع الكهرباء والغاز وهي كالأتي: (ش.ت.ح)، (ش.ت.و)، (ش.ت.غ)، (ش.ت.ش) وفي سنة 2009 تم انشاء 39 مؤسسة فرعية 33 مؤسسة للنشاطات القاعدية و6 مؤسسات تساهمية مباشرة، حيث تمثل مؤسسات الأنشطة القاعدية لسونلغاز اولا انتاج الكهرباء، نقل الكهرباء، ونقل الغاز.

وخلال شهر ماي 2009، صدر ميثاق من أجل تجديد تسمية المؤسسة وبالتالي منع أي استعمال عشوائي قد يكون مجال الالتباس.

حيث تعتبر مؤسسة توزيع الكهرباء للشرق مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي لديها منشآت كهربائية وغازية تفي باحتياجات البلاد، حيث تهدف هذه المؤسسة لتوزيع الكهرباء ونقله وتسويقه بالاضافة الى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى الوطني وتمتع بالاستقلالية وهي مؤسسة الأم أما مديرية الفرعية لقلمة، نشأت في جانفي 1979 كانت تابعة لمنطقة توزيع عنابة، وهي مكلفة بانتاج الكهرباء والغاز ونقله وتوزيع وبعد مرور سنوات شهدت تطور واصبح لها العديد من الفروع SDA و SDE و SDC و SDO . وحيث تقدم مديرية الفرعية لقلمة العديد من الخدمات سواء للبلاد أو للمواطنين وتلبية حاجاتهم، كذلك تساهم في تزويد سوق الوطنية وتوزيع كهرباء وغاز، وتطوير كذلك الصناعة الكهربائية وتعاملات التجارية وتوفير الطاقة كهربائية وغازية على المستوى الوطني.

ومديرية الفرعية لقلمة تابعة ل (SDE) التي مقرها قسنطينة، حيث تعتبر مديرية الفرعية لقلمة (SDE) من مؤسسات اقتصادية هامة في البلد تقوم على استراتيجية اتصالية من اجل تحقيق اهدافها في ادارة مؤسسة ولها العديد من الاقسام وشركات فرعية للأشغال متخصصة أولا: إنارة وايصال الكهرباء وتركيب منشآت كهربائية وانجاز شبكات نقل الغاز والهندسة المدنية وهي شركة قابضة هيكلت نفسها على شكل شركة متفرقة (انتاج كهرباء، نقل غاز، نقل كهرباء).

تعتبر مديرية توزيع الكهرباء والغاز من اهم الشركات المهم التي يبني عليها اقتصاد الوطن فهي من المؤسسات التي تحظى باهتمام كبير من طرف الدولة نظرا لما تقدمه من خدمات حيوية للمجتمع بتوفير الطاقين الكهربائية والغازية على مستوى قطاع الطاقة.

أ-تعريف المديرية الفرعية للتوزيع سونلغاز قالمة:

نشأت المديرية الفرعية للتوزيع قالمة في جانفي 1979 وكانت تابعة لمنطقة التوزيع عنابة، وهي مكلفة بإنتاج الغاز وتوزيعه، فبعد مرور أربع سنوات من صدور قانون الكهرباء ونقل الغاز بواسطة قنوات تكوين سونلغاز قالمة قد خطت خطوات عملاقة في سبيل تكوين مجمع صناعي قوي بإعادة تنظيم التوزيع في شكل أربع مديريات عامة للتوزيع يضم كل منها عددا من المديريات الجهوية للتوزيع وهذه المديريات هي:

SDA: شركة التوزيع بالجزائر العاصمة.

SDC: شركة توزيع الوسط (من البليدة إلى تمنراست).

SDO: شركة توزيع الغرب.

ب-الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

اولا: مدير المؤسسة :يعتبر اول مسؤول و يتمثل بصلاحيات عديدة في ادارة عمل المؤسسة ويستمد هذه الصلاحية من عقد التسيير المبرم بينه و بين منطقة تابعة اليها اداريا .

ثانيا: المكلفون بالمصالح تأتي مباشرة بعد مدير المؤسسة وظيفتها العمل على تنسيق والامن و هي اربع مصالح اساسية:

- المكلف بالشؤون القانونية :الممثل القانوني في جميع المنازعات.
- المكلف باتصال :يقوم بوضع المخطط السنوي للاتصال و تغطية مختلف نشاطات الشركة .
- المكلف بالأمن :هو المسؤول على حفظ الامن الصناعي و السهر على حماية العمال من مختلف الحوادث.
- المكلف بالأمن الداخلي :مهمته الأساسية هو الحماية الشركة من السرقة.

4-دورة التبرص:

اليوم الاول: كان على تاسعة صباحا اتجهت الى مديرية سونلغاز مع زملائي في التبرص التقيت بمسؤولة التبرص (رعمة مضاوي) والتي زودتني ببعض المعلومات حول المؤسسة والخلفية التاريخية وهيكل التنظيمي.

اليوم الثاني: كان على ساعة الواحدة مساء الى الثالثة حيث قامت المسؤولة عني بتبرص بتوضيح المهام التي ساقوم بها في المديرية و باعتباري طالبة اعلام واتصال فان تربصي محصور في هذا المجال فمهمتي كانت المكلف باتصال في مديرية توزيع الكهرباء والغاز.

اليوم الثالث: قمت بجولة مع مسؤولة التربص الى الوكالة التجارية بمديرية سونلغاز مع العلم انها تضم اربع وكالات تابعة لها تتمثل في وكالة بوشقوف ووادي الزناتي وماونة وهيليوبوليس حيث عرفتني على العمال وكيفية التعامل مع الزبون من قبلهم اضافة شاهدنا اهم ربورتاجات والاعلانات التحسيسية التي قامت بها (ريمة مضاوي) عن المؤسسة.

اليوم الرابع: في هذا اليوم قامت المكلفة باتصال بتزويدي بمختلف اعلانات ومقالات وكيفية نشرها وكتابتها سواء في مجلة او جريدة اذاعة او تلفزيون فقد لاحظنا تعدد وسائل الاعلام التي تستخدمها ريمة مضاوي لتقديم اخبار حول المؤسسة، كذلك حملات التوعية من الحرائق واختناق والتي هي عبارة عن اعلانات قصيرة تبث اما على قنوات فضائية او عبر الاذاعة باضافة الى ذلك تطرقنا الى كيفية مواجهة الازمات والتصدي لها.

اليوم الخامس: في يوم الخامس تحدثنا عن انواع الاتصال موجودة داخل المديرية حيث شرحت لي نوعين من اتصال اتصال داخلي والذي يكون بين العمال اما شخصيا او عن طريق الفاكس واتصال الخارجي الذي يكون مع وسائل الاعلام حيث لاحظنا ان مكلفة باتصال لها علاقات كثيرة في هذا المجال خاصة قناة النهار واذاعة قالمه فهنا دورها يكمن في تقديم صورة جيدة عن المؤسسة كما اشارت لنا الى نقطة مهمة وهي كيفية كتابة حق الرد أو توضيح عند وجود اساءة تمس المديرية.

ومن مهام التي كلفت بها مقال عن مديرية توزيع كهرباء وغاز كنموذج لما تطرقت اليه في التربص.

5- ظروف العمل:

كانت ظروف جيدة وعادية فالوقت كان مناسب ومنظم بالاضافة الى سهولة التنقل الى المؤسسة كذلك المعاملة الحسنة من قبل العمال خاصة مسؤولة التربص (ريمة مضاوي) وما لاحظناه وجود تواصل وانضباط والامن واستقبال الجيد من قبل مكتب الاستقبال والتوجيه وتوفر مكتب وقاعة لتربص متوفرة على لوازم ضرورية لراحة العامل والمتربص.

6- تنظيم العمل داخل مؤسسة:

تنظيم جيد وهناك هيكل تنظيمي للمؤسسة توزيع المهام حسب الاقسام وكل قسم أو مصلحة له وظيفة يقوم بها فهناك اتصال داخلي وخارجي وإتصال داخلي المتمثل في توصيل المعلومة بين العمال. أما الخارجي متمثل في الزبون هناك أيضاً اتصال صاعد أي عبر تقارير دفع آخر من اتصال نازل من المدير : عمال عبر فاكس هاتف أو مباشر واتصال أفقي من خلال نشرات ومجلة... إلخ، هناك تواصل فعال داخل مؤسسة بين

الموظفين وهذا ما لاحظته واستخدام كل وسائل التواصل شبكة داخلية وبريد الكتروني وهاتف وفاكس، والانترنت هناك نوع من رضا وظيفي لدى عمال في تأدية واجبهم ومهامهم على أكمل وجه وتوفير امكانيات الراحة العمل مكاتب وحواسيب وطباعة ومكفيات وكاميرا المراقبة وتوفير الأمن...، لديهم تواصل فعال مع الزبون من خلال أرقام هواتف للإطلاع على ظروف كهرباء والغاز، وتواصل مع الزبون من خلال الوكالة التجارية وكيفية قراءة الفاتورة وتسديد... إلخ. وتوفير معلومات دقيقة للمواطن قراءة الجرائد اليومية وكل مقالات.

