

مجلة بحوث
كلية الآداب

البحث (٤٠)

تأثير توظيف الإعلام الجديد
على الجوانب الإدارية في المؤسسات الصحفية

إعداد

الباحثة/ مها شبانة أحمد الوحش
لدرجة الماجستير بقسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة المنوفية

تحت اشراف

أ.د/ محمود سليمان علم الدين
أستاذ الصحافة - كلية الاعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الجواد سعيد ربيع
أستاذ الاعلام ورئيس قسم الاعلام - كلية الآداب - جامعة المنوفية

يوليو ٢٠١٦م

العدد (١٠٦)

السنة ٢٧

[http : // Art.menofia . edu. eg](http://Art.menofia.edu.eg) *** E- mail: rifa2012@ Gmail.com

تأثير توظيف الإعلام الجديد علي الجوانب الإدارية في المؤسسات
تأثير توظيف الإعلام الجديد علي الجوانب الإدارية في المؤسسات الصحفية
الباحثة/ مها شبانة أحمد الوحش

لجنة الماجستير بقسم الاعلام كلية الاداب جامعة المنوفية
تحت اشراف

أ.د. عبدالجواد سعيد ربيع

استاذ الاعلام ورئيس قسم الاعلام كلية الاداب جامعة المنوفية

ا.د/ محمود سليمان علم الدين
استاذ الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة

مقدمة:

تقوم الإدارة بدوراً مهماً في كافة الأنشطة التي تجري داخل الشركات والمؤسسات والوحدات الإنتاجية والتعليمية والإعلامية وكافة مجالات الحياة العصرية، فالإدارة موجودة في كل حياتنا والمدير الكفاء هو الذي يهتم بكافة جوانب الحياة العملية داخل مؤسسته وبكافة الظروف، وداخل كل مؤسسة يتم تطبيق مجموعة من النظم الإدارية، هذه النظم الإدارية متنوعة ومتعددة الأشكال فمنها ما يحقق نجاحاً ومنها ما يحقق فشلاً، ونجاحها يأتي من تحقيق الربح لهذه المؤسسة واستخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد داخل هذه المؤسسة وهذا الأمر ينطبق علي كافة القطاعات والمؤسسات بما في ذلك المؤسسات الإعلامية والصحفية.

والجدير بالذكر أنه لا يوجد نظم ثابتة للإدارة ولكن قد تختلف النظم الإدارية من مؤسسة لأخرى وقد تختلف أيضاً من مؤسسة إعلامية لأخرى ويتوقف ذلك علي حجم الجمهور التي تتعامل معه تلك المؤسسة، وحجم القائمين بالإتصال بها والعاملين داخل المؤسسة جميعاً من مدراء وموظفين وعمال لأن هذا يتطلب نشاط إداري أوسع لتنظيم العمل داخل المؤسسة، وأيضاً تختلف النظم والجوانب الإدارية حسب طبيعة عمل المؤسسات الإعلامية والصحفية، ويعتبر توفير الإمكانيات المالية للمنشآت الإعلامية له دور أساسي في تطوير العمل الإداري في المؤسسة وإعطائه المكان المناسب الذي يليق به.

وأصبح القائمون علي إدارة العمل الصحفي يدركون اليوم أهمية تطبيق الأسس العلمية الحديثة وتكنولوجيا الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة للجوانب الإدارية والقطاعات الإدارية المختلفة داخل المؤسسة.

وعلي الرغم من تنوع الموضوعات التي يطرحها الإعلام الجديد وتعدد ما بين السياسية والإقتصادية والإجتماعية، إلا إنه إكتسب مكانة خاصة في إثراء المجال المعلوماتي بقدرته علي إحتضان مختلف الإتجاهات والرؤي ومايسفر عنها من مضامين متعددة الإتجاه Many to Many، مايعني تراجع المحتوى المعلوماتي أحادي الإتجاه One - Way Information، وتعاضم دور الإتصال في إتجاهات متعددة من الجمهور إلي الجمهور، وإتاحة الفرصة لمستخدمي الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة لإنتاج وسائلهم الإعلامية، وتحريها ومراقبة ماينشر في الوسائل الأخرى.

