



## مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

### داخل العدد

- تأثير الإعلان التليفزيوني بالقنوات الفضائية العربية على السلوك الاستهلاكي للشباب الجامعي . د . محمود عبد العاطي مسلم
- الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة في حملات الانتخابات النيابية البحرينية عام 2010م . د. شعيب الغباشي
- رؤية القانمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على العمل الإذاعي في المحطات الإذاعية المصرية العامة والمتخصصة . د. غادة حسام الدين محمد
- استخدام الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة للإنترنت والأشباعاء المتحققة منها . د. ناصر محمود عبد الفتاح
- صورة المرأه فى وسائل الإعلام العربية بعد ثورات الربيع العربي . د. هالة الطحاطى
- اتجاهات شباب الجامعة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ترويج الشائعات . د. سكرة علي حسن البريدي
- دوافع استخدام الشباب السعودي للإنترنت والإشباعاء التي تحققها دراسة ميدانية علي عينة من طلاب جامعة الحدود الشمالية . د. محمد عبد البديع السيد
- معالجة الصحف العربية لقيم التسامح ونشر ثقافة التواصل مع الآخر دراسة تحليلية فى الفترة من 2011 إلى 2012. د. مجدى الداغر
- قضايا مشاريح التخرج لطبابة الإعلام في جامعة صنعاء دراسة مسحية . د. عبد الباسط محمد الحطامي
- الخطاب الديني في الصحف الإسلامية في مصر بعد ثورة 25 يناير . د. عبد الحكم أبو حطب
- المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة . د. منال محمد أبو الحسن
- Stereotyping Islam on You Tube:A User-Generated Perspective. DR.Marwa Basyouny
- إشكالية العلاقة بين الأدب والإصلاح السياسي- الاجتماعي في مجلة (الأستاذ) لعبد الله النديم 1892- 1893م . د. رامي عطا صديق
- Can Social Media Incite Political Mobilization? Dr. Eman Mosharaf

العدد  
الثامن  
والثلاثون  
يناير 2012

رقم الإيداع بدار الكتب  
المصرية  
6555

العدد الثامن والثلاثون  
أكتوبر 2012 م

مجلة  
البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. أسامة العبد  
رئيس التحرير  
أ.د. عبد الصبور فاضل  
مديرا التحرير  
أ.د. عرفه عامر  
أ.د. محمود حماد  
الإشراف الفني  
أ.د. سامي الكومي  
سكرتير التحرير  
د. محمد أحمد هاشم

٠ ٥٢١

توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالي  
: القاهرة - جامعة الأزهر - كلية الإعلام ت : 00225108256

المراسلات

داخل جمهورية مصر العربية  
50 جنيها مصريا

السعر  
للتسعة الواحدة

## هيئة المحكمين

أيد : فاروق أبو زيد  
أيد : على عجوة  
أيد : انشراح الشال  
أيد : ماجى الحلوانى  
أيد : منى الحديدى  
أيد : عدلى رضا  
أيد : سامى الشريف  
أيد : حسن عماد مكاوى  
أيد : أشرف صالح  
أيد : شريف درويش اللبان  
أيد : نجوى كامل  
أيد : شعبان شمس  
أيد : جمال النجار  
أيد : سليمان صالح  
أيد : عبد الصبور فاضل  
أيد : فوزى عبد الغنى  
أيد : محمود إسماعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن  
رأى المجلة  
العدد الثامن والثلاثون - أكتوبر 2012 م

رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على  
العمل الإذاعي في المحطات الإذاعية المصرية

العامة والمتخصصة

إعداد

د. غادة حسام الدين محمد

المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون  
المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال  
مدينة الثقافة والعلوم – 6 أكتوبر.

## مقدمة:

أصبحت وسائل التكنولوجيا الحديثة أبرز ظواهر المجتمع المعاصر في أوائل الألفية الثالثة ورسمت معالم الحياة اليومية لكثير من الأفراد في تعاملاتهم من خلال البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة، صفحات التواصل الاجتماعي، مؤتمرات الفيديو، لتحدث بذلك اندماجاً وتكاملاً بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما أدى إلى ظهور مجال جديد يعرف أحياناً بالوسائط المتعددة Multi Media أو وسائل الإعلام الجديدة New Media أو وسائط الاتصال الفورية Media On – Line التي أثرت على كافة عناصر العملية الاتصالية سواء القائم بالاتصال أو المتلقي، الرسالة أو الوسيلة، لتخلق إعلاماً جديداً يعرف بالإعلام الرقمي Digital Media وباتت دراسة تأثيرات هذه الوسائل على كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية أمراً ضرورياً لبحث وتحليل وتفسير هذه التأثيرات والخروج بأطر نظرية جديدة تواكب هذا الإعلام الجديد، وتبدو دراسة تأثيرات الوسائل التكنولوجية على القائم بالاتصال – كعنصر بشري – له ميوله واتجاهاته وأيديولوجياته الثقافية ومرجعياته الاجتماعية واحدة من أهم إشكاليات الدراسات الإعلامية في ضوء النظرية التقليدية لحارس البوابة الإعلامية ومدى تحكمه في عملية الاتصال في مراحلها المختلفة لتحل محلها نظرة مغايرة تقوم على مميزات الوسائل التكنولوجية الحديثة في خلق قدر كبير من التفاعلية والمشاركة ورجع الصدى الفوري من قبل المتلقي في ضوء الثراء والتنوع الذي أتاحتها هذه الوسائل، والذي انعكس أيضاً على وسائل الإعلام التقليدية فأخرجها من أشكالها وقوالبها التقليدية، فظهرت الصحافة الإلكترونية، التصوير الفوتوغرافي الرقمي، وغيرها من الأشكال الصحفية المستحدثة ولحق التلفزيون بركب التطور التكنولوجي ليظهر لنا التلفزيون التفاعلي، التلفزيون المجسم "ثلاثي الأبعاد"، وحققت الإذاعة الصوتية طفرة تكنولوجية عن طريق مشروع الراديو الفضائي، واستخدام موجات FM، واستمراراً لمواكبة هذه التطورات التكنولوجية سعت الإذاعات المصرية إلى إدخال خدمات ووسائل التكنولوجيا الحديثة من رسائل قصيرة، صفحات التواصل الاجتماعي، التليفون ذو الرقم المختصر إلى برامجها، محاولة الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وجذبه إليها حتى لا تخرج خارج إطار المنافسة التكنولوجية التي فرضتها لغة العصر، لي طرح السؤال نفسه هل أثرت هذه المتغيرات التكنولوجية على القائم بالاتصال في الإذاعة المصرية وما هي حدود هذا التأثير في ضوء هذه التطورات المتلاحقة استشرافاً لأفاق المستقبل ولحاقاً بركب الحضارة الإنسانية.

## الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمسح التراث العلمي السابق في مجال القائم بالاتصال واستخدامه لوسائل التكنولوجيا الحديثة ومدى تأثير ذلك على أدائه المهني وذلك في شتى وسائل الاتصال وقد أسفر المسح عن عدد من الدراسات، قامت الباحثة بترتيبها من الأقدم إلى الأحدث لرصد كيفية تأثير ما تشهده تكنولوجيا الاتصال من تطور يوماً بعد يوم على القائم بالاتصال وجاءت هذه الدراسات في محورين كالتالي:

**المحور الأول:** تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ضوء نظرية ثراء وسائل الإعلام وتأثيراتها على عملية الاتصال بشكل عام.

**المحور الثاني:** تأثير الاتصال الرقمي ووسائل التكنولوجيا الحديثة على القانمين بالاتصال.

## المحور الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ضوء نظرية ثراء وسائل الإعلام وتأثيراتها على عملية الاتصال.

### 1- دراسة New Hagen, J. Cordes And M. Levy (1995) بعنوان: "التفاعلية عبر الإنترنت من زاوية إدراك المتلقين"<sup>(1)</sup>:

والتي ركزت على المتغيرات النفسية للمتلقى باعتبارها المتحكمة في إدراكه للتفاعلية التي تميز الاتصال باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة وخاصة البريد الإلكتروني، وخلصت الدراسة إلى أن البريد الإلكتروني يتسم بالشخصية والحميمية بما يعكس إحساس المتلقي بعمق العلاقة بينه وبين القائم بالاتصال.

### 2- دراسة ليف مانوفيتش Lev Manovich (1996) بعنوان: "شبكة عالمية: جماليات العوالم الافتراضية"<sup>(2)</sup>:

تبحث الدراسة في كيفية اتجاه جماليات العوالم الرمزية نحو مقارنة التمثيلات التي يعرفها الأفراد عن الواقع مع الواقع الافتراضي بتقديم عالم من الشخصيات الجاهزة في فضاء ثلاثي الأبعاد يساعد على تجربة عالم جديد وذلك من خلال تحول شبكة الإنترنت إلى بنية لفضاء الكمبيوتر الثلاثي الأبعاد والمؤلف من نسيج عالمي من النصوص، والأصوات والصور المتحركة.

بما يجعل العمل أكثر كفاءة، ويساوي ما بين السرد والزمن نفسه مع الحركة خلال الفضاء مما كان له أبلغ الأثر على الواقعية المرئية، ذلك لأنها تقدم لنا الوهم ثم تكشف زيفه لأن الآلة تذكر المستخدم دائماً بوجودها عبر مشاهدته لتكوين الرسالة، أما الخاصية الأخيرة لهذه العوالم فهي الصورة المثالية حيث كل شيء متقن من خلال محاكاة ثلاثية الأبعاد للبشر والأماكن والأزمنة على اختلافها.

### 3- دراسة Alan R. Dennis And Susan T. Kinney (1998) بعنوان: "اختبار فروض نظرية ثراء وسائل الإعلام وتأثيراتها في مجال الإعلام الجديد"<sup>(3)</sup>:

وقد أثبتت الدراسة صحة الفرض الخاص بنظرية ثراء وسائل الإعلام مؤكدة إمكانية تحسين الأداء الإعلامي باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في تقديم الرسائل التي قد تتسم بالغموض ذلك أن هذه الوسائل تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها، بالتالي تستطيع التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب كثير من الأفراد عند التعرض لها، كما أوضحت الدراسة أن هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأسفل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، استخدام اللغة الطبيعية والقدرة على الوصول إلى عدد غير محدود من البشر في وقت واحد لكل منهم درجة السيطرة نفسها، ودرجة الإسهام المتبادل نفسها.

### 4- دراسة أبو السعود إبراهيم (2000) بعنوان: "تكنولوجيا النشر الإلكتروني في ضوء تجربة الأهرام"<sup>(4)</sup>:

هدفت الدراسة إلى تلمس كيف أن ظهور الحاسبات الآلية ودخول وسائل الإعلام والاتصال المطبوعة من صحف ومجلات ونشرات وغيرها مجال النشر الإلكتروني قد أدى إلى

استخدام اتجاهات وتكنولوجيات مبتكرة في التعبير الفني إضافة إلى وجود أساليب جديدة ومستحدثة في التصميمات الطباعية وقد استعرض الباحث المكونات الأساسية لنظام النشر الإلكتروني من أجهزة كومبيوتر، وشاشات عرض مرئي، وآلات مسح ضوئي، وطابعات ملونة وآلات تصوير أفلام الصفحات، وبرامج معالجة الكلمات، والعناصر الجرافيكية، والخرائط، وتوضيب الصفحات، وبرامج التعريب الخاصة بالنشر الإلكتروني، والتكامل ما بين الفيديو والنشر الإلكتروني مما أدى إلى مزيد من التطوير في أسلوب معالجة المعلومات وإضفاء التأثيرات الخاصة عليها.

##### 5- دراسة شريف درويش اللبان (2000) بعنوان: "الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدامات الوسائل الإلكترونية في الإخراج الصحفي"<sup>(5)</sup>:

وهي بمثابة مراجعة نقدية للتطور العلمي في مجال الإخراج الصحفي اعتماداً على منهج المسح باستخدام أسلوب التحليل الماورائي أو تحليل المستوى الثاني Meta Analysis وركزت الدراسة على المجالات التكنولوجية الإلكترونية الحديثة في الإخراج الصحفي ممثلة في تكنولوجيا النشر الإلكتروني، تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافي الرقمي وتكنولوجيا الحصول على الصور الفوتوغرافية خاصة الصور المأخوذة من شبكات المعلومات وأقراص الصور المدمجة ومكتبات الصور الإلكترونية مع رصد لاتجاهات الصحافيتين الغربية والمصرية لاستخدام التكنولوجيات الحديثة في الإخراج الصحفي وما يتولد عنها من سلبيات على حقوق الملكية الفكرية، إضافة إلى تأثيراتها السيكولوجية مثل الفلق الكمبيوترية وخلصت الدراسة إلى أن أبرز تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي ذلك التكامل بين الفيديو مع النشر المكتبي، وإمكانية إرسال الصفحة من الكمبيوتر إلى اللوحة الطابعة مباشرة (CTP) بما يوفر الوقت والجهد والمال ويعمل على تحسين الجودة الطباعية، فضلاً عن التحول إلى النشر الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت.

##### 6- دراسة S. Kahai And R. Cooper (2003) بعنوان: "اختبار المفاهيم الأساسية لنظرية ثراء وسائل الإعلام: تأثير تعددية المشاركين، الاتصال، وسرعة رد الفعل على جودة القرار"<sup>(6)</sup>:

وقد اختبرت الدراسة فرضية نظرية ثراء وسائل الإعلام الخاصة بتأثير استخدام الكمبيوتر بأنظمتها المتعددة كوسيط في عملية الاتصال ومساعدته على اتخاذ قرارات فعالة من خلال تأثيره على متغيرين هما عدد المشاركين في الاتصال، وسرعة رجوع الصدى في إطار من محددات ثلاث هي: الإدراك الاجتماعي، درجة وضوح الرسالة، تقييم أداء الآخرين، باستخدام أسلوب المقابلات الافتراضي عن طريق الوسائط المتعددة والفيديو كونفرانس بالإضافة للبريد الإلكتروني، وأثبتت نتائج الدراسة أن تنوع الوسائط المستخدمة يزيد من فعالية الرسالة المقدمة، وزيادة الإدراك الاجتماعي لها كما ينمي القدرة على عملية التقييم في إشارة إلى أن سرعة رجوع الصدى تساهم في تحسين الرسالة المقدمة من القائم بالاتصال بشكل مستمر.

##### 7- دراسة سمير محمد محمود (2004) بعنوان: "تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على انتباه وتذكر القراء للأخبار في إطار نظرية تمثيل المعلومات"<sup>(7)</sup>:

سعت الدراسة لاختبار تأثير المعالجة الرقمية للعناصر المرئية للصحيفة على عمليات تمثيل الأخبار التي يقوم بها الجهاز المعرفي للقارئ، والتي ظهرت بوضوح في انتباهه وتذكره



المعلومات الواردة في الأخبار التي يطالعها بافتراض أن التداخل بين المحتوى اللفظي للأخبار مع عناصر الشكل كالحروف والصور والرسوم والأرضيات والألوان والجداول والفواصل التي تمثل في مجملها عناصر الصفحة المطبوعة، وما يجري عليها من معالجات رقمية يمكن أن تسهم في إحداث تأثيرات متنوعة على القراء في تمثيلهم المعرفي للمادة الإخبارية عند مستوى التذكر والانتباه.

وأظهرت النتائج أن نسب جذب الانتباه تباينت فيما بين المبحوثين بحسب المعالجات الرقمية للصور التي تعرضوا لها، كما أن هذه المعالجات تزيد من درجة انتباه المبحوثين للصور والأخبار المصاحبة لها، ودلت النتائج أيضاً أن المعالجات الرقمية المختلفة للصور بإضفاء مؤثرات بصرية غير واردة بالأخبار تضيف أهمية على الخبر، وتساعد القارئ على توقع محتوى الخبر قبل قراءته.

8- دراسة وليد عمشة (2005) بعنوان: "استخدام التقنيات المعاصرة في إنتاج برامج الخيال العلمي في قنوات الأطفال العربية المتخصصة ودورها في الإنماء الثقافي للطفل"<sup>(8)</sup>:

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى استخدام التقنيات المعاصرة كنظم التصميم ثلاثية وثنائية الأبعاد من قبل القائم بالاتصال في إنتاج برامج الأطفال والمغامرات والخيال العلمي خاصة المقدمة في القنوات الفضائية العربية المتخصصة للأطفال، وطبيعة القيم التي تعكسها هذه البرامج ومدى إسهامها في الإنماء الثقافي للطفل في كل من سوريا ومصر.

وقد دلت نتائج الدراسة على درجة استخدام عالية لخمس من برامج التصميم ثلاثية الأبعاد، وذلك لسهولة استخدامها وإدراك القائم بالاتصال لخصائصها ومميزاتها، كما دلت النتائج على ارتفاع نسبة مشاهدة الخيال العلمي في البرامج موضوع الدراسة، وأن معظمها يتسم بالخيال الجامح الفانتازي وأن عكست معظم موضوعاتها اتجاهين متضادين (الخير والشر) واتسمت غالبية لقطات هذه المشاهد بدرجة بالغة من التعقيد وكان معظمها ثلاثي الأبعاد، وشديد الجاذبية لدى الأطفال عينة الدراسة.

9- دراسة Wee- Kektan وآخرون (2012) بعنوان: "فاعلية نقل المعلومات عبر العالم الافتراضي: ملاحظات على ثراء وسائل الإعلام ومهام افتراضية محددة"<sup>(9)</sup>:

وأكدت الدراسة رؤية الباحثين والممارسين الإعلاميين لأهمية العالم الافتراضي الذي يصنعه الكمبيوتر- كوسيط اتصالي - بقدرته على دعم المعلومات التي يتم تبادلها من خلاله مقارنة بنقلها عن طريق الاتصال المواجهي، وذلك باستخدام الوسائط المتعددة كالبريد الإلكتروني، الفيديو كونفرانس، المحادثات Chats، وتم تطبيق الدراسة في مجال الاتصال الجغرافي وذلك باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في خلق عالم افتراضي موازي للعالم الحقيقي يسمح بتبادل المعلومات بين عدد من العاملين في المجال، وأثبتت نتائج الدراسة سهولة نقل المعلومات المطلوبة عبر هذا العالم الافتراضي فضلاً عن إنجاز مهام العمل بشكل أسرع وكفاءة عالية.

ثانياً: دراسات حول تأثير الاتصال الرقمي ووسائل التكنولوجيا الحديثة على القائم بالاتصال:

1- دراسة عادل عبدالرازق ضيف (1999) بعنوان: "أثر التكنولوجيا على القائمين بالاتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية"<sup>(10)</sup>:

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام استمارة استبيان، والمقابلة مع القائمين بالاتصال في الأقسام الخارجية بالصحف القومية المصرية إلى جانب الملاحظة العلمية من قبل الباحث.

وخلصت الدراسة إلى أن الصحفيين في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية يسعون للاستفادة من التكنولوجيا الحديثة بمجهودات فردية، وأشارت الدراسة إلى أن نحو ثلث عدد الصحفيين في هذه الأقسام لم يتلق دورات تدريبية، كما أن هناك معوقات تقف أمام الاستفادة القصوى من التكنولوجيا منها نظام العمل الروتيني، عدم كفاءة المحررين ومشكلات مادية تتعلق بالصحف نفسها.

## 2- دراسة سها فاضل (2001): بعنوان: "أنماط استخدام محرري المجالات النسائية العربية لتكنولوجيا المعلومات الإلكترونية"<sup>(11)</sup>:

التي توصلت من خلالها إلى النتائج التالية، انخفاض نسبة استخدام تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية بين محرري المجالات النسائية العربية، عدم توافر أجهزة الحاسوب المدعومة بالبرامج التي تيسر استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية من جانب محرري المجالات النسائية، مع توظيف المحررين هذه التكنولوجيا كمصدر للحصول على المعلومات الفورية.

