ISSN: 2437-0827
DOI:5424/IJO/21547
مجلة دراســـات في علم اجتماع المنظمات
المجلد: 10 العدد: 01 السداسي الأول 2022

التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والتحول نحو الإدارة الرقمية في المؤسسات الإعلامية دراسة نظرية

New information and communication technologies And the shift towards digital management in media organizations theoretical study

د. حسينة بن رقية[1]،

[1] أستاذة محاضرة –أ–، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3، الجزائر،

hassina.benreguia@univ-constantine3.dz

تاريخ الإستقبال:2022/06/09 تاريخ القبول: 2022/07/30 تاريخ النشر:2022/08/15

ملخص:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن تأثير تكنولوجيات الإعلام الجديدة في إدارة المؤسسات الإعلامية بالتركيز على فوائد الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات الإعلامية، ودور التكنولوجيا في تطويرها والتحول بها نحو العالمية مع الاشارة إلى تحديات ادماج التكنولوجيات الجديدة في إدارة مؤسسات الإعلام.

حيث توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن ادماج التكنولوجيات الجديدة في إدارة المؤسسات الإعلامية وعلى رأسها الانترنت هو ما ساعد هذه المؤسسات على الخروج من محيطها المحلي والوطني والتحول نحو العالمية ما أدى إلى ظهور المجموعات الإعلامية العالمية.

كلمات مفتاحية: تكنولوجيات جديدة؛ إعلام؛ اتصال؛ مؤسسة إعلامية؛ إدارة رقمية.

Abstract:

The study aims to reveal the impact of new media technologies in the management of media institutions by focusing on the benefits of strategic management in media institutions, and the role of technology in its development and transformation towards globalization, with reference to the challenges of integrating new technologies in the management of media institutions.

Where the study came to the conclusion that the integration of new technologies in the management of media institutions, especially the Internet, is what helped these institutions get out of their local and national surroundings and shift towards globalization, which led to the emergence of global media groups.

Keywords: new technologies; media; communication; Media organization; digital management.

المرسل: د. حسينة بن رقية، الإيميل: hassina.benreguia@univ-constantine3.dz ، الهاتف:0553133506

1. مقدمة

شهدت الخريطة الاتصالية قفزات تكنولوجية هائلة ومتسارعة، فمنذ منتصف الستينيات عندما وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول العالم في الألفية الثالثة، أصبحت تكنولوجيا الاتصال عنصرا ملازما لكل مظاهر الحياة العصرية، لدرجة أن الإيمان بأهمية هذه التكنولوجية لا يكفي لتكييفها مع خدمات المعلومات والإعلام في العصر الراهن، فالمطلوب توفير الخبرة والمعرفة الكافية لمختلف أنواع التكنولوجيا من أجل الحصول على الاختيار الأفضل وفق الحاجة ووضع الخطط الكفيلة لتسييرها في مختلف الأنشطة.

إن التطور العلمي الذي يشهده العالم اليوم في مجال الصناعات التكنولوجية والتي أخذت طابع الابتكار وسهولة التعامل، أثر بشكل ملحوظ على مختلف مجالات الحياة، مما دفع العديد من المنظمات للاهتمام بالتكنولوجيا ومحاولة مواكبة ما يستجد فيها من تطورات تقنية لضمان اقتناءها والاستفادة منها.

فالتقدم وسط التطورات المتسارعة في عالم المعلوماتية والاتصالات قد أصبح الشغل الشاغل لأي نظام اقتصادي يريد أن يواجه عصر العولمة واختراق الثقافات والخصوصيات والأسواق، وعند الحديث عن الاقتصاد يجب التطرق للإدارة كعلم وواقع عملي.

فالإدارة هي التي تستشرف مستقبل المؤسسة وبناء إستراتيجيتها بواسطة التكنولوجيا ومتابعة خططها، كما أن التعرض للتطور الفني والتقني الذي شهدته وسائل الإعلام الجماهيرية ومن بينها الصحافة المطبوعة، وما يقتضيه ذلك التطور من إضافات جديدة في المفاهيم والمصطلحات والمكونات والمقومات لمفردات الإعلام والصحافة التي اتسع مفهومها وتغيرت أدواتها في عصر الانترنت ولم تعد تقتصر على دعامة الورق، بل انتقلت إلى مرحلة النبض الكهربائي الذي يظهر على شاشة الحاسوب في المكاتب إضافة للصحافة الالكترونية وغير ذلك من المتغيرات التي تقتضي وضع أسس جديدة لإدارة المؤسسات الصحافية بمفهومها الجديد.

فالمؤسسات الصحفية لم تكن بمعزل عن التقدم العلمي في المجال التكنولوجي، وأيقنت أن الحصول على المعلومات وتوثيقها واسترجاعها وصناعة مادة إعلامية متميزة، والعمل الجاد على تحقيق السبق الإخباري والمتابعات الإخبارية المتواصلة والتحليلات المتعمقة قد أصبح حتمية لضمان استمرارها، فكل ذلك يساعد على تفاعل القارئ مع صحيفته، ويزيد من شعبية تلك الوسيلة الإعلامية لاسيما مع تزايد الاتصال الجماهيري التفاعلي المباشر، وزيادة التفاعل المباشر المنشود مع زيادة مساحة الحرية للتعبير وتبادل الآراء ووجهات النظر والأفكار.