وفي الوقت الذي كانت الوسائل التقليدية تبذل جهوداً كبيرة في العرض والتقديم لتظهر بصورة الحريص علي تلبية حاجات الجمهور ويتصدرها الحاجة إلي التعبير ودعم المشاركة في العملية الإعلامية كطرف أصيل فيها، في هذا الوقت كان تصميم تقنيات الوسائل الجديدة وبرامجها يضع في إعتباره هذه الحاجات وضرورة تليبيتها، فكان إهتمامها بتحقيق التفاعلية مع الوسائل ومحتواها والقائمين عليها، وحرية الأفراد المستخدمين في البحث والتقصي والتجول في الملايين المواقع والمحركات التي حملت لهؤلاء الأفراد عشرات المليارات من صفحات المعارف والمعلومات والشروح والتفسيرات والموسوعات والمكانز التي تليبي الحاجة الي المعرفة، بجانب المواقع الإخبارية والتفسيرية التي تحمل الأخبار والآراء ووجهات النظر المتعددة في مواقع وصفحات يمكن التجول خلالها والإفادة منها في سرعات قياسية.

إن نمو "الإعلام الجديد" سمح بالعودة الهائلة لمصطلح "صحافة المواطن" كما أتاح الإعلام الجديد فرصاً عديدة منها التشارك بالمعلومات بين جميع مشتركى الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر علي المواقع الاجتماعية وعند نهاية كل مقال أو خبر كل هذا وما صنعه الإعلام الجديد مع الثورات التي اجتاحت منطقة

الشرق الأوسط والاحتجاجات التي عمت العديد من الدول الأوروبية وأمريكا و يعتبر إضافة جديدة إذ صنعت هذه الأحداث ما يسمى بالمواطن الصحفي، فصار الشخص الذي يعيش الأحداث أن يصورها أو يكتب عنها ويرسل ما يصور أو يكتب إلى وسائل الإعلام المتلهفة للأخبار من مناطق لم يستطع مراسلو تلك الوسائل من دخولها إما بسبب النظام الحاكم لخوفه من معرفة العالم بما يحدث أو لصعوبة الوصول للحدث الذي قد يتعدى وقته دقائق فقط فما كان من الممكن نقله للعالم إلا من خلال الذين عايشوه ووثقوه.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة لوسائل الإعلام الجديدة والتقنيات الرقمية الجديدة المختلفة إلا إنها تهدد نماذج الأعمال الراسخة واستراتيجيات المؤسسات الصحفية، حيث تأثرت المؤسسات الصحفية بالإعلام الجديد وتقنياته الرقمية المختلفة وأصبح هناك تغير في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة في المؤسسات الصحفية المختلفة، وتكر هذه الفكرة البحثية حول دراسة تأثير توظيف الإعلام الجديد على الجوانب الإدارية في المؤسسات الصحفية وهذه الجوانب الإدارية هي: (إدارة التحرير - إدارة التوزيع - إدارة المطابع - إدارة الإعلانات). وكذلك دراسة دور الاعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أحدثته من تغيرات على الجوانب التنظيمية والإدارية في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة. الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمسح التراث العلمي الخاص برسائل الماجستير والدكتوراه، كذلك البحوث المنشورة في الدوريات العلمية العربية في مجالات: الإعلام الجديد - وإدارة المؤسسات الصحفية، وقد قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلي محورين رئيسيين، وذلك للوقوف على ما انتهى إليه الآخرون في مجال موضوع الدراسة . أولاً: الدراسات المتعلقة بالإعلام الجديد. ثانياً: الدراسات المتعلقة بتوظيف الإعلام الجديد في الجوانب الإدارية في العمل الإداري الصحفي. مشكلة الدراسة:

في الوقت الذي إنشغل فيه فريق من الباحثين بدراسة الضغوط والتحديات التي تتطوي عليها البيئة الخارجية المحيطة بالنظام الصحفي، إنشغل فريق آخر من الباحثين بدراسة تأثير العوامل التي تتطوي عليها البيئة الداخلية للنظام الصحفي وفي مقدمتها أنماط وأساليب تنظيم وإدارة الجهاز التحريري وغرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية، وكذلك تأثيرات نمط الملكية وطبيعة المناخ التنظيمي وعلاقات العمل الساندة، وتأثير توظيف الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة على الجوانب الإدارية في المؤسسات الصحفية وهذه الجوانب الإدارية هي:

(إدارة التحرير - إدارة التوزيع - إدارة المطابع - إدارة الإعلانات).

وكذلك الجوانب المتعلقة بإدارة العملية التحريرية والعناصر البشرية في الهيكل التنظيمي فهي أكثر العناصر التي تتأثر بالإعلام الجديد والتكنولوجيا المستحدثة وتؤثر في العمل الإداري لصحيفة من جميع جوانبها، ولاشك أن الجهاز التحريري في أية صحيفة يمثل عمودها الفقري دون مبالغة، ولاشك أن العنصر البشري المؤهل الذي يعمل في إطار هذا الجهاز بما يحمله من سمات وخصائص وقيم ومعتقدات يمثل أحد أهم موارد المؤسسة الصحفية وعناصر الإنتاج بها .