## 3- دراسة عادل عبدالرازق ضيف (2002) بعنوان: "تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الإعلاميات في مصر"<sup>(12)</sup>:

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام استمارة الاستبيان والمقابلات مع القائمات بالاتصال في الإذاعة والتلفزيون والصحافة اللاتي تم اختيارهن بأسلوب العينة التطبيقية، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها وجود ارتباط إيجابي بين استخدام الإعلاميات في الإذاعة والتلفزيون والصحافة لتكنولوجيا المعلومات، وبين تأثير هذه التكنولوجيا على أداء الإعلاميات لمهامهن الإعلامية من ناحية وبين تحسين المضمون الإعلامي المقدم من جهة أخرى.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه كلما ارتقت الإعلاميات في وظائفهن بالإذاعة والتلفزيون والصحافة كلما زاد معدل استخدامهن للتكنولوجيا في أعمالهن إلا أنه كلما كانت الإعلاميات أكبر سناً كلما كن أقل استخداماً لتكنولوجيا المعلومات.

وخلصت الدراسة أيضاً إلى أن الإعلاميات في الإذاعة والتلفزيون أكثر استفادة من تكنولوجيا المعلومات عن نظرائهن في مجال الصحافة إلا أنهن قد أكدن أن وجود قيود على الاستخدام، عدم الخبرة، عدم القدرة على الامتلاك هي أبرز أسباب عدم استخدام هذه التكنولوجيا على نطاق واسع وإن أستقندن منها في تحسين مستوى برامجهن وموادهن، وإضافة أفكار جديدة والحصول على مزيد من المعلومات.

## 4- دراسة نشوة سليمان (2002) بعنوان: "تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية المتخصصة"<sup>(13)</sup>:

وهي دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال للتعرف على طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال أثناء عملهم سواء كانت إدارية، مهنية أو تكنولوجية وتأثير ذلك على طبيعة العلاقات بينهم، وبينهم وبين رؤسائهم، إضافة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لديهم، ومستوى التدريب المهني وأثره على رفع كفاءتهم في العمل.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح باستخدام استمارة تحليل المضمون للأخبار والقصص الإخبارية التي تقدمها نشرات الأخبار عن طريق عينة الأسبوع الصناعي، إضافة إلى أسلوب المقابلة الشخصية لجمع البيانات من عدد من القائمين بالاتصال (محررين، رؤساء تحرير، مخرجي تنفيذ، مندوبي أخبار) من العاملين بقناة النيل للأخبار، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أهمية التدريب المهني المستمر على كافة المستويات، وأهمية إقامة دورات متخصصة في مجالات التكنولوجيا الحديثة، استخدام قواعد البيانات، تقنية SNG (جمع أخبار عن طريق الأقمار الصناعية)، والاستخدام المباشر لنصوص وكالات الأنباء الواردة من حجرة الأخبار إلى ستوديو الهواء مباشرة وهو ما يعرف بنظام Rundown، كما أوضحت الدراسة أن أكثر الضغوط التي يعاني منها القائم بالاتصال تتركز في نقص امتلاك أحدث أجهزة التكنولوجيا والتدريب عليها.

##### 5- دراسة نهلة عساف عيسى (2006) بعنوان: "أثر استخدام تكنولوجيا التعبير المرئي على محتوى الصورة التلفزيونية: دراسة على عينة من الفضائيات العربية" (14):

التي هدفت إلى معرفة كيفية استخدام القائمين بالاتصال لتطور تكنولوجيا التعبير المرئي كظاهرة اجتماعية معاصرة على محتوى الصورة التلفزيونية في الإعلانات بمختلف أشكالها، وهي من الدراسات التحليلية الكيفية المعتمدة على المنهج البنائي في إطار التحليل السيمولوجي لوصف وتحليل محتوى الصورة التلفزيونية، وركزت الدراسة على القائم بالاتصال كمتغير تابع للتكنولوجيا يلعب دوراً مؤثراً على محتوى الصورة التلفزيونية، واختارت الدراسة عينة من القائمين بالاتصال من العاملين في مجال الإخراج، التصوير المونتاج، والإعداد والتقديم في بعض القنوات العربية الفضائية سواء الحكومية أو الخاصة، اعتماداً على صحيفة الاستبيان في جمع البيانات بطريقة المقابلة المباشرة المتعمقة، وأكدت نتائج الدراسة إيمان القائمين بالاتصال المطلق بالقدرات اللامحدودة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على منحهم إمكانيات كبيرة لصناعة رسائل اتصالية مختلفة عن تلك التي صيغت باستخدام الوسائل التقليدية إلا أن النتائج أظهرت أن المؤثر الأكبر على عملهم لم يكن نابغاً من مدى توافر وسائل التكنولوجيا نفسها بل عوامل أخرى تتعلق بمكان العمل وظروفه والعلاقة مع الإدارة والقوانين المنظمة للعمل إضافة لنقص التدريب وحجم الحرية المتاحة ومستوى فريق العمل.

##### 6- دراسة محرز حسين غالي (2008) بعنوان: "رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على المناخ التنظيمي وعلاقات العمل الساندة بالصحف المصرية" (15):

وهي من الدراسات الاستكشافية الوصفية التي تبنت إطاراً نظرياً حديثاً نسبياً في دراسات الإعلام هو مدخل إدارة الجودة الشاملة، وطبقت على عينة من القائمين بالاتصال في عدة صحف مصرية، وأكدت نتائج الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة تلعب دوراً مهماً في التأثير على المناخ التنظيمي السائد بالصحف المدروسة، وعلى صناعة القرارات الإدارية والتحريرية، كما تؤثر على معدلات أداء العاملين خاصة في الصحف القومية، فضلاً عن أنها تؤدي إلى زيادة إنتاجية الصحفيين، وزيادة معدلات التنافسية والإبداع والقدرة على التجديد والتنويع.

##### 7- دراسة Charlen Simmons (2009) بعنوان: "عزيزي مذيع الراديو: بريد المعجبين أداك لتحقيق التفاعلية" (16):

وأكدت الدراسة أن الراديو كوسيلة اتصال يقدم متعة من نوع خاص تحقق قدراً من التفاعلية بين القائم بالاتصال والجمهور ذلك أن الراديو يستخدم أشكالاً تكنولوجية تتيح لملايين المستمعين المشاركة والتفاعل خاصة باستخدام صفحات المعجبين Fan Pages، التي تستخدم كوسيلة بريدية Fan Mail تسمح لهم بالتواصل مع مذيع البرنامج وسائر المستمعين وأكدت نتائج الدراسة أن استخدام هذه الوسيلة التكنولوجية تعكس أكثر من بعد لمفهوم التفاعلية منها اشترك المستمعين في اختيار المضامين المقدمة، تحقيق رجع الصدى الفوري، الاستجابة من قبل القائمين بالاتصال، الاتصال الفعال بين طرفين وتوجيه النظام القائم، كما أظهرت النتائج أن التفاعلية تعتمد على طبيعة المضمون المقدم إلى جانب استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة.

8- دراسة Rosa Franquet, I. Calvet وآخرون (2013) بعنوان: "المشاركة الجماهيرية في إذاعات الخدمة العامة لإعادة تشكيل المحتوى الإخباري باستخدام التكنولوجيا الحديثة"<sup>(17)</sup>.

وقد ركزت الدراسة على دور المذيعين كداعمين لعمليات المشاركة الجماهيرية في التواصل الإعلامي باستخدام مستحدثات الكمبيوتر وأكدت على أهمية التفاعلية التي خلقتها الوسائل التكنولوجية الحديثة وتأثيراتها على المواقع الإخبارية، وقد طبقت الدراسة على خمس حالات لمعرفة الوسائل التكنولوجية المستخدمة، والاستراتيجيات التي وضعها القائمون بالاتصال لتفعيل عملية المشاركة الجماهيرية، وأوضحت النتائج أنه على الرغم من المجال الواسع الذي طرحه المذيعون أمام الجمهور لاستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة لتشجيعهم على لعب دور أكثر فعالية في المضامين المقدمة، إلا أن هذا الدور لازال ثانوياً وتكميلياً.

### تعقيب على الدراسات السابقة:

تظهر نتائج الدراسات السابقة أن التحول عبر التطور التكنولوجي هو جوهر الإعلام وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً بظهور تقنية جديدة وهو ما يذكرنا بمقولة ماركس ماكلوهان عن الحتمية التكنولوجية، لذلك فإن مفهوم الإعلام الجديد يمثل في واقع الأمر مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل ليظهر مفهوم الإعلام البديل Alternative Media ويفرض نفسه من خلال هذا التنوع في وسائل التكنولوجيا الحديثة ليضفي ثراء على وسائل الإعلام حتى التقليدية منها، وهو ما أظهرته نتائج الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية، حيث انعكست ثمار هذه التكنولوجيا على أقدم وسائل الإعلام التقليدية - الصحافة - في مجالات النشر الإلكتروني، الإخراج الصحفي، تكنولوجيا التصوير الفوتوغرافي الرقمي، كما ظهرت في تقنيات جديدة دخلت مجال السينما والتلفزيون "التعبير المرئي" بخلق عوالم افتراضية من خلال شبكة عالمية هي شبكة الإنترنت غير أن ما يلفت النظر في نتائج هذه الدراسات أن الاتصال الرقمي أو الإعلام البديل يتعدى أن يكون نمطاً للاتصال الجماهيري لأنه ينحدر من مرجعية عفوية وغير منظمة تأخذ من مبدأ الحرية في المشاركة، حرية التعبير، الاستقلال عن كل التوجهات الأيديولوجية أو الاجتماعية القائمة نهجاً دون أي قيود بل انطلاقاً من تفرد وخصوصية توجب التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام باعتبارها ظاهرة اتصالية وضرورة تفرض بحثها و تأطيرها ليصبح الإعلام عبر الاتصال الرقمي نسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو موضوع للاتصال.

لكن الملاحظ من استعراض الدراسات السابقة ان هذا الإعلام في تأثيره على القائم بالاتصال لم يحظ بقدر كاف من الدراسات سواء العربية أو الأجنبية فقد تركزت غالبية الدراسات الأجنبية في دراسة القائم بالاتصال كحارس للبوابة الإعلامية Gate Keeper ودرست ما يعانيه من ضغوط مهنية وما تفرضه عليه المؤسسة التي يعمل بهامن قيود، كما درست دوره في التحيز الإخباري ورصدت الباحثة عدداً كبيراً من الدراسات الأجنبية في هذين المجالين، إلا أنها لم تجد سوى دراستين ترتبطان مباشرة بموضوع بحثها خاصة بالتأثيرات التكنولوجية الحديثة على القائمين بالاتصال في مجال الإذاعة الصوتية "الراديو" حتى في الدوريات الأجنبية المتخصصة في ابحاث الإذاعة الصوتية نفسها(\*)

فضلاً عن ذلك فقد لاحظت الباحثة نقصاً كبيراً في الدراسات العربية المهمة بالقائم بالاتصال سواء على المستوى المهني أو التأثيرات التكنولوجية الحديثة على كفاءته في أداء عمله في أي من وسائل الاتصال – وإن تركزت الدراسات القليلة – في مجال عمل القائم بالاتصال في الصحافة.

وترجع الباحثة ذلك إلى الصعوبات الشديدة التي يقابلها الباحثون في لقاء القائمين بالاتصال، بل ورفض بعضهم – بشكل قاطع – المشاركة والإدلاء بأرائهم في أي استبيانات بحثية، مما يشكل عقبة حقيقية تحول دون رصد واقع القائمين بالاتصال في الوسائل المختلفة والتعرف على مدى إفادتهم من التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم يوماً بعد يوم بما يتطلبه من تدريب للقائمين بالاتصال مع تزويدهم بأحدث الأدوات التكنولوجية ليتكامل الدور البشري مع الدور التكنولوجي في اتصال فعال مع الجماهير.

### مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على العمل الإذاعي في المحطات الإذاعية المصرية العامة والمتخصصة في ضوء ما تشهده صناعة الإعلام بوجه عام من التوجه نحو استخدام الاتصال الرقمي لمواكبة متطلبات العصر وملاحقة الإعلام الدولي، وتسعى الدراسة إلى التعرف على تأثير التكنولوجيا الحديثة على القائم بالاتصال – كعنصر فاعل في العملية الاتصالية – في محاولة لحل إشكالية النظر إلى التكنولوجيا الحديثة كمتغير مستقل، والنظر للقائم بالاتصال كمتغير تابع، يستخدم كل ما هو جديد ومتطور حتى لا يخرج من إطار المنافسة سواء على المستوى المحلي أو العالمي، مما يجعل الدور الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة دوراً غير محايد ومن الصعب التنبؤ بآثاره على المدى القريب بدون دراسة علاقته بالرسالة وصانعتها، لذا تسعى الدراسة إلى التعرف على رؤية القائم بالاتصال لتأثيرات هذا المتغير على المناخ التنظيمي للعمل، معدلات أداء العاملين، درجة الرضا الوظيفي، وكذلك تأثيره على عملية التواصل مع الجمهور في محاولة لتقديم رصد وتحليل وتفسير يفيد في الكشف عن هذه الظاهرة التي أصبحت واقعاً إعلامياً يعكس لغة العصر الذي نعيشه.

والدراسة في سعيها لرصد وتحليل وتفسير هذه التأثيرات على القائم بالاتصال تتناولها من منظور توجه المحطة الإذاعية التي يعمل بها القائم بالاتصال سواء كانت عامة أو متخصصة دون التطرق إلى نمط ملكيتها، ذلك أن الباحثة وجدت أن المحطات الإذاعية المصرية تتبع اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري حتى الإذاعات التي انشأت حديثاً والتابعة لشبكة راديو النيل (نغم

Fm، ميغا Fm، راديو هيتس) فإنها تمثل رأس مال حكومي استثماري مشترك ولم تجد الباحثة سوى محطة واحدة تتبع القطاع الخاص هي نجوم Fm، وهو ما لا يتيح الخروج بنتائج إحصائية موضوعية حول تأثير نمط الملكية، وسعت الدراسة إلى التركيز على كل ما يتعلق بالعنصر البشري ممثلاً في القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية المصرية على اختلاف توجهاتها.

### أهمية الدراسة:

- التعرف على طبيعة العلاقة الدينامية التبادلية بين القائم بالاتصال ووسائل التكنولوجيا الحديثة والتي فرضتها بقوة الثورة الرقمية في مجال الاتصال.
- إبراز الدور الذي تلعبه وسائل التكنولوجيا الحديثة في العمل الإذاعي سلباً أو إيجاباً كما يراه القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية على اختلاف توجهاتها.
- ندرة الدراسات التي تتناول اتجاهات ورؤى القائمين بالاتصال سواء الأجنبية أو العربية واقتصار معظمها على رصد وتحليل أداء القائم بالاتصال وما يقدمه من رسائل إعلامية.
- الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا الاتصال والإعلام، مما أحدث تحولات مهمة في الحدود الفاصلة بين مجموعة من العلوم والتخصصات، أدت إلى سعي هذه العلوم إلى التقارب والتعاون والخروج بإسهامات جديدة للتطوير والتجديد، مما يستوجب دراسة القائم بالاتصال في ضوء منظومة الاتصال بكل مقوماتها ومتغيراتها للخروج بمقترحات تساعد على مواكبة التطور التكنولوجي الهائل واللاحق بركب الإعلام الدولي.

### أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإذاعي في المحطات الإذاعية المصرية العامة والمتخصصة.
- 2- رصد وتوصيف وتحليل الكيفية التي تؤثر بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المناخ التنظيمي داخل المحطات الإذاعية التي يعمل بها القائم بالاتصال.
- 3- التعرف على إيجابيات وسلبيات هذه الوسائل بالنسبة للقائم بالاتصال ومقترحاته للتغلب على المشكلات الراهنة لتحقيق الفائدة القصوى من التكنولوجيا الحديثة.
- 4- رصد وتوصيف وتفسير الكيفية التي تؤثر بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على معدلات أداء العاملين، درجة شعورهم بالرضا الوظيفي، كيفية التواصل مع الجمهور في المحطات الإذاعية على اختلاف توجهاتها.
- 5- معرفة أثر الخبرة المهنية والتدريب المتطور على كفاءة استخدام القائم بالاتصال للتكنولوجيا الحديثة والمعوقات التي تحول دون الإفادة منها.

### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى استخدام القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية المختلفة لوسائل التكنولوجيا الحديثة في برامجها؟

- 2- ما أسباب استخدام القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية المختلفة لوسائل التكنولوجيا الحديثة في برامجهم؟
- 3- ما التأثيرات الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال على المناخ التنظيمي للعمل من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- 4- ما التأثيرات السلبية لتكنولوجيا الاتصال على المناخ التنظيمي للعمل من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- 5- ما مظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على صناعة القرارات الإدارية، وضع الخطط الإذاعية واختيارات المضامين المقدمة كما يراها القائم بالاتصال؟
- 6- ما رؤية القائم بالاتصال لمظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على معدلات أداء العاملين في المحطة؟
- 7- ما أشكال التأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع الجمهور من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- 8- ما فرص التدريب التي تتيحها المحطات الإذاعية المختلفة للقائم بالاتصال لزيادة مهاراته في استخدام هذه الوسائل؟
- 9- ما المعوقات التي تحول دون استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في المحطات - عينة الدراسة - من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- 10- ما مدى تأثير الخبرة المهنية للقائم بالاتصال على استخدامه لوسائل التكنولوجيا الحديثة؟
- 11- ما مقترحات القائم بالاتصال لتطوير التكنولوجيا المستخدمة في العمل الإذاعي؟

### فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين توجه المحطة التي يعمل بها القائم بالاتصال ومدى استخدامه لأساليب التكنولوجيا في مجالات العمل الإذاعي.
- الفرض الثاني:** توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية - حسب توجهاتها - نحو تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المناخ التنظيمي داخل المحطة.
- الفرض الثالث:** توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية - حسب توجهاتها - نحو تأثير وسائل التكنولوجيا الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لديهم.
- الفرض الرابع:** توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية - حسب توجهاتها - نحو تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين.

### نوع الدراسة ومنهجها :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الاستكشافية الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف خصائص وأبعاد ظاهرة معينة، حديثة نسبياً، بهدف التعرف على مكوناتها والعوامل المؤثرة

فيها، اعتماداً على منهج المسح الإعلامي في شقه الميداني لرصد خصائص وسمات ظاهرة إذاعية حديثة نسبياً هي دخول وسائل التكنولوجيا الحديثة مجال العمل الإذاعي والتعرف على رؤية القائمين بالاتصال نحو مجالات استخداماتها في العمل الإذاعي عامة وفقاً لتوجهات المحطات التي ينتمون إليها من خلال تحليل كافة عناصر هذه الظاهرة وأبعادها والعلاقات التي تدور بينها ومحاولة التعرف على الفروق المعنوية بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو هذه الظاهرة بأبعادها المختلفة.

## أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها ومعلوماتها على صحيفة الاستقصاء<sup>(\*)</sup>، باعتبارها أحد أهم أدوات المسوح الميدانية التي تساعد في الوصول إلى أكبر عدد من المبحوثين في وقت واحد وفي الحصول على نوعية من البيانات والمعلومات الكمية التي يسهل التعامل معها إحصائياً.

وقامت الباحثة بتصميم الاستمارة وضمنتها عدداً من الأسئلة تنوعت ما بين الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة، شملت المجموعة الأولى من الأسئلة البيانات الخاصة بالقائم بالاتصال ممثلة في: (الاسم، المحطة التي يعمل بها، توجه المحطة: (عامة أو متخصصة)، طبيعة عمل القائم بالاتصال داخل المحطة) معد برامج، مذيع ومقدم، مخرج إذاعي، مدير إدارة أو يشغل مناصب إدارية أعلى، مسئول هندسة إذاعية، يقوم بأكثر من عمل داخل المحطة)، تاريخ التحاق القائم بالاتصال بالعمل لتحديد عدد سنوات الخبرة المهنية، الدورات التدريبية التي حصل عليها القائم بالاتصال لتطوير قدراته الإذاعية. وشملت المجموعة الثانية من الأسئلة المحاور التالية:

**المحور الأول:** خاص باستخدام القائم بالاتصال لوسائل التكنولوجيا الحديثة في برامجه وشمل هذا المحور التساؤلات الآتية:

- اتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة مثل E-Mail, 0900, Sms صفحات التويتز والفييس بوك من خلال العبارات التالية (موافق، موافق إلى حد ما، معارض).