7- نوعية الاتصال الداخلي في المؤسسة:

شبكة الداخلية (Intranet) هواتف وفاكس ولأننا كنا أثناء تربصنا مع مكلفة بالاتصال داخل مديرية (SDE) تعرفت على نوعين من الإتصال الداخلي والخارجي، بحيث نجد مديرية فيها نوع من الاتصال وفي مؤسسة (SDE) نجد مكلف بالاتصال بنوعيه الاخارجي والداخلي، حيث نجد في إتصال داخلي دور مكلف هنا هو مشاركة في نشاطات مديريةية (SDE) وتحضير للمناسبات كالندوات الصحفية، وتكريم عاملات و العمال أثناء التقاعد... إلخ، ويكون دور المكلف بالاتصال هو تمثيل صورة المؤسسة، فهو الممثل الرسمي لها أثناء نشاطات والمسؤولية الكبيرة تحت عاتقه، حيث لاحظت أن مؤطرتي لها دور فعال داخل المؤسسة.

8- مصطلحات لها علاقة بالموضوع

- اتصال خارجي
- قراءة الفتورة
- مكلف بالاتصال
- اتصال داخلي
- نقل الغاز والكهرباء
- حق الرد
- توزيع والتسويق
- مهندس الأمن ونظافة البيئة
- سرقة كوابل كهربائية
- مقالات الصحفية وحملات تحسيسية عبر الإذاعة
- مناسبات ونشاطات
- مجلة المؤسسة
- ندوات الصحفية SDE

9- التحليل والتفسير:

- هناك جو ملائم ورضا وظيفي للعمال داخل المؤسسة حيث هناك تفاهم ونقل المعلومة وهذا ما لاحظته، كذلك يوجد انسجام وتفاعل من خلال الاتصال الدائم، مثال استفسارات بعض العمال للمسؤولين فنجد هناك رد فعل ايجابي.

- اتصال صاعد وأفقي واتصال خارجي مع الزبون أي من خلال توفير معلومة مباشرة أو عبر وسائل الإعلام، هناك تواصل بين الإدارة والزبون. كذلك لاحظنا أن العمال يرسلون انشغالهم للمدير وهذا الأخير يقوم بالرد على هذه الانشغالات.

- لاحظت كذلك أثناء التبرص أن مؤسسة (SDE) لها أعمال ونشاطات كثيرة، حيث نجد أن هناك توافق بين العمال وكل الوحدات، وهناك تواصل وإتصال دائم كالاتصال الشخصي داخل المؤسسة ومتابعة دائماً لكل ما يجري.

- يستخدم العمال أجهزة الحواسيب في مختلف الأعمال وجود شبكة أنترنات، فاكس، بريد إلكتروني، مراسلات بالاضافة إلى وجود صندوق الشكاوى والبريد وإعداد الفواتير وكل المعاملات التجارية خاصة مع الزبون والمؤسسات الفرعية الأخرى، حيث نجد أن هناك تواصل بينهم إضافة إلى ذلك متابعة كل ما ينقل أو يكتب عن المؤسسة في وسائل الاعلام، راديو، تلفزيون، مجلة، جريدة... إلخ.

- وجود قسم متخصص لمعدات الأشغال والصيانة والتصليح والتركيب.

- تنظم المؤسسة رحلات صيفية للعمال، حيث كانت هذا العام مشاركة فعالة من قبل الموظفين وبالتالي هناك إهتمام بأفراد المؤسسة هذا ما يولد رضا وظيفي من قبل العمال.

- لاحظنا أن المكلف بالاتصال هو مصدر المعلومة والمسؤول عن أهم النشاطات سواء داخل أو خارج المؤسسة فهو من يخلق جسور التواصل بين الزبون والمؤسسة ووسائل الاعلام.

- كذلك وجود كاميرات مراقبة داخل المؤسسة من أجل الأمن.

10-الإجابة عن الأسئلة الفرعية:

1) أكيد يوجد اتصال داخلي فعال داخل المؤسسة "سونلغاز" فالمديرية تهتم بالاتصال بالدرجة الأولى، حيث لاحظت وجود نوعين من الاتصال: الإتصال الشخصي أو عن طريق الفاكس، فأغلبية عمال يتصلون ببعضهم كثيراً باستخدام هذين النوعين من الاتصال.

2) حسب ما لاحظته في مديرية SDE يوجد رضا وظيفي لدى العمال العاملين بالمؤسسة يرجع إلى توفير الراحة والأمان للعمال وتزويدهم بمختلف التجهيزات في مكاتبهم الخاصة، عدم وجود ضغط عمل على العمال تقديم رحلات في كل سنة للموظفين واختيارهم للمناطق التي يريدون تمضية العطل الصيفية فيها.

3) نعم استطاع المكلف بالاتصال تقديم صورة جيدة للمؤسسة بالنسبة للزبون، وذلك من خلال تقديم أهم الاعلانات التي تساعد الزبون على فهم ماهية سونلغاز، وأهم الفروع التابعة لها، بالإضافة إلى تزويده بأهم المراحل الخاصة بقراءة الفاتورة وكيفية الشدود ووجودها هاتفي على مدار الساعة لمعرفة إنشغالات الموظفين.

4) لا تعلم إن كان هناك رضا وظيفي أم لا بالنسبة للزبون لأننا نقم بصبر آراء مع المستهلكين.

5) تستخدم مديرية SDE الاتصال الخارجي مع الوسائل الإقامية كالراديو والتلفزيون والجرائد، وذلك من خلال تقديم أهم المستجدات الخاصة بالمؤسسة ومختلف التكريمات والانجازات، وهذه المهام ترجع بالدرجة الأولى إلى المكلف بالاتصال في المؤسسة فهو المسؤول عن كل ما نشر ويذاع عن المؤسسة، بالإضافة إلى تقديمه حق الرد إذا كان هناك إساءة للمؤسسة.

11- المهارات المكتسبة خلال فترة التربص:

خلال فترة التربص بمديرية توزيع الكهرباء وغاز تمكنت من معرفة كيفية تقديم لوحة اعلانية لتحسيس وتوعية كذلك انجاز روبروتحات عن المشاريع التي تقدمها المؤسسة لمعرفة التقنيات الحديثة مستخدمة في عمليات التركيب من مونتاج ومكساج لتقديمها في احسن صورة لزبون حيث لاحظت ان مكلف باتصال يعتبر الحجر الاساس داخل المؤسسة لان المسؤولية تقع على عاتقه وذلك من خلال ما يقدمه عن المؤسسة و ما ينشره في وسائل الاعلام، وكيفية كتابة حق الرد وكتابة هائي المناسبات، أيضا تعلمت باعتبار على ابواب توجه الى الحياة العملية تعلمت سبل التعامل مع زملاء العمل وطرق حوار وكيفية توصيل الفكرة والمعلومة بمصداقية وموضوعية وأنه على المكلف بالاتصال أن يكون له علاقات وطيدة مع وسائل الإعلام.

12- تقديم إقتراحات:

- لاحظت خلال فترة التربص أن الأجهزة المستخدمة تبدو قديمة نوعا ما لذلك وجب على المؤسسة أن تقوم بجلب أجهزة حديثة ومتطورة أكثر لمواكبة التكنولوجيا.
- تجديد بعض المكاتب وتزويدها بمختلف الأجهزة لأنها تبدو قديمة وهذا ما يؤثر على صورة المديرية بإعتبارها المركز لأهم الفروع التابعة لها.
- تزويد المكلف بالاتصال بكاميرات رقمية لتسهيل العمل عليه أكثر، حيث لاحظت عدم وجودها في المؤسسة ولدى المكلف بالاتصال.

- إنشاء موقع إلكتروني للمديرية ليتمكن الزبون من معرفة أهم المستجدات دون الحاجة للذهاب إلى المؤسسة بالإضافة إلى تسديد الفاتورة إلكترونياً.
- العمل على تصليح التيار الكهربائي بسرعة عند انقطاعه حتى لا يكون هناك تقصير من قبل مديرية SDE تجاه الزبون.
- إعطاء المتربصين مهام لإبجازها وتقديم فترة طويلة لهم لكسب المعارف والخبرات التي يحتاجونها مستقبلاً في عملهم.

13- التقييم العام للمؤسسة (التقييم الشخصي):

من خلال التربص الذي قمت به في مديرية (SDE) وأن عند القيام بفترة التربص لم أجد صعوبات عند طلبي بل كانت موافقة فورية من قبل المدير السيد "عبد القادر طالب"، مع العلم ان ظروف التربص كانت جيدة ولم تكن هناك معوقات، خلال هذه الفترة لاحظت وجود علاقة جيدة بين عمال المؤسسة حيث كان هناك إتصال فعال بين العاملين مع تقديم تفسيرات إذا وقعت صعوبات لبعض العاملين، تقديم توضيحات للزبائن عند وجود بعض الانشغالات. بالإضافة إلى الاستقبال السجيد من قبل العاملين، وحسب المعاملة وتقديم أهم المعلومات التي نحتاجها دون تدمير أو لامبالاة، كما أن مسؤولية التربص الآنسة "رمية مضاي" كانت لها موافقة فورية على الاشراف علينا داخل المؤسسة وتقديم النصح والارشاد وأهم المهام التي تقوم بها داخل مديرية SDE فهي تعتبر صحافية المؤسسة.

