

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية
أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية فى تطوير أدائهم
المهنى (دراسة ميدانية علي القائمين بالاتصال)".

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

لدرجة الماجستير قسم الإعلام - الآداب كلية_ جامعة المنصورة_

تحت اشراف

أ.د/ سامى السعد النجار

أستاذ الصحافة ورئيس قسم الاعلام كلية الاداب جامعة المنصورة

د/ ايمان شكرى

مدرس فن التكنولوجيا الصحفى كلية الاداب قسم الاعلام جامعة المنصورة

مقدمة:

أفرزت ثورة تكنولوجيا الاتصالات نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية التقليدية ، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة ، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية ، وبقدرة تأثيرية .

ومن ثم أحدثت ثورة المعلومات التي يعيشها العالم الآن طفرة هائلة في الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك فى مضامينها ، حيث أدى هذا التطور إلى تقسيم القطاع الإعلامى إلى مجالين هما ، "الإعلام التقليدي" الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ، "والإعلام الجديد" الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة ، بما فى ذلك مواقع التواصل الاجتماعي⁽¹⁾.

ولقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين ثورة الاتصال الخامسة تتمثل في تطور اللغة، والكتابة، واختراع الطباعة، وبدأت معالم ثوره الاتصال في القرن التاسع عشر من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية، وينظر إلي الحاسبات علي أنها تكنولوجيا العصر الذي أحدث دخولها مجال العمل الصحفي عدة تحولات، ارتبط بعضها بالوسيلة

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

الصحفيه ذاتها والعمليات المتعلقة بإنتاجها علي المستوي التحريري والإخراجي، ولم يعد القائم بالاتصال مثل قبيل الدهر، حيث كان يلجأ القائم بالاتصال إلي النزول إلي ميدان الأحداث لكي يقوم بالتغطية والتصوير ، فالآن أصبح بإمكان القائم بالاتصال التغطية والتحرير ، والمعالجة والنشر في آن واحد عن طريق برامج النشر الصحفي.

وإذا خصصنا الحديث عن الدور الذي تلعبه منصات الإعلام الرقمي ممتزجه مع تكنولوجيا الحاسبات في مجال الإنتاج الإعلامي خاصة علي الجانب الصحفي، نجد أنها أصبحت تدخل هذه العملية الإنتاجية بشتي مراحلها، بدايةً بعملية جمع المواد الصحفية من مصادرها المختلفة الداخلي والخارجي، وتوصيلها إلي مقر الصحيفة ومعالجة المادة الصحفية التي تنطوي علي عمليات متداخلة، كوجود برامج تعمل علي إختيار مواد تتلائم مع سياسة الصحيفة وتصنيفها ضمن فئات رئيسية بما يخدم عمليه التتويب أو خلق عبوات إخبارية جديدة (2).

وتُعرف أيضًا المنصة الإلكترونية " بأنها البيئة الرقمية التفاعلية التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب كما تُجمع المنصة الإلكترونية بين مميزات أنظمة المحتوى وبين مواقع شبكات التواصل الإجتماعي المختلفة ،ومن أمثلة المنصات الرقمية (الفيس بوك وتويتر وانستجرام وغيرها) ، ولعبت المنصات الرقمية دورًا جديدًا في تغيير الأداء المهني للقائم بالاتصال وتزويده بمهارات جديدة حتي يتكيف مع التطورات الجديدة التي لاحقت سوق العمل .

الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة وذلك للاستفادة منها في تحديد مشكلة الدراسة ووضع التساؤلات والفروض، فقد ركزت الدراسات السابقة على دراسات الإعلام الرقمية وكيفية تطوير دور القائم بالاتصال نظراً لكثرة الإنتاج العلمى المتعلق بدراسة نظريات الاتصال مع عرض للدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال في البيئة الرقمية المصرية ، والتعرف على أدواره ومهامه، والمشاكل والضغوط التي يتعرض لها أثناء التغطية الصحفية في البيئة الرقمية الجديدة وتم تقسيم الدراسات السابقة إلي محورين وهما:

أولاً المحور الأول الدراسات المتعلقة بالصحفيين واستخدامهم لمنصات الإعلام الرقمية

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

1_دراسة (أحمد محمد صلاح) تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة عبر الإنترنت والإشباع المتحققة منها(2021) تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق هدف رئيسي وهو التعرف على كيفية تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت والأشباع المتحققة منها هذا بالإضافة إلى مجموعة من الأهداف الفرعية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (103) مفردة من طلاب جامعة ٦ أكتوبر من كليتي الإعلام والهندسة خلال شهر فبراير من عام 2021 وذلك في ضوء التطورات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع

- وتبين من النتائج تصدر منصة المشاهدة التلفزيونية "نيت فليكس" منصات المشاهدة التلفزيونية الأخرى لدى عينة الطلاب الجامعيين وذلك بنسبة 42.2% تليها منصة "شاهد. نت" بنسبة بلغت 24.8% (3)
- وأخيرا منصة "ووتش ايت" بنسبة 23.٤%، كما تبين أن غالبية المبحوثين يفضلون الخدمات المجانية في منصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة 47.9% تليها الخدمات المدفوعة والمجانية معا بنسبة 45.3% ثم الخدمات المدفوعة فقط 6.8%
- كما تبين أن الأفلام الأجنبية جاءت في مقدمة المواد الدرامية التي يتابعها الشباب الجامعي على منصات المشاهدة التلفزيونية عبر الإنترنت بنسبة 68.7% تليها الأفلام العربية بنسبة ٥١% ثم المسلسلات الأجنبية بنسبة 48.7%

2_دراسة (إسراء صابر) واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول(2021)⁽⁴⁾: عنيت هذه الدراسة بكشف أساليب واتجاهات التطوير التي استحدثتها المؤسسات الصحفية المصرية، من أجل مواكبة التطورات والمستجدات في صناعة الصحافة الرقمية وأثر ذلك على بنية وأساليب ووظائف العمل الصحفي، والإشكاليات الناتجة عنه. وقد استندت الدراسة إلى نظرية الاندماج الإعلامي، وتضمنت إجراء دراسة كيفية اعتمدت على أدواتي الملاحظة والمقابلة المتعمقة، بالتطبيق على أربع مؤسسات صحفية تشمل "الأهرام"، و"اليوم السابع"، و"المصري اليوم"، و"الوطن"، وهي المقابلات التي بلغ قوامها (32) مفردة، تم سحبها بأسلوب العينة المتاحة، وتم توزيعها

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

بنظام التوزيع المتساوي بين المؤسسات الصحفية الأربع بواقع (8) مفردات لكل مؤسسة صحفية، وقد اعتمدت إجراءات الملاحظة على زيارة غرف أخبار صحف الدراسة، وبنيتها التقنية ومتابعة نظم العمل فيها وإشكالياتها.