- ولماذا؟ وهو سؤال مفتوح قامت الباحثة برصد إجابات المبحوثين وتجميعها في فئات كالتالي:

تسهل التواصل مع عدد كبير من المستمعين خاصة الشباب، التعرف على رد فعل الجمهور بشكل سريع وفوري حول موضوع الحلقة، مصادر للحصول على الأخبار واختيار موضوع الحلقة، معرفة توجهات الرأي العام نحو القضايا المطروحة، تنوعها وسهولة استخدامها وبعدها عن خدمة 0900، قلة تكلفتها إذ يمكن استخدامها من خلال التليفون المحمول، تضفي مصداقيته على ما يقوله المذيع وتضيف لرصيده عند الجمهور. كما سعت الباحثة إلى التعرف على مدى استخدام القائم بالاتصال للوسائل التكنولوجية ممثلة في Facebook, SMS, E-mail, 0900, YouTube, Twitter، التليفون الأرضي من خلال عبارات (دائماً، أحياناً، لا يستخدمها).

**المحور الثاني:** خاص بمدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل بالمحطة وشمل الأسئلة التالية:



- رؤية القائم بالاتصال لمدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل (تؤثر إلى حد كبير، تؤثر إلى حد ما، لا تؤثر على الإطلاق).
- التأثيرات الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال على المناخ التنظيمي وقد صاغتها الباحثة في عبارات يمكن للمبحوث أن يختار من بينها أكثر من بديل وتمثلت في: (تسهم في تجويد العمل وزيادة معدل كفاءته، تزيد من مستوى التنافسية في الأداء بين العاملين، تساعد على تفعيل الدور الرقابي على أداء العاملين والقيادات الإدارية، تساهم في إرساء قيم الشفافية وعلانية الأداء الأمر الذي يتيح الفرصة للمشاركة في صنع السياسات، تساعد في تقييم أداء العاملين وضمان موضوعية التقييم، تسهم في إرساء بنية مجتمع المعلومات، تزيد من جذب المعلنين وزيادة العائد الاقتصادي للمحطة، تساعد على تفعيل ديمقراطية الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين، تؤدي إلى سيادة منظومة عمل غير تقليدية بما يؤدي لتطوير مناخ العمل).
- التأثيرات السلبية لتكنولوجيا الاتصال على المناخ التنظيمي وقد صاغتها الباحثة في عدة عبارات يمكن اختيار أكثر من بديل من بينها وهي: (تؤدي التكنولوجيا الحديثة إلى التركيز على مضامين معينة وفرضها على القائم بالاتصال تنفيذاً لسياسات معينة، تؤدي إلى زيادة الفجوة بين الأجيال والتمييز بين الأجيال القديمة والحديثة، تؤدي إلى الترويج للشائعات، تساعد على زيادة عمليات التلاعب بالمعلومات وتوظيفها سلبياً ضد الآخرين، تؤدي إلى تقديم ما يريده الجمهور وليس ما ينبغي أن يقدم للجمهور، تزيد من تدخل المعلن في سياسة المحطة وفرضه لمضامين وشخصيات معينة).
- كما رصدت الباحثة مظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على صناعة القرارات الإدارية ووضع الخطة الإذاعية واختيار القيادات للمضامين المقدمة في أكثر من عبارة يمكن للقائم بالاتصال أن يختار منها أكثر من بديل تمثلت في (توفر التكنولوجيا الحديثة قاعدة بيانات ومعلومات ثرية تساهم في إمداد صانعي القرار بمرجعية معلوماتية تدعم قراراتهم، تتيح إمكانية استخدام برامج تحليل المعلومات الحديثة بما يؤدي إلى إضفاء الصبغة العلمية على صناعة القرارات، تساهم في إتاحة بدائل متعددة من الأفكار البرمجية التي تطور الخدمة الإذاعية، تعد بمثابة رد فعل فوري يمكن على أساسه تقويم البرامج المقدمة، تتيح هذه الوسائل إمكانية عمل بارومتر استماع للبرامج بما يوفر الوقت والجهد والمال، تدعم هذه التكنولوجيا عملية مشاركة المرؤوسين في الإدارة بما يؤدي إلى تعميق ديمقراطية صناعة القرار).

### المحور الثالث: خاص بمدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على معدلات أداء العاملين وتضمن الأسئلة التالية:

- رؤية القائم بالاتصال لمدى تأثير تكنولوجيا الاتصال على معدلات أداء العاملين من الزملاء (تؤثر إلى حد كبير، إلى حد ما، لا تؤثر على الإطلاق).
- رصدت الباحثة عدة مظاهر لتأثير التكنولوجيا على معدلات أداء العاملين وصاغتها في عدد من العبارات وطلبت من المبحوثين تحديد مدى موافقتهم على كل عبارة على حدة (موافق، موافق إلى حد ما، معارض) وكانت العبارات هي: (تسهم التكنولوجيا الحديثة

في تزايد معدلات التنافسية بين العاملين من الزملاء في المحطة، تشجع على زيادة اتقان العمل وتجويده، تؤدي إلى زيادة مستوى الإبداع والقدرة على التجديد والتنويع، تساهم في الانفتاح على العالم ومواكبة الإعلام الإذاعي الدولي، تؤدي إلى زيادة معدلات سرعة الأداء وزيادة الالتزام بالتوقيت المحدد لإنجازه).

كما تضمن هذا المحور سؤالاً عن مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال (تؤثر إلى حد كبير، إلى حد ما، لا تؤثر على الإطلاق).

**المحور الرابع:** خاص بمدى تأثير التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين وتناول هذا المحور الأسئلة التالية:

- مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين – من وجهة نظر القائم بالاتصال (تؤثر إلى حد كبير، إلى حد ما، لا تؤثر على الإطلاق).
- كما رصدت الباحثة بعض التأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين وحددتها في العبارات التالية وطلبت من القائمين بالاتصال – عينة الدراسة – تحديد درجة موافقتهم على كل عبارة (موافق، موافق إلى حد ما، معارض) والعبارات هي: (ساهمت تكنولوجيا الاتصال في تدفق الاتصال بين القائم بالاتصال والجمهور عن طريق SMS، فيس بوك، تويتر، وغيرها، ساهمت في التعرف الفوري على رد فعل الجمهور، ساعدت على الاستعانة بالجمهور كمراسلين للمحطة مما وفر الوقت والمال، ساعدت على تحقيق السبق الإذاعي من خلال مشاركة الجمهور من موقع الحدث، طرح الجمهور لأفكار حديثة ساهمت في تطوير العمل الإذاعي، ساهمت في زيادة شهرة المحطة وجعلت من أسماء بعض مقدمي البرامج أسماء لامعة).
- المحور الخامس:** وتناولت فيه الباحثة آراء القائمين بالاتصال حول:
  - فرص التدريب التي تتيحها المحطة للقائمين بالاتصال لمواكبة التكنولوجيا الحديثة من خلال ثلاث بدائل (دائماً، أحياناً، لا).
  - الخبرة المهنية للمبحوث وتأثيرها على كفاءته في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة (تؤثر بقوة، إلى حد ما، لا تؤثر على الإطلاق).
  - وصاغت الباحثة سؤالين من نوع الأسئلة المفتوحة لقياس رأي القائمين بالاتصال في معوقات استخدام التكنولوجيا الحديثة في المحطات التي يعملون بها، ومقترحاتهم لتطوير هذه التكنولوجيا في العمل الإذاعي.
- وبعد رصد إجابات المبحوثين صاغت الباحثة في العبارات التالية:
  - معوقات استخدام التكنولوجيا الحديثة من وجهة نظر القائمين بالاتصال وتمثلت في: (عدم إتاحة فرص التدريب المستمر على كل ما هو جديد وعدم توافر الأجهزة اللازمة داخل المحطات مع كل قائم بالاتصال مثل (I pad، نوت بوك، أجهزة Wi-Fi وغيرها)، الانقطاع الدائم للإنترنت أثناء برامج الهواء وعدم وجود تعاقدات ثابتة مع شركات الصيانة، رفض كثير من المسؤولين وصناع القرار لأشكال التطور الجديدة، سرقة صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالبرنامج واستغلالها بشكل سيء من قبل قراصنة الكمبيوتر

Hackers، ضعف التمويل المقدم من المعنلين، الضغوط الحياتية التي يتعرض لها القائم بالاتصال بما لا يتيح الوقت الكافي لمواكبة الجديد في مجال التكنولوجيا).

- أما عن مقترحات القائمين لتحسين استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة فكانت: (تطوير الاستديوهات الإذاعية هندسياً واستخدام مستحدثات التكنولوجيا مثل Skype، Black Berry، Wi-Fi، خدمة الفيديو كول (الإذاعة المرئية)، تابلت، تغيير النمط الإداري وضرورة تولي كوادر شابه على دراية بالتكنولوجيا الحديثة المواقع القيادية، إتاحة فرص التدريب المستمر مع توفير مدربين أكفاء في المجال، استخدام Website كأرشيف إذاعي يتيح للمستمع متابعة البرامج بعد إذاعتها في توقيتات تناسب المستمع، التعاقد مع شركات متخصصة للصيانة الدورية للأجهزة، وجود مساعد مع المذيع داخل البلاطوه لفلتره الرسائل القصيرة، وتنظيم ما يرد على صفحات التواصل الاجتماعي وعمل Upload للحلقات على Youtube.

كما عمدت الباحثة إلى إجراء عدد من المقابلات المتعمقة سواء مع المبحوثين من القائمين بالاتصال عبر حوارها معهم أثناء توزيع صحف الاستقصاء عليهم باليد مباشرة، إلا أنها أجرتها بشكل مكثف مع نواب رئيس الإذاعة المصرية، والمدير المسئول عن شبكة راديو النيل (نغم Fm، ميغا Fm، راديو هيتس)<sup>(\*)</sup> وقد ساعدت هذه المقابلات الباحثة على الخروج بمؤشرات موضوعية إلى حد كبير أثرت الدراسة، وأضاءت بعض الجوانب التي لا يمكن كشفها عن طريق صحيفة الاستقصاء لأنها تتعلق بدوافع ووجهات نظر المبحوثين، وترتبط بمشاعرهم وبناهم النفسية وردود أفعالهم تجاه العمل من كافة جوانبه.

## عينة الدراسة:

طبقت هذه الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في الإذاعات المصرية العامة والمتخصصة، وقد بلغ إجمالي حجم العينة (90 مفردة)، تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة Available Sample التي تعد من أيسر أنواع العينات، والتي تتلاءم مع طبيعة جمهور القائم بالاتصال وظروف العمل التي يواجهونها وتم توزيعهم كالتالي:

(\*) أ.د./ لمياء محمود نائب رئيس الإذاعة المصرية - شبكة صوت العرب.  
د./ جمال حسين حماد مدير عام البرامج الثقافية - إذاعة صوت العرب.  
أ./ نجوان قدرى نائب رئيس الإذاعة المصرية - شبكة البرنامج العام.  
أ./ طارق أبو السعود مدير شبكة راديو النيل - قطاع حكومي استثمارات مشترك.

## جدول رقم (1)

يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال وفقاً لتوجه المحطة الإذاعية

عدد القائمين بالاتصال		توجه المحطة	اسم المحطة
ك	%		
26	28.9	عامة محافظة لا تسمح بالإعلانات	الشبكة الرئيسية "البرنامج العام"
6	6.7	عامة متنوعة تسمح بالإعلانات	الشبكة التجارية "الشرق الأوسط"
29	32.2	متخصصة الجمهور	صوت العرب، الشباب والرياضة، شبكة الموجهات
29	32.2	متخصصة الموضوع	راديو مصر (قطاع الأخبار)، القرآن الكريم، البرنامج الموسيقي، البرنامج الثقافي، أغاني Fm، شبكة راديو النيل (نغم، ميجا، هيتس)
90	100		الإجمالي

## جدول رقم (2)

يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال وفقاً لطبيعة عملهم داخل المحطة

ك	%	طبيعة العمل
1	1.1	معد
49	54.4	مذيع ومقدم
1	1.1	مخرج إذاعي
2	2.2	مدير إدارة (مناصب إدارية أعلى)
13	14.4	مسئول هندسة إذاعية
24	26.7	يقوم بأكثر من عمل
90	100	إجمالي

## جدول رقم (3)

يوضح توزيع مفردات عينة الدراسة من القائمين بالاتصال وفقاً لسنوات الخبرة المهنية لكل منهم

ك	%	عدد سنوات الخبرة
53	58.9	0-5 سنوات
14	15.6	5-10 سنوات
20	22.2	10-15 سنة
3	3.3	15 سنة فأكثر
90	100	الإجمالي

## جدول رقم (4)

## يوضح الدورات التدريبية التي حصل عليها القائمون بالاتصال عينة الدراسة

الدورة التدريبية	ك	%
الإلقاء واللغة العربية، ومهارات المذيع والمقدم	55	61.1
الهندسة الإذاعية والمونتاج الإذاعي	19	21.1
الإذاعات الخارجية	7	7.8
البرامج العامة	54	60
دورات متخصصة (تنقيف سياسي، إعداد تقارير إخبارية، متابعة انتخابات برلمانية ورئاسية، ترجمة إخبارية)	47	52.2
حقوق الإنسان	6	6.7

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package For The Social Science) Spss وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الوزن النسبي الذي يحسب بالمعادلة الآتية (المتوسط الحسابي  $\times 100$ ) على الدرجة العظمى للعبارة.

تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Analysis Of Variance) المعروف اختصاراً باسم Anova لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Inter Valor Ratio).

الإطار النظري:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها وتطوير فروضها على نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory والتي تفرق بين وسائل الاتصال على أساس درجة ثرائها في تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور، وترى النظرية أن وسائل الاتصال الحديثة (مثل البريد الإلكتروني، التليفون المحمول، الرسائل القصيرة SMS، صفحات التواصل الاجتماعي Facebook, Twitter) يمكن أن تكون أكثر ثراء في نقل الرسالة وذلك لتوافر رجوع صدى فوري ومباشر بالإضافة إلى الطبيعة التفاعلية، واستخدام اللغة الطبيعية<sup>(18)</sup>.

وتسعى هذه الدراسة إلى معرفة رؤية القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية لمدى تأثير هذه النظرية على الأداء الإذاعي في إطار من رؤية نقدية للقائمين بالاتصال منها دوره كحارس البوابة الإعلامية، يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية المتصلة في عملية الاتصال أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً وهو المفهوم الذي أشار إليه كيرت لوين (Kurt Lewin, 1977) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حارس البوابة الإعلامية Gate Keeper متأثراً في ذلك بعدة عوامل منها معايير المجتمع وقيمه وتقاليد، معايير ذاتية تشمل تنشئته الاجتماعية، التعليم، الاتجاهات والميول والانتماءات

والجماعات المرجعية، إضافة إلى المعايير المهنية ممثلة في سياسة الوسيلة الإعلامية، مصادر الأخبار المتاحة، علاقات العمل بين الزملاء وما تمثله من ضغوط ومدى تأثير الجمهور على القائم بالاتصال وهو ما يعرف بمعايير الجمهور التي تؤثر في اختيار القائم بالاتصال للمحتوى المقدم وتنظيمه<sup>(19)</sup>، ويعكس تحقيق الفهم المتبادل بين المحطة وجمهورها، قدرة الوسائل الاتصالية على نقل المعلومات Mutual Under Standing وأكثر الوسائل فعالية هي تلك الوسائل المستخدمة لتقليل غموض الرسالة لذلك كان اتجاه غالبية المؤسسات الإعلامية إلى استخدام الاتصال الرقمي Digital Communication، باستخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها التي أصبحت ضرورة لتحقيق الاتصال في ظل التطور التكنولوجي الحديث ليظهر مفهوم الإعلام الجديد ولا يبتعد هذا المفهوم كثيراً عن مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر Computer Assisted Communication أو الاتصال القائم على الكمبيوتر Computer Based Communication ليصبح الاتصال الرقمي بمثابة عملية اجتماعية يتم فيها الاتصال من بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة<sup>(20)</sup>.

وعلى الرغم من ضرورة استخدام أجهزة للإرسال والاستقبال وأجهزة للترميز الرقمي فإن الاتصال الرقمي لا يعاني من مشكلات التشويش Noise المرتبطة بشبكات الاتصال والتي تؤثر في مستويات الاتصال التقليدية، وإن كانت تشترك معها في صور التشويش الأخرى المرتبطة ببيئة الاتصال، وتعتبر القراءة والكتابة والثقافة الكمبيوترية Computer Literacy من المهارات الضرورية لأطراف عملية الاتصال الرقمي نظراً لمتطلبات التعامل مع الحاسب الآلي في البداية إضافة إلى طبيعة الرسالة الرقمية وأسلوب تحريرها من جانب آخر<sup>(21)</sup>.

#### ويتميز الاتصال الرقمي بعدة خصائص مثل:

1- **التفاعلية Interactivity:** حيث أصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار ويكون لكل طرف القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان الذي يناسبه وبالدرجة التي يراها بالتالي لا يقف دور المتلقي عند حدود التلقي والقيام بالعمليات المعرفية (النظرية التقليدية للمستقبل) بل تحول المتلقي إلى مشاركة ومؤثر في عملية الاتصال باختياراته المتنوعة والمتعددة ليصبح مؤثراً ومسيطرًا على المخرجات Crossroad، سواء كان هذا التأثير تزامنياً عند التعرض للبرامج طبقاً لخيارات زمن التعرض بالنسبة للمتلقي (بإعادة الاستماع للبرامج على Youtube مثلاً) وهو ما كان مفقوداً من قبل في عملية الاتصال الجماهيرية بشكلها التقليدي<sup>(22)</sup>.

2- **التنوع:** وذلك في تنوع شكل ومضمون الاتصال من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي P.C. الذي أصبح يستخدم بجانب أجهزة ترميز الاتصالات التليفونية (Modialator/ Demodialator-Modem) في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي، أو الكتابة Chat أو البريد الإلكتروني E-Mail أو من خلال صفحات Facebook أو Twitter<sup>(23)</sup>.

3- **التكامل:** من خلال الاعتماد على شبكة الإنترنت التي تمثل مظلة اتصالية توفر للمتلقي خيارات متعددة في إطار متكامل لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض

وإتاحة ووسائل التخزين على الأقراص المدمجة (C.D.) وإعادة إرسال نفس المحتوى إلى آخرين بالبريد الإلكتروني<sup>(24)</sup>.

4- **الإحساس بالتفرد Individuality:** حيث وفرت وسائل الاتصال الرقمي برامج متعددة منحت كل المشاركين في العملية الاتصالية حرية أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال وهو ما يعلو من شأن الفردية ويزيد من قيمتها إضافة إلى الخصوصية في الاتصال<sup>(25)</sup>.

5- **تجاوز الحدود الثقافية:** يطلق على الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) أنها شبكة الشبكات، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت بطريقة غير مسبوقة نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكاليفها مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية Globalization وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال.

وتؤدي كل العناصر السابقة إلى الاستغراق في عملية الاتصال الذي يعد بمثابة مقياس يعادل مفهوم كثافة التعرض إلى وسائل الإعلام واستخدامها في الشكل التقليدي ويمكن القول أن الاتصال الرقمي عملية هادفة لأطراف عملية الاتصال، لها وظائف وأهداف تتفق في مجملها مع أهداف الاتصال الإنساني بصفة عامة وإن كانت تختلف في الترتيب نظراً لشيوع مفهوم المعلوماتية وما يرتبط بها من خصائص في عملية الاتصال الرقمي ومستحدثاته<sup>(26)</sup>.

