

## " تدريب القائم بالاتصال في مجال الإعلام الرقمي الجديد "

### التحديات والصعوبات والأدوار

د. عبدالله أحمد مصطفى\*

#### الملخص:

تبحث هذه الورقة البحثية عن أدوار القائم بالاتصال في ظل بيئة الإعلام الرقمي الجديد: (التحديات، الصعوبات، والأدوار)، من خلال دراسة تطبيقات التكنولوجيا الحديثة، خاصة مع التطور الهائل في الوسائل الإعلامية والتي أسهمت في تطوير العمل الإعلامي، كما هدفت إلى التعرف على مظاهر انعكاس التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها لدى القائم بالاتصال، وأهمية تدريب القائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد نظراً لظهور قائمين بالاتصال جدد غير مهنيين، مما يتطلب بذل الجهد من قبل القائم بالاتصال المهني لمواجهة التحديات والصعوبات الجديدة التي أظهرتها التكنولوجيا الحديثة، التي أفرزت الإعلام الجديد مما استدعى معه أن يكتسب القائم بالاتصال مهارات جديدة ومعايير مهنية تساعده على ممارسة مهاراته الاتصالية بكفاءة عالية، كما حددت الورقة البحثية مجموعة من المهارات والمعايير التي تم استخلاصها من الدراسات السابقة ذات العلاقة بمهنة القائم بالاتصال، وكذلك نماذج من طبيعة الإعلام الرقمي الجديد ليتعرف عليها القائم بالاتصال لأخذها في الاعتبار عند ممارسة مهنته.

وقد أجابت الورقة البحثية عن التساؤل الرئيسي للبحث وهو: ما صورة التدريب للقائم بالاتصال في مجال الإعلام الجديد؟ كما أجابت عن تساؤلاته الفرعية.

واستخلصت هذه الورقة البحثية بأن برامج التدريب عندما يتم إعدادها جيداً فإن المتدربين من القائمين بالاتصال سيتجاوبون معها تجاوباً إيجابياً، مما يعزز من كفاءتهم في العمل، وأن التدريب سيؤدي إلى تحسين أدائهم، كما أن له أثراً إيجابياً على إنتاجيتهم، ويعمل أيضاً على تحفيزهم على الأداء بشكل أفضل، وفي نفس الوقت يقوي من دافعيتهم للعمل، ويشعرهم بالرضا الوظيفي والالتزام في منظومة العمل، وأنه سيؤدي إلى مستويات أعلى في أداء مهامهم الوظيفية في ظل الإعلام الرقمي الجديد.

كما استخلصت الورقة البحثية أن القائم بالاتصال يجب أن يكون على وعي بطبيعة الإعلام الجديد ومتغيراته المتسارعة مقارنة بالإعلام التقليدي، وأن يعلم أنه يواجه تحديات وصعوبات كبيرة عند ممارسة مهنته غير التي واجهته في الإعلام التقليدي، وأن أدواره في الإعلام الجديد تختلف عن أدواره في الإعلام التقليدي وعليه أن يُثقلها بالتدريب.

#### الكلمات المفتاحية:

التدريب، القائم بالاتصال، الإعلام الجديد.

\*مدرس بقسم العلاقات العامة - معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الإتصال.

## Training the Media Personnel in the New Digital Media

### Abstract

This research paper aimed to identify the aspects of the reflection of modern technology and its uses for the contact person, and the importance of training the contact person in light of the new digital media due to the emergence of new non-professional callers, which requires the effort of the professional contact person to face the new challenges and difficulties that modern technology has revealed and produced. The new media.

Which required him for the contact person to acquire new skills and professional standards to help him practice his communication skills with high efficiency, and the research paper identified a set of skills and criteria that were extracted from previous studies related to the profession of the communicator, as well as examples of the nature of the new digital media for the contact person to recognize. To take it into consideration when practicing his profession.

The paper answered the main question of the research: What is the training image of the contact person in the field of new media?

This research paper concluded that when training programs are well prepared, the trainees of the communicators will respond positively to them, which will enhance their efficiency at work, and that the training will lead to improving their performance, and it also has a positive impact on their productivity, and also motivates them to perform well. Better, and that his roles in the new media are different from his roles in traditional media, and he has to burden them with training.

The research paper also concluded that the contact person must be aware of the nature of the new media and its rapid changes compared to traditional media, and know that he faces great challenges and difficulties when practicing his profession other than that which he faced in traditional media, and that his roles in the new media are different from his roles in traditional media. To weight her with training.