ما دفعنا في هذه الدراسة إلى الاهتمام بكشف أهم تأثيرات تكنولوجيات الاتصال والإعلام الجديدة في إدارة المؤسسات الإعلامية وأهم التغيرات التي مست النشاط الإداري للمؤسسات الإعلامية، وكيف ساهمت الإدارة الرقمية في تطوير إدارة مؤسسات الإعلام، محاولين تقديم إجابة كافية لتساؤل التالي:

كيف ساهمت تكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير نظم الإدارة الرقمية في المؤسسات الإعلامية والتحول بها نحو العالمية؟

حيث تم تفكيك هذه التساؤل الرئيس إلى التساؤلات الفرعية التالية:

2. ما الإدارة الحديثة وما أهميتها في عصر المعلومات؟
1. ما أهمية التكنولوجيات الجديدة في تطوير النشاط الإداري؟
2. ما الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات الإعلامية؟ وما فوائدها؟
3. ما السمات الأساسية لصناعة الصحافة في عصر المعلومات؟
4. ما تأثير تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة علي الإدارة الصحفية؟
5. ما إشكاليات وتحديات استخدام التكنولوجيا على المؤسسات الصحافية؟

2. الإدارة الحديثة وأهميتها في عصر المعلومات:

لقد خلفت تكنولوجيات الجديدة آثارا هائلة على النسيج الإداري، ويمكن رصد بعضها فيما يلي :[1]

– المساعدة في تخفيض حجم الجهاز الإداري واختصار النفقات بالتالي (بتقليص الإدارة الوسطى في الأساس).

– توزع قدرة الإدارة العليا على التخطيط والرقابة في ذات الوقت، والسماح بدرجات اكبر من اللامركزية وتفويض السلطة وتوزع عملية اتخاذ القرارات.

– توسيع وتنمية وتنشيط قنوات الاتصال وابتكار أساليب جديدة للاتصالات الإدارية تتخلص من قيود الوقت والزمان والمكان (الاجتماعات عن بعد).

– المساعدة على تركيز الإدارة في المهام الإستراتيجية والتخفيف الأعباء.

– المساعدة على سرعة التأقلم والتكيف مع المتغيرات نتيجة لسرعة العلم بها.

– المساعدة على تطوير وظائف الإنتاج واستحداث المنتجات الجديدة، وتحديث أساليب التسويق.

3. أهمية التكنولوجيا في تطوير النشاط الإداري:

لأنها تساهم بشكل كبير في "تطوير الكفاءات المتخرجة من الجامعات فهي توفر مصدرا تفاعليا هاما للمعلومة يساهم في تطوير التعليم والتكوين ورفع الكفاءة وبالتالي رفع مستوى الأداء في المؤسسات المشغلة لهذه الكفاءات"[2]، فتكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة بكل محتوياتها المعلوماتية تساهم بشكل إيجابي في تطوير العمل الإداري داخل التنظيمات على اختلافها عن طريق[3]:

1. أداء عمليات متعددة بسرعة فائقة وبدقة متناهية.
2. تخزين واسترجاع ونقل كميات من المعلومات بأسهل الطرق.
3. توفير حاجة المستخدمين حيث أنها تزيد من مقدار معدل الأعمال.

4. دقة وتكامل الملفات وتنسيق المداخل المتعددة للبيانات وإعادة صياغتها.
5. زيادة فاعلية القوى المهنية والإدارية وترشيد عملية اتخاذ القرارات.

لهذا "فإن المهتمين في جميع مجالات النشاط الإنساني عموما والإداري خصوصا سيستخدمون الاتصال والاختزان الإلكتروني في إنتاج وبث واختزان بلايين المعلومات الورقية والتخلص منها"[4]..

6. "القوة الهائلة لتقنيات الاتصالات في إعداد التقارير، ومعالجة كم هائل ولحظي من المعلومات، والحصول على الإحصائيات المناسبة بسرعة بالغة تعطي فاعلية ومرونة عالية في سرعة التقييم واتخاذ القرار.."[5].
7. "تهذيب الكادر البشري بالاستثمار الفعال للتقنيات، الذي يخفف عبئ الكادر البشري الواسع، ويسهل ترابط الأقسام الإدارية من خلال الشبكات التي تسهل تبادل وتناقل المعلومات بين مرافق العمل.
8. بناء بنك معلومات لإدارة معلومات الشركة، يعطي حياة وديناميكية لاستثمار هذه المعلومات في تطوير وحركة المعلومات الإدارية وفعاليتها.
9. تسهيل قراءة مؤشرات ومؤثرات السوق العالمي اللحظية، من خلال قوة المعالجة للحركة الاقتصادية لأي كتلة اقتصادية في أي دولة"[6].

4. الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات الإعلامية وفوائدها:

1.4. مفهوم الإدارة الاستراتيجية:

تعرف الإدارة الإستراتيجية بأنها:"علم وفن صياغة وتنفيذ وتقيم القرارات الوظيفية المختلفة، والتي تمكن المنظمة من تحقيق أهدافها"، كما أنها: "مجموعة القرارات والتصرفات الإدارية التي تحدد أداء المنظمة في الأمد الطويل"[7].