## نتائج الدراسة:

### أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

#### جدول رقم (5)

يوضح اتجاه القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية المختلفة نحو استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في مجالات العمل الإذاعي

توجه المحطة					الاتجاه
الإجمالي	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة	
83	25	27	6	25	ك
%92.2	86.2	93.1	100	96.2	%
7	4	2	-	1	ك
%7.8	13.8	6.9	-	3.8	%
-	-	-	-	-	ك
-	-	-	-	-	%
90	29	29	6	26	ك
%100	100	100	100	100	%
2.92	2.8	2.9	3	2.9	المتوسط الحسابي
%97.4	95.4	97.7	100	98.7	الوزن النسبي

وتشير بيانات الجدول السابق إلى ان غالبية القائمين بالاتصال – على اختلاف توجه المحطات الإذاعية التي يعلمون بها – موافقون تماماً على استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في مجالات العمل الإذاعي المختلفة بنسبة (92.2%) أى غالبية مفردات العينة وبنسب متقاربة وفقاً لتوجه المحطة حيث بلغت (96.2%) في المحطة العامة المحافظة (البرنامج العام)، (100%)

في المحطة العامة التجارية (الشرق الأوسط)، (93.1%) في المحطات متخصصة الجمهور (الشباب والرياضة، صوت العرب، الموجهات) و(86.2%) في المحطات متخصصة الموضوع (راديو مصر، القرآن الكريم، شبكة راديو النيل، البرنامج الموسيقي، إذاعة الأغاني، البرنامج الثقافي).

ووافقت نسبة (7.8%) من إجمالي عينة القائمين بالاتصال على استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى حد ما وتعكس هذه النتيجة إدراك القائمين بالاتصال لأهمية استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في العملية الاتصالية سواء على المستوى التقني المستحدث في مجال البث والتلقي، أو على المستوى الاجتماعي والثقافي بإدراك أهميتها كعامل محدد للتحويلات الثقافية ونمط جديد للتواصل الاجتماعي، وتشير النتائج الإحصائية إلى قوة الوزن النسبي لمدى الموافقة والذي بلغ (97.4%) بما يدعم رؤية القائمين بالاتصال لأهمية استخدام مثل هذه الوسائل في مواكبة روح العصر، وتفعيل آليات الاتصال الرقمي في المنظومة الإذاعية.

### جدول رقم (6)

#### يوضح أسباب استخدام القائم بالاتصال لوسائل التكنولوجيا الحديثة

السبب	ك	%
1- تسهل التواصل مع عدد كبير من المستمعين خاصة الشباب	85	94.4
2- التعرف على رد فعل الجمهور بشكل فوري وسريع على موضوع الحلقة	50	55.6
3- مصادر للحصول على الأخبار، اختيار موضوع الحلقة، معرفة توجهات الرأي العام	25	27.8
4- تنوعها، سهولة استخدامها من قبل الجمهور، وبعدها عن خدمة (0900)	14	15.6
5- قلة تكلفتها إذا يمكن استخدامها من خلال التليفون المحمول	9	10
6- تضفي مصداقية على كلام المذيع، وتضيف لرصيده عند الجمهور المتلقي	3	3.6

توضح بيانات الجدول السابق أسباب استخدام القائم بالاتصال – لوسائل التكنولوجيا الحديثة في برامجها والتي جاءت على التوالي:

1- يرى (94.4%) من مفردات العينة – أي النسبة الغالبة – أن هذه الوسائل تسهل التواصل مع الجمهور المتلقي – خاصة إذا كان من الشباب – الذي يجيد مهارات الثقافة الكمبيوترية Computer Literacy، ويستطيع التواصل من خلالها مع القائم بالاتصال، وفي ظل ثورة المعلومات التي يعيشها هذا الجيل ومواكبتها يظهر مصطلح "إعلام المواطن" كبديل عن حارس البوابة الذي يفرض نفسه على وسائل الإعلام التقليدية، ليصبح المتلقي شريك إيجابي في عملية الاتصال، وبالتالي كسر ثقافة الصمت وتعزيز الاتصال بين طرفي العملية الاتصالية (القائم بالاتصال والمتلقي)<sup>(27)</sup>.

2- التعرف على رد فعل الجمهور – بشكل فوري وسريع – على مضمون الحلقة بنسبة (55.6%)، وهي الخاصية التي وفرتها وسائل التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام التقليدية ومنها الراديو، لتقربها من الاتصال المواجهي إلى حد ما، وتتيح للقائم بالاتصال: التعرف على رد فعل الجمهور المتلقي على موضوع الحلقة المطروح من خلال المشاركة بالرسائل القصيرة SMS، أو صفحات Fans (المشجعين) على تويتر وفيس بوك وكتابة تعليقات عن مدى الإعجاب أو الرفض لموضوع الحلقة، بل أحيانا اختيار موضوع الحلقة نفسه وهو ما



يعمد إليه كثير من القائمين بالاتصال(\*) إضافة إلى التعليق على أداء القائم بالاتصال نفسه، ومدى جودته وهي "التفاعلية" التي حققتها هذه الوسائل في ظل الاتصال الرقمي ليتحول المتلقي إلى مشارك فاعل ومؤثر في عملية الاتصال باختياراته ومشاركاته المتنوعة والمتعددة.

3- توفر وسائل التكنولوجيا الحديثة للقائمين بالاتصال مصادر متنوعة للمعلومات والأخبار، وتجعلهم يختارون موضوعات حلقات تتناسب ومتطلبات الساعة إضافة إلى التعرف على توجهات الرأي العام نحو الأحداث المختلفة وهذا ما أكدته (27.8%) من إجمالي مفردات العينة.

4- ورأت (15.6%) من مفردات العينة أن وسائل التكنولوجيا الحديثة تنسم بالتنوع ما بين (SMS)، مواقع التواصل الاجتماعي على تويتر، فيس بوك، موقع البرنامج على YouTube، الرقم المختصر للاتصال) وهذا التنوع يتيح للمتلقي المشاركة في البرنامج بأكثر من طريقة وفقاً لما يسهل عليه استخدامه، فضلاً عن إمكانية تلقي مشاركات حتى بعد انتهاء وقت الحلقة من خلال التواصل مع القائم بالاتصال – على صفحته الشخصية – على فيس بوك مع تأكيد كل مفردات العينة أن هذه الوسائل قد ألغت استخدام خدمة (0900) التي اعتبرها كثير منهم "عملية نصب" مقنن استخدمتها الإذاعة قبل ثورة يناير لجمع أموال طائلة من المتلقين، وأطلق بعضهم عليها كلمة "خدعة" وليس خدمة وأكدوا رفضهم التام استخدامها في برامجهم(\*\*).

5- وأيدت (10%) من مفردات العينة قلة تكلفة هذه الوسائل وأنها أصبحت متاحة بسعر زهيد لكل من يحمل "تليفون محمول" بحيث يمكنه التواصل مع إذاعته المفضلة طوال اليوم بسعر "جنيه واحد" عبر مختلف شبكات المحمول.

6- وأكدت (3.6%) من المفردات أن وسائل التكنولوجيا الحديثة تضفي مصداقية على كلام المذيع وتضيف لرصيده عند الجمهور، بل أنها خلقت صداقة – وإن كانت افتراضية – بين القائم بالاتصال والمتلقي من خلال التواصل المستمر بينهما خاصة بعد استخدام "سنديو الراديو المصور" بوجود كاميرا داخل سنديو الراديو تجعل المذيع مشاهد من قبل المتلقين على النت أثناء إذاعة برنامجه كما هو الحال في برنامج بسملة أمل للداعية "عمرو خالد" على شبكة راديو النيل (محطات نغم FM، ميجا FM) وبرنامج المهرجان على محطة ميجا FM.

(\*) مقابلات متعمقة مع عدد من القائمين بالاتصال في شبكة راديو النيل.

(\*\*) مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال في الشبكة التجارية "الشرق الأوسط".

## جدول رقم (7)

يوضح مدى استخدام القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية للوسائل التكنولوجية الحديثة في برامجه

الوسيلة	دائماً		أحياناً		لاستخدمها		متوسط حسابي	وزن نسبي
	%	ك	%	ك	%	ك		
صفحة Face book	91.1	82	5.6	5	3.3	3	1.8	93.9
التليفون الأرضي	88.9	80	8.9	8	2.2	2	1.8	93.3
الرسائل القصيرة SMS	80	72	13.3	12	6.7	6	1.7	86.7
يوتيوب YouTube	52.2	47	33.3	30	14.4	13	1.3	68.9
تويتر Twitter	26.7	24	37.8	34	35.6	32	0.9	45.6
البريد الإلكتروني E-Mail	13.3	12	21.1	19	65.6	59	0.4	23.9
0900	1.1	1	7.8	7	91.1	82	0.1	5

وتوضح بيانات الجدول السابق أن استخدام القائم بالاتصال لوسائل التكنولوجيا الحديثة لا يتم بدرجة واحدة حيث جاء استخدام صفحات Facebook في المقام الأول بمتوسط (1.8)، ووزن نسبي (93.9%)، وأكد (91.1%) من المفردات استخدامهم هذه الوسيلة بشكل دائم، في مقابل (5.6%) من المفردات ممن يستخدمونها أحياناً، وأشارت (3.3%) من مفردات العينة إلى عدم استخدامها هذه الوسيلة في التواصل مع جمهور المستمعين، ذلك أنها - في رأي مفردات العينة - لا تضيف للمذيع بل تفقده مصداقيته كثيراً، تلى ذلك استخدام التليفون الأرضي - والذي يقوم المقدم بالتنويه عن رقمه - في نهاية كل فقرة من فقرات البرنامج بتريده رقم حتى يسهل حفظه وتذكره - وذلك بوزن نسبي (93.3%) ومتوسط حسابي (1.8)، وأكد (88.9%) من مفردات العينة استخدامهم لهذه الوسيلة للتواصل مع الجمهور دائماً، بينما أكد (8.9%) استخدامهم لها أحياناً، وقرر (2.2%) من المفردات عدم استخدامهم لها - وهم من مذيعي صوت العرب - حيث يفضل القائم بالاتصال التواصل مع الجمهور العربي - وفقاً لتوجه الإذاعة - من خلال Facebook أو تويتر.

وجاء استخدام وسيلة "الرسائل القصيرة SMS" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (1.7)، ووزن نسبي (86.7%)، حيث أشار (80%) من مفردات العينة إلى استخدامها بشكل دائم، (13.3%) أشاروا إلى استخدامها أحياناً، وبلغت نسبة من لا يستخدمها من القائمين بالاتصال (6.7%) وتركزت هذه النسبة في القائمين بالاتصال في إذاعة القرآن الكريم ممن يفضلون التواصل مع جمهورهم عن طريق التليفون الأرضي (وهو ما يتناسب وطبيعة جمهور هذه الإذاعة لأنها توجه إلى كافة الفئات، مما يجعل التليفون الأرضي الوسيلة الأنسب لتلقي اتصالاتهم والتعرف على آرائهم).

وفي الترتيب الرابع جاء استخدام وسيلة YouTube بمتوسط حسابي (1.3) ووزن نسبي (68.9%)، وأشارت (52.2%) من المفردات إلى استخدامه بشكل دائم، (33.3%) من المفردات أشارت إلى استخدامه أحياناً، وأوضحت (14.4%) من المفردات عدم استخدامه وتركز غالبيتهم في مذيعي البرنامج العام.

أما استخدام Twitter كوسيلة من وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة فقد جاء في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي (0.9) ووزن نسبي (45.6%) حيث أشارت (35.6%) من المفردات

انها لا تستخدم هذه الوسيلة، في مقابل استخدامها أحياناً (37.8%)، ودائماً بنسبة (26.7%) وترجع الباحثة ذلك - على حد علمها - إلى أن هذه الوسيلة تتطلب كتابة جمل قصيرة بعدد معين فقط من الكلمات بما لا يتيح للمستمع أن يكتب ويشارك بكل ما يترأى له.

وعن مدى استخدام القائم بالاتصال لـ (E.Mail) أو البريد الإلكتروني في برامجهم، فقد اوضحت الغالبية العظمى من العينة (65.6%) أنها لا تستخدم هذه الوسيلة في برامجها، وأشارت (21.1%) من المفردات إلى استخدامها أحياناً، و(13.3%) أشارت إلى استخدامها دائماً وإن اقتصر هذا الاستخدام على مذييعي المحطات المتخصصة الموضوع مثل نغم، ميغا Fm ونيل هيتس وأوضح القائمون بالاتصال أنهم يتواصلون مع المعجبين ببرامجهم على البريد الإلكتروني لتلقي رسائلهم بشكل شخصي بعيداً عن صفحات البرنامج العامة على Facebook، وجاء استخدام هذه الوسيلة بمتوسط حسابي (0.4)، ووزن نسبي (23.9%).

وفي الترتيب الأخير جاء استخدام خدمة (0900) بوزن نسبي بسيط جداً قياساً للوسائل السابقة بلغ (5%) ومتوسط حسابي (0.1) حيث أكدت (91.1%) أي غالبية مفردات العينة رفضهم استخدام هذه الوسيلة في مقابل استخدامها أحياناً من قبل (7.8%)، ودائماً (1.1%) وتركز هذا الاستخدام في محطة الشرق الأوسط التي اوضح القائمون بالاتصال فيها أنهم مجبرون على استخدام هذه الوسيلة في برامجهم - على الرغم من رفضهم لها - بناء على تعليمات رؤسائهم ومتخذي القرار هناك- وهو ما يدخل في إطار حارس البوابة وتأثره بسياسات المحطة التي يعمل بها وما يعرف بضغوط العمل.

### جدول رقم (8)

#### يوضح رؤية القائم بالاتصال لتأثير التكنولوجيا على المناخ التنظيمي بالمحطة

توجه المحطة					مدى التأثير
الإجمالي	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة	
43	14	15	2	12	ك
47.8	48.3	51.7	33.3	46.2	%
39	12	11	3	13	ك
43.3	41.4	37.9	50	50	%
8	3	3	1	1	ك
8.9	10.3	10.3	16.7	3.8	%
90	29	29	6	26	ك
%100	100	100	100	100	%
2.3	2.3	2.4	2.1	2.4	المتوسط الحسابي
79.6	79.3	80.5	72.2	80.8	الوزن النسبي

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن (47.8%) من إجمالي مفردات العينة من القائمين بالاتصال يرون أن وسائل تكنولوجيا الحديثة تؤثر إلى حد كبير على المناخ التنظيمي داخل المحطة التي يعملون بها وبنسب متقاربة بين المحطات المختلفة (51.7%) في المحطات متخصصة الجمهور، (48.3%) في المحطات متخصصة الموضوع تلتها المحطة العامة

المحافظة (46.2%)، وأخيراً بنسبة (33.3%) في المحطة العامة التجارية التي تمثلها الشرق الأوسط.

كما توضح النتائج الإجمالية للجدول أن نسبة (43.3%) – وبفارق بسيط – عن نظرائهم السابقين من القائمين بالاتصال يرون أن وسائل التكنولوجيا الحديثة تؤثر إلى حد ما على المناخ التنظيمي بالمحطة وذلك في المحطات العامة سواء المحافظة (50%) أو التجارية (50%)، متخصصة الموضوع (41.4%) وأخيراً متخصصة الجمهور (37.9%).

ويعكس هذا التقارب في النسب العامة بين الفئتين المطروحتين، توجهاً إذاعياً عاماً يميل إلى استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في تنظيم العمل داخل المحطات الإذاعية على اختلاف توجهها، بما يعكس سياسات وخطط إذاعية تقوم على إدراك ووعي بأهمية هذا الاستخدام في تسيير العمل، وضبطه لتحقيق السرعة، والتفاعلية، ومواكبة التطور التكنولوجي حتى على مستوى إدارة العمل.

ورأت نسبة (8.9%) من إجمالي العينة أن وسائل التكنولوجيا الحديثة لم تلق بظلالها على المناخ التنظيمي بالمحطة "لا تؤثر على الإطلاق" وبدا ذلك في رأي القائمين بالاتصال في المحطة العامة التجارية (16.7%) وكل من المحطات متخصصة الجمهور، والموضوع بنسب متساوية (10.3%)، وأخيراً المحطة العامة المحافظة "البرنامج العام" بنسبة (3.8%) واهتمت الباحثة بسؤال القائمين بالاتصال عن السبب وكانت الإجابة أن استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة لم يؤثر إطلاقاً على تجويد العمل الإذاعي وتحسين الخدمة الإذاعية واقتصر على تسهيل اتخاذ القرارات وتميرها من الرؤساء إلى المرؤوسين.

ويشير الوزن النسبي الإجمالي (79.6%) إلى مدى قوة رؤية القائم بالاتصال لتأثير التكنولوجيا على المناخ التنظيمي للعمل على اختلاف توجه المحطات سواء أثر ذلك بشكل كبير أو الى حد ما.

### جدول رقم (9)

#### يوضح التأثيرات الإيجابية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على المناخ التنظيمي داخل المحطات الإذاعية من وجهة نظر القائم بالاتصال

التأثيرات الإيجابية	ك	%
1- تسهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تجويد العمل وزيادة معدل كفاءته.	84	93.3
2- تساعد التكنولوجيا الحديثة على تفعيل ديمقراطية الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين	77	85.6
3- تؤدي التكنولوجيا الحديثة وانتشار المعلومات إلى سيادة منظومة عمل غير تقليدية بما يؤدي إلى تطوير مناخ العمل	76	84.4
4- تسهم التكنولوجيا الحديثة في زيادة جذب العاملين وزيادة العائد الاقتصادي	65	72.2
5- يضمن توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة زيادة مستوى التنافسية في الأداء بين العاملين	65	72.2
6- تساعد التكنولوجيا الحديثة في تقييم أداء العاملين داخل المحطة وضمان موضوعية التقييم	42	46.7
7- تسهم التكنولوجيا الحديثة في إرساء بنية مجتمع المعلومات بدلاً من سيادة مجتمع السرية	30	33.3
8- تساهم التكنولوجيا الحديثة في إرساء قيم الشفافية وعلانية الأداء، الأمر الذي يتيح للقائم بالاتصال المشاركة في صنع السياسات داخل المحطة	24	26.7
9- تساعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تفعيل الدور الرقابي على أداء العاملين والقيادات الإدارية بالمحطة	14	15.6

توضح بيانات الجدول السابق أن القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية المصرية على اختلاف توجهاتها قد رصدوا لاستخدام التكنولوجيا الحديثة عدة تأثيرات إيجابية جاء في أولها أنها أسهمت في تجويد العمل الإذاعي وزيادة معدل كفاءته (93.3%) وهو ما يتفق ورأي دراسات سابقة أكدت أن التطورات المعاصرة لتكنولوجيا الاتصال قد قدمت الأدوات الفكرية والمادية التي يمكن استخدامها للمساعدة في استخدام أكثر فاعلية للمعلومات بما يوجد الأداء ويزيد من كفاءته خاصة في مجال الاتصال<sup>(28)</sup>.

كما أوضحت النتائج أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساعدت على تفعيل ديمقراطية الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين هو ما أكدته (85.6%) من إجمالي مفردات العينة، وبذلك وفرت وسائل التكنولوجيا الحديثة مظاهر المرونة والتفاعل التي يتميز بها الاتصال المواجهي، مما ساعد على سهولة التواصل بين الرئيس والمرؤوس وسرعة التعرف على مجريات العمل

وأوضح (84.4%) من القائمين بالاتصال أن التكنولوجيا الحديثة، وانتشار المعلومات قد أثرت على مناخ العمل – بالمحطات الإذاعية المختلفة – وساهمت في تطويره وتحقيق منظومة عمل غير تقليدية، وذلك من خلال تحقيق التقارب بين القائم بالاتصال ومديره بشكل سريع باستخدام "البريد الإلكتروني"، وإمكانية قيام المديرين بالدخول على صفحات الفيس بوك، وFans ومتابعة مدى تفاعل الجمهور مع الحلقة المقدمة، وقياس رد فعل الجمهور بشكل آلي من خلال الكمبيوتر، فضلاً عن التعرف على توجهات الجماهير وتحقيق ما تصبو إليه بإجراء تعديلات على الخطط الإذاعية الشهرية بشكل دوري.