**Keywords:** training, contact person, new media.

Researcher: Dr. Abdullah Ahmad Mustafa Muhammad - Lecturer, Department of Public Relations and Advertising, and Department Supervisor, at Al-Jazeera Higher Institute for Media and Communication Sciences.

مقدمة :

تعتبر التكنولوجيا الحديثة حدثاً كبيراً في حياة الإنسانية والتي فرضت تغييرات جذرية، أثرت على مختلف المجالات ومنها المجال الاتصالي والإعلامي ، فقد شهد العقد الأخير من القرن العشرين ثورة هائلة في مجال إعداد ونشر الرسالة الإعلامية والتي ظلت لقرون تُطبع على الورق وتوزع يدوياً إلا أن التقدم والتطور الهائل في مجال وسائل الاتصال الحديثة ، قد أدخلنا إلى العصر الرقمي والإلكتروني ، حيث لا يمكن تجاهل هذا الخليط من الأرقام والحروف والأصوات والصور .

فقد ساهمت التطورات التي حدثت على مستوى تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تغيير أداء القائم بالاتصال من ناحية الأداء والتوجيه والتنفيذ ، وقدمت ميزة استخدام الإنترنت كوسيلة أساسية في جمع المعلومات والاتصال ، كما أصبح استخدام الإنترنت أحد المعايير الأساسية في تقييم مؤهلات ومعارف القائم بالاتصال ، والحكم على مهاراته الاتصالية ، كما بدأ يتزايد إدراك القائم بالاتصال لأهمية وقيمة الإنترنت وقواعد المعلومات والوسائل الاتصالية الحديثة والمختلفة في حياتهم اليومية وبدأوا تدريجياً يتكيفون مع هذا العالم الرقمي الجديد.

كل هذا يدفع للإهتمام بمدى نجاح القائم بالاتصال في ممارسة مهنته في المنظمات الإنتاجية والخدمية وفي وسائل الإعلام المختلفة ووسائل التواصل الاجتماعي في ظل التطورات التكنولوجية الحادثة في ظل تكنولوجيا الإعلام الجديد، وتعدد مصادره ، كما بات على المتلقين وعلى القائمين بالاتصال تعلم مهارات جديدة ومعقدة ، والتي تتيح لهم استخدام هذه التكنولوجيا وشبكات المعلومات التي أصبحت هي الأخرى تفرض عليهم استخدام التكنولوجيا والتحكم فيها ، والسؤال الرئيسي الذي يُعير عن هذه المشكلة يكمن في السؤال التالي :

- ما صورة التدريب التي يُكسب القائم بالاتصال مهارات الإعلام الرقمي الجديد ؟
- كما أجابت عن تساؤلاته الفرعية الآتية :
- ما أهمية التدريب بالنسبة للقائم بالاتصال في ظل الإعلام الجديد؟
- ما المهارات الجديدة التي يجب أن يكتسبها القائم بالاتصال عند ممارسة عمله في ظل الإعلام الجديد ؟
- ما المعايير التي يجب أن يأخذها القائم بالاتصال في الإعتبار عند ممارسة عمله في ظل الإعلام الجديد ؟
- ما نماذج تطبيقات الإعلام الجديد التي يمكن أن يستفيد منها القائم بالاتصال عند ممارسة مهنته ؟

### أولاً - أهمية الورقة البحثية :

نظراً لسعة إنتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قِبَل الأفراد وإقبالهم على نشر الأخبار والصور ومقاطع الفيديو فيها جعل القائم بالاتصال يبحث عن تطويع هذه الوسائط الاتصالية الإعلامية الجديدة وفقاً لمعايير وأساليبه المهنية لتلائم مع الوسائط الجديدة ، ومن هنا تأتي أهمية البحث في معرفة تأثير استخدام الإنترنت بكافة صورته على الثقافة المهنية ومعاييرها للقائم بالاتصال.

### ثانياً - أهداف الورقة البحثية :

- تحديد طبيعة تأثير الإنترنت على القائم بالاتصال ، والتعرف على أساليب الممارسة المهنية للقائم بالاتصال.
- التعرف على المهارات ، والمعايير التي تفرض على القائم بالاتصال في ظل الإعلام الجديد لتكون عنصراً أساسياً في البرنامج التدريبي للقائم بالاتصال.
- رصد الأسباب والمعوقات و التحديات التي أدت إلى وجود قصور في مجال تدريب القائمين بالاتصال في ظل الإعلام الجديد، وإعطاء تصور لطرق تدريب مبتكرة للقائمين بالاتصال.
- عرض رؤية مستقبلية للقائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد.
- عرض رؤية مستقبلية للقائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد.