الخاتمة

في الاخير يمكنني القول أنني لم أرد أن يكون تربيصي بمديرية SDE بل تمنيت أن أقوم بتربيصي بمديرية Mobilis هذه كانت رغبتى الأولى، ولكن ولظروف خاصة اتجهت إلى مديرية سونلغاز رغم أنه لا علاقة لها بمجال تخصصي إلا انني استطعت الاستفادة من ماهية عملها والمهام التي تةقدمها للزيون مع العلم أنه يوجد بها قسم خاص بالاتصال فقد تمكنت من معرفة الأدوار التي يقدمها المكلف بالاتصال في مديرية SDE كذلك استفدت كثيراً من مختلف التطبيقات الحديثة التي يستخدمها في مجال عمله وطرق الاتصال التي يستخدمها سواء داخل أو خارج المؤسسة، مع العلم أن أي مؤسسة أو شركة لابد من وجود قسم خاص بالاتصال لأن هذا الأخير يعمل في تقديم صورة جيدة عنها.

الشكر

لي الشرف العظيم أن أتوجه بالشكر إلى مؤطرتي بمديرية توزيع الكهرباء والغاز بقلمة (SDE) الآنسة ريمة ماضي، التي تابعتنا في التبرص بمؤسسة "سونلغاز" والتي زودتنا بأهم المعلومات التي تخص مهام المكلف بالاتصال في (SDE) رغم انشغالها لأنها كانت على تواصل معنا، كذلك نشكر كل عمال سواء عاملة أو عامل بمديرية توزيع الكهرباء والغاز على حسن الاستقبال والمعاملة. إلى زملائي وزميلاتي أثناء فترة التبرص والامتنان والشكر إلى مدير شركة توزيع الكهرباء والغاز السيد طالب عبد القادر.

شكرا لكم...

وفاء

الإهداء

إلى كل من زرع التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدة: كل من في الوجود بعد الله عز وجل، ورسوله صلى الله عليه وسلم.

أمي الغالية على قلبي وإلى نبع الحنان والدي العزيز وإلى فراشاتي الصغار، إيناس ورندة وإلى كل من تذوقت معهم أجمل اللحظات ومن سأفقدتهم وأتمنى أن يفتقدوني، أخوتي في الله، إيمان، أميرة، وسيلة، حليلة وأمينة.

إلى استاذي المشرف الدكتور حوش عبد الرزاق، كل الشكر و العرفان وأجمل الإمتنان وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا ونخص بشكل كذلك: كل الأساتذة الكرام ورئيس القسم وكل من وقف معنا في دربنا وخلال تربصنا ريمة مضايوي، إلى السيد عصام بن ناصر، بوفلفل عاطف، وكل عمال مديرية توزيع الكهرباء والغاز (SDE)

وفاء

مقدمة

يعتبر الاتصال خيار استراتيجي لتفاعل داخل مؤسسة حتى تزيد من قوتها ومكانتها خاصة تنافسية ومع تطور التكنولوجيا الحاصل أصبح من الضروري استخدام تكنولوجيا وهذا ما فرضه علينا التغيير حتى يكون هناك جودة ودقة في المعلومة وتحقيق الاهداف والمكاسب، فاليوم الجمهور الخارجي لدى مؤسسة يريد الحصول على المعلومات ومن بين هذه المؤسسات التي تعتمد على اتصال وتكنولوجيا المعلومات مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز هي شركة وطنية عمومية لعبت دور مهم في إقتصاد البلاد وتطويره ومواكبتها لتطور التكنولوجيا والاستعانة بشبكة الانترنت وهذا ما سيساهم في رفع المستوى الجيد للمؤسسة والفعالية ونوعية الخدمات التي تقدمها من أجل تحقيق أهدافها خاصة فيما يخص الزبون، والذي دائما يبحث عن المعلومة ذات مصداقية خاصة مؤسسة توزيع كهرباء والغاز (SDE) فهذه الأخيرة لها أدوار مهمة من نقل وتوزيع وتسويق ومعاملات مع زبائن وهنا نجد فرع مهم داخل المؤسسة هو خلية الإعلام والاتصال التي تساهم في رسم صورة مؤسسة الايجابية وتعتمد على إتصال الخارجي والداخلي فهي مجبورة أن تعتمد على سياسة إتصال فعالة تركز على المصداقية وشفافية وخلق بيئة داخل المؤسسة ملائمة للعمل والانتاج فخلية الاتصال تهتم أيضاً بالجمال الاعلامي وتعاملها مع الصحافة من أجل تبيان كل ما يخص المؤسسة لدى المجتمع فالمكلف بالاتصال مسؤول عن استراتيجية الاتصال التي تلعب دور كبير في ضمان دورة المعلومة وانتقالها بشفافية من الداخل والخارج وبناء علاقات خارجية ومن هذا نطرح الإشكال الآتي:

- فيما تتمثل الاستراتيجية الاتصالية المستخدمة داخل مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز (SDE) ؟

* الأسئلة الفرعية:

- هل يوجد اتصال داخلي فعال داخل مؤسسة سونلغاز ؟
- هل هناك رضی وظيفي لدى العمال داخل المؤسسة ؟
- هل استطاع المكلف بالاتصال تقديم صورة للمؤسسة بالنسبة للزبون ؟
- هل هناك رضی وظيفي من طرف الزبون عن المؤسسة ؟
- فيما يتمثل الإتصال الخارجي بالنسبة لمديرة SDE ؟

قائمة الأشكال والرموز

الصفحة	العنوان	الشكل
	الميكمل التنظيمي للمؤسسة.	01
	فروع ومساهمات الشركة القابضة لسونلغاز	02
	شعار المؤسسة	03

الرموز

EGA: كهرباء وغاز الجزائر.

EPIC : مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري

GRTE : نقل الكهرباء

GRTG: نقل الغاز

SPE: إنتاج الكهرباء

SDE: شركة توزيع الكهرباء شرق.

SDA: مديرية توزيع الكهرباء الجزائر.

1- بطاقة فنية لتربص الميداني:

مؤسسة المرسله :جامعة 8 ماي 1945 كلية العلوم الانسانية قلمة.

الطالبة المتربصه :سلامنة وفاء.

التخصص:اعلام واتصال سنة ثانية ماستر تكنولوجيا المعلومات واتصال والمجتمع.

الدفعة :2016.

المؤسسة المستقبلية :مديرية توزيع الكهرباء والغاز.

تاريخ وبداية التربص :2016/03/10 الى 2016/04/10.

المدة الزمنية:شهر.

2- ظروف الحصول على التربص:

قبل بداية التربص الميداني كانت اختياري في البداية إتصالات الجزائر لكن توجهي للمؤسسة بقلمة لم تكن هناك موافقة من قبل المدير وهذا راجع الى ان المؤسسة كانت تستقبل دفعة المتربصين، وعدم وصولي في وقت مناسب، بعد ذلك اتجهت الى مديرية توزيع كهرباء والغاز ومعني كل الوثائق الادارية خاصة بتربص وكان ذلك يوم 2016 /03/03، استقبلي في مكتب الاستقبال عصام بن ناصر وهو مهندس الامن والنظافة في المديرية وقد استقبلي احسن استقبال وكانت الموافقة فورية من قبل مدير المؤسسة عبد القادر طالب وفي اليوم التالي تعرفت على مسؤولة التربص ريمة مضاوي التي زودتني بحوصلة عامة حول ما سنقوم به ومهام مكلفه لنا و ايام استقبال فقد كانت على مدار الاسبوع في الفترة الصباحية من 9- 12 سا والفترة المسائية من 13سا الى 15سا.

3- تقديم المؤسسة

هي شركة توزيع الكهرباء والغاز (SDE) (ش.ت.ش) في 1991، أصبحت تسمى مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري (EPIC) مقسمة على عدة فروع تشمل 16 ولاية من الشرق، وفي 2006 ظهرت أربع شركات لتوزيع الكهرباء والغاز وهي كالأتي: (ش.ت.ح)، (ش.ت.و)، (ش.ت.غ)، (ش.ت.ش) وفي سنة 2009 تم انشاء 39 مؤسسة فرعية 33 مؤسسة للنشاطات القاعدية و6 مؤسسات تساهمية مباشرة، حيث تمثل مؤسسات الأنشطة القاعدية لسونلغاز اولا انتاج الكهرباء، نقل الكهرباء، ونقل الغاز. وخلال شهر ماي 2009، صدر ميثاق من أجل تحديد تسمية المؤسسة وبالتالي منع أي استعمال عشوائي قد يكون مجال الالتباس.

حيث تعتبر مؤسسة توزيع الكهرباء للشرق مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي لديها منشآت كهربائية وغازية تفي باحتياجات البلاد، حيث تهدف هذه المؤسسة لتوزيع الكهرباء ونقله وتسويقه بالاضافة الى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى الوطني وتمتع بالاستقلالية وهي مؤسسة الأم أما مديرية الفرعية لقالم، نشأت في جانفي 1979 كانت تابعة لمنطقة توزيع عنابة، وهي مكلفة بانتاج الكهرباء والغاز ونقله وتوزيع وبعد مرور سنوات شهدت تطور واصبح لها العديد من الفروع SDA و SDE و SDC و SDO . وحيث تقدم مديرية الفرعية لقاملة العديد من الخدمات سواء للبلاد أو للمواطنين وتلبية حاجاتهم، كذلك تساهم في تزويد سوق الوطنية وتوزيع كهرباء وغاز، وتطوير كذلك الصناعة الكهربائية وتعاملات التجارية وتوفير الطاقة كهربائية وغازية على المستوى الوطني.