هناك مؤشرات كثيرة أكدتها الدراسات السابقة تدل على أن أساليب تنظيم وإدارة العمل بالجوانب الإدارية بالمؤسسات الصحفية مازال يغلب عليها الطابع التقليدي على الرغم من العصر التكنولوجي والتطور الرقمي الهائل في هذا العصر حيث نحن نعيش الآن في ثورة هائلة وتغيرات كبيرة في بنية ونوعية الإتصال نتيجة للتطور الذي أحدثته تكنولوجيا الإتصال الحديثة.

فلا بد أن تكون هناك إدارة ناجحة تستطيع أن تجمع كل نشاطات العمل الصحفي في نشاط واحد من رأس المال إلي التحرير ومن الإخراج إلي الطباعة ومن التوزيع إلي الإعلان بحيث تخرج لنا صحيفة أو مجموعة صحف ناجحة تستطيع التكيف والتعامل في ظل وجود الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة فقد أدي تطور الصحافة وانتشارها إلي إستخدام وسائل الإتصال الحديثة والإعلام الجديد في نقل الأخبار، الي أن الأخبار والأفكار قد أصبحت تصل إلي الملايين في لحظات

وتطويره فاعلة ومؤثرة تحققها وسائل الإعلام الجديد على الجوانب الإدارية في المؤسسات
الإدارية وبين الإعلام الجديد وأدوات تكنولوجيا الإتصال
ومما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما تأثير توظيف

وسائل الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة على الجوانب الإدارية بالمؤسسات
الصحفية من خلال رصد وتحليل ما أحدثته تلك الوسائل في تطور نظم الإدارة
بالمؤسسات الصحفية علي مستوى قطاعات التحرير والتوزيع والمطابع
والإعلانات؟ وما هي الجوانب المتوقعة بإدارة العملية التحريرية والعناصر البشرية
في الهيكل التنظيمي؟، وكيفية تعامل القائم بالإتصال مع الإعلام الجديد
والتكنولوجيا الجديدة داخل الجوانب الإدارية بالمؤسسات الصحفية في عصر
التكنولوجيا الحديثة؟، وما التغيرات التي أحدثها الاعلام الجديد بتقنياته الرقمية
الجديدة علي المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، ومقارنة تلك التأثيرات لوسائل
الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة علي نماذج الإدارة للمؤسسات الصحفية. عينة
الدراسة وهما " مؤسسة دار التحرير - مؤسسة المصري اليوم - مؤسسة الوفد"،
ومحاولة التوصل في ضوء النتائج إلي نموذج تنظيمي إداري مقترح من واقع
المقارنات بين الحالات عينة الدراسة.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية موضوع الدراسة إلي:

(١) تهتم الدراسة بتأثير الإعلام الجديد وتقنياته الرقمية المختلفة علي القطاعات
الإدارية في المؤسسات الصحفية المصرية وهي تمثل إتجاه جديد في مجال إدارة
المؤسسات الصحفية.

(٢) كما تضيف الدراسة بعداً آخر من خلال دراسة العلاقة بين الجوانب الإدارية في
المؤسسات الصحفية المصرية، أو توظيف مجالات الإعلام الإجتماعي الجديد علي
الجوانب الإدارية بالمؤسسات الصحفية.