2.4. الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات الإعلامية:

بتطبيق مفهوم الإدارة الإستراتيجية على المؤسسات الإعلامية ومفهوم الإدارة فيها نجد أن تفحص هذه التعريفات التي قبلت في الإدارة الإستراتيجية يوضح أن بعضها يركز على تصور دور المنظمة ورسالتها وغاياتها بينما يركز بعضها اعلى عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية وتخصيص الموارد التنظيمية، وعلى إنها علم وفن صياغة وتنفيذ القرارات الوظيفية، فالإدارة الإستراتيجية في المؤسسات الإعلامية هي:عملية تخطيط للتصورات المستقبلية للمنظمة وتصميم رسالتها وتحديد أهدافها المرتقبة على المدى البعيد وتحديد أبعاد العلاقات المتوقعة بينها وبين بيئتها بما يسهم في بيان الإمكانيات و الفرص والمخاطر المحيطة بها، ونقاط القوة والضعف فيها، وذلك بهدف اتخاذ القرارات الإستراتيجية الحيوية المؤثرة على المدى البعيد ومراجعتها وتصنع مستقبلها.

3.4. أهمية الإدارة الإستراتيجية في المؤسسات الإعلامية:

لا يمكن حصر فوائد هذه الإدارة على المؤسسات الإعلامية وحدها، بل في المنظمات المختلفة وتكمن أهميتها في عاملين أساسيان يتفاعلان معا:

الأول: إن إيمان الإدارة العليا بالإدارة الإستراتيجية واعتمادها في إطار العمل الآني والمستقبلي من شأنه تحقيق فوائد عديدة للمنظمة.

الثاني: إن اعتماد الإدارة الإستراتيجية أصبح الآن خيارا استراتيجيا بالنسبة للإدارة العليا في المنظمات نظرا لما تواجهه من تحديات عديدة محلية، إقليمية، وعالمية، وبالتالي فان التفكير بإدارة العمل وتحقيق أهداف المنظمة بالأساليب التقليدية ما عاد مجديا في يومنا هذا.

نشهد للإدارة الإستراتيجية فوائد مهمة يمكن تحصيلها في مختلف التنظيمات التي تطبقها أهمها:[8]

1. وضوح الرؤية المستقبلية واتخاذ القرارات الإستراتيجية تتطلب صياغة الإستراتيجية، وقدرا كبيرا من دقة توقع الأحداث المستقبلية والتنبؤ بالمجريات والاستعداد لها ثم تطبيقها لتحقيق نمو المنظمة. أي أن الإدارة الإستراتيجية تسمح للمنظمة بالاستعداد المسبق والتأثير في الأنشطة لأجل مستقبلها الخاص.
2. تاريخيا كانت الفائدة الأساسية تنحصر في مساعدة المنظمة في عمل استراتيجيات جيدة من خلال استخدام الطريقة المعينة في إيجاد الخيار الاستراتيجي، وبالرغم من أن ذلك لا زال يشكل ميزة أساسية في الإدارة الإستراتيجية، إلا أن الدراسات الحديثة تؤكد على أنها العملية **Process** وليس القرار أو التوثيق، وهي المساهمة الأهم للإدارة الإستراتيجية.
3. استيعاب وفهم أفضل المتغيرات البيئية سريعة التغير، وتستطيع المنظمات من خلال اعتمادها الإدارة الإستراتيجية الاستيعاب الأفضل والتأثير في الظروف الاقتصادية والاجتماعية ومتغيرات بيئتها في المدى البعيد، قياسا على وضعها في الأمد القصير، ومن ثم تستطيع استغلال الفرص المتاحة وتقليل اثر المخاطر البيئية بما يخدم نقاط القوة ويحجم نقاط الضعف داخليا.
4. تحقيق النتائج الاقتصادية والمالية، فالمنظمات التي تستخدم الإدارة الإستراتيجية هي الأكثر نجاحا لأن هناك علاقة ايجابية بين النتائج الاقتصادية والمالية المنظمة ومدى اهتمامها بإدارة استراتيجياتها طويلة المدى.
5. تدعيم المركز التنافسي، تقوي الإدارة الإستراتيجية مركز المنظمة في ظل الظروف التنافسية الشديدة، وتدعم مركز الصناعات التي تواجه تغيرات تكنولوجية متلاحقة، كما تساعد المنظمة على الاستفادة من مواردها المتنوعة.
6. الاستثمار الفعال لإمكانات والموارد، فتساعد الإدارة الإستراتيجية على توجيه جهود المنظمة بشكل جيد في المدى البعيد، كما تساهم في حسن استخدام مواردها وإمكانياتها بطريقة فعالة وبما يضمن استغلال نقاط القوة والتغلب على نواحي الضعف.

5. سمات صناعة الصحافة وخصائصها في عصر المعلومات:

يرى البعض أن "عام 1828 م هو عام الصحافة الحقيقية، حيث و ضع العالم الألماني "اوتوجروت" معايير الصحيفة الحديثة التي تتمثل في: دورية الصدور، والطباعة الآلية، وأن تكون متاحة للجميع مع تنوع المضمون وملاحقة الأحداث الجارية، حيث تمثل هذه الحقيقة منعطفاً مهماً نقل الصحافة إلى عالم الصناعة بما يحتويه من إمكانات مادية وبشرية وتنظيمية كبيرة"[9].