والمديرية الفرعية لقالم تابعة لـ (SDE) التي مقرها قسنطينة، حيث تعتبر مديرية الفرعية لقالم (SDE) من مؤسسات اقتصادية هامة في البلد تقوم على استراتيجية اتصالية من اجل تحقيق اهدافها في ادارة مؤسسة ولها العديد من الاقسام وشركات فرعية للأشغال متخصصة أولا: إنارة وايصال الكهرباء وتركيب منشآت كهربائية وأنجاز شبكات نقل الغاز و الهندسة المدنية وهي شركة قابضة هيكلت نفسها على شكل شركة متفرقة (انتاج كهرباء، نقل غاز، نقل كهرباء) .

تعتبر مديرية توزيع الكهرباء والغاز من اهم الشركات المهم التي يبنى عليها اقتصاد الوطن فهي من المؤسسات التي تحظى باهتمام كبير من طرف الدولة نظرا لما تقدمه من خدمات حيوية للمجتمع بتوفير الطاقين الكهربائية والغازية على مستوى قطاع الطاقة.

أ- تعريف المديرية الفرعية للتوزيع سونلغاز قالمة:

نشأت المديرية الفرعية للتوزيع قالمة في جانفي 1979 وكانت تابعة لمنطقة التوزيع عنابة، وهي مكلفة بإنتاج الغاز وتوزيعه، فبعد مرور أربع سنوات من صدور قانون الكهرباء ونقل الغاز بواسطة قنوات تكوين سونلغاز قالمة قد حطت خطوات عملاقة في سبيل تكوين مجمع صناعي قوي بإعادة تنظيم التوزيع في شكل أربع مديريات عامة للتوزيع يضم كل منها عددا من المديريات الجهوية للتوزيع وهذه المديريات هي:

SDA: شركة التوزيع بالجزائر العاصمة.

SDC: شركة توزيع الوسط (من البلدية إلى تمنراست).

SDO: شركة توزيع الغرب.

ب- الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

اولا: مدير المؤسسة : يعتبر اول مسؤول و يتمثل بصلاحيات عديدة في ادارة عمل المؤسسة ويستمد هذه الصلاحية من عقد التسيير المبرم بينه و بين منطقة تابعة اليها اداريا .

ثانيا: المكلفون بالمصالح تاتي مباشرة بعد مدير المؤسسة وظيفتها العمل على تنسيق والامن و هي اربع مصالح اساسية :

- المكلف بالشؤون القانونية :الممثل القانوني في جميع المنازعات

- المكلف باتصال :يقوم بوضع المخطط السنوي للاتصال و تغطية مختلف نشاطات الشركة.

- المكلف بأمن :هو المسؤول على حفظ الامن الصناعي و السهر على حماية العمال من مختلف الحوادث.

- المكلف بأمن الداخلي:مهمته الأساسية هو الحماية الشركة من السرقة.

4- دورة التربص:

تعرفت اليوم من قبل مكلفة بالاتصال (ريمة مضاوي) ان لكل مديرية سونلغاز وكالة تجارية تابعة لها فبولاية قالمة توجد 05 وكالات ودور هذه الوكالات يشمل الزبون بدرجة الاولى منها وكالة قالمة وكالة هيليبوليس وبوشقوف ووادي الزناتي ووكالة ماونة تهتم الوكالة التجارية باحتياجات الناس اي الزبون و قمت بزيارة تفقدية لها مع ريمة مضاوي قدمت لي معلومات حول هذه الوكالة ومسؤوليتها كمكلفة بخلية اتصال على هذه الوكالة كمرقبة العمل و راحة الزبون نظافة المكان وقدمت لي كذلك كيفية تصميم شاشة العرض ونشر معلومات وصور وفيديو وكلها موجهة لزبون وعمال.

تعرفت في اليوم التالي على خلفية على مديرية توزيع الكهرباء والغاز و دور الذي تلعبه اتجاه الناس كذلك قدمت لي معلومات حول اقسام موجودة داخل المؤسسة ومهام كل قسم داخل مديرية المؤسسة التي تسهر دائما على توزيع مهام وضمن السير الحسن للعمل داخلها مع كل العمال.

اليوم الثالث: قدمت المكلفة باتصال دورها كمكلفة بالإتصال داخل المديرية و الدور التي تلعبه من خلال تعاملها مع الزبائن او العمال وحتى وسائل الاعلام فهي الممثل الرسمي للمؤسسة في رسم صورتها الايجابية كذلك من المهام التي عرفتنا بها المشاركة في النشاطات و المناسبات التي تخص مديرية توزيع الكهرباء والغاز وقدمت لي نموذج عن المعرض الذي اقيم بسطيف وكانت مسؤولة عن تصميم اغراض خاصة بالمعرض مثال عن ذلك تصميم قبعات واقمصة وفيديو وقد شارك في هذا المعرض العديد من المديريات وهذا ملاحظته أن هناك تواصل بينهم كذلك مسؤوليتها في إختيار موقع المعرض وتنظيم قوائم تابعة له كقائمة الأكل..... الخ

اليوم الرابع خصصت مكلفة بالتربص هذا اليوم في شرح نوع اتصال الموجود داخل مؤسسة سونلغاز ومهام التي تقوم بها وهي كثيرة فهناك اتصال داخلي بين العمال ولاحظت أن مهام المكلف بالإتصال يتمثل في المشاركة في مناسبات المديرية وكل أحداث التي تخصها مثال عن ذلك تكريم العمال ومعارض وأبواب مفتوحة وتكون هي مشرفة رئيسية ولاحظت أن خلية الإتصال لها دور مهم في خلق جو التواصل بين كل عمال داخل المديرية وكذلك هناك نوع آخر من الإتصال هو الإتصال الخارجي يتمثل في تواصل مع وسائل الإعلام بكل أنواعها والمشاركة في حصص التلفزيونية والإذاعية وقدمت لي نموذج عن حصة إذاعية وطرق كيفية كتابة المقالات الصحفية وأشارت لي لنقطة مهمة متمثلة في تدخل خلية الإتصال عند وجود إختراق أو سرقة من قبل الزبون فيما يخص الكهرباء، يكون هنا تدخل المكلفة بالإتصال في تحرير شكوى وكتابة مقال صحفي للتوعية والتحسيس. كما وضحت لي كيفية كتابة حق الرد وأيضا وضحت لي كيفية تحرير وتصميم الحملات التحسيسية حول خطورة الغاز والكهرباء عبر وسائل الاعلام كما أن المكلف بالإتصال له مسؤولية ضمان حق المعلومة للمواطن وحقه في الإطلاع عليها.

في اليوم التالي، قدمت لي المكلفة بالإتصال نموذج عن مجلة المديرية وأهميتها، فهي موجهة للعمال والمكلف بالإتصال له دور في تحريرها وهي تتضمن كل مناسبات والأحداث التي تقوم بها المؤسسة كذلك كل مقالات الصحفية التي تناولتها الصحف حول المؤسسة وهي تابعة أساسا لمديرية الام، وتتحصل المكلفة بعدة نسخ وتقوم بتوزيعها على عمال المؤسسة وهي تصدر كل ثلاثة أشهر. وطرحت عليا المكلفة بالإتصال كتابة مقال كتجربة عن مديرية توزيع كهرباء قلمة، كما قامت بتوضيح نموذج هائي المناسبات وكيفية كتابتها نيابة عن المدير وأعطتني نموذج لعيد الاضحى وكيفية توزيعها كذلك، كما وضحت لي كيفية التعامل مع الزبائن وقراءة الفاتورة والتواصل

الجيد مع وسائل الإعلام وضرورة قراءة كل مايكتب عن المديرية في كل الجرائد أي الإطلاع الدائم للمكلف عليها.

5- ظروف العمل:

كانت ظروف جيدة وعادية فالوقت كان مناسب ومنظم بالاضافة الى سهولة التنقل الى المؤسسة كذلك المعاملة الحسنة من قبل العمال خاصة مسؤولة التربص (ربمة مضايوي) وما لاحظته وجود تواصل وانضباط والامن والإستقبال الجيد من قبل مكتب الإستقبال والتوجيه وتوفر مكتب وقاعة لتربص متوفرة على اللوازم الضرورية لراحة العامل والمتربص.