كما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في زيادة جذب المعننين وزيادة العائد الاقتصادي للمحطة، وأيضاً زيادة مستوى التنافسية في الأداء بين العاملين بنسب متساوية لكل منها (72.2%) من وجهة نظر القائم بالاتصال، وذلك بحصر أعداد المستمعين لكل برنامج من خلال المشاركات على الرسائل القصيرة – بل وأكثر مقدميها جماهيرية أيضاً – ومن ثم اختيار المعننين لهذه البرامج بدعمها ورعايتها مادياً، مما أدى إلى ظهور محطات بعينها – يتم دعمها مادياً من قبل المعننين – وهي المحطات الحكومية الاستثمارية ممثلة في: (نغم، ميغا Fm، راديو هيتس) المعروفة بشبكة راديو النيل، بشكل يماثل النمط الإعلاني في برامج محطة نجوم Fm الخاصة.

وأشار (46.7%) من القائمين بالاتصال أن التكنولوجيا الحديثة أثرت إيجابياً في تقييم أداء العاملين داخل المحطة، مع ضمان موضوعية التقييم لارتباطه ألياً برد فعل الجمهور على البرنامج ومقدمه، إلا أن البعض كانت لديه تحفظات ترتبط بأن الجمهور أحياناً لا يعي ما ينبغي تقديمه وإنما يسعى إلى ما يريده دون أن يأخذ في الاعتبار المصلحة العامة للوطن.

ورأت (33.3%) من عينة القائم بالاتصال أن التكنولوجيا الحديثة لعبت دوراً هاماً في إرساء بنية مجتمع المعلومات بدلاً من مجتمع السرية، وهو ما يتناسب وطبيعة العصر الحالي "عصر الثورة المعلوماتية" ويواكب توجهات الجماهير.

وعلى الرغم من تنوع التأثيرات الإيجابية لتكنولوجيا الاتصال إلا أنها حظيت بأقل نسب فيما يتعلق بمساهمتها في إرساء قيم الشفافية وعلانية الأداء، ومساهمة القائم بالاتصال في المشاركة في صنع السياسات داخل المحطة (26.7%) وترجع الباحثة ذلك إلى استمرار سيادة الروتين، وبطء اتخاذ القرارات من قبل المسؤولين إلا بعد الرجوع لقيادات أعلى، وهو ما يرتبط بالعنصر البشري نفسه وليس العامل التكنولوجي.

وجاء تفعيل الدور الرقابي على أداء العاملين والقيادات الإدارية بالمحطة في المرتبة الأخيرة بنسبة (15.6%) وهو ما يشير إلى غلبة الطابع المركزي على عملية صناعة القرارات في المحطات الإذاعية وعدم الاعتداد بأفكار متطورة مثل "صندوق مقترحات التطوير الإلكتروني" أو منتديات التطوير وغيرها من أفكار يسهل تطبيقها وتساعد في تطوير أوضاع هذه المحطات والتصدي لمشكلاتها.

### جدول رقم (10)

#### يوضح التأثيرات السلبية لتكنولوجيا الاتصال على المناخ التنظيمي للعمل

التأثيرات السلبية	ك	%
1- تساهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة الترويج للشائعات داخل المجتمع	53	58.9
2- يسهم التوجه الزائد نحو توظيف التكنولوجيا في زيادة الفجوة وحدوث نوع من التمييز بين الأجيال القديمة والجديدة	49	54.4
3- تساعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تقديم ما يريده الجمهور وليس ما ينبغي أن يقدم للجمهور	35	38.9
4- تزيد من تدخل المعلن في سياسة المحطة وفرضه لمضامين وشخصيات معينة	33	36.7
5- تساعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على زيادة عملية التلاعب بالمعلومات وتوظيفها ضد الآخرين بشكل سلبي	28	31.1
6- تؤدي تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى التركيز على مضامين معينة وفرضها على القائم بالاتصال تنفيذاً لسياسات معينة	18	20

وتكشف بيانات الجدول السابق أن القائمين بالاتصال في المحطات – عينة الدراسة – إجمالاً يرون أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة له تأثيرات سلبية - وإن قلت في نسبتها – عن التأثيرات الإيجابية السابق الإشارة لها ويأتي في مقدمتها زيادة الترويج للشائعات داخل المجتمع (58.9%)، وهي بلا شك واحدة من التأثيرات السلبية التي أصبح يشهدها الواقع الإعلامي المصري الآن من خلال توظيف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات – كأداة من أدوات الحرب والنزاشق الإعلامي بالكلام والصور والفيديوهات والاستعانة بها بعمل down load أو like على صفحات التواصل الاجتماعي ونقلها إلى الجماهير المتابعين للبرامج الإذاعية، يلي ذلك أن التوجه الزائد نحو توظيف التكنولوجيا في مجال العمل الإذاعي أدى إلى زيادة الفجوة بين الأجيال القديمة والحديثة وهو ما أكدته (54.4%) من إجمالي مفردات العينة من القائمين بالاتصال في إشارة إلى زيادة معدلات الخوف والقلق لدى القائمين بالاتصال من كبار السن ممن لا يجيدون التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة بل وتأكيدهم على أن القائمين بالاتصال من الشباب الأصغر سناً يتخذونها مظهراً من مظاهر التميز والتفوق على نظرائهم من القائمين بالاتصال الأكبر سناً وخاصة الأجيال التي لم تواكب هذه الثورة التكنولوجية بنفس الدرجة.

وبرزت عدة سلبيات لاستخدام التكنولوجيا بشكل متزايد في المجال الإذاعي البرامجي خاصة ما يتعلق بالمضمون المقدم وكيفيته تمثلت في تقديم ما يريد الجمهور وليس ما ينبغي تقديمه وأشار إليه (38.9%) من القائمين بالاتصال وهو ما ظهر من خلال برامج الفن الشعبي متمثلة في برنامج المهرجان على محطة ميجا Fm بإذاعة أغاني شعبية تحمل قيماً هابطة، بل وأسلوب غير لائق في الحوار بين مقدم البرنامج والجمهور المشارك عبر الرسائل القصيرة، والتليفون المباشر على الهواء<sup>(29)</sup>.

وفي نفس السياق أشار (36.7%) من مفردات العينة إلى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة ومعرفة المعلنين بالبرامج والإعلاميين الأكثر شعبية وجماهيرية قد زاد من تدخل المعلن في

سياسة المحطة وفرضه لمضامين بعينها وشخصيات معينة خاصة الشخصيات الكروية، والفنية، مع انحسار تام لظهور شخصيات علمية وأدبية صاحبة بصمة وإنجاز ينبغي تقديمها كقدوة مشرفة للجمهور.

وكانت السلبية الأخطر أثراً من وجهة نظر القائم بالاتصال هي استخدام التكنولوجيا الحديثة في التلاعب بالمعلومات وتوظيفها ضد الآخرين بشكل سلبي إلى درجة اختراق خصوصية الآخرين وجعل كثير من أسرار حياتهم الشخصية فضائح يتم تناقلها عبر رسائل SMS، وصفحات فيس بوك وتويتر واستخدام القائمين بالاتصال لهذا النوع من المعلومات في جذب مزيد من الجمهور بما يشبه ما عرف من قبل بالصحافة الصفراء، لتحل محله ما يعرف بأخبار التابلويد "أخبار الفضائح"<sup>(30)</sup>، وهذا ما أكدته (31.1%) من مفردات العينة.

كما أكدت (20%) من مفردات العينة أن استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة فرض على القائم بالاتصال مضامين بعينها وبظرة سريعة على المضامين المقدمة نجد أنها مركزة في القضايا المحلية التي تدور يومياً من نقص في الدولار، الأزمات الاقتصادية التي يواجهها المواطن، انتشار البلطجة، الازدحام المروري، في مقابل النقص الشديد في قضايا على جانب كبير من الأهمية مثل انهيار التعليم بل وانهيار كثير من المؤسسات الخدمية نتيجة كثرة الاعتصامات والاضرابات وغيرها من القضايا القومية التي تم إهمالها في مقابل التركيز على تقديم صفات إذاعية للتفاؤل والضحك والبعد عن الحزن وقراءة رسائل SMS التي تمتدح أداء المذيع، وأخرى تدعو للصلح بين اثنين من المحبين، وهي المضامين التي أصبحت تنادي بها حتى المحطات ذات التوجه الإخباري مثل راديو مصر وهو ما تعتقد الباحثة أنه في حاجة إلى بحث ودراسة تحليلية للنهوض بالإذاعة المصرية كي تنافس تكنولوجيا (شكلاً ومضموناً) مثيلاتها من الإذاعات والمحطات ذات التوجه الدولي.

### جدول رقم (11)

يوضح رؤية القائم بالاتصال لمظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على صناعة القرارات، وضع الخطة الإذاعية، وتقييم البرامج في المحطات الإذاعية المختلفة

مظاهر التأثير على صناعة القرارات ووضع الخطة الإذاعية	ك	%
1- تسهم التكنولوجيا الحديثة في إتاحة بدائل متعددة من الأفكار البرمجية التي تطور الخطة البرمجية للمحطة	83	92.2
2- تعد التكنولوجيا الحديثة بمثابة رد فعل فوري يمكن على أساسه تقويم البرامج المقدمة	78	86.7
3- تتيح التكنولوجيا الحديثة إمكانية عمل بارومتر استماع للبرامج بشكل فوري يتيح توفير المال والجهد والوقت	73	81.1
4- توفر التكنولوجيا الحديثة قاعدة بيانات ومعلومات ثرية تسهم في إمداد صانعي القرار بمرجعية معلوماتية تدعم قراراته	31	34.4
5- تتيح التكنولوجيا الحديثة إمكانية استخدام برامج تحليل المعلومات الحديثة بما يؤدي إلى إضفاء الصيغة العلمية على عملية صناعة القرارات.	22	24.4
6- تدعم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات عملية مشاركة المسؤولين في الإدارة بما يؤدي إلى تعميق ديمقراطية صناعة القرار	16	17.8

وتشير بيانات الجدول السابق إلى مظاهر تأثير وسائل التكنولوجيا الحديثة على صناعة القرارات، ووضع الخطط الإذاعية وأساليب تقويم البرامج المقدمة كالتالي:

- أكد (92.2%) من القائمين بالاتصال أن وسائل التكنولوجيا الحديثة ساهمت بقوة في إتاحة الفرصة أمامهم لطرح أفكار جديدة ومتنوعة خرجت بهم عن الأطر المألوفة للأشكال والأفكار البرمجية التي ظلت تقدم عبر سنوات طويلة في الإذاعة، وأصبح هناك أكثر من بديل للفكرة الواحدة، وأكثر من قالب فني لتقديمها وهو ما ساهم في ظهور محطات إذاعية جديدة، أصبح لها جمهور كبير يتفاعل معها من خلال SMS، صفحات التواصل الاجتماعي، وصفحات المعجبين Fans.
- كما أشار (86.7%) من القائمين بالاتصال إلى أن التكنولوجيا الحديثة ساهمت في وضع مقاييس موضوعية لتقييم البرامج المقدمة، وتقييم القائم بالاتصال، وإن اعتمدت على مدى التفاعلية بين القائم والجمهور – ويتم حسابها آلياً وبناء عليه يتم تقويم أداء المذيع بشكل فوري، وتقويم فكرة البرنامج وتعديلها بما يتفق ورغبات الجمهور.
- وأوضح (81.1%) من القائمين بالاتصال أن وسائل التكنولوجيا الحديثة حلت محل بارومتر الاستماع، ووفرت الوقت والجهد والمال، ووضعت رد فعل الجمهور بشكل فوري أمام القائم بالاتصال، والمسئولين عن المحطة كذلك.
- كذلك أفاد صناع القرار في المحطات الإذاعية المختلفة من وسائل التكنولوجيا الحديثة وقاعدة البيانات المتوفرة لديهم في اتخاذ قرارات مبنية على قاعدة معلومات مما أدى إلى سرعة اتخاذ القرار وتقليل روتين العمل وهو ما أكدته (34.4%) من القائمين بالاتصال.
- بل وأشار (24.4%) من القائمين بالاتصال أن استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في المحطات الإذاعية قد أضفى عليها طابع الجدية والصبغة العلمية خاصة عند صناعة القرارات الخاصة بسياسة المحطة وتوجهاتها، ورسم خططها.
- وأوضح (17.8%) من القائمين بالاتصال أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في مشاركتهم كمروسين في الأداء وجعلت لهم حق في صناعة القرار خاصة ما يتعلق بمضامين وأفكار برامجهم، بل وفرض أفكار معينة وموضوعات يتم تناولها في البرامج بعيداً عن أي تدخل من قبل رؤسائهم.

### جدول رقم (12)

يوضح رؤية القائم بالاتصال لمدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على معدلات أداء العاملين

توجه المحطة					مدى التأثير	
الإجمالي	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة	ك	كبير
66	20	21	3	22	ك	تؤثر إلى حد كبير
73.3	69	72.4	50	84.6	%	
20	7	7	3	3	ك	تؤثر إلى حد ما
22.2	24.1	24.1	50	11.5	%	
4	2	1	-	1	ك	لا تؤثر على الإطلاق
4.4	6.9	3.4	-	3.8	%	
90	29	29	6	26	ك	إجمالي
%100	100	100	100	100	%	
2.6	2.6	2.6	2.5	2.8		المتوسط الحسابي
89.6	87.4	89.7	83.3	93.6		الوزن النسبي



وتشير بيانات الجدول السابق إلى أن القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية بتوجهاتها المختلفة يرون بنسبة (73.3%) أي ثلثي حجم العينة تقريباً أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤثر إلى حد كبير على معدلات أداء العاملين داخل هذه المحطات سواء كانت عامة محافظة كالبرنامج العام (84.6%)، أو متخصصة الجمهور (72.4%)، أو متخصصة الموضوع (69%)، وكذلك في الشبكة التجارية (50%)، بينما رأت (22.2%) من مفردات العينة أنها تؤثر إلى حد ما وهو ما أشار إليه القائمون بالاتصال في الشبكة التجارية بنسبة (50%)، وفي كل من المحطات متخصصة الجمهور والموضوع بنسبة متساوية (24.1%)، وأخيراً في "شبكة البرنامج العام" بأقل نسبة (11.5%).

وذكرت نسبة (4.4%) فقط من مفردات العينة من القائمين بالاتصال أن التكنولوجيا الحديثة لا تؤثر مطلقاً على معدلات أداء العاملين في المحطة، وذلك في المحطات متخصصة الموضوع بنسبة (6.9%)، متخصصة الجمهور بنسبة (3.4%)، وشبكة البرنامج العام بنسبة (3.8%).

وتوضح النتائج الإجمالية للجدول السابق أن القائمين بالاتصال يرون بقوة تأثير التكنولوجيا الحديثة على معدلات أداء العاملين بالمحطات ذات التوجهات المختلفة بوزن نسبي قدره (89.6%)، وهو ما يجعل تكنولوجيا الاتصال الحديثة تبدو كمتغير تكنولوجي لا يعمل بمعزل عن المتغيرات الأخرى، إلا أن محدودية القدرة على توجيهه في شقة التكنيكي "باعتباره متغير مستقل" يجعل من أداء القائم بالاتصال متغير تابع يتكيف مع التطور المتزايد للمتغيرات التكنولوجية لإبراز المضامين الفكرية المستهدفة، بما يجعل الدور الذي تلعبه التكنولوجيا المعاصرة، دوراً غير محايداً ومن الصعب التنبؤ بآثاره على المدى القريب بدون دراسة علاقته بالرسالة وصانعها.

### جدول رقم (13)

يوضح مدى موافقة القائم بالاتصال على مظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على معدلات أداء العاملين

مظاهر التأثير	موافق		موافق إلى حد ما		معارض		متوسط حسابي	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%		
تؤدي التكنولوجيا الحديثة إلى زيادة مستوى الإبداع والقدرة على التجديد والتنوع	84	93.3	4	4.4	2	2.2	2.9	97
تساهم التكنولوجيا الحديثة في الانفتاح على العالم ومواكبة الإعلام الإذاعي الدولي	81	90	8	8.9	1	1.1	2.8	96.3
تشجع التكنولوجيا الحديثة على زيادة اتقان العمل وتجويده	82	91.1	5	5.6	3	3.3	2.8	95.9
تؤدي التكنولوجيا الحديثة إلى زيادة معدلات سرعة أداء العمل وزيادة الالتزام بالتوقيت المحدد لإنجازه	74	82.2	14	15.6	2	2.2	2.8	93.3
تساهم التكنولوجيا الحديثة في تزايد معدلات التنافسية بين العاملين في المحطة	54	60	32	35.6	4	4.4	2.5	85.2

وتوضح النتائج الإجمالية للجدول السابق مدى موافقة القائم بالاتصال على مظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على معدلات أداء العاملين معه بالمحطة، حيث جاء ترتيبها وفقاً للوزن النسبي كالتالي:

- 1- تؤدي التكنولوجيا الحديثة إلى زيادة مستوى الإبداع والقدرة على التجديد والتنوع بوزن نسبي قدره (97%)، ومتوسط حسابي (2.9). حيث تسهم وسائل التكنولوجيا الحديثة في إعلاء قيم المعرفة، والنقد والمراجعة والحوار الدائم وهي القيم التي تجعلها أساساً لأي اتصال تنموي ثقافي.
- 2- تساهم التكنولوجيا الحديثة في الانفتاح على العالم ومواكبة الإعلام الإذاعي الدولي وجاءت في المرتبة الثانية بوزن نسبي (96.3%)، ومتوسط حسابي (2.8) حيث تتيح وسائل التكنولوجيا الحديثة طرقاً جديدة في الاتصال داخل بيئة رقمية تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على شبكة الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهيئات بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع<sup>(31)</sup>.
- 3- تشجع التكنولوجيا الحديثة على زيادة اتقان العمل وتجويده في الترتيب الثالث بوزن نسبي (95.9%) ومتوسط (2.8) ذلك أن التكنولوجيا الحديثة قد استبدلت الوحدات المادية بالرقمية إضافة لقدرتها على تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، إضافة إلى قدرتها على تلبية الاهتمامات الفردية Individual Interests والاهتمامات العامة، أي ان التكنولوجيا الحديثة تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تليينها بالإعلام القديم التقليدي، والميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعاً<sup>(32)</sup>.
- 4- تؤدي التكنولوجيا الحديثة إلى زيادة معدلات سرعة أداء العمل وزيادة الالتزام بالتوقيت المحدد لإنجازه في الترتيب الرابع بوزن نسبي (93.3%)، ومتوسط (2.8)، وهي إيجابية من إيجابيات استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام لتوفيرها الوقت والجهد والمال بما أنعكس على سرعة إنجاز العمل ومواكبة المستجدات سواء المحلية أو العالمية.
- 5- وجاء في الترتيب الخامس إسهام التكنولوجيا الحديثة في زيادة معدلات التنافسية بين العاملين بوزن نسبي (85.2%) ومتوسط (2.5).

وتعكس البيانات التفصيلية للجدول ميل القائمين بالاتصال إلى الموافقة على العبارات المتضمنة في الجدول بنسب تراوحت بين (60%) إلى (93.3%)، في مقابل موافقتهم إلى حد ما بنسب تراوحت ما بين (4.4%) إلى (35.6%)، أما المعارضون فقد تراوحت نسبهم بين (1.1%) إلى (4.4%) وهي نسب قليلة جداً تعكس موافقة الغالبية العظمى من عينة الدراسة على مظاهر تأثير التكنولوجيا الحديثة على معدلات أداء العاملين في هذه المناحي المختلفة.