هذه الأسس التي وضعها " اوتوجروت" تعود إلى انتقال الصحافة من عهد صحافة الرأي والدراسات الأدبية إلى صحافة الخبر بالدرجة الأولى، ومن خصائص هذا النمط من الصحافة:

ازدياد أهمية عامل الوقت، والمنافسة الحادة التي فرضت على الصحيفة استخدام أعداد ضخمة من العاملين في مختلف ميادين العمل الصحفي، واستخدام الأجهزة والتقنيات التي تساعد على تقديم الخدمة الإخبارية بشكل مثالي وفي الوقت المناسب.

6. تأثير تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة علي الإدارة الصحفية:

تعد الصحافة الوسيلة الإعلامية الأولى التي حصلت البشرية من خلالها على المعلومات والأخبار والمعارف والأفكار، كما إنها أسهمت بإضاءة جوانب كثيرة في حياة البشر محدثة فيها الكثير من التحولات.

وكشفت دراسة أجرتها "ميتشغان" الأمريكية أن "الصحف كان لها التأثير الأكبر على مشاركة أصحاب مستويات التعليم الجيدة في الانتخابات في الوقت نفسه لم يكن للتلفزيون التأثير الذي يماثل الصحافة، لضعف وجود تعبئة للمعلومات فيه فلم تستطيع أخبار التلفزيون أن توفر معلومات عميقة ومن المستحيل لهذه الوسائل الإعلامية الأخرى أن تصل إلى عمق الصحف، وهذا من أهم العوامل التي تحفظ للصحافة لأنها تتمتع بمميزات عديدة قياسا إلى الوسائل الأخرى إذ تعطيها القدرة على مواجهة الوسائل الحديثة"[10].

1.6. الصحافة وتأثير التكنولوجيا:

إن وفرة المعلومات وتدفق الاتصال سوف يسهم في إتاحة المعلومات بشكل لم تعرفه البشرية من قبل حيث أضحت المعلومات وفيرة بشكل قضى على كون الصحف و وسائل الأخرى المصدر الوحيد للمعلومات كما كان سائدا، حيث لعبت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات دورا في[11]:

– وفرة المعلومات وعدم إمكانية احتكارها من قبل الصحافة فقط.

– إتاحة هذه المعلومات لمن يستطيع الوصول إليها تقنيا واقتصاديا وفنيا وثقافيا، وخاصة من خلال الانترنت والفضائيات ووكالات الأنباء.

– إن التوسع في الاتصال وخصوصا عبر شبكات القنوات الفضائية والتلفزيونات الخطية والانترنت وربط الكومبيوتر وشاشة التلفزيون ليكونا جهازا واحدا، سوف يتيح فيضان الاتصال إقليميا ودوليا ويعزز التنافس مع الصحافة بشكل كبير.

إن استخدام التطور العلمي والتكنولوجي في صناعة الصحف أصبح ضروريا وله فوائد هي:

أ– مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام.

ب– مواجهة عصر المعلومات والاتصالات.

ج– تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلى لصناعة الصحافة والطباعة والنشر.

د– الموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق.

هـ– إعادة تخطيط المهام والمسؤوليات في الحقل الصحفي بما يناسب روح العصر ومواجهة المنافسة بين الصحافة والتلفزيون.

و– أصبحت الأقمار الاصطناعية تستخدم بشكل واسع في صناعة الصحف ونقل النسخ إلى محطات بعيدة ففي مؤتمر عقدته صحيفة "الفانين شيال تيمز" حول مستقبل صناعة الصحف والآثار المحتملة الحديثة. قيل أنه إذا كانت هناك إمكانية طباعة صحيفة بصورة اقتصادية في 9 أو 10 بلدان في العالم فلن يكون هناك سبب في عدم توقع اليوم الذي نجد فيه أنفسنا قادرين على الطباعة فيكل مدينة حيث يوجد قراء، أو حتى في أماكن التوزيع المهمة والمدن والإنفاق والمطارات، بل في كل دائرة أو في المساكن أو المنازل وعندما يستلم المشترك الإشارة الالكترونية تعطيه نسخة مطبوعة من صحيفته اليومية.

2.6. مراحل استخدام الوسائل الالكترونية في الصحافة:

لقد مرت الصحافة الحديثة بمراحل عدة في استخدامها للوسائل التكنولوجية الجديدة حيث بدأت الصحف منذ الستينات في استخدام أنظمة الجمع الالكتروني، لتمثل بذلك بداية تحول الصحف إلى استخدام الأنظمة الرقمية، وفي هذا الوقت منذ حوالي 30 عاما تقريبا دعا "فليب ماير" إلى استخدام الكمبيوتر في جمع الأخبار فيما عرف بصحافة التدقيق كوسيلة تساعد في تطبيق أساليب العلوم الاجتماعية والنفسية في التغطية الصحفية، وحتى منتصف الثمانينات لم يطبق الصحفيون هذه الرؤية بشكل متكامل في معالجة قصصهم الصحفية، لأنها كانت تقتضي استخدام أنظمة حاسبات كبيرة ومعقدة، ولكن بالتدرج بدأت تقنيات معالجة المعلومات القائمة على استخدام الحاسبات الالكترونية تدخل إلى معالجة الأخبار في الصحافة، حتى قال البعض أنه لا يوجد اختلاف كبير بين عمل التدوين الصحفي وعمل العلماء الاجتماعيين فكلاهما يدرس السلوك البشرى يجمع المعلومات ويحللها وينشرها.