• وتوصلت الدراسة إلا أن التحولات التكنولوجية أحدثت تأثيرا واضحا في مختلف جوانب صناعة الصحافة المصرية، فقد أدت إلى تطوير أساليب الإدارة وأساليب صناعة واتخاذ القرارات، وأساليب تنظيمها

• ولم تتوقف عند ذلك الحد بل تبنت الصحافة المصرية طرقا جديدة في الإنتاج والتوزيع والتحرير حتى تحافظ على مكانتها، واستحدثت وظائف جديدة مثل صحافة الفيديو، والإنفوجراف، والبيانات، وصحافة الموبايل، وصحافة الذكاء الاصطناعي، بالإضافة إلى إطلاق منصات رقمية جديدة، وتطوير بنيتها الإلكترونية، وتأسيس أرشيف رقمي متكامل

• وفي مقابل اتجاهات التطوير كشف البحث الميداني والمقابلات المكتملة عن عدة إشكاليات تؤثر على أداء الصحف وعمليات إنتاج وتقديم المحتوى بشكل رقمي والتي تمثلت أهمها في ضعف الكفاءة البشرية، وغياب التأهيل والتدريب، وضعف البنية الاتصالية.

3_دراسة (علي جمال) السياسة التحريرية ذات المنصات المتعددة (2021)⁽⁵⁾ : استهدفت الدراسة في البحث دراسة السياسة التحريرية في المؤسسات الإعلامية المصرية ذات المنصات المتعددة بالتطبيق على مؤسسات "الوطن، البوابة، اليوم السابع"، بما تملكه تلك المؤسسات من منصات إعلامية متعددة موقع صحيفة، تليفزيون انترنت، راديو انترنت، صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي."

• وسعت الدراسة إلى رصد أهم سمات بيئة العمل داخل كل مؤسسة والعلاقة بين القائمين بالاتصال والسياسة التحريرية في كل مؤسسة واعتمدت علي عينة قوامها (186)، بالإضافة إلى رصد المهارات المتوافرة في القائمين بالاتصال العاملين بالمنصات المختلفة

• وحرصت الدراسة لبحث طريقة إدارة المنصات المختلفة داخل هذه المؤسسات ومدى التواصل والتكامل بينها، وحجم استفادة المؤسسات في الطفرة التكنولوجية والرقمية في تحسين إدارة المحتوى والمنصات المختلفة.

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

- ولخصت نتائج الدراسة علي أن هناك تقصير في استخدام منصات الراديو والتلفزيون التفاعلي ، ولا يزال تطبيق نهج المنصات المتعددة لم يتم تطبيقه بشكل كامل ، وهناك قصور في تعميم العمل الجماعي مع نقص الكوادر المادية والفنية

4_دراسة (Absoud deina) العوامل التي تزيد من ارتفاع نسبة مشاهدة الإعلانات عبر المنصات الصحفية الرقمية (2021) : يظهر الإعلان كفيديو على شبكة الإنترنت يوضح النمو المستمر في إعلانات الفيديو الرقمية قوة الرؤية القوية والصوت والحركة بمعنى الوسائط المتعددة لجذب الانتباه والارتباط وبناء العلامات التجارية خاصة علي المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية ، وهدفت الدراسة علي مصممي الإعلان الإلمام بأحدث اتجاهات إعلانات الفيديو، وتستخدم إعلانات الفيديو الرقمية للترفيه والتثقيف والإعلام ووالإرتباط ولخصت الدراسة إلي أن :⁽⁶⁾

- يمكن أن يكون الإعلان الرقمي المبدع والعالي الجودة بداية لعلاقة طويلة الأجل مع العملاء للارتباط في الإعلان عن الفيديو الرقمي تفترض مشاركة نشطة، ولكنها لا تتطلب بالضرورة إجراءً قد يكون الارتباط ارتباطاً معرفياً أو عاطفياً وهذا يزيد من نسبة مشاهدات المواقع الإخبارية .
- يمكن أن تكون الارتباط أياً من الوعي الإعلاني واستدعاء الرسائل واستدعاء السمات والتغيير في استدعاء الرسائل / السمة والاقتران بها.
- يستخدم البحث منهج نوعي لوصف واستكشاف وشرح تطور إعلانات الفيديو الرقمية وخلصت الأبحاث المدروسة وتحليل الحالات وكذلك العينة التي شملها الاستطلاع في هذا البحث إلى هيمنة تنسيق إعلانات الفيديو الرقمية على مدى السنوات القادمة. لدراسة صحة العوامل التي تؤثر على معدل ارتباط إعلانات الفيديو الرقمية، يتم نشر استطلاع.
- تصدرت الفكاهاة أسباب الانخراط الكبير بنسبة 42% ثم جاءت مدة قصيرة مع 21% تليها المحتوى المرئي بنسبة 12%.

المحور الثاني الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال في المنصات الإعلام الرقمية

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

1_دراسة (حليمة بنت علي) العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في منصات الصحف السعودية: دراسة تطبيقية على صحيفتي عكاظ والمدينة(2021)⁽⁷⁾ : كشفت الدراسة عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في الصحف السعودية وذلك بالتطبيق على صحيفتي عكاظ والمدينة، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة تضمنت المحاور الآتية لسمات العامة للمبحوثين من حيث النوع والعمر والصحيفة والمستوي التعليمي والتخصص وسنوات الخبرة والدخل الشهري والمسمى الوظيفي والقسم الصحفي، والعوامل المهنية المؤثرة على القائم بالاتصال وهي الرضا الوظيفي وتكنولوجيا الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي والسياسة التحريرية وأخلاقيات المهنة والمصادر الصحفية والعوامل الاقتصادية والسياسة الإعلامية، والعوامل الغير المهنية المؤثرة على القائم بالاتصال وهي القيم المجتمعية. وتكونت عينة الدراسة من (100) مفرد من القائمين بالاتصال من المحررين وغيرهم في الصحف السعودية وبالأخص صحيفتي عكاظ والمدينة التي تصدر بانتظام .