## جدول رقم (14)

## يوضح تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال

الإجمالي	توجه المحطة				درجة التأثير
	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة	
60	19	18	3	20	ك
66.7	65.5	62.1	50	76.9	%
26	8	10	3	5	ك
28.9	27.6	34.5	50	19.2	%
4	2	1	-	1	ك
4.4	6.9	3.4	-	3.8	%
90	29	29	6	26	ك
%100	100	100	100	100	%
2.6	2.5	2.5	2.5	2.7	المتوسط الحسابي
87.4	86.2	86.2	83.3	91	الوزن النسبي

تشير النتائج الإجمالية للجدول إلى أن ثمة اتجاه إيجابي لدى القائمين بالاتصال فيما يتعلق بتأثير التكنولوجيا الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لديهم حيث رأت (66.7%) من إجمالي مفردات العينة أنها تؤثر إلى حد كبير وتمثل هذا التأثير في أنها تحقق مكانة متميزة للقائم بالاتصال داخل المحطة، وتؤدي إلى زيادة فرصته في تقديم برامج جديدة، كما أشار العاملون في مجال الهندسة الإذاعية أنها تساعدهم على الترقى والحصول على علاوات خاصة وهو ما أشار إليه القائمون بالاتصال في محطات (نغم Fm، ميغا Fm) في المقابلات المتعمقة.

وبشكل تفصيلي أكد (76.9%) من العينة ممن يعملون في شبكة البرنامج العام أن التكنولوجيا تؤثر إلى حد كبير على درجة الرضا الوظيفي لديهم وهو ما يشير إلى تبني المحطات الإذاعية - حتى الحكومية ذات الطبيعة المحافظة - لفكرة التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها، كذلك جاءت النسب متقاربة في كل من المحطات متخصصة الجمهور والموضوع (62.1%)، (65.5%) على التوالي ولم تبعد النسب في الشبكة التجارية (50%) كثيراً عن النسب السابقة.

وعلى نحو آخر أشار (28.9%) من مفردات العينة أن التكنولوجيا الحديثة تؤثر إلى حد ما على درجة الرضا الوظيفي لديهم بشكل إجمالي، يمكن تفصيله وفقاً لتوجه المحطة التي يعمل بها القائم بالاتصال كالتالي (50%) من مفردات العينة في الشبكة التجارية (الشرق الأوسط)، المحطات متخصصة الجمهور (34.5%)، متخصصة الموضوع (27.6%)، وأخيراً المحطة العامة (شبكة البرنامج العام) بنسبة (19.2%) حيث أشار أصحاب هذا التوجه - في المقابلات المتعمقة - أنه لا يوجد تباين واضح في الفرص المتاحة أمام الأفراد الذين يجيدون التعامل مع التكنولوجيا الحديثة وبين نظرائهم ممن لا يجيدونها، وأن الأقدمية في الدرجة الوظيفية هي المعيار الذي يستند عليه في الترقى.

ورأت نسبة بسيطة (4.4%) من إجمالي مفردات العينة أن التكنولوجيا الحديثة غير مؤثرة إطلاقاً على درجة الرضا الوظيفي وذلك بنسب تفصيلية بلغت (6.9%) في المحطات متخصصة الموضوع وتحديدًا في محطة القرآن الكريم حيث أشار القائمون بالاتصال أن الترقى والعلاوات وغيرها ترتبط أساساً بسنوات الخبرة المهنية بغض النظر عن الكفاءة ومتابعة كل جديد، وفي كل من المحطات العامة (3.8%) ممثلة في شبكة البرنامج العام، و(3.4%) في المحطات متخصصة الجمهور حيث أكد القائمون بالاتصال - في المقابلات المتعمقة - أن نظام الترقى والعلاوات يخضع إما للخبرة المهنية أو لسيطرة المعلن وتدخله كداعم للبرنامج واختياره لمذيعين معينين لتقديمها بغض النظر عن مدى إجادته التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة.

وبالنظر إلى الوزن النسبي (87.4%) يمكن القول أن توجه المحطات الإذاعية على اختلافها نحو توظيف التكنولوجيا الحديثة قد انعكس بقوة على توجه القائم بالاتصال نحو إدراك تأثيرها على درجة الرضا الوظيفي لديه، وسعيه لمواكبتها والحصول على دورات تدريبية تسمح له بالتعامل التكنولوجي الفعال وإدخاله ضمن معطيات برامجها.

### جدول رقم (15)

#### يوضح رؤية القائم بالاتصال لتأثير التكنولوجيا على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين

توجه المحطة					درجة التأثير	
الإجمالي	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة		
86	26	29	6	25	ك	تؤثر إلى حد كبير
95.6	89.7	100	100	96.2	%	
3	2	-	-	1	ك	تؤثر إلى حد ما
3.3	6.9	-	-	3.8	%	
1	1	-	-	-	ك	لا تؤثر على الإطلاق
1.1	3.4	-	-	-	%	
90	29	29	6	26	ك	إجمالي
%100	100	100	100	100	%	
2.9	2.8	3	3	2.9		المتوسط الحسابي
98.1	95.4	100	100	98.7		الوزن النسبي

تشير نتائج الجدول السابق إجمالاً إلى إدراك القائم بالاتصال لتأثير التكنولوجيا الحديثة على عملية التواصل مع جمهور المستمعين وهو ما أكدته (95.6%) من إجمالي مفردات العينة بنسبة بلغت (100%) في المحطات التالية: الشبكة التجارية، والمحطات متخصصة الجمهور، تلتها شبكة البرنامج العام (96.2%) وأخيراً المحطات متخصصة الموضوع (89.7%).

وهو ما يؤكد إدراك القائم بالاتصال لأهمية استخدام أساليب التكنولوجيا الحديثة في التواصل مع جمهوره، والتفاعلية والتغلب على مشاكل الاتصال التقليدي كالغموض والتشويش، والحصول على رد فعل سريع وفوري إضافة إلى استخدام اللغة الطبيعية.

وفي المقابل أعربت نسبة بسيطة من عينة الدراسة بلغت (3.3%) أن هذه التكنولوجيا تؤثر إلى حد ما على عملية التواصل مع الجمهور تركزت في المحطات متخصصة الموضوع (6.9%) وتحديداً إذاعة القرآن الكريم، حيث أعرب القائمون بالاتصال أن مستمعهم يفضلون التعامل مع البريد الجوي العادي - وهو ما يتفق وطبيعة جمهور هذه المحطة - إضافة إلى إحدى القائمين بالاتصال في شبكة البرنامج العام التي أشارت إلى أن طبيعة برنامجها "حديث مباشر على الهواء" لا يتأثر بمثل هذه التكنولوجيا وأنها لا تفضل استخدامها داخل برامجها.

وأكدت مفردة واحدة من مفردات العينة بنسبة (1.1%) أن هذه التكنولوجيا لا تأثير لها على جمهور المستمعين، وهو أحد القائمين بالاتصال في البرنامج الموسيقي – في المقابلة المتعمقة – موضحاً أن الجمهور عند تفضيله لبرنامج معين لا يهمله المشاركة والتفاعل مع مقدمه بقدر ما يهمله الاستماع لمضمون جيد وراق يتفق وميوله واهتماماته – حسب رأيه.

ويشير المتوسط الحسابي (2.9) والوزن النسبي (98.1) إلى قوة إدراك القائم بالاتصال في المحطات ذات التوجهات المختلفة لتأثير تكنولوجيا الاتصال على عملية التواصل مع جمهور المستمعين خاصة إذا تم وضع استراتيجيات تنظم عملها لنشر أطروحات وأيديولوجيات تنهض وترقي بالخدمة الإذاعية المقدمة.

### جدول رقم (16)

يوضح مدى موافقة القائم بالاتصال على التأثيرات التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين

التأثيرات	مدى الموافقة		موافق		موافق إلى حد ما		معارض		متوسط حسابي	وزن نسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1- ساهمت في تدفق الاتصال بين القائم والجمهور	87	96.7	1	1.1	2	2.2	2	2.2	2.9	98.1
2- ساهمت في التعرف على رد فعل الجمهور بشكل فوري	85	94.4	4	4.4	1	1.1	3	3.3	2.9	97.8
3- طرح الجمهور لأفكار حديثة تطور المحطة	80	88.9	8	8.9	2	2.2	3	3.3	2.8	95.6
4- زيادة شهرة المحطة والقائم	80	88.9	7	7.8	3	3.3	3	3.3	2.8	95.2
5- تحقيق سبق الإذاعي في بعض الموضوعات	62	68.9	24	26.7	4	4.4	4	4.4	2.6	88.1
6- الاستعانة بالجمهور كمراسلين للمحطة	58	64.4	26	28.9	6	6.7	6	6.7	2.5	85.9

وتوضح النتائج الإجمالية للجدول السابق الأوزان النسبية لمدى موافقة القائم بالاتصال على التأثيرات التي أحدثتها وسائل التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين مرتبة تنازلياً كالاتي:

إنها ساهمت في تدفق الاتصال بين القائم بالاتصال والجمهور بوزن نسبي كبير بلغ (98.1%) وجاء هذا التدفق من خلال الرسائل القصيرة SMS وصفحات الفيس بوك وبخاصة صفحات المشجعين Fans، وجاءت نسبة الموافقة على هذه العبارة (96.7%) من إجمالي عينة القائم بالاتصال أي غالبية مفردات العينة – بما يعكس تأثير الوسائل التكنولوجية الحديثة على عملية الاتصال بين القائم وجمهوره وكيف أنها زادت درجة التفاعلية بين طرفي الاتصال المرسل والمتلقي.

وقلت النسب الخاصة بموافق إلى حد ما لتصل إلى (1.1%) ومعارض (2.2%) حيث أكدت مفردات العينة للباحثة أن مثل هذه الوسائل تعكس سياسة القطيع فعندما يكتب أحد المعجبين على الصفحة تعليقاً ما يقلده سائر الجمهور، فضلاً عن أن محتوى الرسائل القصيرة ما هو إلا إهداء أغاني أو كلمات حب متبادلة بين مراهقين.

وفي الترتيب الثاني جاء أن وسائل التكنولوجيا الحديثة قد ساهمت في التعرف على رد فعل الجمهور بشكل فوري بوزن نسبي قدره (97.8%)، بالتالي أصبح الإعلام والقائم بالاتصال لا يعملان في فراغ، بل أصبح هناك إعلاء من شأن المشاركة الجماهيرية والتعرف على رد فعل

الرأي العام وإذاعته سواء كان مؤيد أو محايد أو معارض لموضوعات متنوعة تشمل سياقات سياسية، اقتصادية وثقافية وقد أكد (94.4%) من القائمين بالاتصال – عينة الدراسة – موافقتهم على هذه العبارة، بينما جاءت نسبة موافق إلى حد ما محدودة (4.4%) ومعارض ضئيلة جداً (1.1%).

وجاء في الترتيب الثالث وبوزن نسبي (95.6%) عبارة طرح الجمهور لأفكار جديدة تطور المحطة، ويتم استخدامها كأفكار برامجية أو كقنوات ثابتة داخل برامج الهواء التي تمتد لمدة ساعة كاملة أو ساعتين حسب الخطة البرامجية وهو ما يؤكد فرض نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory الذي يشير إلى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدمه الوسيلة في توفير رجع صدى يوجد مساحة من المعاني المشتركة عبر فضاءات تواصلية افتراضية تسمح للجمهور المشارك بطرح أفكار يرغب في مناقشتها والتعرف على ماهيتها ويتبادلها فكرياً مع آخرين عبر وسيلة الاتصال – وعلى الهواء مباشرة – كما هو الحال في برامج الراديو التي يقدمها القائمون بالاتصال الذين أكدوا موافقتهم التامة على هذه العبارة بنسبة (88.9%) بينما وافق إلى حد ما (8.9%) وعارضها (2.2%) في إشارة منهم إلى أن أفكار الجمهور عادة ما تكون سطحية لا تتجاوز بعض الأمور الحياتية أو العاطفية بل أن طرح الجمهور لأفكاره قد يؤدي إلى ظاهرة انتشار الذوق الهابط في إشارة إلى برامج بعينها تقدم في محطات Fm وتعرض مضموناً من الأغاني الشعبية الهابطة بناء على فكر ورغبة الجمهور.

وعن مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال في تحقيق شهرة للمحطة والانتشار لها و للقائم بالاتصال فقد جاءت هذه العبارة في الترتيب الرابع بوزن نسبي قدره (95.2%) بما يعكس على زيادة الإعلان داخل هذه المحطة، وبالتالي زيادة الاستثمارات، وهو ما وافق عليه (88.9%) من إجمالي عينة القائمين، ووافق إلى حد ما (7.8%)، وعارضه (3.3%).

وفي الترتيب الخامس وبوزن نسبي قدره (88.1%) جاء تحقيق سبق الإذاعي في عرض بعض الموضوعات، وذلك باستخدام فريق العمل لوسائل التكنولوجيا الحديثة مثل المحمول في ارسال التقارير الفورية من موقع الأحداث، أو تكنولوجيا Wi-Fi بإرسال ما يحدث في مكان ما (بالصوت والصورة) عبر صفحات البرنامج أو صفحة القائم بالاتصال وبثه إلى جمهور المستمعين الموجودين على الصفحة مع قيام القائم بالاتصال بقراءته على الهواء بما يساهم في تحقيق سبق، ويضيف مصداقية للخبر أو الموضوع المطروح، وقد أكدت ذلك (68.9%) من عينة الدراسة خاصة من يعملون في محطة راديو مصر الإخبارية، ووافق عليه إلى حد ما (26.7%) من مفردات العينة ممن يعملون في الشبكة التجارية (الشرق الأوسط) وعارضه (4.4%) من عينة الدراسة.

وجاء في الترتيب السادس والأخير الاستعانة بالجمهور كمراسلين للمحطة بوزن نسبي قدره (85.9%)، وبموافقة (64.4%) من إجمالي العينة في المحطات ذات التوجهات المختلفة ممن وافقوا على العبارة مؤكدين أنهم كثيراً ما يعتمدون على الجمهور كمراسلين في المحطة وذلك بتشجيع الجمهور على الاتصال أو إرسال SMS توضح حالة المرور في شوارع مصر خاصة في أوقات الذروة، كذلك الاعتماد على جمهور المستمعين في إعطاء تقارير من مكان الحدث في حالات الحوادث أو حالات البلطجة وما شابهها ووافق إلى حد ما على هذه العبارة (28.9%) من إجمالي مفردات العينة وعارضها (6.7%) وهي أعلى نسبة معارضة على كل

العبارات مشيرين إلى أن الجمهور غير مؤهل للقيام بهذه المهمة، وليست وظيفته، ذلك أن المستمع قد يبالغ أو يهول من أمر ما، أو قد لا تتوافر لديه معلومات كافية ودقيقة يمكن الاستعانة بها في تقديم الخبر، بالتالي يتم نشر معلومات مضللة - بقصد أو بدون قصد - تؤدي إلى نشر الإشاعات وبلبله الرأي العام.

### جدول رقم (17)

يوضح مدى إتاحة المحطات - وفقاً لتوجهاتها - الفرصة للقائم بالاتصال للتدريب على وسائل التكنولوجيا الحديثة

توجه المحطة					إتاحة الفرصة للتدريب	
الإجمالي	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة	ك	دائماً
24	10	6	-	8	ك	
26.7	34.5	20.7	-	30.8	%	
43	13	16	5	9	ك	أحياناً
47.8	44.8	55.2	83.3	34.6	%	
23	6	7	1	9	ك	لا
25.6	20.7	24.1	16.7	34.6	%	
90	29	29	6	26	ك	إجمالي
%100	100	100	100	100	%	
1.01	1.14	0.97	0.83	0.96		المتوسط الحسابي
50.6	56.9	48.3	41.7	48.1		الوزن النسبي

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن القائم بالاتصال في المحطات الإذاعية - وفقاً لتوجهاتها - يرى أن هذه المحطات تتيح فرصاً للتدريب على وسائل التكنولوجيا الحديثة دائماً بنسبة (26.7%) وإن ازدادت هذه النسب في المحطات متخصصة الموضوع (34.5%) و العامة المحافظة (30.8%) وقلت في المحطات متخصصة الجمهور (20.7%) عن سابقتها، وانعدمت تماماً في المحطة التجارية "الشرق الأوسط". وهو ما يثير التساؤل حول دور الإعلان والمعلنين في تقديم الدعم للمحطة لتحسين قدرات القائمين بالاتصال أم أنه قاصر على التمويل وتقوم المحطة من خلال المسؤولين بتوجيه هذا الدخل لمصارف أخرى، وقد حاولت الباحثة إجراء مقابلة متعمقة مع رئيس الشبكة التجارية بما يمكنها من كشف بعض الحقائق التي وردت على لسان القائمين بالاتصال في المحطة إلا أنه كان في حالة إنشغال دائم!

كما توضح بيانات الجدول أن النسبة الغالبة من القائمين بالاتصال (47.8%) من إجمالي عينة الدراسة قد أجابت "أحياناً" ما تقدم المحطة التي يعملون بها فرصاً للتدريب على وسائل التكنولوجيا الحديثة وذلك بين القائمين بالاتصال في الشبكة التجارية (الشرق الأوسط) بنسبة (83.3%) وكل من المحطات متخصصة الجمهور (55.2%) ومتخصصة الموضوع (44.8%) وأخيراً في الشبكة الرئيسية (البرنامج العام) بنسبة (34.6%).

وهو ما يشير إلى عدم إعطاء أهمية كافية من قبل القائمين على هذه المحطات - للتدريب وإتاحة الفرصة للقائمين بالاتصال للإطلاع على مستحدثات التكنولوجيا واستخداماتها بما يطور الأداء الإذاعي بشكل عام ويدخل في إطار منظومة أشمل هي إدارة الجودة الشاملة Total Quality Management (TQM) التي تشير إلى أهمية تطبيق الطفرة التكنولوجية التي أحدثتها ثورتها والاتصال والمعلومات في كافة مجالات الحياة، وهو ما يجب أن تتبناه الإذاعة

المصرية باعتبارها الجهة المسؤولة عن تطوير أداء محطاتها من خلال التدريب المستمر والمتطور للعنصر البشري "القائم بالاتصال" لاستيعاب متطلبات العصر.

وقد أجابت نسبة (25.6%) من القائمين بالاتصال ب"لا" أي أن محطاتهم لا توفر لهم أي فرص للتدريب على وسائل التكنولوجيا الحديثة - وأشار عدد منهم إلى حصولهم على هذه الدورات بمجهودهم الشخصي - لمواكبة الإعلام الجديد، وإمكانية التواصل بشكل فعال مع جمهورهم وذلك بنسب متقاربة في المحطات ذات التوجهات المختلفة سواء الشبكة الرئيسية (البرنامج العام) (34.6%)، كل من المحطات متخصصة الجمهور (24.1%)، أو متخصصة الموضوع (20.7%) وكذلك الشبكة التجارية (16.7%) كما تعكس بيانات الجدول الإجمالية وزنا نسبياً لإجابات المبحوثين بلغ (50.6%) بمتوسط حسابي (1.01) وهو ما يشير إلى أن إتاحة الفرصة للتدريب على وسائل التكنولوجيا الحديثة تمثل درجة متوسطة لا تتلاءم وطبيعة العصر الذي أصبحت التكنولوجيا بوسائلها الحديثة واحدة من أهم معطياته.