ومع بداية التسعينات من القرن الماضي بدأت تدخل أجهزة الحاسبات الالكترونية بشكل مكثف إلى غرف أخبار في الصحف الأمريكية والكندية، وبلدان أخرى عديدة حيث بدأ استخدامها في الكتابة والتحرير والصف والجمع الاليكتروني، وبدأت بعض الصحف تتحول إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج

من خلال إدخال الحاسبات الالكترونية ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج كما بدأت هذه الصحف تحول ملفاتها من القصاصات الورقية إلى ملفات الكترونية وزادت عمليات التفاعل الالكتروني مابين قواعد البيانات المتاحة أمام الصحف وتم ربطها ببنوك المعلومات المحلية والدولية، و تصاعد أعدد قواعد المعلومات التجارية وخدمتها المعلوماتية والصحافية.

وفي التسعينات أيضا ومع تطور وسائل الاتصال وتقنيتها وانخفاض تكلفة أجهزة الحاسبات الالكترونية وتنوع أحجامها، أصبح المندوبون قادرين على الاتصال بالقواعد الالكترونية المحلية والانترنت، ويفضل التقدم في الاتصالات السلكية والأقمار الاصطناعية فأن النصوص والصور والمخططات يمكن أن تنتقل بالفاكسميل من قارة إلى أخرى، كما تمكن الصحف من الطباعة في أكثر من مكان في الوقت نفسه ويظهر هذا التطور في زيادة القدرة على التخزين الرقمي للصور، والاتجاه الحالي نحو الرقمنة الكاملة لكل مراحل الصورة من الكاميرا إلى المسح الضوئي إلى الإنتاج إلى معالجة الصور، حتى يتم عرضها على الشاشة لإضافة اللمسات إليها وإخراجها، كما تزود ووكالات الأنباء الكبرى مشتركيها بوسائل استقبال الصور الرقمية عن إمكانية كتابة مقالاتهم وإدخالها مباشرة إلى الحاسبات الالكترونية، فالتطورات الحديثة لم تجعل الصحفيين مضطرين للبقاء بصفة دائمة في الصحيفة نفسها وساعدتهم على القيام بأعمال لم يكن بمقدرتهم القيام بها من قبل، كما أدت إلى تنوع طرق جمع القصص الصحفية وتحسنت طرق اتصالهم المباشر بالمصادر المختلفة وتوافرت أمامهم عدة أدوات متخصصة تيسر لهم أداء مهامهم.

وبدأ استخدام الحاسبة الالكترونية كأداة للجمع والتقصي عن المعلومات وللوصول إلى الوثائق والسجلات وتحليل قواعد البيانات، وإن لم تحول هذه الطريقة الجديدة إلى أسلوب شائع في كل الصحف نظر التباين مجتمعاتها وإمكانياته، "إلى أن ظهرت بعض البرامج التي تدعم تواجدها مثل البرنامج الذي اخترعه الصحفي (جبسون) الفائز بجائزة" بوليترز" وهو برنامج **Nine Trak Express** لمساعدة الصحفيين على تحليل الوثائق العامة باستخدام أجهزتهم الشخصية، وكذلك زيادة عدد المعاهد والمراكز المتخصصة في هذا الفن الجديد الذي يعد من بين العلامات الفارقة في تاريخ جمع الأخبار الصحفية، ومن أبرز التحولات التكنولوجية في مجال التغطية الصحفية"[12].

3.6. التكنولوجيا والمهارات الصحفية:

أفرزت هذه التطورات ظواهر متناقضة في عالم الصحافة سواء مابين صحف دول معينة أو غيرها أو داخل الصحيفة الواحدة، فبينما يقوم الصحفيون الآن بجمع الأخبار وكتابتها وتحليلها وتحريرها وتوضيبها باستخدام هذه التقنيات الحديثة وهو ما ينعكس أثره على مضمون وشكل الصحيفة، فأن هناك صحفيين آخرين لم يستخدموا هذه التقنيات الحديثة بالمرة أو ما زالوا يستخدمونها لأداء مهام تقليدية ويتبعون الوسائل التقليدية نفسها فيجمع المادة وحفظها وتحريرها واسترجاعها.

و"بدا في الساحة الصحافية أن هناك فريقين فريق يسمى**Techojoumalis** الذي يجمع أفراده بين مهارات التغطية وأدوات التعامل مع المعلومات الجديدة وتكنيكات إدارة المعلومات، وفريق يسمى **Joumalists Tradition** ما زال يستخدم الوسائل التقليدية في أداء العمل".[13]

ويعكس هذا النموذج المؤسسات الصحافية في الدول المتقدمة التي تتمتع باستخدام أحدث التكنولوجيا المسهلة للعمل الصحفي بمجرد اكتشافها، والمؤسسات الصحافية في دول العالم الثالث التي لا يزال استخدام بعض التكنولوجيات والبرمجيات المعروفة مشكلة كبيرة بالنسبة لها، وبالإمكان تصور الفرق في المهارات والكفاءة بين العاملين ومستوى المؤسسات في هذا المثال.