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- وجود علاقة دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ومصادر المعلومات الصحفية
- وجود علاقة دالة إحصائياً بين العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال ونقص المعلومات حيث أن 69.4% من العينة يجدون صعوبة في الحصول على المعلومات
- وأوصت الدراسة بالاهتمام بما يطرح في المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية والعمل على مواكبة التطور ومستحدثات التدريب في أدواتها ومضامينها ووضع خطط تمكن المحررين من معالجة ما يطرح بها من مضامين مع التمسك بالموضوعية

2_دراسة (عامر خالد)العوامل الداخلية المؤثرة علي الأداء المهني للصحفيين العاملين في وكالة أنباء الأردننية(2021)⁽⁸⁾ : هدفت الدراسة علي التعرف على العوامل الداخلية المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين العاملين في وكالة الأنباء الأردنية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي. وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (100) مفردة،

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة استقصاء. وكان من أبرز نتائج الدراسة، بلوغ الأناث النسبة الأكبر من الصحفيين في الوكالة اللبنانية بنسبة (59%) مقارنة بنسبة الذكور (41%)، كما بلغت نسبة الصحفيين في الوكالة الذين التحقوا بدورات تدريبية تصب في مجال العمل الصحفي (73%) مقابل (27%) لم يلتحقوا بأي دورات تأهيل مهني. وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها:

- الاهتمام بتأهيل وتدريب الصحفيين من خلال عقد دورات صحفية متخصصة ومتقدمة وخاصة في مجال التكيف الرقمي والتعامل مع تطبيقات التكنولوجيا الحديثة
- إعادة النظر في أساليب إدارة الصحفيين في الوكالة اللبنانية من حيث أنظمة الترتي الوظيفي والحوافز والمكافآت والامتيازات والأجور التي يحصل عليها الصحفيون، والاستفادة من التطور التكنولوجي في فتح قنوات اتصالية مباشرة مع الجمهور، وإشراكه في العملية الاتصالية وصناعة الأخبار، تحقيقاً لمبدأ التفاعلية مما يزيد من انتشار الوكالة اللبنانية
- الحد من ضغوطات السياسة التحريرية التي تمارس على الصحفيين ورفع مستوى حريتهم في اختيار الموضوعات والقضايا التي ينبغي تغطيتها ومنحهم صلاحية الحكم على اتجاهات التغطية الصحفية وخاصة القضايا الحساسة والهامة.

3_ دراسة (عبلة عبدالنبي) العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعه في ضوء البيئه الرقمييه دراسة ميدانية(2021) : سعت الدراسة إلى معرفة السمات المهنية للقائمين بالاتصال في الصحف الاقليمية المطبوعه والالكترونية في اقليم شمال الصعيد (بنى سويف والفيوم والمنيا) ، وكذلك التعرف على العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال ومدى استخدامهم للتكنولوجيا وعلاقة هذا الاستخدام بمستوى الاداء المهني للقائمين بالاتصال عينة الدراسة واعتمدت الدراسة في إطارها النظرى على مدخل المسؤولية المهنية ونظرية حارس البوابة ونظرية ثراء وسائل الإعلام ، وقد تم استخدام منهج المسح الاعلامى ، واداة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة ، بالتطبيق على عينة قوامها (150) مفردة من الصحفيين فى إقليم شمال الصعيد بواقع 50 مفردة من كل محافظة

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

• ولخصت الدراسة أن الأداء المهني للقائمين بالاتصال قد أصبح أفضل بكثير بعد إدخال تكنولوجيا الحاسب الالى مقارنة بالسابق قبل ادخال هذه التكنولوجيا ، وكذلك وجود علاقة بين عدد سنوات خبرة المبحوثين فى العمل الصحفى المحلى ومدى إجادة المبحوثين لاستخدام الحاسب الالى أو الهاتف المحمول فى عملهم الصحفى

4_ (دراسة صفاء عباس) توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة: دراسة وصفية استقرائية(2020) : كشف نتائج هذا البحث توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة

حيث شكلت وسائل الاتصال الحديثة إعلاما ذا محتوى مرئيا وبصريا جذابا ومؤثرا في المجتمع كما تلعب وسائل الاتصال الحديثة دورا مهما في تشكيل الرأي العام سياسيا واقتصاديا واجتماعيا .

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي الاستقرائي مستعرضة موضوع مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة ثم توظيف إمكانياتهم وذلك من خلال تناول مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام، المناهج الفردية والاجتماعية للاتصال، أخلاقيات المهنة وموثيق الشرف الإعلامي، حراسة البوابة للقائم بالاتصال في الإعلام الحديث وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

• أصبح من واجب القائم بالاتصال إيجاد وسيلة بصرية سريعة الفهم بما يتناسب مع حاجة المجتمع

• توظيف مهارات القائم بالاتصال أصبحت تمثل بصمة وهوية تميز كل وسيلة اتصال حديثة

• إن توظيف مهارات القائم بالاتصال تمكن من مراعاة الجانب المهني والحرفي في توظيف الرؤية والرسالة والأهداف لوسائل الاتصال الحديثة

• كما أصبحت توظيف مهارات القائم بالاتصال وسيلة فعالة لكثير من الفعاليات وأنماط النشاط التعليمية والترفيهية والربحية.

التعليق على الدراسات السابقة:

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

1. لخصت الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في المنصات الرقمية ، بدأ الاهتمام بتأهيل وتدريب الصحفيين من خلال عقد دورات صحفية متخصصة ومتقدمة وخاصة في مجال التكيف الرقمي ، وأصبح القائم بالاتصال أكثر نشاطاً وذكاءً من خلال العمل في المنصات الرقمية، ولكن لا يزال تطبيق نهج المنصات المتعددة لم يتم تطبيقه بشكل كامل ، ولا يتم قياس الرضا الوظيفي بشكل فعال مما يؤثر بالسلب علي الأداء المهني للقائم بالاتصال
2. من حيث الموضوع أو الهدف: تناولت أغلب الدراسات السابقة استخدام القائم بالاتصال لمنصات الإعلام الرقمية، ودوافع استخدامهم للمنصات الجديدة، والضغوط المؤثرة عليهم
3. من حيث نوع الدراسة والمنهج: انتمت أغلب الدراسات السابقة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي.
4. من حيث أدوات جمع البيانات: اعتمدت أغلب الدراسات السابقة على أداة الاستبيان، والأدوات الآلية لتحليل عناصر إمكانية الوصول بالمواقع.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد وصياغة مشكلة الدراسة بشكل جيد.
2. تمكن الباحث من تحديد المناهج والأساليب المستخدمة في الدراسة، وصياغة تساؤلات وفروض الدراسة بما يحقق أهدافها، وبما يتناسب مع الإطار النظري.
3. اختيار الأدوات المناسبة المستخدمة في جمع المعلومات للوصول إلى نتائج الدراسة الحالية

مشكلة الدراسة:

شهد ميدان العمل الصحفي تطورات سريعة ومتلاحقة على مستوى تقنيات استخدامها وتوزيعها من خلال إدخال الوسائل التكنولوجية واستخدامها في كامل مختلف مراحل إنتاج العمل الصحفي، حيث تحولت معظم الصحف إلي منصات رقمية متعددة ، و ذلك من أجل مواكبة السبق الصحفي من ناحية واللاحق بالمنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى ، كما انعكس على عمل القائم بالاتصال من خلال احتراف صحافة المنصات الرقمية التي تستدعي الفورية في النشر الصحفي ، كما سهلت بيئة النشر الإلكترونية العمل في كافة مراحل إنتاج المادة الصحفية من الوصول إلى مصادر المعلومات وجمعها باستخدام الوسائل

الإلكترونية ومعالجتها وتخزينها إلكترونياً، وفي ظل التطورات التي أفرزتها تطبيقات الإنترنت في مجال الإعلام والصحافة ، وتتمثل مشكلة الدراسة في دراسة القائمين بالاتصال نحو استخدام المنصات الإعلامية والتغيرات التي طرأت علي أدائهم المهني بعد استخدام تلك المنصات ، حيث ساعدتهم تلك التقنيات علي إنجاز أعمالهم بصورة سريعة واستقبال وإرسال الملفات في أي وقت من وإلي المنصة ، تماشيًا مع التطورات الهائلة التي لحقت بها البيئة الرقمية في مصر ، وكذلك معرفة الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال خاصة بعد اندماجهم في البيئة الرقمية الجديدة ومعرفة الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال ، وتتلخص مشكلة الدراسة في "أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية في تطوير أدائهم المهني (دراسة علي القائم بالاتصال)".