6- تنظيم العمل داخل المؤسسة:

تنظيم جيد يشمل الهيكل التنظيمي للمؤسسة، توزع فيه المهام حسب الاقسام وكل قسم أو مصلحة له وظيفة يقوم بها فهناك اتصال داخلي وخارجي، فالإتصال الداخلي المتمثل في توصيل المعلومة بين العمال. أما الخارجي يتمثل في التواصل مع الزبون، هناك أيضاً اتصال صاعد من العامل إلى المدير عبر التقارير، وإتصال آخر نازل من المدير إلى العمال، بالإضافة إستخدام الفاكس، الهاتف أو الإتصال المباشر، هناك تواصل فعال داخل مؤسسة بين الموظفين وهذا ما لاحظته واستخدام كل وسائل التواصل شبكة داخلية وبريد إلكتروني وهاتف وفاكس، والانترنت هناك رضا وظيفي لدى العمال في تأدية واجبه ومهامهم على أكمل وجه وتوفير إمكانيات الراحة، مكاتب وحواسيب وطباعة ومكيفات وكاميرا المراقبة وتوفير الأمن...، لديهم تواصل فعال مع الزبون من خلال أرقام هواتف للإطلاع على ظروف الكهرباء والغاز، وتواصل مع الزبون من خلال الوكالة التجارية وكيفية قراءة الفاتورة وتسديدها... إلخ. وتوفير معلومات دقيقة للمواطن قراءة الجرائد اليومية وكل المقالات.

7- نوعية الاتصال الداخلي في المؤسسة:

شبكة الداخلية (Intranet) هواتف وفاكس ولأنني كنت أثناء تربصي مع المكلف بالاتصال داخل مديرية (SDE) تعرفنا على نوعين من الإتصال الداخلي والخارجي، في مؤسسة (SDE) نجد مكلف بالاتصال لديه الإتصال بنوعين الخارجي والداخلي، حيث نجد في الإتصال الداخلي دور المكلف هنا هو المشاركة في نشاطات مديرية (SDE) وتحضير للمناسبات كالندوات الصحفية وتكريم عاملات أو العمال اثناء التقاعد... إلخ، ويكون دور المكلف في الإتصال الداخلي هو تمثل صورة المؤسسة، فهو الممثل الرسمي لها أثناء النشاطات والمسؤولية الكبيرة تحت عاتقه، حيث لاحظنا أن مؤطرتي لها دور فعال داخل المؤسسة.

8- مصطلحات لها علاقة بالموضوع

- إتصال خارجي
- قراءة الفاتورة
- مكلف بالاتصال
- اتصال داخلي
- نقل الغاز والكهرباء
- حق الرد
- توزيع والتسويق
- البريد
- مهندس الأمن ونظافة البيئة
- وكالة التجارية
- سرقة كوابل كهربائية
- مقالات الصحفية وحملات تحسيسية عبر الإذاعة
- مناسبات ونشاطات
- ندوات الصحفية SDE
- مجلة المؤسسة

9- التحليل والتفسير

- هناك جو ملائم ورضا وظيفي للعمال داخل المؤسسة حيث هناك تفاهم ونقل المعلومة وهذا ما لاحظته، كذلك يوجد انسجام وتفاعل من خلال الاتصال الدائم، مثال استفسارات بعض العمال للمسؤولين فنجد هناك رد فعل ايجابي.

- اتصال صاعد وأفقي واتصال خارجي مع الزبون أي من خلال توفير معلومة مباشرة أو عبر وسائل الإعلام، هناك تواصل بين الإدارة والزبون. كذلك لاحظنا أن العمال يرسلون انشغالهم للمدير وهذا الاخير يقوم بالرد على هذه الانشغالات.

- لاحظت كذلك اثناء التبرص أن مؤسسة (SDE) لها أعمال ونشاطات كثيرة، حيث نجد أن هناك توافق بين العمال وكل الوحدات، وهناك تواصل وإتصال دائم كالاتصال الشخصي داخل المؤسسة ومتابعة دائماً لكل ما يجري.

- يستخدم العمال أجهزة الحواسيب في مختلف الأعمال وجود شبكة أنترنات، فاكس، بريد إلكتروني، مراسلات بالاضافة إلى وجود صندوق الشكاوى والبريد وإعداد الفواتير وكل المعاملات التجارية خاصة مع الزبون والمؤسسات الفرعية الأخرى، حيث نجد أن هناك تواصل بينهم إضافة إلى ذلك متابعة كل ما ينقل أو يكتب عن المؤسسة في وسائل الاعلام، ردايو، تلفزيون، مجلة، جريدة... إلخ.

- وجود قسم متخصص لمعدات الأشغال والصيانة والتصليح والتركيب.

- تنظم المؤسسة رحلات صيفية للعمال، حيث كانت هذا العام مشاركة فعالة من قبل الموظفين وبالتالي هناك إهتمام بأفراد المؤسسة هذا ما يولد رضا وظيفي من قبل العمال.

- لاحظنا أن المكلف بالاتصال هو مصدر المعلومة والمسؤول عن أهم النشاطات سواء داخل أو خارج المؤسسة فهو من يخلق جسور التواصل بين الزبون والمؤسسة ووسائل الاعلام.
- كذلك وجود كاميرات مراقبة داخل المؤسسة من أجل الأمن.

10- الإجابة عن الأسئلة الفرعية

- هناك استراتيجية فعالة داخل مديرية توزيع الكهرباء والغاز (SDE) بقلمة، وقد ساهمت في تنظيم العمل حيث نجد اتصال رسمي وغير رسمي متمثل في إتصال الداخلي وإتصال الرسمي نجد فيه صاعد ونازل واتصال الأفقي وكذلك اتصال الخارجي (تسويق واشهار، تمويل...).
- يلعب المكلف بالاتصال دور مهم في تحسين صورة المؤسسة من خلال توفير معلومات ذات مصداقية والحد من الاشاعات وحل الأزمات بطريقة استراتيجية أيضا متابعة كل ما يكتب ويث في وسائل الاعلام واستخدام حق الرد وبالتالي ضمان وصول المعلومة للمواطن وكذلك تحضير للمعارض والابواب مفتوحة لـ (SDE) وتمثيلها أحسن تمثيل أمام الجمهور.
- مهام المكلف بالاتصال المتابعة والمشاركة في نشاطات وافتتاحيات مؤسسة (SDE) وتوصيل المعلومات للإعلام.
- مراقبة الوكالة التجارية وتصميم شاشة العرض وماكل ما يث فيها من معلومات وفيديوهات.
- مشاركة في حصص إذاعية وكتابة مقالات الصحفية بالفرنسية والعربية.
- تحرير مجلة (SDE) وتصميمها - حملات تحسيسية والاعلانات.
- الإعلام والاتصال.
- استخدام وسائل تكنولوجية حواسيب وأنترت، فاكس، بريد الكتروني شاشة العرض Data Show و Ecran، هواتف ذكية وغيرها.
- تعامل بين مديرية (SDE) والاعلام من خلال مكلف بالاتصال فهو مسؤول عن هذا من خلال تحرير مقالات، حق الرد، ابراز بعض اختراقات للقانون، حملات تحسيسية حول الغاز والإعلانات... إلخ.

11- المهارات المكتسبة خلال فترة التربص:

- خلال فترة التربص بمديرية توزيع الكهرباء وغاز تمكنت من معرفة كيفية تقديم لوحة اعلانية لتحسيس وتوعية كذلك انجاز روبروتحات عن المشاريع التي تقدمها المؤسسة لمعرفة التقنيات الحديثة مستخدمة في عمليات

التركيب من مونتاج ومكساج لتقديمها في احسن صورة لزبون حيث لاحظت ان مكلف باتصال يعتبر الحجر الاساس داخل المؤسسة لان المسؤولية تقع على عاتقه وذلك من خلال ما يقدمه عن المؤسسة و ما ينشره في وسائل الاعلام، وكيفية كتابة حق الرد وكتابة تهاني المناسبات، أيضا تعلمت باعتبار على ابواب توجه الى الحياة العملية تعلمت سبل التعامل مع زملاء العمل وطرق حوار وكيفية توصيل الفكرة والمعلومة بمصداقية وموضوعية وأنه على المكلف بالإتصال أن يكون له علاقات وطيدة مع وسائل الإعلام.

12- تقديم إقتراحات:

- تكوين العمال على أهم برامج وتقنيات التكنولوجيا لتسهيل الأعمال المنجزة ويوجد في إنتاج.
- استخدام أكثر لأهم تكنولوجيا المعلومات التي تساهم في رفع مستوى المؤسسة بإعتبارها مؤسسة إقتصادية ورفع الإنتاج.
- انشاء موقع الكتروني فعال لتواصل مع الزبائن.
- تسديد الفاتورة الكترونيا من قبل الزبون.
- استخدام حواسيب متطورة.
- توفير آلات كاميرا رقمية للمكلف بالاتصال اثناء خرجات عملية.
- السرعة في تصليح اثناء انقطاع التيار الكهربائي.

13- التقييم العام للمؤسسة (التقييم الشخصي):

من خلال التربص الذي قمت به في مديرية (SDE) وأني عند القيام بفترة التربص لم نجد صعوبات عند طلبي بل كانت موافقة فورية من قبل المدير السيد "عبد القادر طالب"، مع العلم ان ظروف التربص كانت جيدة ولم تكن هناك معوقات، فخلال هذه الفترة لاحظت وجود علاقة جيدة بين عمال المؤسسة حيث كان هناك إتصال فعال بين العاملين مع تقديم تفسيرات إذا وقعت صعوبات لبعض العاملين، تقديم توضيحات للزبائن عند وجود بعض الانشغالات. بالإضافة إلى الاستقبال الجيد من قبل العاملين، وحسب المعاملة وتقديم أهم المعلومات التي نحتاجها ، كما أن مسؤولية التربص الآنسة "رمية مضاوي"، كانت لها موافقة مستحسنة على الاشراف علينا داخل المؤسسة وتقديم النصح والارشاد وأهم المهام التي تقوم بها داخل مديرية SDE فهي تعتبر صحفي المؤسسة.