4.6. وظائف تأثير تكنولوجيا الاتصال على الإدارة الصحافية:

حددت الدكتورة "أمل خطاب" وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الصحفي في سبعة نقاط، وهي التالية[14]:

1. **وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية إلكترونيا:** ومن بين وسائلها الكمبيوتر وقواعد المعلومات، والإنترنت، التصوير الإليكتروني والرقمي، والأقمار الصناعية، والماسحات الضوئية، والاتصالات السلكية، والألياف البصرية..الخ
2. **وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقميا بالكمبيوتر والنشر الإلكتروني:** وسواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو ومرسومة، والبرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.
3. **وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها:** وتقوم بنوك المعلومات وشبكاتها ومراكز المعلومات باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفاتها ووثائقها، لتساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم.
4. **وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية:** مثل الفاكس، والأقمار الصناعية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، والشبكات الرقمية....
5. **وظيفة عرض المواد الصحفية:** عبر الأجهزة من بينها أجهزة الكمبيوتر، والأجهزة الرقمية الشخصية.
6. **وظيفة التحرير الإلكتروني:** وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الإليكتروني، وبرامج فحص الأسلوب والأعراب والإملاء ،بل وتوجد برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الإليكترونية وذلك في مجالات عديدة مثل الاقتصاد والرياضة ، وفي **e-data feeds** للبيانات المواد الصحفية التي تتضمن إحصائيات مثل أسعار الأسهم والحصص والعملات، وهو ما جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج، حتى قال البعض أن الصحافة نفسها يعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة .
7. **وظيفة توضيب وإخراج المادة الصحفية:** وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي، ومعالجة الصور والجرافيكس.

مما سبق يتضح أن الصحافة قد استفادت من التطورات العالمية، فقد أتاحت أجهزة الاتصالات الحديثة فرصة توفر معلومات وبيانات حديثة للجماهير وكذلك سرعة إعداد النشرات والرسائل الإخبارية وتخطيط الحملات الإعلامية وتنفيذها، وإعداد بيانات مسح اتجاهات الجماهير ويعد الحاسب الالكتروني، والنقل بالأقمار الاصطناعية وأشرطة الفيديو والفيديو تكس والتليفاكس وآلات النسخ ذات السرعة، من أهم التطورات البارزة في أساليب الاتصال الالكتروني، وأدوات، الفاكسميل، الهاتف الدولي والتيلكس.

5.6. إشكاليات وتحديات استخدام التكنولوجيا على الصحافة:

على الرغم من الاستفادة الايجابية للصحافة وعملية التحرير الصحفي من التطور التكنولوجي الهائل أوجدت التكنولوجيا الحديثة عدد من التحديات والإشكاليات التي ستواجه الصحافة، وهنا نتطرق إلى عدد من إشكاليات استخدام التكنولوجيا على الصحافة والصحفيين:

أولا: إشكاليات استخدام التكنولوجيا على الصحافة:

يثير استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في العمل الصحفي العديد من الإشكاليات منها: أن التغييرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا والاندماج بين وسائل الاتصال جعل من الصعوبة وضع أطار محدد لفهم طبيعة وشكل الوسائل الجديدة، وتأثيرها بصفة عامة وعلى العمل الصحفي بخاصة.

من ناحية ثانية، بينما جلبت التكنولوجيا معها أسلوبا جديدًا في العمل الصحفي تعدلت بمقتضاه وتغيرت الممارسات الصحفية القديمة فإنها أثارت في الوقت نفسه العديد من التساؤلات مثل :هل ستؤدي إلى إلغاء الممارسات الصحفية القديمة، أم ستتعايش معها؟.

ومن ناحية ثالثة بينما كانت مشكلة الصحافة دائما هي ندرة المعلومات فإنها الآن أصبحت تعاني من الوفرة والتخمة المعلوماتية، وهو "ما يثير قضية المعايير المستخدمة في تقرير طبيعة ونوعية المعلومات المهمة والملائمة للعمل الصحفي والجمهور؟ وكيف يمكن التخلص من المعلومات غير المهمة وغير المفيدة ؟ ومدى حاجة الجمهور لمثل هذا الكم من المعلومات ومدى رضاه عن هذه الوفرة المعلوماتية، ومن ناحية رابعة فإن العمل الصحفي حاليا في ظل التكنولوجيا الجديدة يقوم على إعادة إنتاج الكم المعلوماتي المتوفر وهو أمر يثير التساؤل حول وظيفة العمل الصحفي، هل هو مجرد إعادة إنتاج لمضمون سابق أم خلق منتج معلوماتي جديد مع السعي لاختيار أفضل الطرائق لتوظيفه؟ ومن ناحية خامسة فإن الوسائل الجديدة تركز على شكل المادة الصحفية، وطرق إخراجها وهو ما يثير من جديد قضية المضمون المقدم وطبيعته وتوجهاته، وأيهما أولى بالاهتمام الشكل أم المضمون أم الاثنين معا؟[15]

ثانيا: إشكاليات التطور التكنولوجي على الصحفي :

من أخطر التحديات، التي تواجه الصحفي الآن، ما تطرحه الثورة الراهنة، في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من مستحدثات ونتائج وآثار متوقعة، في مستقبل الصحافة كصناعة وكمهنة

وسيكون له انعكاساته على الإعلام المكتوب والمقروء والمسموع، وتحدد النتائج المتوقعة لذلك، فيما يلي[16]:

– سيطرة الإعلام المرئي، ولغة الصورة على عيون البشر وعقولهم، وخاصة بعد انتشار القنوات الفضائية، وأجهزة الاستقبال الأرضية، والهوائيات المتطورة، وأجهزة التليفزيون الحاملة لتقنيات الاستقبال.