أهمية الدراسة:

- تكتسب الدراسة أهميتها من كونها دراسة تتناول أحد الوسائل الإعلامية الجديدة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية ولاقت إقبال من قبل الجمهور المصري، وخصوصاً في تحديات السبق الصحفي مع وسائل الإعلام الأخرى وبالتالي فإن دراسة أدائها والقائمين عليها ، وخاصة القائم بالاتصال الذي يمكن أن يفيد في التعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية في التحول إلي منصات الإعلام الرقمي ، وتقديم التوصيات العلمية التي قد تفيد في تطوير الأداء المهني للصحف والصحفيين القائمين عليها محل الدراسة.
- تتناول هذه الدراسة التعرف علي استفادة القائم بالاتصال من التحول الرقمي وكيف أثر في أدائهم المهني وخاصة بعد التحول الكبير من الصحف التقليدية المطبوعة إلي منصات الصحفية الرقمية ، وهو ما يفيد في كيفية معرفة مدى تأثير منصات الإعلام الرقمي في تطوير أداء القائم بالاتصال محل الدراسة
- وتكتسب هذه الدراسة أهمية من تناولها التطورات التي شهدتها البيئة الصحفية الإلكترونية، والتغيرات في طبيعة المهام والأدوار، وطبيعة العلاقات داخل بيئة العمل، ومدى استفادة الصحافة الإلكترونية المصرية من التقنيات التكنولوجية التي أثرت في الأداء المهني للقائم بالاتصال

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

- كونها دراسة ترصد إمكانية تطبيق أحد النظريات المفسرة للعملية الاتصالية وذلك في ضوء تطور الإمكانيات التكنولوجية المتوفرة في بيئة الإنترنت وكذلك فالتطوير المهني للقائم بالاتصال، وهو ما يعطى للدراسة الحالية دور تكاملى مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة الخاصة بالنظرية.
- أهمية الفترة الزمنية الحالية والتي تأتي بعد العديد من اعتراف أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت إعلاماً جديداً وقيام ثورات الربيع العربي والتحويلات التي جرت في مصر تحديداً، وبالتالي تشكل دراسة القائم بالاتصال وتوجهاتهم وأدائهم في التعامل مع هذه التكنولوجيا وكيف أثرت في تطوير أدائهم المهني في هذه الفترة يمثل وصفاً للحالة الإعلامية التي تشهدها مصر في الفترة الأخيرة .

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى معرفة أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية لرصد وتحليل تطوير أدائهم المهني دراسة علي القائم بالاتصال ، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية:
 - التعرف على السمات الخاصة بالقائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة (النوع - العمر المؤهل الدراسي- الخبرة- المهارات التكنولوجية)
 - التعرف على البيئة التنظيمية التي يمارس فيها القائم بالاتصال عملهم في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة ، ومدى تأثيرها على أدائهم المهني.
 - التعرف على العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة.
 - التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة نحو التحويلات الرقمية الجديدة.
 - التعرف على المصادر التي اعتمد عليها القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية المصرية محل الدراسة التي ساعدت علي تطوير أدائهم المهني.

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

- التعرف على أداء القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمي في مصر محل الدراسة التي تناولت التحولات الرقمية الجديدة.
- التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين القائم بالاتصال في منصات الإعلام القديمة ومنصات الإعلام الجديدة محل الدراسة أثناء تناول تطويرهم المهني
- التعرف على الأدوات والتطبيقات الجديدة التي استخدمها القائم بالاتصال في تحولات الإعلام الرقمية الجديدة في تناول تطوير أدائهم المهني محل الدراسة

الإطار النظري للدراسة:

يمتلئ التراث العلمي بالمقالات العلمية والكتب الأجنبية والعربية حول موضوع القائم بالاتصال، ودوره في منصات الإعلام الجديدة ، وهو ما يفيد الدراسة في التعرف على مفاهيم الدراسة للوصول إلى كيفية القيام بالإجراءات المنهجية، ونعرض فيما يلي نبذة عما طرح فيما يتعلق بموضوع الدراسة :

أولاً مدخل الاستخدامات والإشباع:

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباع بأنه مدخل يوضح ويفسر إلى حد كبير الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط *Active audience*، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعاً معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته⁽⁹⁾

وتعود جذور نظرية الاستخدامات والإشباع إلى منتصف الأربعينيات من القرن العشرين ، كما تم تطويرها في الستينيات والسبعينيات ، وتأتي هذه النظرية بديلاً لنظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام ، وهي تنادي بفاعلية ونشاط الجمهور (*Active audience*) الذي يمكنه اختيار الوسيلة والمضمون والوقت الذي يريده ، ويتناسب مع رغباته ودوافعه وقد لخص

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

كل من "بلمر وكاتز" في كتابهم الأسس التي بنيت عليها هذه النظرية ،وهي الأسس الإجتماعية والنفسية للمتلقي ، وهي مبنية علي الإحتياجات التي تولد توقعات من وسائل الإعلام أو غيرها من المصادر ومن ثم تقود إلي أنماط مختلفة من التعرض لهذه الوسائل ، تؤدي إلي إشباع لتلك الحاجات ومن ثم فان دخول وسيلة إعلامية جديدة يؤثر بلا شك علي استخدامات الوسائل التي سبقتها ، وعادة ما تستدعي هذه الوسائل الجديدة اهتمام الباحثين لمعرفة تأثير الوسيلة الجديدة علي الناس عامة أو شرائح معينة من الجمهوريري الباحثون آخرون أن دخول واستخدامات الكمبيوتر والانترنت يعد أكثر تأثيراً وأشد نفوذاً علي المجتمع من دخول التلفزيون ، وبخصوص استخدامات الانترنت من قبل المؤسسة الاعلامية فقد شهدت السنوات الماضية تزايداً كبيراً في التحول الالكتروني والرقمي للصحف ، حيث تضاعفت أعداد الصحف الإلكترونية ، وتشير العديد من الدراسات الاعلامية الي أن قراءة الصحف قد انخفضت أمام وجود وسائل جديدة كالفضائيات التلفزيونية وصحافة الانترنت. ويرى "كاتز" أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتد علي خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي (10):

- الجمهور أعضاء مشاركون وفاعلون في عملية الاتصال ،ويستخدمونها لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور
- الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم
- يحدد أفراد الجمهور دائما حاجاتهم ودوافعهم لما يودون متابعتها ،ويختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات
- معرفة المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال ، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في أن الجمهور نشط ، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

هذه الاحتياجات، ويختار من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية- المضمون الذى يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات⁽¹¹⁾

1. معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، وإع، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.
2. معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى .
3. الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال.