الخاتمة

في الأخير على كل مؤسسة ان تهتم بالتكنولوجيا الحديثة لتفعيل اتصال والتواصل وضرورة توصيل المعلومة ذات الجودة والمصدقية بحيث يكون هناك تفاعل ورضا وظيفي للعمال بالاضافة لتعلم سبل الحوار العلمي بين موظفين داخل المؤسسة، باعتبار مديرية توزيع كهرباء لها مكانة فهي تركز على استراتيجية اتصالية فعالة لتحقيق اهدافها فهي تعمل جاهدة على مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة التي تساهم في تقديم افضل الخدمات الراقية للزبون وارضائه وهذا ما تعمل عليه خلية الاعلام واتصال داخل مؤسسة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات
فرع علوم الإعلام والاتصال



عنوان المقال:

دور التكنولوجيا الرقمية في تطوير وظائف الإعلام التقليدي

إشراف الدكتور:

- حموش عبد الرزاق

إعداد الطلبة:

- سلامة وفاء.
- أوهيب أميرة.
- قتاتلية إيمان.

جامعية: 2015 - 2016م

الملخص

نظرا لتطور التكنولوجيا في مجال الاعلام وما نتج عنه من تغيرات جديدة مست جميع جوانب الإعلام بما فيها الإعلام التقليدي، فظهور الإعلام الجديد لم يلغي الإعلام التقليدي على عكس ما قيل بل كان مكمل له فالتقنيات والتطبيقات التي جاء بها العصر الرقمي كانت إضافة نوعية على الإعلام التقليدي ويبرز ذلك من خلال ظهور الصحف ومجلات الكترونية التي تستخدم الوسائط المتعددة و مختلف أدوات الاتصال الحديثة التي ساهمت في رفع مكانة الإعلام التقليدي بكل أنواعه.

مقدمة

حدثت التحولات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، آثار على العملية الإعلامية من حيث الأداء والتوجيه والتنفيذ، وهو ما أوقع أثره بالنتيجة على وسائل الإعلام التقليدية. هذا ما أدى إلى المهتمين في المجال الإعلامي لتطوير تلك الوظائف، وذلك لملائمتها مع المتغير الإعلامي الجديد، أصبح الإعلام الرقمي (الجديد) اليوم يمثل مظهرا جديدا ليس في إطار دلالات علوم الاتصال فقط بل مكمل بما يحيط هذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم اتصالية جديدة، فالإعلام التفاعلي أتاح للجمهور التفاعل مع بعضه البعض ومع مختلف وسائله الإعلامية في أي مكان وزمان بالإضافة إلى توفير المعلومات وسرعة وصولها من خلال أهم التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أن هذه الأخيرة لم تلغى وسائل الإعلام التقليدية.

الإشكالية

شهد العالم اليوم تغيرات عديدة في جميع المجالات خاصة مجال الإعلام والاتصال، وهذا الأخير جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، وأبرز هذه التطورات شبكة الانترنت، وأدواتها متمثلة في الوسائط المتعددة والدمج بين الصوت والصورة والنص في آن واحد. هذا الأمر ساعد الإعلام على القيام بقفزة نوعية بل جعلته الوسيلة الأقدار وصولاً إلى كافة الفئات .

فالوسيلة الإعلامية - والتي كانت حكراً سابقاً على أفراد معينين بوجهونها بما يخدم مصالحهم - لم تعد الآن كذلك، حيث أصبح جميع أفراد المجتمع باستطاعتهم إيصال آرائهم وانتقاداتهم ونشر أفكارهم في أي وقت والتفاعل مع هذه الوسائل الإعلامية بمختلف أنواعها، هذا ما دفع المختصين في المجال الإعلامي لتسميته بالإعلام التفاعلي (الرقمي، الجديد...)، وقد أدى ظهور هذا النمط الجديد من الإعلام إلى تغيير جذري على الساحة الإعلامية بجميع وسائلها المكتوبة والسمعية البصرية في جميع دول العالم، وذلك لما أضافه من سمات جديدة في المجال الإعلامي من خلال الانترنت، بالطبع هذا ما أدى إلى ظهور منافسة قوية بين الإعلاميين التقليدي والإعلام الجديد لكن هذا ليس إقرار بتراجع الإعلام يضاف بنص التقنيات الحديثة التي فرضها عصرنا الحالي.

من خلال هذه الإشكالية يتبادر إلى أذهننا هذا التساؤل ما هو مستقبل الإعلام التقليدي في ظل وجود الإعلام الجديد ؟

المنهج: اعتمدنا بشكل رئيسي على المنهج الوصفي فوفقاً لتعريفه هو مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول الى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.⁽¹⁾

(1) احمد عظيمي: منهجية كتابة مذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم إعلام واتصال. ديوان مطبوعات الجامعة. الجزائر، 2009، ص11.

1- تصنيفات وسائل الإعلام

منذ مجيء التلفزيون تابعت التصنيفات فكانت كمايلي:

أ- من وسائل الإعلام المكثفة إلى وسائل الإعلام الترتيبية:

نقصد بنموذج وسائل الإعلام المكثفة التلفزيون، فالمقياس الذي يدل على آلة الاتصال في الخمسينات والستينات تعني جميع التقنيات التي تسمح ببث مهما كان نوعها، إذا اعتمدنا اسم وسائل الإعلام في الستينات تأخذ علما بواقع وتعبير عن فكرة ويرى (ماكلوهان) (maclohan) أن لفظ Media وسائل الإعلام يمكن أن تدل على أي وسيلة من وسائل التكنولوجيا، فرواد العصر يرون أن الهاتف والكابل والقمر الاصطناعي مع الصحافة ومحطات البث أنواع تكنولوجيا تنتسب جميعها إلى النوع نفسه. أما بالنسبة إلى (جان كولتيه (jan coltieh) و(رينه بريجه (berijeh renie) يلاحظان أنه من الضروري أن يبقى مدى الإشباع قوياً وعلى مساحة ما سماه (جان كازيتيف (jan (kazitief مجال البث. بما يهدف إلى صفة مميزة في وسائل الإعلام تحدد بالضرورة وبطريقة أحادية الاتصال الذي يحقق محتوى الرسائل وينقلها.

ب- أسطورة السمععي البصري:

حسب (رينه بريجه (renie berjeh) و (جان كلوتي (jan coltieh) " ليس هناك ضرورة بين قدرات وسائل الإعلام والاتصال التي صنعت من أجله وبين مساحتها الممكنة والإشباع الاختياري الذي يهدف إليه، فما هو صحيح بالنسبة للصحافة المكتوبة ليس أقل صحة بالنسبة إلى محطات الإذاعة والتلفزيون والفيديو كاسيت والمشهورة باسم Self media أو Groupe media. فالسمععي البصري في الحقيقة هو أسطورة يشهد على عدم قدرة بعض المجتمعات على الأخذ بعين الاعتبار التشابك المتناهي للتقنيات التي تسمح بالبث أو الاتصال، مساحة الفعلية وقدرات التقنية واللغة المستعملة ومحتوى الرسائل، والخدمات التي تقدمها وسيلة الإعلام، فهذه المقاييس كلها تسمح بتميز وسيلة إعلام قديمة كانت أو جديدة⁽¹⁾.

(1) فرانسيس بال وجيرال إميري، وسائل الإعلام الجديدة، عوידات للنشر والطباعة، ترجمة فريد أنطونيوس، لبنان، 2001، ص ص

2- وسائل الإعلام الحديثة تستجوب القديمة:

أ) تطور الوقائع:

كان الإعلام في بداياته الأولى مقتصرًا على الصحف وباقي أشكال المطبوعات التي ارتبطت بوكالات الأنباء للحصول على أهم أخبارها ومعلوماتها، فالإعلام العام كان عنصرًا مؤسسًا للنظام الاجتماعي وبعد 1960 م، أصبح الإعلام لا يتغذى من الأحداث الحالية ومن القصص التي يصفها الناس بل أصبح يعتمد على البيانات التي أوجدها الكمبيوتر، وفي الوقت نفسه الذي تعدلت فيه جوانب ومحتوى الإعلام فالوصول المتزامن للكابلات والاسطوانات وقراء الحوامل البصرية والأقمار الصناعية والميكروكمبيوتر يدعو إلى النظر بطريقة أخرى إلى وسائل الإعلام القديمة: الصحافة والنشر، محطات الإذاعة والتلفزيون في حين تسمح وسائل الإعلام بطالب الشخصي الموجه Directionnelle تصل إلى جماهير كثيرة.