ثالثاً - الإجابة عن السؤال الرئيسي للبحث وأسئلته الفرعية يكون وفق المحاور الآتية :

- 1- القائم بالاتصال.
- 2- الإعلام الجديد.
- 3- التدريب .

ثالثاً(1-1) القائم بالاتصال : القائم بالاتصال (من هو؟ وكيف يعمل؟) .

- يشير محمد عبد الحميد إلى القائم بالاتصال بأنه الشخص الذي يبدأ عملية الإتصال وهو مصدر الفكرة والرأي والمعلومات<sup>(1)</sup>
- وأن نجاح العملية الاتصالية والرسالة الإعلامية بتحقيق أهدافها عندئذ يكون القائم بالاتصال قد بدأ الطريق الصحيح<sup>(2)</sup>
- والقائم بالاتصال أصبح له مسميات كثيرة مثل المرسل ، والمصدر ، وحارس البوابة ، وتعددت هذه المسميات لأن الهدف النهائي لها هو توصيل الرسالة

للمتلقي بفاعلية وتأثير كبير ، كما أن المسميات تزداد بتنوع الدراسات التي تهتم بالقائم بالاتصال<sup>(3)</sup>.

- وفي ضوء ماتقدم فإن مصطلح القائم بالاتصال ، وتعدد الرؤى حول هذا المفهوم واختلاف تلك المفاهيم حوله يتوقف على نوعية الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها ، والمعايير التي يلتزم بها في عمله ، وطريقة إختياره لنشر رسالته الإعلامية ، وبذلك أصبح الأمر أكثر تعقيداً نتيجة للتطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، خاصة بعد تزايد وتنوع الأنشطة الإتصالية التي فرضتها التقنية الحديثة الجديدة ، وقد تسبب الإنترنت في الإنتشار الواسع في إيصال الرسائل الإعلامية ، وهذا الذي تسبب وساهم في ظهور بما يسمى بالإعلام الجديد أو الإعلام البديل أو الإعلام الإلكتروني أو الصحافة الإلكترونية ، وقد استُخدم الإنترنت من قِبَل المواطنين ، والذي جعل منهم قائمين بالاتصال تجاوزاً ، فلم يَعدُ المواطن متلقياً سلبياً مثلما كان يحدث في الإعلام التقليدي ، بل أصبح نداءً للقائم بالاتصال المهني الحقيقي لكونه أي المواطن يقوم بإنتاج الرسالة مثل القائم بالاتصال وأصبح يُطلق على ذلك " صحافة المواطن " في الإعلام الذي يقوم فيه المواطن غير المهني والذي يقوم بدور القائم بالاتصال ، والذي أصبح يُهدد القائم بالاتصال المهني<sup>(4)</sup>.

- والقائم بالاتصال هو جوهر العملية الاتصالية لأنه يقوم بدور رئيسي في صناعة الرسالة الإعلامية ، وأنه يجب الاهتمام به وتنميته وتدريبه وهذا له دور كبير في تحقيق الرضا الوظيفي لديه ويُحصّن من أدائه ويخلق الفعالية وروح التعاون والمسؤولية في المؤسسة التي يعمل فيها<sup>(5)</sup>.

ثالثاً(1- 2) تعريف القائم بالاتصال في عصر الإعلام الرقمي الجديد (تعريف إجرائي) (6)(7)(8)(9): هو المُرسِل في المنظمات الإنتاجية والخدمية وفي وسائل الإعلام التقليدية والجديدة الرقمية وفي وسائل التواصل الاجتماعي ، والذي يمتلك مهارات مهنته ولديه الوعي الكافي للمعايير الحاكمة لعمله ، ويوجه رسالته للمستقبل بمهنية عالية ، وبمضمون إيجابي ، وتحمل معها قيم المجتمع وأخلاقه وتحرص على الإخوة الإنسانية ، ويجيد استخدام وتطبيق التكنولوجيا الحديثة ويتفاعل مع متلقي رسالته، ويحرص على التعرف على أثر رسالته عليه .