- ٥- هل أدى تطبيق الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة إلي زيادة أعباء مادية أم
أدي إلي زيادة عوائد مادية للمؤسسات الصحفية عينة الدراسة؟ وما هو اثر
تطبيق ذلك علي الحالة الإقتصادية داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة؟
- ٦- هل إقترن إستخدام الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة بإعادة تنظيم سير
العمل في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة؟
- ٧- ما الشروط الواجب توافرها في الصحفي حتي يلتحق بالعمل في المؤسسات
الصحفية في ظل توظيف الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة؟
- ٨- هل هناك في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة قسم يختص بالبحث في
تطورات الإعلام الجديد وتأثيره علي المنتج الصحفي؟ وكيف يمكن الإستفادة
من هذا القسم؟
- ٩- ما التأثيرات الإيجابية والسلبية التي يمارسها الإعلام الجديد على الجوانب
الإدارية للمؤسسات الصحفية عينة الدراسة؟
- ١٠- ما إيرادات توزيع الصحف والإعلانات في إطار توظيف الإعلام الجديد
على هذه الجوانب الإدارية داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة؟
- ١١- ما مدي نجاح أو تعثر الصحف عينة الدراسة في تطبيق سياسات الإعلام
الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة في العمل الإداري الصحفي؟
- ١٢- ما المقترحات التي يطرحها القائمين بالإتصال لتطوير أداء العمل
بإستخدام الإعلام الجديد داخل إدارات المؤسسات الصحفية عينة الدراسة؟
- ١٣- ماهي رؤية القائمين بالإتصال لمستقبل الجوانب الإدارية في المؤسسات
الصحفية عينة الدراسة في إطار توظيف الإعلام الجديد علي هذه الجوانب
الإدارية في العمل الصحفي؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وبين المحررين والإداريين المستخدمين للإعلام الجديد في العمل الصحفي وغير المستخدمين في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، بينما توجد فروق ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة وبين الإداريين والمستخدمين للإعلام الجديد في العمل الصحفي والمحررين وغير المستخدمين في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة في ضوء المتغيرات التالية:

- 1- المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - الإقتصادي).
- 2- الأقدمية في العمل " الخبرة".

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية واستخدام الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة وبين " كفاءة النظام الإداري" التغيرات في الجوانب الإدارية للعملية التحريرية الناتجة عن استخدام الإعلام الجديد في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

الفرض الثالث: توجد فروق ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وبين صناعة القرار الإداري في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، بينما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة وبين صناعة القرار الإداري في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

الفرض الرابع: توجد فروق ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وبين زيادة الثقة في الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، بينما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة وبين زيادة الثقة في الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي تتجه إلي وصف الظاهرة المدروسة كما هي، والتعرف علي الموقف الحالي بظروفه وملابساته المختلفة، حيث تستهدف

رصد وتوصيف وتفسير طبيعة توظيف الإعلام الجديد على القطاعات الإدارية في المؤسسات الصحفية والجوانب المتعلقة بإدارة العملية التحريرية وتنظيم الجهاز التحريري وكذلك وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة معتمدة على وصف الأحداث والحقائق وتحليلها وتفسيرها لإستخلاص نتائج ودلالات للوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.

مناهج الدراسة:

١- منهج المسح الإعلامي:

تستخدم الباحثة منهج المسح الإعلامي Survey بإعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة، وهو أيضاً منهج يستخدم لجمع المعلومات، لوصف ومقارنة وشرح المعارف واتجاهات وسلوك الأفراد أو المستجيبين للبحث، وهو أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير وتحليل الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها، وفي إطار هذا المنهج سوف يتم استخدام مسح الوسيلة ومسح أساليب الممارسة للمؤسسات الصحفية عينة الدراسة لمعرفة تأثير توظيف الإعلام الجديد علي الجوانب الإدارية داخل هذه المؤسسات الصحفية عينة الدراسة .

٢- أسلوب المقارنة:

تعتمد الباحثة علي هذا الأسلوب من خلال رصد أوجه التشابه والاختلاف بين تأثير توظيف الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة على كافة الجوانب الإدارية في المؤسسات الصحفية وهي (إدارة التحرير - إدارة الطباعة - إدارة الإعلانات - إدارة التوزيع)، وكذلك مقارنة هذه العوامل داخل صحيفة دار التحرير والمصري اليوم والوفد.

أدوات جمع البيانات:

(أ) صحيفة الاستقصاء:
هدف تستخدم الباحثة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية للقائمين بالإتصال من المحررين ورؤساء القطاعات ومديري العموم والقيادات الإدارية العليا والإداريين في الصحف عينة الدراسة.

(ب) المقابلة المتعمقة:
هي أحد الأدوات البحثية التي يستخدمها الباحثون للحصول على معلومات وبيانات حول أفكار وسلوك وإتجاهات المبحوثين حيال قضية أو موضوع معين، وتتميز هذه الأداة البحثية بآتاحة التفاعل بين الباحث والمبحوث من خلال مناقشة حرة حول موضوع الدراسة.

بمنظمت الباحثة هذه الأداة في مؤسسة دار التحرير والمصري اليوم والوفد، بالتطبيق على عدد من القيادات الإدارية من رؤساء الأقسام ورؤساء القطاعات الإدارية الأربعة (التحرير - التوزيع - المطابع - الإعلانات) ومديري التحرير ومديري القطاعات الإدارية الأربعة في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

(ج) المقارنة:
لم تكثف هذه الدراسة بمجرد التوصيف فقط ولكن عقد مقارنة من خلال استخدام المنهج المقارن بين تأثير توظيف الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة في الجوانب الإدارية في المؤسسات الصحفية التالية (دار التحرير - المصري اليوم - الوفد).