ب) تطور الأفكار:

صحيح أن الإعلام يذاع بفضل التقنيات على شبكات فضائية في وقتنا الحاضر بطريقة أفضل وأسرع وبكمية أكبر من الماضي لأن أدواته أكثر قوة ولكن إثبات هذه الحالة يصطدم ببعض الحقائق هي أن الإعلام لا قيمة له إلا بالنسبة إلى الذي يعرف كيف يستخدمه وهو لا يمثل سلطة إلى على الذي يفهمه، فما يحدده جوهر الديمقراطية ليست كمية الأخبار الجديدة والصحف بل الصراع القائم بين الذين يتكلمون والذين يسمعون وعدم المساواة في التعبير عن الأفكار الخاصة مهما كان فيها، فهم يرون وأن وسائل في الماضي لكن لا يمكننا تجاهل وسائل الإعلام القديمة فما نفع الهاتف دون عناوين؟ وما نفع أدوات الاتصال إذا لم يفعلوا الناس قبل استعمالها أن يعيشوا معاً وأن يتكلموا وأن يصغي بعضهم للآخر⁽¹⁾.

3- أشكال الإعلام:

أ) الإعلام التقليدي:

تشمل وسائل الإعلام التقليدي الإذاعة، التلفزيون، الصحف المطبوعة المجلات. وهي تلك الوسائل المملوكة وتوجد منذ عشرات السنين، تختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة من دولة إلى أخرى، لأسباب تتعلق بالإمكانات البشرية والتقنية وأخرى تتعلق بالمجتمع وتطوره في المجالات السياسية الاجتماعية والاقتصادية

(1) فرانسيس بال وجيرال إميري، المرجع السابق، ص- ص 126-128.

والثقافية لذلك فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية⁽¹⁾.

ب) الإعلام الإلكتروني:

ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات التي شاهدها شبكة الانترنت خاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها الويب 2.0 و كان أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية و أدوات الاتصال و مشاركة للمحتوى و الأفكار و الخيارات ومع تطور تقنيات الإعلام الجديد فإن المفاهيم الإعلامية و نظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكال جديدة ووسائل الإعلام التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فوضتها شبكة الانترنت و التي أصبحت من خلال المعايير الجديدة للاتصال الجماهيري، فلإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم من خلال شبكة الانترنت و هذا الأخير لم يبلغ الإعلام التقليدي ومن أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي:

- المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت.
- الإعلانات الإلكترونية (خدمات النشر الإعلامي على الانترنت).
- خدمات إعلانية ترفيهية.
- مدونات.
- قنوات التواصل الاجتماعي فيسبوك، تويتر.
- خدمات الهاتف الجوال و تشمل البث الحي على الهاتف المحمول.
- بث خدمات الأخبار العاجلة.
- رسائل sms و mms على الهاتف⁽²⁾.

(1) قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتناظر الإعلام التقليدي و الإعلام الإلكتروني، صحيفة الشرق، 2012، سعودية، ص ص 8-9.

ورقة بحثية غير منشورة.

(2) نفس المرجع ص 6.

4- بنية الإعلام الجديد:

المرحلة 1: ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الإخبارية بل أصبحوا صحفيين هواة ومستقلين.

المرحلة 2: الجمهور المتلقي وهذا الجمهور يختلف عن الجمهور النموذج الخطي فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من الأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية إلى جمهور يتفاعل بإيجابية ليس مع ما يقدم له فقط بل مع مقدم الخبر. حيث أصبح على الوسيلة الإعلامية الإذاعة أو تلفزيون التعامل مع المعلومة بطريقة تناسب كل مادة على حدة كما أنها تتعامل مع الارشيف الكتروني و تحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر للمادة المقدمة فتصبح وسائل الإعلام لديها نوع من التفاعل و التداخل الايجابي بين الصحفيين من جهة و فريق العمل التقني وأخصائي تصميم الصفحات ويب و ادارة موقع و قواعد البيانات و تأمينها وتحديثها وتركيب البرميات تابعة لتحديث دوري و هنا نلاحظ تعقيد في الدور الاعلاميين اجل خلق الانسجام في العمل الاعلامي .

المرحلة 3 : وسيلة اتصال و نحن هنا بصدد نسخة ورقية مطبوعة لكن عن موقع الوسيلة الاعلامية على انترنت أي نحن امام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الاعلامية المطبوعة تمثل لها الدعم لقدراتها على المنافسة وتنوع مصادر الدخل⁽¹⁾، فمواقع الوسيلة الإعلامية على الانترنت أصبح البديل الذي يتيح للجمهور الوصول للصحفيين والتفاعل معهم⁽²⁾.

5- علاقة بين الوسائل الإعلامية الجديدة والتقليدية :

هنا نزول الفوارق بين القديم والجديد فقد وجدت تبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديدة ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذي يعملون في الوسائل التقليدية والجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية أي ،هم يستخدمون النوعين معاً، فالمؤسسات القديمة تعترف بأهمية الإعلام الجديد وتعمل على اللحاق بتكنولوجيا وتطبيقاتها المختلفة فالصحف الضخمة مثل:

"واشنطن بوست" و "نيويورك تايمز"، لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت ولديها برامج ونشرات على التلفزيون مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد⁽³⁾.

(1) قينان عبد الله الغامدي: التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد .ورقة بحثية، صحيفة الشرق، ماي 2012 ص ص 14، 15، 16.

(2) نفس المرجع، ص ص 10 - 11 - 12.

(3) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، دار الشروق للنشر والتوزيع.

للاستعانة بدورة كاملة بالانتشار والجودة من خلال ما هو متاح من هو وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور مثال ذلك: الصحيفة الورقية أصبحت توجد ورقيا وإلكترونيا بتحديث دائم على مدار الساعة وتواصل مستمر مع قراءها ومتتبعيها عبر الشبكات الاجتماعية والاستفادة من الوسائط المتعددة النص والصوت والصورة ورسائل الجوال وهي خطط ناجحة تستفيد منها خاصة الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي⁽¹⁾.

6. إسهامات الإعلام الجديد في ظل وجود الإعلام التقليدي:

إن الإعلام الجديد ألقى بظلاله وأثره على الإعلام التقليدي إذا أسهم كونه قائماً على اللامركزية للمعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغيير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية، حيث أصبح لدينا تفاعل حقيقي يتطلب نمودجا اتصاليا ، واتجاهين أو اتجاهات متعددة وزيادة حرية التغيير الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث.

إن انتشار ما يعرف بالمضمون المختصر أو ما يعرف بالتدوين المصغر توتير، يوتيوب، فايسبوك. ما دفع بالقائمين على الاتصال في المؤسسة الإعلامية التقليدية الراغبة في دخول سباق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التغيير واختزال وسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظرا لتغيير طبيعة الجمهور ومواكبة العصر الرقمي حيث أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (صحف، تلفزيون، إذاعة)، تعتمد بشكل أساسي على مواقفها الإلكترونية من أقل الحفاظ على وجودها واستمرارها من خلال مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع ويبقى الخيار الأمثل لنجاح وبقاء كلا الإعلاميين التقليدي والجديد. هو التكامل في عالم ينقسم على عالم افتراضي وواقعي. فالإعلام الإلكتروني وهو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي وكلاهما يعتمدان على بعضهما في صناعة الأخبار، فالاختلاف بينهما متمثل في طريقة تداول الجمهور لهذه الوسائل وهذا لضمان وجود كلاهما.

7- تأثيرات تكنولوجيا الإعلام الجديد على وسائل الاتصال والجمهور:

لم تلغ تكنولوجيا الإعلام الجديد وسائل الاتصال القديمة، بل غيرتها بشكل ضخم، فقد تغيرت الجرائد والمجلات بظهور مستحدثات جديدة في نظم الطباعة ونظم إرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثر

(1) قبان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 15 - 17

أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام، كما تغير التلفاز بعد ظهور البث المباشر بالأقمار الصناعية والتلفاز الكابلي والتلفاز عالي الوضوح فكل تكنولوجيا اتصال جديدة جاءت لتطور تكنولوجيا قديمة.

عملت كذلك تكنولوجيا الإعلام الجديدة إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة التي كانت في السابق وسائل مستقلة لا علاقة لها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل بالإضافة إلى ذلك اندماج التلفاز مع شبكة الانترنت فجهاز اليوم لم يعد يستخدم كمشاهدة البرامج فقط، بل إلى الإبحار في شبكة الانترنت وإرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني.

من بين هذه التأثيرات زيادة فاعلية وسائل الاتصال لمهامها الإخبارية على الصعيد المحلي والدولي من خلال السرعة في تغطية الأحداث، حيث مكنت التطورات التكنولوجية الحديثة من اختصار المسافة الزمنية بين الحدث وانتشار كخبر، توسيع نطاق التغطية الإخبارية، فالأخبار لم تعد خطراً على مناطق تكون موزعة في جميع أنحاء العالم دون قيود وعوامل، كذلك توسيع عدد قنوات الأخبار مما فتح المجال إلى انتشار الأخبار في كل زمان ومكان.

تحسين الأداء المهني للوظيفة الإخبارية وتطويره من خلال إمكانية الاتصال بينوك المعلومات وشبكاتهما للتزويد بمختلف المعلومات.

استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة مختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية مثل أنظمة النصوص التلفازية والمحالات الالكترونية.