كيفية الاستفادة من نظرية الاستخدامات والإشباعات في الدراسة الحالية:

- يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية، حيث يقوم القائم بالاتصال بدور إيجابي في إختيار المنصات الإعلامية التي تشبع احتياجاته المتعددة، ، ويعرض عن المنصات التي لا تحقق له أى إشباع، لذا تحاول الدراسة اختبار (أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمي في تطوير أدائهم المهني دراسة علي القائم بالاتصال) من خلال استخدامهم للمنصات الإعلامية ، مما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع عمل الصحفيين لهذه المنصات والإشباعات المتحققة منها، بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة والمتعددة.
- كما أن العمل في المنصات الإعلامية يتطلب الكثير من المهنية والمهارات التكنولوجية التي تطرأ علي أداء القائم بالاتصال من جهة ، وعلي الجمهور النشط يتطلب في مطالعتها انتباهًا وتركيزًا
- كبيرين ، مما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض للمنصات المختلفة، ويحقق عنصرًا مهمًا وفرصًا أساسيًا من فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات وهو تفاعل الجمهور مع المنصات المختلفة
- ولما كان الإعلام التقليدي يقوم بإرسال الرسالة فقط دون معرفة رأي الجمهور في المحتوى الاعلامي، أصبح

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

الآن هناك تفضيل من الجمهور في المضامين الإعلامية لمنصة دون الأخرى ،ومدى الاستفادة من التحولات الرقمية للقائم بالاتصال وكيف أثرت تلك التحولات علي مهنية القائم بالاتصال ، وكيف أثرت علي القائم بالاتصال للتغلب علي الغموض والشك بسبب التحولات الجديدة ، ثم يستطيع أن يجد نفسه في محتوى الرسالة الإعلامية والأدوات التي يستخدمها لنقل الرسالة الإعلامية ومعرفة آراء الجمهور في (ماذا يحب أن يشاهد _ وماذا يريد أن يقرأ _ وبأي طريقة) حتي تتماشى الرسالة الإعلامية الجديدة مع الجمهور النشط لتسد اشباعاته واحتياجاته والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض للوسائل الجديدة ، في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية

ثانياًمدخل ثراء الوسيلة:(12)

يعتبر كل من ريتشارد دافت Richard L. Daft وروبرت لينجل Robert H. Lengel أول من قاما بصياغة مصطلح ثراء الوسيلة سنة 1986، والذي يشير إلى قدرة الوسيلة الإعلامية على تحسين الفهم بتقليل عدم التأكد "Uncertainty" والغموض "Ambiguity" أي المفردات والأحداث التي تحمل معنيين الأمر الذي يساعد منتج الرسالة على استخدام الوسيلة الملائمة للموقف الاتصالي وفق درجة غموض الموضوع ، وتعتبر نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إحدى النظريات البارزة للمساعدة على تفسير العلاقة بين وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، فهي من أكثر النظريات تداولاً عند تناول العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية، حيث تركز على المبادرة الإعلامية بدلا من الرسالة الإعلامية كنقطة بداية لها وعلى الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة ، ومن ثم تنظر النظرية لوسائل الإعلام التقليدية كالصحف المطبوعة ومحطات الأذاعة والتلفزيون علي أنها فقيرة لكونها لا تسمح برفع صدى سريع ومباشر ، كما تفترض النظرية أن الاعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة لدية القدرة علي حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة عن الأحداث الجارية وتسهيل عملية الفهم لدي الجمهور وتخفيض درجة الغموض لديه ، مع ايجاد مساحة من المعاني المشتركة بين المرسل والمستقبل تقوم علي التفاعل فيما بينهم

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية ثراء الوسيلة الاعلامية في أن وسائل الاتصال تختلف في قدرتها على تيسير عملية الفهم، فوسائل الاتصال التقليدية والحديثة يمكن أن تصنف كوسائل عالية أو منخفضة الثراء مما يتطلب تحديد الوسيلة الأكثر ملائمة لكل موقف اتصالي وذلك بالتوفيق بين الثراء في الوسيلة ودرجة غموض موضوع الاتصال⁽¹³⁾.

تقتض هذه النظرية مجموعة من الفروض من بينها:⁽¹⁴⁾

- أن الجمهور هو الذي يشعر ويدرك حاجاته، ومن هذا المنطلق يلجأ الى استخدام وسيلة الإعلام التي تحقق هذه الرغبات وتشبعها.
- أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتيسير عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة.
- أن اقبال الأفراد على استخدام الوسائل الأكثر ثراء يكون أكثر في مستويات الغموض العالية لتخفيض درجة الغموض، بينما يستخدمون الاتصال الالكتروني الأقل ثراء في مستويات الغموض المنخفضة(Dabashish mandael,2013,P.254).

ومن خلال العرض السابق تستند الدراسة الحالية أيضاً إلي نظرية ثراء وسائل الإعلام للوقوف علي معايير الإختيار بين وسائل الإعلام التقليدية والمنصات الرقمية الحديثة وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي ، وتوضح النظرية أن فاعلية الاتصال تعتمد علي القدر الذي تستخدمه به الوسيلة ، وتركز بشكل أكبر علي الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية.

وطبقا للنظرية فإن وسائل الإعلام التي توفر رجوع الصدي تكون أكثر ثراء ،حيث كلما قل الغموض كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً ، ومن خلال استخدام القائم بالاتصال المنصات الرقمية التي تدمج بين ثراء وسائل العرض مثل استخدام (الوسائط المتعددة ، والروابط الفائقة ، والصور الثري دي عاليه الجودة، والتزامن التفاعلي، ورجع الصدي)

3_ أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارينتيير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م، ص71.

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

كلها ساهمت في رفع مدي إدراك الجمهور للمعلومات المقدمة من ناحية ، وإشباع رغبات القائم بالاتصال للتماشي نحو تطوير الأداء المهني بعد استخدام المنصات من ناحية أخرى . كما تفرق نظرية ثراء وسائل الاعلام بين الوسائل الأقل والأكثر ثراء من خلال عدد السمات المتاحة في الوسيلة ذاتها ، ويفترض هذا المدخل أن الاتصال عبر الانترنت (المنصات الرقمية) هو وسيلة ثرية مفيدة للرسالة البسيطة والمعقدة ، وهو أكثر دقة بسبب تنوع أساليب العرض والجمهور ومستويات التفاعلية .فالمستقبل كي يفهم المعلومات التي تكون غير واضحة أو غامضة بالنسبة له ، فإنه يجب الاستخدام وسيلة أكثر ثراء، ومن ثم فقد يلجأ الجمهور بشكل عام والإعلاميون علي وجه الخصوص إلي استخدام شبكات الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والصفحات المختلفة التي يملكونها ويتابعونها من أجل تحقيق الاشباعات الشخصية والمهنية لديهم.