ثالثاً(1- 3) القائم بالاتصال بين البيئة الاعلامية الجديدة والتقليدية :

إن الإعلام يشهد عملية تحديث مستمرة بفعل ثورة تقنيات الإتصال ومجتمع المعلومات والاقتصاد المعرفي ، حيث أصبح للإعلام دور في تحديث المجتمعات ، وهذا يتطلب كسر منطق الوصاية التي فرضها ورسخها الإعلام التقليدي والنظر إلى

الجماهير بوصفهم مشاركين ، لأن التهميش يعزل صاحبه عن استخدام عقله واستغلال طاقاته ، ولا يتأتى

هذا إلا عبر المشاركة الجماهيرية التي تعد من الافكار الرئيسية للتحديث ، وأصبح القائم بالاتصال مدركاً أهمية المشاركة بينه وبين الجماهير مما يدفعه الى أن يسعى الى مواكبة التغير الحاصل في الأوساط الجماهيرية والإتصالية والإعلامية ، إذ فرضت التكنولوجيا الحديثة ( الإنترنت ) على الإعلام والقائم بالاتصال بأن يكون تشاركياً تفاعلياً تواصلياً ، وأن هناك حواراً متعدد الإتجاهات ليس مجرد إعلام أحادي الإتجاه ، إذ أصبح تبادلياً يتبادل فيه شخصان أو أكثر المعلومات والأخبار ، وأن تطبيقات الإنترنت في مجال الإعلام هي مفتاح الحياة ، وأنه أسلوب معيشه يومي لأفراد أي مجتمع ، وبذلك تغير نمط الإنتاج والاستعمال والاستهلاك للمادة الإعلامية من قبل القائم بالاتصال والمتلقي ، وبات القائم بالاتصال يتعرض لضغوط متجددة في بيئة العمل الإلكترونية ( البيئة الجديدة) نظراً لأنها غير ثابتة ، وتتطلب تجديداً مستمراً وتطلعاً دائماً إلى مواكبة التطورات التكنولوجية وإرضاء الجمهور المتطلع دائماً إلى المزيد من المعرفة والمشاركة<sup>(10)</sup>.

ومن هنا فإن هذه الورقة البحثية تبحث في معرفة طبيعة تأثير الإنترنت ( البيئة الاعلامية الجديدة) على القائم بالاتصال .

#### ثالثاً(1- 4 ) القائم بالاتصال في العملية الإتصالية :

والقائم بالاتصال هو يُعد مهم من أبعاد عملية الاتصال هذا البعد الذي يتمثل في المرسل للرسالة الإعلامية ويمثله السؤال الأول من الأسئلة الخمس التي طرحها هارولد لاسوال وهي : من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ ورغم دورهم المهم في عملية الاتصال فإنهم لم يحظو باهتمام الباحثين (11).

و له دورٌ إستراتيجي في العملية الإتصالية إذ أنه يترك أثراً في الرسالة الإعلامية كما أنه يقوم بتشكيلها وفق معايير ومقاييس وضغوط مؤسساتية، إلا أنه في آخر المطاف يكون هو المرسل وهو المسؤول عمّا يصل للجمهور، ومن هنا يصبح المشرف على صناعة الرسالة الإعلامية في مكانة إستراتيجية تؤهله لتكوين الرأي العام ، وتوجيهه وفقما يقدم إليه من خلال مخرجات وسائل الإعلام ، فالقائم بالاتصال المحترف هو الذي يتحكم بمهارة عالية في معالجة الرموز التي يستعملها لتكون حلقة الاتصال بين أشخاص معينين أو جماعات مختلفة (12) .

و له دور مهم في بناء الرسالة الإعلامية فهو الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، مما يستلزم الاهتمام به في شتى جوانب الممارسة التواصلية ، و القائم بالاتصال سواء كان حارساً

للبوابة، يتعرض لضغوط تؤثر كثيراً على عمله و أدائه ومن ثمَّ على بناء الرسالة الإعلامية (13).

كما أنه في ظل بيئة الإعلام الجديدة يواجه تحديات كبيرة منها مواكبة التكنولوجيات الحديثة وأن يستخدم الانترنت والوسائل التكنولوجية الضرورية في مجال عملهم بكفاءة عالية ، وأن يعمل على مسايرة التقدم الحاصل في ميدان علوم الإعلام والاتصال (14) .

كما أن مستجدات البيئة الرقمية الجديدة وما طرحته من متغيرات على مستوى نظرية حارس البوابة جعلت من الصعب التحكم في مدخلاتها ومخرجاتها مثلما كان يحدث في الإعلام التقليدي ، حيث أصبح للقائم بالاتصال أدوارٌ جديدة في ظل التدفق الإعلامي الكبير، مما لزم معه تحديد معايير جديدة ، والتي تتحكم اليوم في مهام القائم بالاتصال مع تغير المفاهيم والتداخل الكبير في المهام بين المرسل وصانع المحتوى والجمهور (15) .

و إدراك القائم بالاتصال أهمية المشاركة بينه وبين الجماهير وهذا يدفعه إلى أن يسعى إلى مواكبة التغيير الحاصل في الأوساط الجماهيرية والاتصالية والإعلامية (16).