### جدول رقم (18)

يوضح معوقات استخدام التكنولوجيا الحديثة في المحطات الإذاعية المختلفة من وجهة نظر القائم بالاتصال

معوقات الاستخدام	ك	%
1- عدم إتاحة فرص التدريب المستمر على كل ما هو جديد من وسائل تقنية وعدم توافر الأجهزة الحديثة داخل المحطات	61	76.8
2- الانقطاع الدائم للإنترنت، وعدم وجود تعاقد مع شركات للصيانة	28	31.1
3- رفض كثير من المسؤولين وصناع القرار لأشكال التطور الجديدة	16	17.8
4- سرقة صفحات التواصل الاجتماعي الخاص بالبرنامج واستغلالها بشكل سيء	14	15.6
5- ضعف التمويل المقدم من قبل المعلنين	10	11.1
6- الضغوط المختلفة على القائم بالاتصال بما لا يتيح الوقت الكافي للتدريب على كل ما هو جديد	2	2.2

وتكشف نتائج الجدول السابق عن مجموعة من المعوقات يعاني منها القائمون بالاتصال وتؤدي إلى عدم استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بشكل أمثل في محطاتهم يأتي في مقدمتها عدم إتاحة الفرص للتدريب المستمر على كل ما هو جديد مع عدم توافر للأجهزة الحديثة داخل الاستديوهات وهو ما أكدته (76.8%) إى ثلثي عينة القائمين بالاتصال، تلى ذلك بعض المعوقات الخاصة بالجانب الهندسي للتكنولوجيا مثل انقطاع الإنترنت عن المحطات لأسباب فنية وعدم التعاقد مع شركات للصيانة بشكل دوري وهو ما أشار إليه (31.1%) من القائمين بالاتصال، وتقاربت آراء القائمين بالاتصال حول مجموعة أخرى من المعوقات منها رفض المسؤولين "كبار السن" وهم في موقع صناعة القرار لأشكال التطور الجديدة، ورفضهم استخدامها في البرامج أو حتى قبول أفكار برامجية تعتمد عليها وهو ما أشار إليه (17.8%) من القائمين بالاتصال، كما أكد (15.6%) من مفردات العينة أن هناك معوق أساسي يتمثل في سرقة صفحات التواصل الاجتماعي على فيس بوك، تويتر، وصفحاتهم الشخصية من قبل قراصنة الكمبيوتر ثم استغلال هذه الصفحات في التشهير أو الإساءة لأشخاص أو مسئولين باستغلال اسم البرنامج أو القائم بالاتصال، وأوضح (11.1%) من القائمين معاناتهم من ضعف التمويل المقدم لبرامجهم من قبل المعلنين بما لا يتيح استخدام مجموعة من وسائل التكنولوجيا الحديثة



والاقتصار على وسيلة واحدة هي في الأغلب الرسائل القصيرة أو صفحات التواصل الاجتماعي فقط، وأشارت نسبة ضئيلة من مفردات العينة (2.2%) أن هناك ضغوط كثيرة تمارس على القائم بالاتصال سواء مهنية أو أسرية أو مادية تحول بينه وبين متابعة كل ما هو جديد في وسائل التكنولوجيا والتدريب عليها، بما لا يجعلهم متابعين دائماً لهذا التطور وقادرين على إجابة التعامل به.

### جدول رقم (19)

يوضح مدى تأثير الخبرة المهنية للقائم بالاتصال على كفاءته في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة

توجه المحطة					تأثير الخبرة المهنية	
الإجمالي	متخصصة الموضوع	متخصصة الجمهور	عامة تجارية	عامة محافظة		
73	23	25	5	20	ك	تؤثر بقوة
81.1	79.3	86.2	83.3	76.9	%	
14	6	3	-	5	ك	تؤثر إلى حد ما
15.6	20.7	10.3	-	19.2	%	
3	-	1	1	1	ك	لا تؤثر على الإطلاق
3.3	-	3.4	16.7	3.8	%	
90	29	29	6	26	ك	إجمالي
%100	100	100	100	100	%	
2.7	2.7	2.8	2.6	2.7		المتوسط الحسابي
92.6	93.1	94.3	88.9	91		الوزن النسبي

توضح نتائج الجدول الإجمالية أن غالبية القائمين بالاتصال – عينة الدراسة – وبنسبة (81.1%) يرون أن الخبرة المهنية تؤثر بقوة على كفاءة استخدام القائم بالاتصال لوسائل التكنولوجيا الحديثة وكيفية توظيفها بفعالية داخل برنامجهم وبنسب متقاربة بين القائمين بالاتصال في المحطات المختلفة وفقاً لتوجهاتها سواء كانت متخصصة الجمهور (86.2%) أو العامة التجارية (83.3%) وبتقارب في النسب ما بين متخصصة الموضوع (79.3%) والعامة المحافظة (76.9%) كما توضح النتائج الإجمالية للجدول تبايناً واضحاً بين القائمين بالاتصال في مدى اتفاقهم حول تأثير الخبرة المهنية للقائم على كفاءته في استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة حيث أشارت نسبة (15.6%) إجمالاً إلى أنها تؤثر إلى حد ما، وأكدت (3.3%) من مفردات العينة أنها غير ذات تأثير على الإطلاق – وهي في كل الأحوال – وجهة نظر تعكس رؤية هؤلاء القائمين وإن تركزت في جيل الإعلاميين الشباب الذين رأوا أن كفاءة القائم بالاتصال في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لا يرتبط بخبرة مهنية سابقة بقدر ما يرتبط بممارسة استخدامها وتوظيفها في التعامل مع الجمهور – واصفين أنفسهم "بجيل التكنولوجيا الحديثة"، وأن غيرهم من ذوي الخبرة المهنية الأكبر – من الأجيال السابقة – أبعد ما يكون عن استخدامها وأنهم في ذلك يعتمدون على مهندس الإذاعة من قطاع الهندسة الإذاعية ممن يتواجدون في ستيديوهات الإذاعة ليسهلوا لهم مهمة التعامل مع الوسائل التكنولوجية الحديثة.

كما تشير بيانات الجدول إلى أن الوزن النسبي لرؤية القائمين بالاتصال حول مدى تأثير الخبرة المهنية على كفاءة استخدام التكنولوجيا الحديثة قد بلغ إجمالاً (92.6%) وبمتوسط حسابي قدره (2.7%) وهو ما يشير إلى درجة قوية في تأثير الخبرة المهنية على كفاءة استخدام هذه الوسائل من وجهة نظر القائمين بالاتصال عينة الدراسة.

## جدول رقم (20)

## يوضح مقترحات القائم بالاتصال لتطوير الأساليب التكنولوجية المستخدمة في العمل الإذاعي

المقترحات	ك	%
1- تطوير الاستوديوهات الإذاعية، وأهمية استخدام مستحدثات تكنولوجية جديدة	62	68.9
2- تغيير النمط الإداري مع تولي كوادر شابه على دراية بالتكنولوجيا الحديثة	36	40
3- إتاحة فرص التدريب المستمر وفي أوقات مختلفة والتعاقد مع مدربين أكفاء في المجال	23	25.6
4- استخدام Website كأرشيف إلكتروني للبرامج المذاعة نتيج للمستمع متابعة ما فاتته منها	13	14.4
5- التعاقد مع شركات للصيانة الدورية للأجهزة، ومع شركات جديفة للرسائل القصيرة لمنع احتكارها	10	11.1
6- وجود مساعد مع المذيع لفترة الرسائل القصيرة وتنظيم ما يرد على صفحات التواصل الاجتماعي	9	10

وتوضح بيانات الجدول مجموعة مقترحات للقائمين بالاتصال لتطوير أساليب العمل بالتكنولوجيا الحديثة تمثل أولها في ضرورة تطوير الاستوديوهات لتلاءم استخدام التكنولوجيا الحديثة، مع إدخال عدد من المستحدثات التكنولوجية وعدم الاقتصار على الرسائل القصيرة، التليفون، صفحات التواصل حيث أشارت (68.9%) من العينة إلى ضرورة استخدام خدمة الفيديو كحل بحيث تصبح الإذاعة مرئية لخلق مزيد من التفاعلية مع الجمهور، مع استخدام أجهزة تابلت، Wi-Fi، BlackBerry وتوفيرها للمذيعين لتسهيل التواصل مع المستمعين.

وأشارت (40%) من مفردات العينة أن تغيير النمط الإداري والخروج من الروتين أصبح مطلباً أساسياً للنهوض بالراديو كوسيلة اتصال مع ضرورة تولي كوادر شابه مواقع صناعة القرار مع الاستفادة بخبرة الأكبر سناً، وأكدت (25.6%) من مفردات العينة على أهمية التدريب المستمر وضرورة أن يكون المدرب نفسه على درجة عالية من الكفاءة مع التأكيد على تنويع الدورات، واختيار أوقاتها بما يتناسب وظروف عمل القائمين بالاتصال.

واقترح (14.4%) من القائمين بالاتصال إنشاء Website (موقع إلكتروني لكل محطة) يكون بمثابة أرشيف إذاعي يحوي كل حلقات البرامج المذاعة - حتى ما يذاع منها على الهواء - حتى يتسنى للمستمعين متابعة البرامج في الأوقات التي يحددونها بعيداً عن موعد إذاعتها الأصلي.

كما أشار (11.1%) إلى أهمية التعاقد مع شركات لصيانة الأجهزة التكنولوجية وأكدوا أن بعض شركات "الرسائل القصيرة" أصبحت تحتكر الإذاعة بمحطاتها المختلفة وطالبوا بضرورة تنويع التعامل مع هذه الشركات.

وأوضح (10%) من مفردات العينة أن عمل المذيع بمفرده في البرنامج لا يتيح له تجويد أدائه وطالبوا بوجود مساعد مع المذيع ينظم الرسائل القصيرة الواردة ويتلقى الاتصالات الهاتفية لمعرفة مضمونها ومدى ارتباطها بمضمون الحلقة المذاعة بما يسهل للمذيع عمله ويمكنه من أداء دوره - خاصة في برامج الهواء - بشكل جيد.

## ثانياً: نتائج اختبارات الفروض الإحصائية: الفرض الأول:

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين توجه المحطة التي يعمل بها القائم بالاتصال ومدى استخدامه لأساليب التكنولوجيا الحديثة في مجالات العمل الإذاعي وقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد (Anova) إلى عدم صحة هذا الفرض العلمي على النحو الذي توضحه بيانات الجدول التالي:

### جدول رقم (21)

يوضح العلاقة بين توجه المحطة واستخدام القائم بالاتصال لأساليب التكنولوجيا الحديثة

توجه المحطة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى معنوية
عامة محافظة	26	2.9	0.196	3	0.84	0.4 العلاقة غير دالة
عامة تجارية	6	3	0.000			
متخصصة الجمهور	29	2.9	0.258			
متخصصة الموضوع	29	2.8	0.351			
الإجمالي	90	2.9	0.269			

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى أن توجه المحطة ما بين عامة أو متخصصة لا يعكس تبايناً بين القائمين بالاتصال – العاملين في هذه المحطات – من حيث استخدامهم لوسائل التكنولوجيا الحديثة، حيث بلغت قيمة (ف) (0.84)، عند مستوى (0.4) وهو ما يؤكد استخدام القائمين بالاتصال لوسائل التكنولوجيا الحديثة في كافة المحطات الإذاعية – عينة الدراسة – بغض النظر عن توجه المحطة، ويؤكد في الوقت نفسه أن استخدام هذه التكنولوجيا بكافة أشكالها أصبح محوراً أساسياً في العمل الإذاعي يتم الاعتماد عليه سواء في إعداد البرامج أو تقديمها وفي جذب الجمهور إلى محطة بعينها، إضافة للاعتماد عليها في تنظيم العمل، وتقييم أداء القائمين بالاتصال، وتحسين وتجويد الخدمة الإذاعية المقدمة للجمهور.

### الفرض الثاني:

توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية – حسب توجهاتها – نحو تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل داخل المحطة، وقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد (Anova) إلى عدم صحة هذا الفرض العلمي على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

### جدول رقم (22)

يوضح العلاقة بين توجه المحطة ورؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل

توجه المحطة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى معنوية
عامة محافظة	26	2.4	0.578	3	0.26	0.8 العلاقة غير دالة
عامة تجارية	6	2.1	0.753			
متخصصة الجمهور	29	2.4	0.682			
متخصصة الموضوع	29	2.3	0.677			
الإجمالي	90	2.3	0.648			

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم صحة الفرض العلمي القائل باختلاف رؤية القائمين بالاتصال نحو تأثيرات التكنولوجيا الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل في المحطات الإذاعية – وفقاً لتوجهات كل منها – عند مستوى معنوية (0.8) حيث بلغت قيمة (ف) (0.26)، مما يدل على أن العلاقة غير دالة وتشير النتائج التفصيلية الخاصة بمصدر التباين إلى التقارب الشديد بين اتجاهات القائمين بالاتصال في المحطات العامة، التجارية، متخصصة الموضوع ومتخصصة الجمهور نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل دون فروق جوهرية تذكر، بما يعني انتشار استخدام هذه الوسائل الحديثة في كل المحطات الإذاعية – عينة الدراسة – وإدراك غالبية القائمين بالاتصال لتأثيراتها على المناخ التنظيمي للعمل داخل كل محطة وإن تباينت درجات هذا التأثير بنسب محدودة.

### الفرض الثالث:

توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية – حسب توجهاتها – نحو تأثير وسائل التكنولوجيا الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لديهم، وقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد (Anova) إلى عدم صحة هذا الفرض العلمي على النحو الذي تعكسه بيانات الجدول التالي:

### جدول رقم (23)

يوضح العلاقة بين توجه المحطة و رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على درجة الرضا الوظيفي

مستوى معنوية	قيمة ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	توجه المحطة
0.7 العلاقة غير دالة	0.47	3	0.533	2.7	26	عامة محافظة
			0.548	2.5	6	عامة تجارية
			0.568	2.5	29	متخصصة الجمهور
			0.628	2.5	29	متخصصة الموضوع
			0.572	2.6	90	الإجمالي

حيث أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن رؤية القائم بالاتصال لم تختلف وفقاً لاختلاف توجه المحطة التي يعمل بها حول تأثير التكنولوجيا الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لديه، وبلغت قيمة (ف) (0.47) عند مستوى معنوية (0.7) وهو ما يؤكد أن الشعور بالرضا الوظيفي نتيجة تأثيرات التكنولوجيا الحديثة لا يختلف باختلاف توجه المحطة التي يعمل بها القائم بالاتصال، إلا أنه يتأثر بمتغير وسائل التكنولوجيا الحديثة نفسها وقدرة الجيل الجديد من الشباب على استخدامها بشكل أفضل، فضلاً عن ضرورة توافرها في أيدي القائمين بالاتصال مع ضرورة إتاحة الفرصة للتدريب الكافي عليها وهو ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية.

### الفرض الرابع:

توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية – حسب توجهاتها – نحو تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين، وقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام تحليل التباين ذي البعد الواحد (Anova) إلى عدم صحة هذا الفرض العلمي على النحو الذي يعكسه الجدول التالي:

## جدول رقم (24)

يوضح العلاقة بين توجه المحطة و رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين

مستوى معنوية	قيمة ف	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	توجه المحطة
0.2 العلاقة غير دالة	1.3	3	0.196	2.9	26	عامة محافظة
			0.000	3	6	عامة تجارية
			0.000	3	29	متخصصة الجمهور
			0.441	2.8	29	متخصصة الموضوع
			0.275	2.9	90	الإجمالي

وتعكس بيانات الجدول السابق أن توجه المحطة التي يعمل بها القائم بالاتصال ليس لديه تأثير على رؤيته نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين، حيث بلغت قيمة (ف) (1.3) عند مستوى معنوية (0.2) وهو ما يشير إلى انتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة في كل المحطات الإذاعية – على حد سواء – واستخدامها من قبل القائمين بالاتصال في عملية الاتصال مع الجمهور سواء عن طريق الرسائل القصيرة SMS، صفحات تويتر، فيس بوك، YouTube، أو عن طريق التليفون المحمول ذو الرقم المختصر وهو ما يؤكد الانتشار السريع للتكنولوجيا الحديثة وأنها أصبحت واقعا إعلامياً لا يمكن تجاهله أو رفضه بل تتطلب ملاحقة ومتابعة لكل ما هو جديد فيها حتى يمكن اللحاق بركب الإعلام الإذاعي الدولي.

**ثالثاً: نتائج المقابلات المتعمقة التي أجرتها الباحثة مع بعض القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية المختلفة:**

توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج الهامة من خلال مقابلتها مع عينة البحث من القائمين بالاتصال بالإضافة لقائنها بصناع القرار، ولأهمية هذه النتائج وارتباطها بتساؤلات وفروض الدراسة، فقد رأت الباحثة استعراضها بشكل ملخص لما أشارت إليه من دلالات هامة ومؤثرة على القائمين بالاتصال أولاً، وعلى أدائهم لعملهم ثانياً، ارتباطاً ببيئة العمل وهيكلته من ناحية، وأيضاً طبيعة المجتمع والجمهور الذي يتوجه إليه القائم بالاتصال وتتمثل هذه النتائج في:

1- يرى القائمون بالاتصال في المحطات الإذاعية – على اختلاف توجهاتها – أنه على الرغم من التطور التكنولوجي الهائل لوسائل الاتصال إلا أن صناع القرار في المحطات المختلفة لازالوا غير مواكبين بشكل كاف لهذا التطور، بل ويرفضه بعضهم أحياناً.

وفي المقابل أشار صناع القرار أنهم يؤمنون تماماً بحتمية التطور التكنولوجي والدور الهائل الذي تلعبه وسائل التكنولوجيا الحديثة في الإذاعة المصرية وأكدوا حرص المسؤولين ومتخذي القرار على إدخال هذا التطور هندسياً إلى جميع ستيديوهات الإذاعة – وأن ذلك يتم بشكل مرحلي – مع تدريب العاملين في مجال الهندسة الإذاعية بشكل مستمر لمواكبة هذا التطور.

2- وأكد القائمون بالاتصال – من عينة الدراسة – معاناتهم من ضغوط الوقت، والسعي وراء تقديم برامج أكثر لتحقيق عائد مادي أكبر – كمشكلة عامة يعاني منها الكثير – بما لا يتيح لهم وقتاً كافياً لتطوير أنفسهم وقدراتهم على استخدام الوسائل الجديدة، إضافة إلى محدودية

الدورات التدريبية المقدمة لهم من قبل معهد الإذاعة والتلفزيون وعدم كفاءة المدربين خاصة عند الاستعانة بذوي الخبرة من القائمين بالاتصال من الجيل القديم البعيد تماماً عن عصر التكنولوجيا ومتطلباتها. على حد وصف القائمين بالاتصال من عينة الدراسة لتدريس هذه الدورات بالمعهد.

وفي المقابل أشار المسؤولون أن هناك دورات تدريبية مستمرة يتم تقديمها للعاملين بقطاع الإذاعة للتدريب على العمل الإذاعي عامة (الدورة البرمجية العامة) ومنها ما هو متخصص (الإلقاء الإذاعي، الإعداد، المونتاج، كتابة التقارير الإخبارية، وغيرها) وأنها تقدم مجاناً بالمعهد لكل العاملين بقطاع الإذاعة مع إعطاء تفرغ بأجر للقائم بالاتصال حتى يتسنى له متابعة الجديد والتدريب عليه، وأن الاستعانة بذوي الخبرة في هذه الدورات أمر حتمي حتى تنتقل الخبرات من جيل إلى جيل مع الإشارة إلى أن الدورات الخاصة بالتكنولوجيا الحديثة يتم تدريسها ضمن فعاليات الدورات التي يقدمها قسم الكمبيوتر والتكنولوجيا الحديثة الموجود بمعهد تدريب الإذاعة والتلفزيون.

3- أكد القائمون بالاتصال أنهم يعانون نقصاً شديداً من توافر الأجهزة الحديثة داخل الاستوديوهات والتي تتيح التواصل الفعال مع الجمهور، فجهاز الكمبيوتر الموجود بالاستديو أما معطل أو يتعطل أثناء إذاعة الهواء بما يجعل القائم بالاتصال يعتمد على جهازه الخاص، لذا طالب القائمون بالاتصال بتزويد الاستوديوهات بأجهزة كمبيوتر حديثة، مع توفير أجهزة تابلت، Black Berry، ووصلات Wi-Fi، للقائمين بالاتصال لتسهيل عملهم داخل وخارج الاستديو.

وعلى صعيد آخر رأى القائمون بالاتصال في محطة القرآن الكريم تحديداً أن استخدام هذه الوسائل ما هو إلا نوع من المحاكاة لنمط إذاعات Fm التي تمثل نوع من "الثقافة الوافدة" - على حد قولهم، وإن مثل هذه التكنولوجيا قد أضرت أكثر مما أفادت لأنها لا تستند إلى أي بنية فكرية أو أيديولوجية بل فرضت عالماً زائفاً افتراضياً.

وفي المقابل أشار المسؤولون أن الأخذ بوسائل التكنولوجيا الحديثة أصبح موازياً تماماً للعنصر البشري في الاستديو "القائم بالاتصال" وأن استخدامه في إعداد البرامج والحصول على كل ما هو جديد ومتابعة الأخبار ضرورة أساسية، وأكدوا أن هناك مخصصات مالية تقدم لتطوير الإذاعة بشكل مستمر خاصة ستديوهات الهواء، إلا أن كثرة عدد القائمين بالاتصال في كل محطة يحول دون تزويدهم بما يرغبون من أجهزة حديثة، خاصة وأن التليفون المحمول لكل منهم يمكن أن يقوم بهذا الدور في الوقت الحالي، وأن مشكلة تعطل الإنترنت، عدم الصيانة الدورية في طريقها إلى الحل.