تساؤلات الدراسة :

- ما حجم الإهتمام بتطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية محل الدراسة؟
- ما الوسائط والأدوات التكنولوجية الحديثة التي تم استخدامها لتطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال محل الدراسة؟
- ما مدى الاتفاق والاختلاف بين منصات الاعلام القديم والجديد للتطوير من الأداء المهني للقائم بالاتصال؟
- ما المصادر التي اعتمد عليها القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمي محل الدراسة ؟
- ما الضغوط التي قابلت القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمي محل الدراسة ؟
- ما مدي الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمي محل الدراسة؟

فروض الدراسة

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

- الفرض الأول توجد فروض ذات دلالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمنصات الإعلام الرقمي تبعاً للسمات الديمغرافية (السن ، المؤهل الدراسي، الخبرات المهنية ، النوع) ويندرج هذا الفرع إلي عدة أفرع منها:

- توجد فروق دالة احصائية بين القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية محل الدراسة وتطوير من أدائه بعد التحول الرقمي محل الدراسة تبعاً للسن.
- توجد فروق دالة احصائيا بين القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية محل الدراسة وتطوير من أدائه بعد التحول الرقمي تبعاً للمؤهل الدراسي.
- توجد فروق دالة احصائيا بين القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية محل الدراسة وتطوير من أدائه بعد التحول الرقمي تبعاً للخبرات المهنية.
- توجد فروق دالة احصائيا بين القائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية محل الدراسة وتطوير من أدائه بعد التحول الرقمي تبعاً للسن.

- الفرض الثاني توجد علاقة ارتباطية بين استخدام منصات الإعلام الرقمي وتطوير أداء القائم بالاتصال
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام القائمين بالاتصال لمنصات الإعلام الرقمي تبعاً لملكية الصحيفة
- الفرض الثالث توجد علاقة ارتباطية بين الأداء المهني للقائم بالاتصال ومدي رضا الوظيفي في منصات الإعلام الرقمي الجديدة
- الفرض الرابع توجد علاقة ارتباطية دالة بين استخدام القائمين بالاتصال لمنصات الإعلام الرقمية، والإشباع المتحققة لديهم من استخدام تلك المنصات

نوع الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة الى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص معنية أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث. وذلك بهدف الحصول علي معلومات كافية ودقيقة عنها ، وتتيح هذه النوعية من البحوث وجود بيانات قابلة للقياس

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

الكمي وتسمح بخضوع البيانات للتحليل ، ومن ثم إمكان التقييم والتنبؤ ورصدت الدراسة "أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمي في تطوير أدائهم المهني دراسة علي القائم بالاتصال" وذلك للوصول الى بيانات قابلة للقياس الكمي

منهج المسح:

تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقية الوصفي والتحليلي وذلك للحصول على وصف دقيق للمشكلة والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة ، بهدف تصنيفها وتبويبها تبويماً شاملاً ومحاولة تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج منها ، وبناء التعميمات التي يمكن أن تبنى عليها افتراضات جديدة ، وبناء علي ما تم سرده استخدم المنهج في الدراسة الميدانية لجمع الحقائق الخاصة بالقائم بالاتصال في منصات الإعلام الرقمي ، ومعرفة سماتهم الشخصية وكيفية أدائهم لعملهم والعوامل المؤثرة عليهم وكيف استفادوا من المنصات الرقمية لتطوير أدائهم المهني .

مجتمع البحث

ويتحدد مجتمع البحث في هذه الدراسة من الممارسين وهيئة التحرير والصحفيين (القائم بالاتصال) في المنصات الرقمية في مصر ، حيث يناسب هذا المجتمع موضوع البحث ويساعد في تحقيق الهدف الرئيسي للبحث وقد تم مراعاة مجموعة من الضوابط الواجب ذكرها في مجتمع الدراسة وهي:

- سنوات الخبرة في مجال المنصات الرقمية في مصر
- الموقع الوظيفي الحالي لكل مفردة من مفردات البحث
- ألا تقل سنوات الخبرة للمبحوثين عن سنتين في كل منصة رقمية
- التوزيع علي كافة المنصات الصحفية في مصر، علي اختلاف أشكالها وألوانها واتجاهاتها وسياستها التحريرية والملكية

عينة الدراسة :

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

تم تحديد حجم العينة ليشمل على عينة عمدية غير إحصائية من القائمون بالاتصال في منصات الإعلام الرقمية التي تفرعت من الصحف الإلكترونية المصرية قوامها (300) مفردة ، تم اختيارها وفقاً للاعتبارات السابقة روعي فيها التوزيع المتساوي ، حيث تم تقسيم العينة إلي ثلاث فئات تضم كل فئة (100) مفردة بهدف التوصل إلي رؤية شاملة تعبر عن كافة الصحفيين الذين يعملون في المنصات الرقمية محل الدراسة ، بجانب الخبرة الصحفية وذلك علي النحو التالي :

تتمثل في مواقع الصحف الإلكترونية وهي

- الفئة الأولى : تضم المنصات الخاصة مثل موقع اليوم السابع
- الفئة الثانية : تضم المنصات القومية مثل بوابة الأهرام
- الفئة الثالثة : تضم المنصات الحزبية مثل بوابة الوفد

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على صحيفة "الاستقصاء" Questionnaire كأداة لجمع البيانات المطلوبة من القائمين بالاتصال في المنصات الرقمية الحكومية والخاصة والحزبية، وتعرف صحيفة الاستقصاء بأنها أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة المبحوثين بشكل منهجي، ومقن لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها ، وقد استخدمها الباحث وتطرق إليها كأداة بحثية للوصول إلى ما يحقق أهداف الدراسة الحالية من خلال جمع البيانات المحددة مسبقاً من أفراد العينة ، وجاء ذلك في صورة الأسئلة التي تحويها هذه الصحيفة

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة الميدانية

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها:

جدول رقم (1) مستوى حرص المبحوثين علي استخدام منصات الإعلام الرقمية في مصر

| التكرار البدائل | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعاري | ت |
|--------------------|---|---|--------------------|---------------------|---|
|--------------------|---|---|--------------------|---------------------|---|

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

| | | | | | |
|---|------|-----|-------|-----|---------|
| 1 | .375 | 2.9 | 89.8 | 203 | دائما |
| 2 | | | 8.4 | 19 | أحيانا |
| 3 | | | 1.8 | 4 | نادرا |
| | | | 100.0 | 226 | المجموع |