الإطار الإجرائي للدراسة:

عينة الدراسة، وتشمل:

أ- عينة صحف الدراسة:

أ- تم إختيار مؤسسة "دار التحرير" لإجراء الدراسة الميدانية وذلك للأسباب التالية:
أ- تتمتع بضخامة في نشرها الصحفي ويوجد بها هيكل إداري ضخم.

إهتمامها بتوظيف التكنولوجيا داخل القطاعات الإدارية الخاصة بها.

- تم إختيار صحيفة "المصري اليوم" لإجراء الدراسة الميدانية وذلك للأسباب التالية:

١- تعتبر " المصري اليوم" من الصحف الخاصة التي تصدر بشكل يومي منذ صدورها (٢٠٠٤).

٢- التمويل الكبير من عائدات الإعلانات التي لا تخلوا منها الصحيفة حتي خلال ثورة ٢٥ يناير وأرقام التوزيع، ما أكد ذلك إنشاء الصحيفة لمطابع خاصة بها " حيث تعتبر الصحيفة أول صحيفة مستقلة تمتلك مطابع خاصة بها، والثانية بعد صحيفة الأهرام" بدلاً من طباعتها بمطابع الأهرام.

٣- تتمتع الصحيفة بتأثير قوي ومصدقية - إلي حد ما- لدي القاريء علاوة علي إستخدامها لتكنولوجيا الحديثة في القطاعات الإدارية الخاصة بها منذ بدايتها.

- تم إختيار صحيفة "الوفد" لإجراء الدراسة الميدانية وذلك للأسباب التالية:

١- لمكانة حزب الوفد - الذي تصدر عنه الصحيفة - والذي يعد من أقدم الأحزاب السياسية المصرية.

٢- وقع الإختيار علي الصحيفة لدورية الصدور اليومية بالإضافة إلي ما تتمتع به من تاريخ طويل منذ ١٩٨٧.

٣- إتسمت الصحيفة بعدم الإستقرار التحريري بعد ثورة ٢٥ يناير مما إنعكس علي القطاع الإداري بداخلها.

ب- عينة القائمين بالإتصال:

تشمل هذه العينة القيادات الإدارية العليا، ورؤساء القطاعات، ومديري العموم، والمحريين وجميع الإداريين ومساعدتهم داخل القطاعات الإدارية الأربعة (قطاع التحرير - قطاع الإعلانات - قطاع المطابع - قطاع التوزيع) في الصحف عينة

دراسة، حيث تم إختيار (١٥٠) مفردة من المحررين والقائمين بالاتصال داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة وتم توزيعها بنسب متساوية بين المؤسسات الثلاثة عينة الدراسة كالتالي: مؤسسة دار التحرير (٥٠) مفردة، مؤسسة المصري اليوم (٥٠) مفردة، مؤسسة الوفد (٥٠) مفردة.

الطود الزمنية للدراسة:

سوف يتم جمع البيانات الخاصة بالجوانب الإدارية موضوع الدراسة وذلك ابتداء من عام ٢٠١٣، حيث تتبأ أحد الباحثين أنه بحلول عام ٢٠١٣ سوف يتجه المعلنين نحو النشر الإلكتروني في مواقع الإنترنت والهواتف المحمولة المتطورة مثل IP بدلاً من وسائل الإعلام التقليدية، وذلك لتعرف على أهم المتغيرات التي حدثت في القطاعات الإدارية الأربعة (التحرير والتوزيع والإعلانات والمطابع) نتيجة توظيف الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة والتكنولوجيا الجديدة داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة وكذلك التركيز على الجوانب الإدارية في العملية التحريرية والقائم بالاتصال والهيكلة التنظيمي.

نتائج الدراسة الميدانية:

١- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن المؤسسات الصحفية تحرص على التطور التكنولوجي والإستفادة من منجزات الثورة التكنولوجية بنسبة (٨٧.٣)، في حين أكدت نتائج الدراسة على أن المؤسسات الصحفية لا تحرص على التطور التكنولوجي والإستفادة من منجزات الثورة التكنولوجية بنسبة بنسبة (١٢.٧).