– تحكم الإعلام المرئي، الذي يبث من الفضاء، في مبدأ حرية تداول المعلومات، والصور، والبرامج مع تآكل إمكانيات الرقابة السياسية والقانونية، من الدول المستقبلة للبث المباشر.

– تآكل القيود السياسية والقانونية والأخلاقية التقليدية، التي تحكم وسائل الإعلام، في بعض الدول، وتعوق عملها وحركتها، وحركة وحرية العاملين فيها.

– ستؤدي حرية تدفق الصور والمعلومات، القادمة عبر الفضاء، إلى سيطرة الإعلام المرئي على الوقت المخصص لقراءة واستهلاك الصحف، من القاعدة التقليدية للقراء. ومن ثم ستتأثر المهنة، ومكانتها، وموقع العاملين بها، لصالح العاملين بالإعلام المرئي، في القنوات الفضائية العربية والأجنبية.

– استقطاب الإعلام المرئي لقطاعات واسعة، من المعلنين، يؤدي إلى تآكل قاعدة القراءة، خاصة في الدول، ذات معدلات أمية القراءة والكتابة.

وحسب "السيد بخيت" فان هذا الأمر فتح النقاش من جديد حول الظواهر الصحفية التقليدية وكيفية تعاملها مع التكنولوجيا الحديثة تتمثل في النقاط[17] :

أ – ظاهرة التحيز في المادة الصحفية:

حيث توفر تكنولوجيا الاتصال الحديثة مادة معلوماتية غزيرة، ومصادر متنوعة، تتيح فرصة كبيرة أمام الصحف للاختيار من بينها، بما قد يقلل من ظاهرة حقن المادة الصحفية بمصالح واهتمامات وميول مصادر صحفية معينة. ومن ناحية أخري فأن بعض الوسائل الصحفية الحديثة تتيح أمام الصحف والمستخدم العادي إمكانية التنقل بين المصادر الصحفية، بفعل تعدد والتشبيك في العمل الصحفي، وهو ما قد يساعد في التعرف على الروابط وجهات نظر المصادر الأخرى في المادة الصحفية المطروحة.

ب– ظاهرة موضوعية المادة الصحفية:

ومدى تأثير تنوع وزيادة المصادر المتاحة، علي توفير مناخ صحفي أكثر موضوعية يتيح مساحة أمام أكبر أمام وجهات النظر المختلفة.

ج– ظاهرة حق القراء في المعرفة:

فمع تنوع مصادر المعرفة، قلت ظاهرة الرقابة والتعتيم علي المادة الصحفية، فضلا عن زيادة عدد المصادر المتاحة أمام القراء للتعبير عن أنفسهم وإيصال أصواتهم.

د– قضية المفاضلة بين نشر ما يحتاجه القراء أو ما يريدونه:

حيث أصبحوا هم بأنفسهم قادرين علي تحديد هذه الخيارات والتفضيلات التي يريدونها والتوقيتات التي يفضلونها بفعل تقدم تقنيات تكنولوجيا الاتصال مثل **News on Demand**.

هـ- قضية تحديد طبيعة المهارات الأساسية والمطلوبة من الصحفيين:

وأي نوعية منهم تناسب التعامل مع هذه البيئة الجديدة، وتأثير تكنولوجيا الاتصال علي طبيعة الإبداع والخصوصية الصحفية والتفرد.

و- قضية تأثير تكنولوجيا الاتصال الجديدة على البناء التنظيمي للمؤسسات الصحفية: وعلي حركة تنقل المواد الصحفية داخل الأقسام الصحفية، ومدي تغير طبيعة أدوار ومهام الصحفيين ومسئولياتهم إزاء المادة الصحفية، ومدي انطباق قيم المهنة التقليدية علي الممارسات الصحفية الحديثة.

6.6. الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة على الصحافة:

يمكن أن نجملها في السلبيات التالية:

أ. أن التكنولوجيا قدمت أجهزة لكبت حرية التعبير:

التي هي منع حرية الصحافة والإعلام وهكذا شهدنا سباقا شديدا بل قضايا سياسية وقانونية بين الصحافة ووسائل الاتصال الأخرى في الحصول على المعلومة ونشرها، و"بين حماية الحياة الخاصة بفضل حصول الصحافة ووسائل الاتصال على أجهزة تقنية حديثة أنتجتها التكنولوجيا تساعد في التصوير الفوتغرافي السري، وتسجيل الأحاديث الخاصة، والتقاط الأسرار بأجهزة دقيقة وبطريقة غير مباشرة. الأمر الذي فجر قضية جديدة وهي مدى حرية الصحافة مثلا في انتهاك الحرية الخاصة وفي استخدامها هذه الأجهزة التقنية الحديثة للتجسس".[18]

ب. "هناك سلبيات أخرى تمس صميم العمل الصحفي إنتاجا وصناعة، فمع نقص المال والمهارات، فمن غير المتوقع أن تحقق الاستفادة الكبيرة من نظم استرجاع المعلومات أو استخدام الحاسب داخل البلدان العالم الثالث التي لا تزال تعاني من التبعية التكنولوجية في استخدام التكنولوجيا وصيانتها"[19].