4- أشار عدد من القائمين بالاتصال إلى تخوفهم الشديد من أنماط المضمون المقدم والذي فرضته الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل تحول بعض البرامج والقائمين عليها إلى قراء لرسائل SMS يتبادل فيها المستمعون أموراً تافهة أو يدلون بتعليقات تخرج عن السياق الاجتماعي المرغوب، مع رغبتهم في سماع أغاني تساعد على نشر الذوق الهابط بين الجمهور وأشار القائمون بالاتصال تحديداً إلى برنامج المهرجان الذي يذاع على محطة ميغا Fm وما يقدمه من أغان شعبية هابطة، فضلاً عن أداء مقدم البرنامج نفسه الذي يتسم

بعدم المسؤولية الاجتماعية – وتأثير ذلك على المعلنين الذين يجذبون للمحطات والبرامج ذات الجماهيرية فيسعون إلى تمويلها ودعم مقدميها مادياً.

وقد أشار المسؤولون عن الإذاعة إلى أن التكنولوجيا الحديثة أتاحت للجمهور التواصل المباشر مع مقدمي البرامج، وأنهم أصبحوا بدورهم مشاركين فاعلين في المضمون المقدم وأن ما يقوله الجمهور في الرسائل القصيرة أو على صفحات فيس بوك وتويتر يدخل في إطار الحرية التي يشهدها المجتمع المصري عامة ومثل هذه الأمور تحتاج إلى ثقافة مجتمعية جديدة تؤكد المسؤولية الاجتماعية وتبني على ضوابط أخلاقية ذاتية لكل من المستمع والقائم بالاتصال مع الإشارة إلى أن وجود المعلنين – منذ زمن بعيد في العمل الإعلامي – دائماً ما ينعكس على المضمون المقدم وإن كانت آثاره السلبية أكثر من الإيجابية.

## خاتمة الدراسة:

تعتبر ثورة المعلومات والتكنولوجيا وما تحذوه من خطأ متسارعة في التطور والانتشار بالعالم من أهم النقالات في القرن الحادي والعشرين "عصر التكنولوجيا والاتصالات" حيث أصبحت التقنية هي القاعدة الأساسية التي تنطلق منها دول العالم في تعاملاتها ورفع مستواها وتقدمها وتطورها لمواكبة التتابع الزمني الذي أنهى مرحلة البيروقراطية، وسرية الحصول على المعلومة، وأعدت حلقة متقاربة للتراسل والتواصل، وأعطت الحرية بالمقارنة والتحليل، وتجاوزت التكنولوجيا العصرية كل المسافات وحدود المكان، وأصبحت هذه الثورة الجديدة اللغة الواحدة لا لسن شعوب العالم، ولعل الاستخدام الأحدث لهذه التكنولوجيا في توسيع نطاق وصول وسائل الاتصال الحديثة يتمثل في ظهور مشروع الراديو الفضائي الذي بدأ بثه في الشرق الأوسط وأفريقيا في منتصف عام 1998، اعتماداً على ثلاثة أقمار صناعية مكونة شبكة الراديو الفضائي التي تقوم على الإرسال الرقمي متخطية عوائق الجبال والبحار، ودون الحاجة إلى محطات تقوية، متجنبية التعرض للتشويش وتداخل الموجات وغيرها من العوائق التي عانى منها إرسال الراديو العادي<sup>(33)</sup> ومع أوائل الألفية الثالثة دخل العالم المعاصر عصر الإنترنت، تلك الظاهرة التكنولوجية التي قدمت لمستخدميها خدمات متعددة من خلال البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، النقل الفوري للمعلومات، والاتصال التليفوني (المحمول)، ومؤتمرات الفيديو، وصفحات التواصل الاجتماعي عبر تويتر وفيس بوك، لتقدم عالماً جديداً تتكامل فيه المعلومات مع الاتصال لتبدأ معالم واقع جديد يعرف أحياناً بالوسائط المتعددة Multi Media أو وسائل الإعلام الجديدة New Media أو وسائط الاتصال الفورية -Media On-Line التي لعبت دوراً هاماً ومؤثراً في مختلف وسائل الاتصال، ومنها الراديو "الإذاعة الصوتية" وأنعكست على القائمين بالاتصال في هذه الوسيلة ليظهر دور المتغير التكنولوجي في المضمون المقدم، وكيفية التواصل مع جمهور المستمعين، بل داخل المحطات نفسها في المناخ التنظيمي للعمل، معدلات أداء العاملين، ودرجة الرضا الوظيفي وقد انتهت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج حول رؤية القائمين بالاتصال في المحطات الإذاعية المصرية – على اختلاف توجهاتها – لتأثير هذا المتغير التكنولوجي على العمل الإذاعي عامة كالتالي: وجود اتفاق – شبه عام – بين القائمين بالاتصال العاملين في المحطات الإذاعية – على اختلاف توجهاتها واختلاف سنى الخبرة المهنية بينهم – يؤكد ضرورة استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة بأشكالها المتنوعة في العمل الإذاعي سواء مجالات (الإعداد، التقديم، الإخراج، الهندسة

الإذاعية) انطلاقاً من مواكبة متطلبات العصر، وضرورة الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير، ودخول سباق التنافسية مع وسائل أخرى تحولت من التقليدية إلى الرقمية كالصحافة الالكترونية والتليفزيون التفاعلي والتليفزيون المجسم "ثلاثي الأبعاد" وقد انتهت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة تلعب دوراً هاماً في التأثير على المناخ التنظيمي بالمحطات - عينة الدراسة - حيث ذكرت النسبة الغالبة من المبحوثين أنها أدت إلى تجويد العمل وزيادة معدل كفاءته، كما أدت إلى تفعيل ديمقراطية الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين وساعدت على سيادة منظومة عمل غير تقليدية وبدا تأثيرها واضحاً في زيادة جذب المعلنين وزيادة العائد الاقتصادي بما خلق مزيد من التنافسية بين القائمين بالاتصال، وساهمت في إرساء قيم الشفافية وعلانية الأداء وحسن تقييم أداء العاملين وتفعيل الدور الرقابي على أداء العاملين والقيادات الإدارية معاً.

وفي المقابل كشفت نتائج الدراسة عن رؤية القائمين بالاتصال لعدد من التأثيرات السلبية لهذه التكنولوجيا على العمل الإذاعي تمثلت في زيادة الترويج للشائعات، إحداث فجوة بين الأجيال القديمة "التي لا تجيد التعامل مع هذه التكنولوجيا" والأجيال الحديثة، تدني مستوى المضمون المقدم بتقديم ما يريده الجمهور لإرضائه، وتدخل المعلن أيضاً لإرضاء الجمهور بفرض موضوعات وشخصيات معينة على البرامج المقدمة، إضافة إلى إمكانية التلاعب بالمعلومات وتوظيفها سلبياً ضد الآخرين.

وتوصلت الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال يرون تأثيراً لهذا المتغير التكنولوجي على صناعة القرارات، ووضع الخطط الإذاعية، وتقييم البرامج حيث ساعدت التكنولوجيا الحديثة وتدفق المعلومات على الخروج بأفكار برامجية جديدة ومتنوعة وساهمت في تقديم رد فعل فوري حول كل برنامج يسمح بتقييمه وإجراء التعديلات عليه دون الحاجة إلى انتظار نتائج بحوث الاستماع كما وفرت بارومتر استماع تكنولوجي يومي بما وفر الكثير من المال والوقت والجهد وساهمت في إمداد صانعي القرار بالمعلومات التي أثرت اتخاذ القرار وأضفت صيغة علمية مخططة على العمل الإذاعي، ودعمت مشاركة المرؤوسين في الإدارة بما عمق ديمقراطية صناعة القرار.

كما انتهت الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة تؤثر على معدلات أداء العاملين إلى حد كبير، حيث أكدت نسبة (73.3%) من إجمالي المبحوثين ذلك وأشاروا إلى مظاهر هذا التأثير في عدة نقاط منها: زيادة مستوى الإبداع والقدرة على التجديد والتنوع، الانفتاح على العالم ومواكبة الإعلام الإذاعي الدولي، زيادة اتقان العمل وتجويده، سرعة الأداء والالتزام بالتوقيت المحدد للإنجاز، ومن ثم زيادة معدل التنافسية بين العاملين.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة تؤثر على درجة الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال وهو ما أكدته نسبة (66.7%) من إجمالي المبحوثين في إجاباتهم أنها تؤثر إلى حد كبير.

كما تؤثر أيضاً على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين، حيث أشارت نسبة (95.6%) من إجمالي عينة القائمين بالاتصال أنها مؤثرة إلى حد كبير في عملية الاتصال مع الجمهور وذلك من خلال عدة مظاهر منها أنها ساهمت في تدفق عملية الاتصال بين القائم بالاتصال وجمهوره، وساهمت في تعرفه على رد فعل فوري من جماهيره بما جعل الاتصال أشبه بالاتصال المواجهي إضافة إلى طرح الجمهور نفسه لأفكار ساهمت في تطوير المحطة الإذاعية،



فضلاً عن أن التكنولوجيا الحديثة بما أبدعته من وسائل متطورة للتواصل زادت من شهرة المحطات الإذاعية وشهرة القائمين بالاتصال بما دفعهم إلى مزيد من إرضاء الجمهور بتحقيق سبق الإذاعي والاستعانة بالجمهور نفسه كمراسلين من مواقع الأحداث المختلفة.

وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج تتعلق بالفرص المتاحة للتدريب – التي توفرها المحطات الإذاعية – للقائمين بالاتصال لمواكبة كل جديد في التكنولوجيا حيث رأى (47.8%) من إجمالي القائمين وهي النسبة العظمى أن المحطات التي يعملون بها "أحياناً" ما تتيح لهم مثل هذه الفرص على الرغم من أهميتها الشديدة في مجال عملهم وهو ما تمت الإشارة إليه في نتائج الدراسة المتعلقة بمعوقات استخدام التكنولوجيا من وجهة نظر القائم بالاتصال إضافة إلى المعوقات الخاصة بالجوانب الهندسية متمثلة في الانقطاع الدائم للإنترنت، عدم وجود تعاقدات للصيانة الفورية للأجهزة، وكذلك المعوقات الخاصة بالتمويل المادي اللازم للتطوير سواء من قبل المحطات نفسها أو من قبل المعلنين.

وأكدت نتائج الدراسة الدور الفاعل للعنصر البشري ممثلاً في القائم بالاتصال نفسه ودوره في التعامل مع وسائل التكنولوجيا الحديثة اعتماداً على خبرته المهنية حيث أكد (81.1%) من جملة القائمين بالاتصال أن الخبرة المهنية تؤثر بقوة على كفاءة استخدام التكنولوجيا الحديثة مع ضرورة تطبيق بعض المقترحات منها تطوير الاستوديوهات، إمداد القائمين بالاتصال بالأجهزة الحديثة مثل تابلت، Black Berry وغيرها، تغيير النمط الإداري والإفادة من الخبرات الشابة القادرة على الإفادة من التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها في مجال العمل الإذاعي.

إلا أن نتائج الدراسة لم تثبت صحة أي من الفروض العلمية التي اختبرتها إحصائياً بوجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين توجه المحطة الإذاعية ومدى استخدام القائم بالاتصال لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، ووجود فروق إحصائية دالة بين توجه المحطة وتأثير التكنولوجيا الحديثة على المناخ التنظيمي للعمل، وكذلك وجود فروق جوهريّة دالة بين توجه المحطة وتأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على درجة الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال، وكذلك على عملية الاتصال مع جمهور المستمعين.

بما يؤكد تغلغل التكنولوجيا الحديثة في كافة المحطات الإذاعية المصرية على اختلاف توجهاتها وتأثيراتها على القائمين بالاتصال في كافة مجالات عملهم الإذاعي.

## مراجع الدراسة:

- 1- John E. New Hagen, John W. Cordes And Mark R. Levy (1995)" Audience Scope And The Perception Of Interactivity In Viewer Mail On The Internet" *Journal Of Communication*. Vol.45, Iss.3, September 1995, Pp.164-175.
- 2- Lev Manovich (1996)" Global Algorithm 1.3: The Aesthetics Of Virtual Worlds: Report From Los Angeles". *Journal Of Theory, Technology, And Culture*. Http:// www. Ctheory-Net/ Articles Date Published 22/5/1996.
- 3- Alan, R. Dennis And Susan T. Kinney (1998)" Testing Media Richness Theory In The New Media: The Effects Of Cues, Feedback, And Task Equivocality" *Information Systems Research*. September 1998, Vol.9, No.3, Pp.256-274.
- 4- أبو السعود إبراهيم (2000)" تكنولوجيا النشر الإلكتروني في ضوء تجربة الأهرام"، مجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة: المركز المصري للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة)، العدد 95، أبريل - يونيو 2000.
- 5- شريف درويش اللبان (2000)" الاتجاهات العالمية الحديثة في استخدامات الوسائل الإلكترونية في الإخراج الصحفي" بحث منشور في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* (القاهرة: كلية الإعلام) العدد 7، يناير/ يوليو 2000، ص ص 235-266.
- 6- Surinder Singh Kahai And Randolph B. Cooper (2003)" Exploring The Core Concepts Of Media Richness Theory: The Impact Of Cue Multiplicity And Feedback Immediacy On Decision Quality" *Journal Of Management Information Systems*. Vol.20, No.1, summer 2003, Pp.263-299.
- 7- سمير محمد محمود (2004)" تأثير المعالجة الرقمية لعناصر الشكل المرئي للصحيفة على انتباه وتذكر القراء للأخبار في إطار نظرية تمثيل المعلومات"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004).
- 8- وليد عمشة (2005)" استخدام التقنيات المعاصرة في إنتاج برامج الخيال العلمي في قنوات الأطفال العربية المتخصصة ودورها في الإنماء الثقافي للطفل"، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005).
- 9- Wee-Kek Tan, Chaun – Hootan, Hock – Haiteo (2012)" Conveying Information Effectively In A virtual World: Insights From Synthesized Task Closure And Media Richness", *Journal Of The*

*American Society For Information Science And Technology. Vol.63, Iss.6, June 2012. Pp.1198-1212*

- 10- عادل عبدالرازق ضيف (1999) "أثر التكنولوجيا على القائمين بالاتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية"، بحث مقدم إلى: المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 3، 4 مايو (1999)، ص ص 145-182.
- 11- سها فاضل (2001) "أنماط استخدام محرري المجلات النسائية العربية لتكنولوجيا المعلومات الإلكترونية"، بحث مقدم إلى: مؤتمر الإعلام العربي والمرأة، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية أكتوبر 2001.
- 12- عادل عبدالرازق ضيف (2002) "تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الإعلاميات في مصر"، بحث منشور في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 14، يناير - مارس 2002، ص ص 211-284.
- 13- نشوة سليمان (2002) "تقييم نشرات الأخبار في قناة النيل الإخبارية المتخصصة: دراسة مسحية للمحتوى والقائمين بالاتصال"، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002).
- 14- نهلة عساف عيسى (2006) "أثر استخدام تكنولوجيا التعبير المرئي على محتوى الصورة التليفزيونية: دراسة على عينة من الفضائيات العربية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006).
- 15- محرز حسين غالي (2008) "رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على المناخ التنظيمي وعلاقات العمل السائدة بالصحف المصرية"، بحث منشور في: *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. العدد (32)، أكتوبر - ديسمبر 2008، ص ص 451-510.
- 16- Charlene Simmons (2009) "Dear Radio Broadcaster: Fan Mail As A Form Of Perceived Interactivity", *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.23, Iss .93, 2009, Pp.444-459.
- 17- Rosa Franquet, I., Calvet, Maria Isabel Villa Montoya, Ignacio Bergillos Garcia (2013) "Public Service Broadcasting's Participation In The Recon Figuration Of On-Line News Content "*Journal Of Computer – Mediated Communication*, Vol.18, Iss .3, April 2013, Pp.378-397

(\* رجعت الباحثة إلى الدوريات الأجنبية التالية:

- Journal Of Broadcasting And Electronic Media.
- Journal Of Broadcasting And Electronic Media Impact Factor.
- Journal Of Computer – Mediated Communication.

- 18- Kil Soo Suh (1999) " Impact Of Communication Medium On Task Performance And Satisfaction: An Examination Of Media-Richness Theory" *Information And Management*, Vol.35, Iss.5, 3 May 1999, Pp.295-312.
- 19- Denis Mc-Quail (2010) " Mc-Quail's Mass Communication Theory". 6<sup>th</sup> (Ed). Sage Publications Ltd P.139,261.
- 20- Joseph R. Dominick (2002) " The Dynamics Of Mass Communication: Media In The Digital Age", International Edition. Mc Graw Hill, Pp.170-197, P.300, 458.
- 21- Albarran, Alan, And Greg Pitts (2000) " Radio Broadcasting Industry", Boston: Allyn And Bacon. Pp.153-156.
- 22- عباس مصطفى صادق (2008) " الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، (عمان: دار الشروق)، ص17.
- 23- أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكار بنتنير (2009) " فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد صلاح (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009)، ص24، ص31.
- 24- عزة مصطفى الكحكي (2009) " استخدام الإنترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، بحث مقدم إلى: المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل 2009، ص269-272.
- 25- زاهر راضي (2003) " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، (عمان: جامعة عمان الأهلية، 2003)، ص27.
- 26- جمال الزرن (2007) " تدويل الإعلام العربي، الوعاء ووعي الهوية". (دمشق: دار صفحات، 2007)، ص ص91-93.
- (\*) تم عرض استمارة الاستقصاء على السادة المحكمين الآتي اسمائهم:  
 أ.د./ فاتن الطنباري عميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال – 6 أكتوبر.  
 أ.د./ عادل عبدالغفار أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.  
 د./ ماجدة مخلوف مدرس العلاقات العامة بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال 6 أكتوبر  
 د./ لمياء محمود نائب رئيس الإذاعة المصرية – ماسبيرو.  
 أ./ نجوان قدرى نائب رئيس الإذاعة المصرية – ماسبيرو  
 وقامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة وفقاً لمقترحات السادة المحكمين.
- 27- أبو السعود إبراهيم (2012) " تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي" (القاهرة: دار النهضة العربية، 2012)، ص ص85-86.

- 28- بسيوني إبراهيم حمادة (2001) " دولة الإمارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال: دراسة في الاتجاهات النظرية والتطبيقية"، بحث منشور في: *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. المجلد الثاني، العدد الثاني، أبريل/ يونيه 2001. (القاهرة: مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ص ص62-63.
- 29- غادة حسام الدين محمد(2013). "رصد أداء مذياعي محطات شبكة راديو النيل خلال الفترة من يناير – مايو 2013" ورقة بحثية مقدمة لندوة "رصد الاداء الاعلامى والاعلانى فى الصحافة والإذاعة والتلفزيون خلال الفترة من يناير – مايو 2013" جمعية حماية المستمعين والمشاهدين والقراء، دار الاوبرا المصرية 2013/5/26
- 30- Jesper Stromback, Spiro Kiouisis (2010) " A New Look At Agenda – Setting Effects – Comparing The Predictive Power Of Overall Political News Consumption And Specific News Media Consumption Across Different Media Channels And Media Types", *Journal Of Communication*, Vol.60, Iss.2, June 2010, Pp.271-292
- 31- عباس مصطفى صادق (2011) "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، (عمان: البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال)، ص96.
- 32- عبدالله زين الحيدري (2009) "الإعلام الجديد: النظام والفوضى"، بحث مقدم إلى: *المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد*، جامعة البحرين من 7-9 أبريل، 2009، ص128.
- 33- أبو السعود إبراهيم (2012) "تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي"، مرجع سابق. ص13.