ففي السنوات الأخيرة احدثت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاعلام الجديد خاصة في مجال الارسال واستقبال تلفازي و شبكة الانترنت حيث لاحظنا تناقص عدد الجرائد بشكل ينذر بالخطر وذلك أن المعلومات التي تنقلها الجرائد تبث من طرف القنوات الفضائية.

أ) الصحافة المكتوبة: إن ما جاءت به تكنولوجيا المعلومات والاتصال من تحولات، حيث حولت الصحافة الورقية المطبوعة إلى صيغ رقمية تنتقل عبر الكوابل والتلفون إلى أجهزة الكمبيوتر المنزلية ليقرأها القارئ مع ظهور تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة، إذا يمكن من خلال التلكتكست نقل مئات الصفحات من المعلومات عبر الأقمار الصناعية أو المحطات التلفزيونية إلى أجهزة المشتركين التلفزيونية أو عرضها على شاشات الكمبيوتر ومن خلال منصات نشرات الكترونية شبكات الكمبيوتر المتصلة، ظهور منتديات الحوار والاتصال على شبكة الانترنت التي يمكنها نقل كم هائل من المعلومات، أصبح لدينا أيضاً نطاق واسع في صناعة النشر الإلكتروني مثل: ما يعرف ب: الفيديو تاكست والبريد الإلكتروني فكل هذه التكنولوجيات جعلت من الصحفيين يهتمون

بكيفية عملهم بما خاصة مستقبلاً وإعادة النظر في التنظيم التقليدي لمهنة الصحافة التقليدية في ظل وجود الوسائط الالكترونية التي تفرض نفسها بقوة، فتأثير التكنولوجيا الجديدة على الصحافة المكتوبة كأن تأثير سلمي، حيث فقد هيمنتها على الأخبار والمعلومات وأصبح أفراد المجتمع قادرين على مجادلة الصحفيين وتقييد آرائهم.

ب) على الإذاعة: فيما يخص تأثيرات التكنولوجيا الجديدة على الإذاعة والتلفزيون ظهور أجهزة استقبال، ظهور تقنيات الرسائل، الراديو الرقمي الذي يتيح للمستمعين صوتاً دون تشويش ونوعية الصوت بالإضافة إلى عدم وجود إعلانات تجارية مزعجة في حين أن الراديو التقليدي الذي تصاحبه مشاكل التشويش حل محله تكنولوجيا الإذاعة الرقمية التي أصبحت متاحة للفرد مثال: راديو صغير متعدد الوظائف يستقبل به الفرد البث الإذاعي عبر الأقمار الصناعية ويمكن تشغيله بواسطة البطارية أو التيار الكهربائي، وفي الأخير أصبح الفرد بإمكانه التحكم في الراديو مثل: التلفزيون حتى أصبح لدينا راديو تفاعلي يضم صحفيين ومنتجين ومخرجين وتقنيين.

ج) التلفزيون: استخدام الكمبيوتر في التلفزيون لتحويلها لأجهزة ذكية وعندما يصبح التلفزيون ذكي، فهو يوازي الكمبيوتر الشخصي وسيتاح للأفراد تحرير رسائلهم وإرسالها عبر البريد الإلكتروني والتوصل إلى شبكة المعلومات و بهذا أصبح لدينا تلفزيون تفاعلي مختلف عن التلفزيونات السابقة التي كانت فيها مجرد مشاهدة برامج فقط لا أكثر بل اليوم لدينا التفاعلية من خلال تقنيات الجديدة التي اتاحها الاعلام الرقمي.

حيث أصبح في الوقت الحاضر متاحاً لنا إمكانية تعديل جدول مواعيد البرامج التي تتلائم مع رغباتنا وميولنا الشخصية أو ما يعرف (تلفزيون حسب الطلب Télévisions à la demande)، وهذا راجع لاستعمال التكنولوجيا الرقمية الحديثة، التي تفتح لنا مجال واسع للابتكار للإنتاج التلفزيوني، تحويل معلومات الصورة التلفزيونية إلى مجموعة من الأرقام الثنائية وبالتالي يتحقق لنا زيادة سعة الذاكرة والحفاظ على المعلومات من أي تلف وإمكانية التعامل معها بكفاءة عالية، والتحكم في الصورة الرقمية من حيث التكبير والتصغير (Résolution)، مع إمكانية استقبال الانترنت على شاشة التلفزيون دون تزويدها بأي جهاز خارجي، وكل ما تحتاجه هو توصيل التلفزيون بخط تلفون أرضي أو محمول، ويمكن الحصول على لوحة المفاتيح من خلال التحكم عن بعد، حيث أشار الإعلامي العربي "محمد قنديل"، أن التلفزيون التقليدي قد يختفي ويحل محله الكمبيوتر فنجد مثال ذلك: التلفزيون التفاعلي، فائق الوضوح، شاشة عرض بلازما، كرسنال أو تلفزيون ثلاثي

الأبعاد بمعنى آخر تلفزيون يحاكي الواقعي يحمل المتفرج معايشة الأحداث وكأنها تقع أمامها (Live) مما يمكننا وصولها إلى شبكة الانترنت وقواعد البيانات.

8- الحرية المتاحة لدى الإعلام الجديد:

إن الإعلام الجديد أتاحت الحرية المطلقة وتوفير الوقت والجهد وكسر الحدود والتواصل، حيث نجد لدى الإعلام الجديد نوعية جديدة من المتلقين يتميزون بالاجابية والتفاعل ومشاركة الفعالة، حيث وفر لنا الإعلام الجديد أدوات جديدة كوسائط المتحددة وشبكات التواصل الاجتماعي أيضاً، اليوم أصبح المتلقي بإمكانيته التعبير بالصورة أو الفيديو من اليوتيوب أي يقوم بإيصال الرسالة التي يريد، وهذا يعتبر شكل للإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي فاليوم الكل ينجذب نحو الوسائط الحديثة والانترنت والحواسيب كذلك المواقع الإعلامية وخدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة نجد أيضاً من سمات الإعلام الجديد الإذاعية الإلكترونية، الإعلانات الإلكترونية، المدونات قنوات التواصل الاجتماعي المختلفة، خدمات الأرشيف الإلكترونية وغيرها، فاليوم أصبح لدينا ليس فقط صحفيين أو إعلاميين محترفين في صناعة الأحداث والأخبار بل أيضاً صحفيين هواة ومستقلين ومن هذا المنطلق تجد أنه على المؤسسة الإعلامية أن توفر نوع من التفاؤل والاجابية بوجود فريق عمل متناسق من صحفيين مصممي الصفحات والعمال التقنيين وامتلاك قواعد وتأمينها.

إن سبب إستعمال وتوظيف البرمجيات بهذا التناسق من أجل تحقيق الانسجام والنجاح فالهدف منه جلب الجماهير، فاليوم أصبح الجمهور بفضل هذا الإعلام الجديد ليس ذلك المتلقي الذي يقرأ فقط، بل جمهور يسمع ويرى ويتفاعل ولديه مشاركة كبيرة من خلال التعبير عن آراءه وأفكاره والمشاركة بتعليقات وطرح المعلومات وصياغة الحوار والنقاش مع الأخر.

في ظل التحولات الحاصلة في مجال الإعلام الجديد تطورت عملية التواصل، أيضاً من حيث المضمون الإعلامي والمتلقين لهذا المضمون فاليوم التركيبة الاجتماعية لها حرية في التعبير في مختلف العمليات سواء بالمعلومات والمشاركة المؤثرة⁽¹⁾

فلقد أسهم الإعلام الجديد في صنع الكثير من التحولات بالنسبة للإعلام التقليدي من خلال دخول التقنية و أصبح جمهور واسع لديه تنوع في منافذ الاعلامية للحصول على المعلومة من صحف الكترونية ومواقع

(1) انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة، دار الجامعة للطباعة والنشر والترجمة، جامعة بغداد،

شبكات التواصل الاجتماعي كذلك خدمات الهاتف الذكي و اندماج بين كلا اعلامين ادى هذا ليس لتراجع الوسائل التقليدية بل تراجع طفيف في جمهورها فالاعلام الجديد اعلام مفتوح يعتمد على تكنولوجيا الحديثة فيه حرية تناول معلومات فهو خالي من القيود كذلك يعتمد على وسائل التواصل ولكن تبقى العلاقة بين إعلام التقليدي والجديد علاقة تكاملية فهما يساهمان في صناعة الاخبار والمعلومات اختلاف في طريقة التداول والطرح فقط .

الخاتمة:

في الختام لا يمكننا سوى القول أن الإعلام الجديد إتاحة للمجتمع فرصة الانطلاق من جديد في بناء شخصيته من خلال الديمقراطية و المشاركة المجتمعية التفاعلية بالإضافة إلى خاصيتي الفردية وتخصيص في الاستخدامات والتطبيقات الرقمية فنحن نلاحظ انه يوجد تطور وتحديث مستمر على مستوى وسائل الإعلام واتصال لكن برغم من هذا لا يمكننا الإقرار لنهاية وسائل الإعلام التقليدي لان الإعلام الجديد هو نفسه العلام التقليدي مضاف إليه التقنيات الجديدة.