٢- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن بداية إهتمام المؤسسات الصحفية بالتحديث والتطور التكنولوجي وإستخدام أدوات الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة في العمل الصحفي والإداري كان منذ ٥ سنوات إلي أقل من ١٠ سنوات بنسبة (٥.٥) وذلك في المرتبة الأولى، بينما كان منذ أكثر من ١٠ سنوات بنسبة (٢٨.٣) وذلك في المرتبة الثانية.

٣- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن من أكثر أدوات الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة التي يحرص الصحفيون والقائمون بالاتصال في المؤسسات الصحفية علي إستخدامها في العمل الصحفي هي " شبكة الإنترنت" بنسبة (٨١.٣) في المرتبة الأولى، وتأتي "أجهزة المحمول" بنسبة (٧٦.٧) في المرتبة الثانية، و" الفيس بوك" بنسبة (٦٨.٧) في المرتبة الثالثة.

٤- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن إستخدام أدوات الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة في العمل الصحفي ساعد علي مواكبة العصر بنسبة (٢.٨٧) وذلك في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية أكدت النتائج أن الصحفيون يحرصون علي إستخدام أدوات الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة في العمل الصحفي بنسبة (٢.٨٥).

٥- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن إستخدام الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة في العمل علي تطوير الأداء الصحفي للقائمين بالاتصال داخل المؤسسات الصحفية أحدث تأثير بدرجة كبيرة بنسبة (٨٠.٧)، بينما جاء عدم حدوث تأثير ضعيف بنسبة (١٩.٣)، ويعد حدوث تأثير بدرجة كبيرة مؤشراً إيجابياً وجيداً لبدء التطور والنهوض بالثورة التكنولوجية والقضاء علي التخلف.

٦- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن تطبيق الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة سيؤدي إلي زيادة الأعباء المالية وذلك لشراء أحدث الأجهزة التي تواكب التكنولوجيا الحديثة بنسبة (٥٣.١) في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية تأكيد الباحثين علي أن تطبيق الإعلام الجديد والتكنولوجيا الجديدة سيؤدي إلي الإلتين معاً عوائد مادية للمؤسسة الصحفية وكذلك زيادة الأعباء المالية نتيجة شراء أجهزة حديثة بنسبة (١٧.٢).

٧- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد لديهما قدرة علي إحداث إيجابيات في القطاعات الإدارية داخل المؤسسات الصحفية إلي حد ما بنسبة (٤٦.٧)، بينما لديهما قدرة علي إحداث إيجابيات في القطاعات الإدارية داخل المؤسسات الصحفية إلي حد كبير بنسبة (٤٢.٠).

٨- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد لديهما قدرة علي إحداث سلبيات في القطاعات الإدارية داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة إلي حد ما بنسبة (٥٣.٣)، وإلي حد كبير بنسبة (١٧.٣)، بينما إمكانية عدم قدرة التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد علي إحداث سلبيات في القطاعات الإدارية إلي بنسبة (٢٩.٣).

٩- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن من أهم أشكال توظيف تطبيقات التكنولوجيا والإعلام الجديد في القطاعات الإدارية المختلفة داخل المؤسسات الصحفية، في المرتبة الأولى سهولة تلقي الخبر وسرعة وضع الخبر علي الصفحة وسرعة الطباعة بنسبة (٢٠.٤)، ويأتي في نفس مستوي درجة الأهمية الإعتقاد علي المواقع الإجتماعية بإعتبارها مصادر للأخبار بنسبة (٢٠.٤)، وفي المرتبة الثانية إمكانية الوصول إلي القارئ بطريقة أسرع وأسهل بنسبة (١٢.٢).

١٠- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن استخدام الإعلام الجديد وأدواته المختلفة في المؤسسات الصحفية إقتصادياً وإدارياً أحدث تأثيراً كبيراً كان أهمها في المرتبة الأولى ظهور أقسام جديدة في المؤسسات الصحفية مهمتها متابعة استخدام التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد في العمل الصحفي بنسبة (٦٤.٠)، وفي المرتبة الثانية زيادة الإهتمام بالدورات التدريبية لتنمية استخدام الإعلام الجديد في العمل الصحفي بنسبة (٥٦.٠).