ويمكن القول بأن القائم بالاتصال في الإعلام الجديد هو الوسيط أو المشارك في العملية الاتصالية بفاعلية ويساهم في تطوير الرسالة الإعلامية ، ويركز على الانقضاء منها وتقييمها ومن ثم يقوم بمعالجتها.

ومن هنا تظهر أهمية تدريب القائم بالاتصال الذي يُعتبر جوهر العملية الاتصالية، مع ضرورة الكشف عن العوامل المؤثرة على أدائه وظروف عمله، والتعرف على السمات والخصائص العامة التي تميز القائمين بالاتصال في العملية الاتصالية في ظل الإعلام الرقمي الجديد.

#### ثالثاً (1- 5) شروط القائم بالاتصال في المنظمة ومنها :

أشارت: نجوى فوال (17)، Donald N. Jensen (18) إلى بعض هذه الشروط ومنها:

- توافر مهارات الاتصال وهي خمس مهارات "الكتابة، التحدث، القراءة، الإنصات، القدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال".
- إتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي، وكلما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- مستوى معرفة المصدر (القائم بالاتصال) وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.

- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه ويؤثر على فعالية الاتصال.
- القراءة المستمرة لسياسة المؤسسة .
- المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة .
- الإحتكاك مع الزملاء ذوي الخبرة في المؤسسة .
- كما أن الإقناع وضبط النفس، فإنها تشكل السمات الأساسية للسلوك التواصلية للقائم بالاتصال، وترتبط أكثر بشخصية الشخص أكثر من تدريبه، في مجتمعات اليوم، كما تعتمد المعايير الأخلاقية بالمثل على خصائص الشخص أكثر من اعتمادها على التدريب.

#### ثالثاً (1-6) مهارات القائم بالاتصال:

أشار: (حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد )<sup>(19)</sup>، (SulaimanTahir)<sup>(20)</sup> ،  
الدسوقي عبده إبراهيم<sup>(21)</sup>

إلى بعض هذه المهارات بأنه يجب أن تتوفر للقائم بالاتصال مهارات ، والتي يستطيع بها إيصال رسالته الإعلامية بشكل صحيح ومؤثر ومن هذه المهارات :  
مهارات التواصل ، وأن يكون لديه مستوى معرفة متميز ، ومُلم بالنظام الاجتماعي والثقافي المحيط به .

مهارات الكتابة ، مهارات التحدث ، مهارات القراءة والاستماع ، القدرة على التفكير ووزن الأمور .

مهارات إجادة أكثر من طريقة لإيصال الرسالة ، مهارة توضيح الهدف من الرسالة ليستوعبها المتلقي .

وتلك المهارات إذا اكتسبها وطبقها القائم بالاتصال فإنه يكون مبدعاً .

بالإضافة لما سبق تكتمل تلك المهارات باستيعاب القائم بالاتصال لمهارات إجادة استخدام الإنترنت وأدواته وتطبيقاته المختلفة ، واكتساب كل هذه المهارات يتحقق بالتدريب .

وبذلك تمت الإجابة عن السؤال الفرعي :

ما المهارات الجديدة التي يجب أن يكتسبها القائم بالاتصال عند ممارسة عمله في ظل الإعلام الجديد ؟

ثالثاً (1-7) المعايير المؤثرة على القائم بالاتصال:

أشار: (SulaimanTahir)<sup>(22)</sup> إلى تلك المعايير :

أ-معايير المجتمع: يُعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، وكذلك القوى الأساسية تؤثر على القائمين بالاتصال.

ب-المعايير الذاتية للقائم بالاتصال: تؤثر الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال على عمله، والمضمون الإعلامي الذي يقدمه، وتُمثل هذه العوامل أساساً في "الجنس، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية والعقائدية، والإحساس بالذات"

ج-المعايير المهنية: يتعرض القائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها .

د- معايير الجمهور: يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، فالرسالة التي يقدمها تحدد توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يكون للجمهور دورٌ إيجابي في عملية الاتصال.