تشير بيانات الجدول السابق إلى مستوى حرص المبحوثين علي استخدام منصات الإعلام الرقمية في مصر ، وجاء في الترتيب الأول دائما بنسبة 89.8% ، يليها أحيانا بنسبة 8.4% ، وفي الترتيب الثالث جاء نادرا بنسبة 1.8% ، وهذا يدل علي حرص المبحوثين في منصات (اليوم السابع _ بوابة الأهرام_ بوابة الوفد) محل الدراسة علي استخدام منصات الإعلام الرقمية في مصر بصورة مكثفة

جدول رقم (2) الوسائل التي يستخدمها المبحوثين في تصفح منصات الإعلام الرقمية

ن=226

| ت | % | ك | التكرار البدائل |
|---|------|-----|--------------------|
| 1 | 79.2 | 179 | الهاتف المحمول |
| 2 | 66.4 | 150 | اللاب توب |
| 3 | 16.4 | 37 | التابلت |
| 4 | 2.7 | 6 | الساعة الذكية |

تشير بيانات الجدول السابق إلى الوسائل التي يستخدمها المبحوثين في تصفح منصات الإعلام الرقمية، وجاء في الترتيب الأول الهاتف المحمول بنسبة 79.2% ، يليها اللاب توب بنسبة 66.4% ، وفي الترتيب الثالث جاء التابلت بنسبة بلغت 16.4% ، وفي الترتيب الرابع جاء الساعة الذكية بنسبة بلغت 2.7%، وتشير النتائج إلى أهمية الهاتف المحمول واللاب توب كوسائل هامة والتي يستخدمها المبحوثين محل الدراسة في تصفح منصات الإعلام الرقمية.

جدول رقم (3) طريقة الالتحاق بالمنصة الرقمية الصحفية التي يعمل بها

| البدائل | التكرار | ك | % | ت |
|------------------------------|---------|-------|---|---|
| 1- طلب من إدارة المؤسسة. | 62 | 27.4 | 3 | |
| 2- عن طريق إعلان في المؤسسة. | 64 | 28.3 | 2 | |
| 3- عن طريق العلاقات الشخصية. | 100 | 44.2 | 1 | |
| المجموع | 226 | 100.0 | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى طريقة الالتحاق بالمنصة الرقمية الصحفية التي يعمل بها الباحثين عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الأول عن طريق العلاقات الشخصية بنسبة 44.2%، يليها عن طريق إعلان في المؤسسة بنسبة 28.3%، وفي الترتيب الثالث جاء طلب من إدارة المؤسسة بنسبة بلغت 27.4%. وتأتي نسبة العلاقات الشخصية في المرتبة الأولى وهذا يدل على أن المنصات الرقمية تقوم باختيار منتسبيها بالعلاقات الشخصية أكثر من الخبرة المهنية

جدول رقم (4) مستوى استخدام الباحثين لتقنيات الهاتف المحمول في العمل الصحفي

| البدائل | التكرار | ك | % | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ت |
|---------|---------|-------|-----|-----------------|-------------------|---|
| دائما | 203 | 89.8 | 2.8 | .539 | 1 | |
| أحيانا | 17 | 7.5 | | | 2 | |
| نادرا | 6 | 2.7 | | | 3 | |
| المجموع | 226 | 100.0 | | | | |

تشير بيانات الجدول السابق إلى مستوى استخدام الباحثين لتقنيات الهاتف المحمول في العمل الصحفي، وجاء في الترتيب الأول دائما بنسبة 89.8%، يليها أحيانا بنسبة 7.5%، وفي الترتيب الثالث جاء نادرا بنسبة بلغت 2.7%، وتشير النتائج إلى كثافة استخدام الباحثين لتقنيات الهاتف المحمول في العمل الصحفي.

جدول رقم (5) مقترحات الباحثين حول طرق زيادة الاستفادة من استخدام منصات الإعلام الرقمية

| البدائل | ك | % | ت |
|--|-----|------|---|
| تنفيذ برامج تدريبية للعاملين في الصحف لصفة لصفة مهاراتهم في مجال | 158 | 70.0 | 1 |

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

| استخدام منصات الإعلام الرقمية | | | |
|-------------------------------|------|-----|--|
| 4 | 53.5 | 121 | وضع لوائح ومدونات سلوكية تضبط التعامل مع شبكات التواصل وتحفظ الحقوق الفكرية |
| 2 | 63.3 | 143 | تعزيز الخطط الدراسية في أقسام وكليات الإعلام بمساقات تعزز مهارات استخدام منصات الإعلام الرقمية |
| 3 | 59.7 | 135 | العمل على تزويد العاملين في الصحف بأجهزة حديثة إلكترونية |
| 5 | 50.9 | 115 | إنشاء مجموعات إلكترونية على منصات الإعلام الرقمية خاصة بالعاملين في الصحف لتبادل الخبرات والتواصل بين الزملاء. |

تشير بيانات الجدول السابق إلى مقترحات المبحوثين حول طرق زيادة الاستفادة من استخدام منصات الإعلام الرقمية ، وجاء في الترتيب الأول تنفيذ برامج تدريبية للعاملين في الصحف لصقل مهاراتهم في مجال استخدام منصات الإعلام الرقمية بنسبة 70.0% ، يليها تعزيز الخطط الدراسية في أقسام وكليات الإعلام بمساقات تعزز مهارات استخدام منصات الإعلام الرقمية بنسبة 63.3% ، وفي الترتيب الثالث جاء العمل على تزويد العاملين في الصحف بأجهزة حديثة إلكترونية بنسبة بلغت 59.7% ، وفي الترتيب الرابع جاء وضع لوائح ومدونات سلوكية تضبط التعامل مع شبكات التواصل وتحفظ الحقوق الفكرية بنسبة 53.5% ، وفي الترتيب الخامس جاء إنشاء مجموعات إلكترونية على منصات الإعلام الرقمية خاصة بالعاملين في الصحف لتبادل الخبرات والتواصل بين الزملاء. بنسبة بلغت 50.9% ، وتشير نتائج الدراسة حول دراية المبحوثين بأهمية برامج التدريب لصقل مهاراتهم الصحفية ومعرفة كل ما هو جديد في منصات الإعلام الرقمية تماشيًا مع متطلبات البيئة الرقمية

6. اجمع المبحوثون محل الدراسة علي كثرة استخدام تطبيقات الهاتف المحمول التي تساعدهم في أداء عملهم ، حيث جاء في المرتبة الأولى تطبيق كاميرا الهاتف ، وفي المرتبة الثانية تطبيق Whats APP ، وفي المرتبة الثالثة تطبيق تحرير الصور ، وفي المرتبة الرابعة تطبيق Record Calls ، ثم تأتي باقي التطبيقات في الاستخدام ، وتشير نتائج البحث حول دراية القائم بالاتصال نحو سرعة استخدام كاميرا الهاتف المحمول التي تتميز بالسرعة والخفية في التصوير ، وسرعة إرسال واستقبال الصور علي تطبيق الواتس أب مع