وفي المرتبة الثالثة إنشاء مراكز تدريب تابعة للمؤسسة الصحفية تقوم بتدريب الصحفيين علي وسائل الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة بنسبة (٥٣.٣).
١١- أكدت نتائج الدراسة الميدانية إختلاف القائمين بالإتصال في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة حول إمكانية التوصل إلي قسم يختص بالبحث في تطورات الإعلام الجديد وتأثيره علي المنتج الصحفي في هذه المؤسسات، إذ أكد البعض علي وجود قسم يختص بالبحث في تطورات الإعلام الجديد وتأثيره علي المنتج الصحفي بنسبة (٤٣.٣)، بينما أكد البعض الأخر عدم وجود قسم يختص بالبحث في تطورات الإعلام الجديد وتأثيره علي المنتج الصحفي بنسبة (٥٦.٧).

١٢- أكدت نتائج الدراسة الميدانية علي أن الرؤية المستقبلية للقطاعات الإدارية المختلفة داخل المؤسسات الصحفية في ظل توظيف الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة كان من أهمها في المرتبة الأولى تأكيد المبحوثين علي أن الإعلام الجديد هو المستقبل لمواكبة التطوير بنسبة (٢٣.٨).

١٣- يتضح صحة الفرض الأول والقائل بوجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وبين المحررين والإداريين المستخدمين للإعلام الجديد في العمل الصحفي وغير المستخدمين في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، بينما توجد فروق إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة وبين المحررين والإداريين المستخدمين للإعلام الجديد في العمل الصحفي وغير المستخدمين في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة في ضوء المتغيرات التالية:

- المتغيرات الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي والإقتصادي).

١٤- يتضح صحة الفرض الثاني والقائل بوجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وإستخدام الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة وبين " كفاءة النظام الإداري" التغيرات في الجوانب الإدارية للعملية التحريرية الناتجة عن إستخدام الإعلام الجديد في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

١٥- يتضح صحة الفرض الثالث والقائل بوجود فروق إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وبين صناعة القرار الإداري في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، بينما توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الإعلام الجديد بتقنياته الرقمية المختلفة وبين صناعة القرار الإداري في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

١٦- يتضح صحة الفرض الرابع والقائل فروق إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسة الصحفية وبين زيادة الثقة في الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة، بينما توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام الإعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة وبين زيادة الثقة في الأداء الصحفي في المؤسسات الصحفية عينة الدراسة.

مصادر ومراجع الدراسة:

أولاً: المصادر والمراجع باللغة العربية :

المراجع:

- الدراسات غير المنشورة :

- محمود إسماعيل عبد الرؤوف: "إخراج الصفحة الأولى في الصحف المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١"، دراسة تطبيقية علي عينة من الصحف اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام بنين، قسم الصحافة والنشر، الدراسات العليا، ٢٠١٥).
- أحمد محمد حسن رفاعي: "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الإجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٤).
- ريم نجيب محمد زناتي، "إتجاهات الجمهور والقائم بالإتصال نحو الإعلان الإلكتروني والإعلان الصحفي المطبوع"، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٤).
- شيماء عبدالرحمن مكاوي السيد: "العلاقة بين نظم الإدارة الصحفية وكفاءة الأداء المهني للقائمين بالإتصال في الصحافة المصرية في ظل استخدام تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية" دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٣).
- عمرو محمد أسعد: "العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية وقيمهم المجتمعية" دراسة علي موقعي ال يوتيوب Youtube وال فيس بوك Facebook، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١١).
- محرز حسين غالي: "إتجاهات النخب الصحفية المصرية نحو مستقبل صناعة الصحافة في مصر خلال العقد القادم (٢٠٠٤ - ٢٠١٤)"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٧).
- محمود معروف محمود عبد الرحمن: "تأثيرات التقنيات الصحفية الحديثة في المؤسسات الصحفية المصرية علي تطوير الإخراج الصحفي ليعض إصدارات

تأثير توظيف الإعلام الجديد على الجوانب الإدارية في المؤسسات

المؤسسات الصحفية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧).

الدراسات والمقالات المنشورة في دوريات علمية :
عائشة البوسميط: "الصورة الذهنية لوسائل الإعلام الجديد ودورها الفاعل في تغيير الواقع الإعلامي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الواحد والأربعون، يولية- سبتمبر، ٢٠١٢، ص ٣١٠- ٣١٩.

حنان أحمد سليم : " الإتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث علاقة الجمهور بالإنترنت والإعلام الجديد"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد التاسع والثلاثون، يناير- مارس ٢٠١٢ ص ٤٣٢- ٤٣٣.

التعليق:

إبراهيم عبدالله المسلمي: "إقتصاديات الإعلام"، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٤).

محمد عبدالحميد: "الإعلام الجديد"، (القاهرة: طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١٣).

عبدالصبور فاضل: " الصحافة والثورة الرقمية"، (القاهرة: ٢٠١٣).