وبذلك تمت الإجابة عن السؤال الفرعي: ما المعايير التي يجب أن يأخذها القائم بالاتصال في الاعتبار عند ممارسة عمله في ظل الإعلام الجديد؟

رابعاً ( 2- 1) : التوعية بالإعلام الرقمي الجديد للقائم بالاتصال:

الاتصال هو تبادل المعاني والمعلومات ، ويشير ولبرشرام أن الاتصال يعني : تبادل الآراء والأفكار والمعلومات من فرد لآخر أو جماعة ، فمادته الأفكار والمعلومات وأدواته اللغة والكلمات ، والإعلام يعني نشر هذه الأفكار والمعلومات ، فالإعلام يعتمد أساساً على الاتصال ، فإذا لم يحدث اتصال لا يكون هناك إعلام ، كما لا يتحقق الانتشار المطلوب للاتصال إلا إذا تم عن طريق بث الرسائل إلى أعداد كبيرة من الناس ، والذين يختلفون فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون حول العالم و في أماكن متفرقة (23).

- ويشير فرنان تيرو بأن الإعلام يتمثل بنشر الوقائع والآراء بصيغة مناسبة باستخدام ألفاظ وأصوات أو صور ويستخدم جميع العلاقات التي يفهمها الجمهور (24).

- ويرتكز مفهوم الإعلام على مهمة توجيه الرسالة من المرسل إلى المتلقي ، والتكنولوجيا الحديثة فرضت على الإعلام التغيير ليصبح تواصل وحوار ذو اتجاهين ، وليس مجرد إعلام أحادي الإتجاه كما يحدث في الإعلام التقليدي يقوم بإبلاغ الرسالة فقط ، أما الإعلام الجديد فقد تجاوز ذلك بأن له مهام التعليم والتعلم والترفيه ، والتحاو عن طريق حلقات النقاش ، وعقد المؤتمرات عن بُعد ، كما أصبح أيضاً موقفاً تبادلياً بين المرسل والمستقبل وفردياً وجماعياً (25).

- كما أن الاتصال الجماهيري لم يعد من فرد إلى مجموعة أفراد فقط ، بل أصبح من وإلى مجموعة أفراد<sup>(26)</sup>.

#### رابعاً (2-2): مزايا الإعلام الرقمي الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي :

- عندما يتعرف القائم بالاتصال على هذه المزايا يستطيع أن يتكون لديه وعي أكثر بالإعلام الرقمي الجديد ويعي متغيراته المتسارعة وهذه بعض من متغيراته ومميزاته التي أشارت إليها الدراسات السابقة:

- الإعلام الجديد هو شكل من أشكال وسائل الإعلام الجديدة التي يمكن أن يكون لها تأثير كبير على الطريقة التي يكتسب بها الأفراد في أي بلد من البلدان المعلومات<sup>(27)</sup>.

- كما أن من أهم ما يميزه عن الإعلام القديم أنه كسر منطق الوصاية التي فرضها ورسخها الإعلام التقليدي ، كونه إهتم بالنظر إلى الجماهير بوصفهم مشاركين ، ولا يتأتى هذا إلا عبر المشاركة الجماهيرية التي تعد من الأفكار الرئيسية للتحديث<sup>(28)</sup>.

- وهذا العصر هو عصرا لإعلام الرقمي والذي يشهد تغييرات جذرية في وسائل الإعلام، وخلق صعوبات اقتصادية لوسائل الإعلام القديمة خاصة الصحافة الورقية، وهنا كسباق محموم لإيجاد بدائل تعالج هذا الخلل<sup>(29)</sup> ، وهو يؤثر أيضاً على المشاركة في الحياة المدنية والسياسية، ولا سيما بعد ظهور مواقع وأدوات الشبكات الاجتماعية<sup>(30)</sup> ، وعن طريقه راجت الأفلام وبرزت كمصدر مهم لوصول الأفلام للجمهور، ويُعد بديلاً لسوق أفلام DVD / VCD التقليدية ، حيث أثرت التكنولوجيا الحديثة المتسارعة والمتغيرة على جميع الأنشطة البشرية<sup>(31)</sup>.

- والإعلام الجديد دعامة الإنترنت أصبح فيه العالم مجتمعاً افتراضياً حيث يلتقي الأشخاص ويكونون مرتبطين بمسافات في الفضاء ويتفاعلون ويستمتعون بأفكار بعضهم البعض ، ويتم تبادل الأفكار وإتاحتها لعدد كبير من الأشخاص ، بما يتجاوز قدرة وسائل الإعلام التقليدية، كما أن وسائل الإعلام الجديد تمنح الأفراد إمكانية الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات ، متجاوزةً وسائل الإعلام التقليدية، ولقد أتاح الإنترنت في حد ذاته ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي تسمح في أكثر أشكالها تميزاً بالتفاعلات التلقائية والفورية بين الناس، وتعمل شبكات المجتمعات الاجتماعية هذه على تعزيز الترابط السريع بين الناس في

العالم، والنتيجة هي نقلة نوعية في الاقتصاد السياسي والديني والاجتماعي واقتصاديات السوق في العالم (32).