7. التكنولوجيا الجديدة والتحول نحو العالمية للمؤسسات الإعلامية:

يعد متغير التكنولوجيا الاتصال الحديثة بعدا هاما في مختلف التخصصات خاصة عند دراسة وتحليل علاقته بتغير أنماط السلع والإنتاج وإشباع الحاجات لدى الأفراد، لاسيما بعد أن أصبح هذا النمط من الوسائل المصدر المادة العلمية والثقافية والإخبارية. منذ أن جاءت ثورة الحاسبات الالكترونية والأقمار الصناعية والشبكات الرقمية والألياف البصرية التي غيرت وجه العالم وأشكال انتقال المعلومات والسلع فيه. حيث أصبحت صناعة الاتصال أهم الصناعات على الإطلاق بخدماتها المميزة التي لا تشبه قط خدمات الصناعات الأخرى، كالسيارات والأغذية لأنها صناعة ثقافية وعلمية ومعلوماتية وترفيهية واتصالية تفاعلية.

هذا النمط من السلع الذي تمكن من خلال خاصيته في الذيوع والسرعة وتخطيه لحجاز المكان وانتقاله عن بعد، من الانتشار في مختلف دول العالم وبالتالي نقل نشاط منتجيه ومروجيه إلى هذه الدول والاستثمار فيها.

فظهر ما يعرف بالشركات العالمية التي تختلف كثيرا عن النمط التقليدي للمصانع والشركات، والتي تطورت بفعل هذه التكنولوجيات التي ساعدتها على الخروج عن حدودها المحلية والوطنية والإقليمية والاستثمار في ما وراء البحار، لتشكل سوقا عالميا لمنتجاتها التي تتجاوز بدورها حدود الثقافة جميعها.

من هنا أصبحت الشركات العالمية للإعلام ظاهرة ثقافية وتكنولوجية هامة، مثل شبكات التلفزيون الفضائية الأمريكية، أو صناعة تكنولوجيا الأقمار الصناعية وشركات إنتاج الأفلام السينمائية العالمية، والتي بدأت تتبنى منطق التوجه نحو العالمية منذ بداية السبعينات لتسيطر على الإنتاج الثقافي والإعلامي العالمي وكذا الاقتصادي. ونظم المعلومات والتطوير التكنولوجي.

إن ظهور المؤسسات الإعلامية العالمية المتعددة الجنسيات كان مجال دراسة خصب للعديد من المختصين، ومن الدراسات التي أجريت هذا الخصوص نجد دراسة كل من " بيرسن " زجولدنج" وخاصة" ميردوك" الذي اهتم بدراسات الشركات الأمريكية والبريطانية الرائدة في صناعة الاتصال.

"لقد توصل "ميردوك" إلى أن عالمية صناعة الاتصال وتطورها جاءت نتيجة للاختراعات التكنولوجية المتطورة، والتي تعكس العوامل الاقتصادية والسياسية المحيطة بها والتي تلعب دورا أساسيا في هذا النوع من الصناعة. إضافة إلى عملية إشباع الحجات المختلفة للجماهير والاهتمام بالاختراع جديد التكنولوجيا، التي توفر هذا الغرض فهذه هي متغيرات السوق الحر".[20]

---

[1]. هاني شحاذة الخوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن 21، سلسلة الرضا للمعلومات، مركز الرضا للكمبيوتر، دمشق، الطبعة الأولى، 1998، ص 228 .

[2] . Lelo Matundu. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) Paris, L'Harmattan, 2000.

[3]. فؤاد الشرابي، نظم المعلومات الإدارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص85.

[4]. هاني شحادة الخوري، مرجع سابق، ص320-321.

[5]. محمد غالب الطويل، الإدارة المعاصرة:(المداخل، المشاكل، الكفاءة)، دار الفرجاني للنشر والتوزيع طرابلس، 1997، ص 102-103-104.

[6]. هاني شحاذة الخوري، مرجع سابق، ص201 .

[7]. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 1999، ص35.

[8]. نفس المرجع، ص35-36.

[9]. عبد النبي عبد الله الطيب، إدارة المؤسسات الصحفية، جامعة وادي النيل، جمهورية السودان، الطبعة الأولى، 2009، ص 7.

[10]. نفس المرجع، ص 112.

[11]. محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، دار الشروق، القاهرة، الطبعة الأولى، 2000، ص65-66.

[12]. نفس المرجع، ص 121-122.

[13]. ربيع عبد الجواد، إدارة المؤسسات الصحفية: دراسة في الواقع والمستحدثات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، ص116.

[14]. أمل خطاب، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، دار العالم العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 2010، ص15.

[15]. الفيصل عبد الأمير، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2006 ص37-38.

[16]. نفس المرجع، ص 203-204.
[17]. بشرى الحمداني، أثر التقنيات الحديثة على الصحافة، بحث منشور بموقع الجامعة العراقية على الرابط التالي: http://www.iubaghdad.edu تاريخ الزيارة:2022/01/03.
[18]. سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1997، ص18.
[19]. عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، ص 48-49.
[20]. عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجي الاتصال والإعلام، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، جامعة بيروت العربية، الطبعة الأولى، 2005، ص 411-412.