محمد سيد ريان: "الإعلام الجديد"، (القاهرة: مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، ٢٠١٢).

حسنين شفيق: "الإعلام الجديد" (الإعلام البديل) (القاهرة: دار فكر وفن لطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١).

محمد عبد الحميد: "المدونات" الإعلام البديل، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٩).

محرز حسين غالي: "إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها في العالم المعاصر"، ط١ (القاهرة: دارالعالم العربي، ٢٠٠٩).

حسنين شفيق: "الإعلام الجديد: الإعلام البديل"، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١).

- عبدالجواد مسعود ربيع: "إدارة المؤسسات الصحفية" دراسة في الواقع والمستحدثات، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦).
- محمود علم الدين، أميرة العباسي: "إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي، المبادئ الأساسية وحالات تطبيقه"، (القاهرة: دار العالم العربي، ٢٠٠٢).
- عدلي رضا، عاطف العبد: "المؤسسات الإعلامية" الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).
- محمود علم الدين، أميرة العباسي: "إدارة الصحف وإقتصادياتها"، (القاهرة: جامعة القاهرة، مركز التعليم المفتوح، ٢٠٠١).
- سامي طابع: "بحوث الإعلام"، ط ١، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١).
- بخت: الصحافة والإنترنت، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠).
- محمد عبد الحميد: "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط ١ (القاهرة: مكتبة عالم الكتب، ٢٠٠٠).

أوراق بحثية :

- محرز حسين غالي: "محددات الأداء الإقتصادي للمؤسسات والمشروعات الصحفية المصرية وعلاقتها بإتجاهات الصحفيين نحو طبيعة أسواق المنافسة السائدة وأساليب تنظيمها والعوامل المؤثرة فيها" بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة ٢٣-٢٥ إبريل ٢٠١٣، ص ص ٤٢-٤٣.
- أشرف جلال حسن محمد: "دور الشبكات الإجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية" دراسة ميدانية مقارنة علي الجمهور العربي في (مصر - تونس - ليبيا - سوريا - اليمن)، " بحث مقدم ضمن أعمال المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر لكلية الإعلام جامعة القاهر ١-٢ يوليو ٢٠١٢، ص ص ٣٧ - ٣٨.
- محرز حسين غالي: "إتجاهات التطور في دراسات إدارة المؤسسات الإعلامية وإقتصادياتها في العالم العربي والعوامل المؤثرة فيها، بحث مقدم ضمن أعمال

المؤتمر الدولي السابع عشر لكلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٠-
٢٠١١، ص ١٧٥-١٧٧.

عبدالجواد سعيد محمد: " إستخدامات القيادات الإدارية في المؤسسات الصحفية
المصرية للحاسبات الإلكترونية وأثرها في جودة الخدمة"، بحث مقدم ضمن
أعمال المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر " مستقبل وسائل الإعلام العربية"،
الجزء الثالث، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥، ص ١٠٦٩.

ثانياً: المراجع الأجنبية :

- Danielle Vinson, "Congress and New Media: What's Really New?". Prepared for delivery at the 2014 Annual Meeting of the Southern Political Science Association, New Orleans, Louisiana, January 9-11, 2014.p.p.18-19. . Online <PDF>. <http://www.allacademic.com>.
- Elias Hung, "ICT use by journalism professors in Colombia", Department of Journalism and Observatory of Education for the Caribbean Region of Colombia, 2011. Pp. 132- 135.
- Owyang, J, Social network stats: Facebook, Myspace, Reunion. , par com/blog/2011/12/09/ 14h social-network-stats-facebook-myspace-reunion-jan-20 .
- David Ingenito."Democracy in the 21st century:social media and politics- global village or cyber-Baikans?". Unpublished M.A.(Los Angeles,CA: University of Southern California,2010)pp.311-320.

- Michael Laine. "Effects of Group Categories on the Structure of Online Social Networks". Unpublished M.S. (Lawrence, Kansas: University of Kansas, 2010) p.4.
- Himelboim, Itai. And McCreery, Stephen, "The use of Interactive Features on News Websites: An International and Interorganization Comparative Study" paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec Singapor International Convention& Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 21, 2010 . Online <PDF>. <http://www.allacademic.com>
- James Trier. "Cool engagements with Youtube: Part 2". In: Journal of Adolescent& Adult Literacy.Vol.50,No.7, April 2007.p.599.
- Joann Keyton, Communication Research , 2nd Edition (U.S.A: McGraw- Hill, 2006), p.162.