- وتظهر أهمية كأداة تعليمية من خلال كونه مصدراً جيداً للحصول على المعلومات الصحيحة ، والحلول للمشكلات في البيئة الأكاديمية، وتم استخدام الإنترنت في التعليم العالي كأداة للباحثين ، فإذ قاعدة واسعة تسمح بالوصول إلى مجموعة هائلة من المعلومات البحثية في صورة منشورات كاملة أو تقارير أو ملخصات(33) ، وهو يُلقى الضوء أيضاً على العلاقة المتبادلة بين وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة المدنية (34).

- وتظهر أهميته أيضاً كوسيط جديد لتدفق المعلومات في المشاركة المجتمعية كالانتخابات عن طريق استخدام الإنترنت للتواصل الشخصي مع الناخبين ، والمنظمات الاجتماعية المدنية (35)، كما أنه أحدث تحولاً كبيراً في المجتمع حيث أصبحنا أكثر اعتماداً على الوجود في العالم الرقمي ، كما أن الأشخاص الرقميين ، وكذلك الشباب الذين ولدوا في ظل واقع افتراضي ، ينظرون إلى العالم بشكل مختلف (36) .

- وهو يتيح الفرصة لكبار السن بالمشاركة عبر الإنترنت ، فكبار السن (الذين تزيد أعمارهم عن 65 عاماً) أقل مشاركة ومهارة في الوسائط الرقمية من الشباب الأصغر منهم سناً ، ، لكن لديهم إحساساً إيجابياً بأنهم قادرون على تعلم مهارات جديدة ، وفي نفس الوقت لديهم إحساساً بأن الوسائط الرقمية قد تغطي عليهم أو تضيع وقتهم(37) .

- كما أنه يُتيح الفرصة للقائمين بالإتصال عبر الإنترنت أن يتواصلوا مع الجمهور وأن يتكيفوا مع متطلبات ومهام التقنيات الحديثة ، وأن لهم أدوار ومسؤوليات يجب أن يقوموا بها بكفاءة ليكتسبوا المهن الرقمية ويعملوا ضمنها(38)،

- كما أنه يستخدم تكتيكات للمرونة الرقمية في الجوانب الإنسانية مثل الدعم الذي يقدمه للاجئين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ودعم الجوانب الاجتماعية والصحية والهوية لديهم ، حيث يتم الدعم الاجتماعي بشكل أساسي مع العائلة والأصدقاء والمنظمات بانخراط هؤلاء اللاجئين عن طريق العاطفة الرقمية مع عائلاتهم والتي تتم عن طريق التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي(39)، وفيه منالتطورات التقنية ، وخاصة الرقمية ، التي تتوفر فيه وتجعل له دوراً مهم في الدبلوماسية فهو يعمل على فهم العمل الدبلوماسي ، كما أن منصات الإعلام الجديد تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ؛ كطريقة للتبادل الدبلوماسي بين الدول (40) .