الباحث/محمد عبدة محمد يوسف نصر،

ضرورة تحرير وتنقية الصور ، وأكدت أيضًا النتائج علي حرص الباحثين علي استخدام تطبيق تسجيل المكالمات أثناء الحصول علي التصريحات من المصادر المتنوعة

7. اجمع الباحثون محل الدراسة علي كثرة استخدام منصات الإعلام الرقمية ، فحصلت المواقع الإخبارية المرتبة الأولى للثلاث منصات ، ثم جاءت في المرتبة الثانية استخدام منصة الفيس بوك كأداة لجمع المعلومات ونشرها ، ثم حصلت منصة Twitter المرتبة الثالثة ، وجاءت في المرتبة الرابعة Applications Mobile ثم Bloggs و My space وتدل تلك النتائج علي أن الباحثين محل الدراسة أصبحو يعتمدون علي النشر الإلكتروني علي نظائهم في الصحف الورقية ، ودخلت مواقع التواصل الإجتماعي كأداة لا يستهان بها لجمع المعلومات ونشرها

8. لا تزال خدمة ضعف الانترنت في مصر تمثل عقبة كبيرة بالنسبة للباحثين ، حيث اجمعت الثلاث منصات محل الدراسة علي أن من أبرز المعوقات الرئيسية بالنسبة لاستخدام منصات الإعلام الرقمية في مصر ألا وهي ضعف خدمة الانترنت بشكل عام ، وتأتي في المرتبة الثانية ضعف الإمكانيات المادية والبشرية التي تطبقها المؤسسة الصحفية

9. تقترق المؤسسات الصحفية محل الدراسة لتقديم دورات تدريبية علي أكمل وجه خاصة أن معظم الباحثين يحصلون علي الدورات التدريبية من نقابة الصحفيين أو علي اجتهادهم الشخصي ونادرا ما تقدم لهم الدورات التدريبية

توصيات الدراسة:

- في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة الحالية، فإن الباحث يوصي بما يأتي:
1. علي المنصات الرقمية محل الدراسة إدراك الاهتمام بالتقنيات التكنولوجية المتطورة ، التي تضع أنصب أعينها الاهتمام بالدورات التدريبية والعناية بالكوادر البشرية ، وتوفير سبل الراحة للملاءة للقائمين بالاتصال
 2. يجب علي المؤسسات الصحفية محل الدراسة الاهتمام بقياس الرضا الوظيفي ومدى رضا الباحثين علي مرتباتهم الوظيفية خاصة بعد التحول الرقمي وفروض ضغوط جديدة من البيئة الرقمية

أثر استخدام الصحفيين المصريين لمنصات الإعلام الرقمية

3. ضرورة تطبيق القواعد الأخلاقية علي استخدام منصات التواصل الإجتماعي من ناحية واستخدام منصات الإعلام الرقمية من ناحية أخرى ، وتحقيق المصداقية والتأكد من صحة نشر الأخبار حفاظاً علي الجمهور من ناحية وعدم الوقوع في أي أخطاء قانونية
4. الاهتمام بالمبحوث محل الدراسة عن طريق تحقيق التوازن للترقي داخل المؤسسة وتحقيق الأمن الوظيفي لديهم والتحفيز الغير مادي وتحقيق الحرية في نشر الآراء والمعلومات التي تتيح لديهم بيئة نظيفة خالية من الضغوط والتخوين
5. يجب علي المؤسسات الصحفية محل الدراسة أن توظف مهارات القائم بالاتصال التي أصبحت تمثل بصمة مرئية في المحتوى المقدم والمنتج من المنصات الرقمية خاصة وأن الثلاث منصات يتابعها عدد كبير من الجمهور المصري والعربي وعبر العالم
6. - ضرورة توظيف المؤسسات الصحفية محل الدراسة عناصر الوسائط المتعددة حتي تحقق الكمال بين المنصات الحديثة وإنتاجية المؤسسات الصحفية التي تضي الجاذبية والحيوية علي المضمون المقدم وعدم الإكتفاء فقط بالصور أو النص

المراجع

1. أمل السيد ، (2015) "مقدمه عن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها علي القائم بالاتصال" جامعه القاهرة ، كليه الإعلام ،المجله العلميه لبحوث الصحافه ، العدد الثاني ،ابريل،يونيه ، ص79-109
2. إسرائ صابر ، (2021)" واقع استخدام التكنولوجيا الرقمية في الصحافة المصرية: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول" الجمعية المصرية للعلاقات العامة ع33،251،275
3. أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربننتير، (2009) "فهم الإعلام البديل"،(ط2) ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، ، ص71.
4. حليلة بنت علي ، (2021) "العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في منصات الصحف السعودية": دراسة تطبيقية على صحيفتي عكاز والمدينة ، دار المعرفة للنشر ع33،ص545-487

5. حسن مكوي، ليلي السيد (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، صفحة 241
6. دراسة صفاء عباس، (2020) "توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة": دراسة وصفية استقرائية، دار المنظومة ص 647_251
7. علي جمال، (2020) "السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال" جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة، ع33، ص 489 - 507
8. دراسة عامر خالد، (2021) "العوامل الداخلية المؤثرة على الأداء المهني للصحفيين العاملين في وكالة أنباء الأردنية" مجلة اتحاد الجامعات العربية _ عمان - الأردن ص(253-283)
9. دراسة عبلة عبدالنبي، (2021) "العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية المطبوعه في ضوء البيئة الرقمي دراسة ميدانية"مجلة بحوث الشرق الأوسط_ القاهرة، ص255
10. دراسة صفاء عباس، (2020) "توظيف مهارات القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الحديثة: دراسة وصفية استقرائية"، دار المنظومة ص 647_251
11. محمد عبد الحميد (2004)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط3)، القاهرة: عالم الكتب، ص 291.
12. محمد صلاح، (2021) " تعرض الشباب الجامعي لمنصات المشاهدة عبر الانترنت والاشباع المتحققة منها"، جامعة الأهرام الكندية ع.33، ص 396-496

المراجع الأجنبية:

1. absoud deina (2021) Factors that increase the viewership of digital press platforms (2021(PP.475-547 understandability and accessibility of websites. In Applications in Ubiquitous Computing pp. 13-35.
2. Carlson, John. R.; Robert W. Zmud (2000). "Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions". The Academy of Management Journal 42 (2): 153-170.

3. Daft, R.L.; Lengel, R.H. (2002). "Information richness: a new approach to managerial behavior and organizational design". Research in organizational behavior (Homewood, IL: JAI Press) 6: 191–233.
4. Robert L. Health and Jennings Bryant (1992) , Human Communication Theory and Research : Concepts Contexts and Challenges (New jersey : Publishers Hillsdale have and London , p.282 .
5. Lea Hellmueller & Claudia Mellado,(2015) Professional roles and news construction: a media sociology conceptualization of journalists'role conception and performance, Communication & Society, Vol 28, No 3, , pp: 1-11