- كما يسعى بأن تكون البيئة الإخبارية الرقمية الناشئة عن طريق الارتباط ببيئة المعلومات الأوسع عبر الحدود، عن طريق الارتباط التشعبي بين مواقع الأخبار الرقمية في أوروبا والولايات المتحدة(41)، ومن خلال المعارض التقنية والتي تهتم بمستقبل التقنيات الرقمية والتنبؤ بهذا المستقبل فإن المؤشرات تشير بأن الإعلام الجديد له دورٌ في ظهور أفكار جديدة ، كما يمكن أن يكون له استخدامات سياسية ووضع الإستراتيجيات(42).
- وهناك في بعض الدول توجد رقابة صارمة على منصات الإعلام الجديد خاصة الصحافة مثل هونغ كونغ ، فإنه في المقابل تعزز وسائل التواصل الاجتماعي مساحات بديلة لأصوات المعارضين والتي تعتبر طريق للتعبير الحر(43).
- وعن طريقه يكون هناك تقارب إعلامي مزدهر حول العالم في ظل التقنيات الإعلامية الرقمية ، كما أن القائمين بالإتصال العاديين يستجيبون لتقارب وسائل الإعلام بالقبول أو الرفض، على أن تُؤخذ في الإعتبار العلاقة بين الإعلام والدولة (44).
- ويتميز أيضاً بأن مجموعة كبيرة من الأدلة التجريبية تشير بأن المحادثات وجهاً لوجه وعبر الإنترنت تدفع للمشاركة التشاركية الإيجابية ، ولها تأثير في إنتاج الرسائل على المرسل (45)، وعن طريقه فإن الإنترنت "يحدث ثورة في العديد من جوانب ذات علاقة بالمنظمات مثل أبحاث العلاقات العامة وممارستها"(46)، وفيه تُسهّل وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين علاقات بين المستخدمين من خلفيات ثقافية مختلفة ، مما ينتج عنه بنية إجتماعية ثرية، كما يشجع المحتوى الذي ينشئه المستخدم على الاستفسار واتخاذ القرار ، كما يُستخدم كوسيلة تسويقية ، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تُستخدم في المشاركة في المعلومات أثناء الأحداث الحرجة(47)، وفي الإعلام الجديد تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد كمصادر في التغطية الإخبارية السائدة، مثل التغطية الإخبارية العاجلة ، وأثناء الأزمات أو في أوقات الانتخابات (48) .
- كما أن الإعلام الجديد لم يظهر فجأة فوسائل الإعلام لم تظهر نتيجة للاختراعات التقنية فقط ، ولكنها تمت على مرحلتين الأولى مرحلة الإختراع والثانية مرحلة قيام المؤسسات الإجتماعية بأدوار من أجل تحسين الاختراعات التقنية على الوسائط القديمة ، فعلى سبيل المثال قام جوتنبرج بتحسين الكتابة ، والمرحلة التالية هي الابتكار ، فالمجتمع "يبتكر" الاختراعات من خلال اكتشاف إمكانات جديدة للاتصال ؛ تتبنى وتنسق وسائط جديدة للاتصال (49)، وفيه يتم استخدام مفهوم أيديولوجية وسائل الإعلام حيث يُطلق مفهوم "الشيخوخة" على وسائل

الإعلام التقليدية أو القديمة ومفهوم "الحديثة" على وسائل الإعلام الجديدة ، وتعريف "القديم" و "الحديث" يتعلق بالحياة الاجتماعية (50) ، كما يظهر نفس المفهوم القديم مقابل الحديث بين الأجيال ويُعتبر هذا ناشئاً من العادات الاجتماعية (51)، غير أن العلماء ينصحون بالابتعاد عن المفاهيم المتعلقة بالشيخوخة والحديثة ، والتأكيد بدلاً من ذلك باستخدام مفهوم "التغيير المستمر" فهو الذي أحدث النقلة من القديم للحديث (52).

- ومن خلال الإعلام الجديد ، لا يمكن مقارنة المنصات عبر الإنترنت ، مثل YouTube ، مع الوسائط التقليدية ، مثل السينما والتلفزيون، وتسمح نظرية تقنيات التأسيس لمنصات الإنترنت القائمة على البرامج ، مثل YouTube و Sound Cloud و Twitter ، أن تُسمى بالوسائط الرقمية ، وبالتالي تساعدنا على فهم جوانبها التكنولوجية وإمكانياتها الفريدة، إن تبرير هذه العلاقة بين الوسائط القديمة والجديدة والرقمية يجعلنا نستوعب مفهوم هذه المنصات بشكل أكثر فعالية فيما يتعلق بتبنيها واستخداماتها الاجتماعية والممارسات الثقافية ، كما يتيح لنا ذلك فهم حاضرنا والتحكم فيه بشكل أفضل ، ويقوم بتوجيهنا نحو مستقبلنا المحتمل (53).

- ومن خلاله أيضاً نتعرض للمفاهيم في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية مثل: التفاعلية، وصحافة المواطن، والفضاء العمومي، والرأس مال الاجتماعي ، غير أن نقل هذه المفاهيم إلى سياقات إجتماعية وثقافية عربية يتسبب في الكثير من المشكلات (54).

- وقد قدم العلماء من خلاله قدرًا كبيرًا حول طبيعة الأنواع الإلكترونية ، واكتشفوا أنه يوجد شكل من أشكال الهجين في الأنواع الإلكترونية المعاصرة (55)، وعن طريقه يمكن الإسهام في "تطوير وسائل الإعلام" وفي "التنمية" حيث قامت اليونسكو بوضع موارد كبيرة في "تطوير وسائل الإعلام" كنموذج للتنمية على نطاق أوسع" (56) ، وأيضاً فإن التحول الرقمي لصناعة البث أجبر شركات الاتصالات بالاهتمام الشديد بما يفضله الجمهور ، والدور الرئيسي للجمهور وهذا التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي يُسمى جمهور وسائط الخدمة العامة (57) ، ومن خلاله أيضاً فإن تقنيات الاتصالات الجديدة لها آثار مجتمعية ، فالجيل الحالي من تقنيات الاتصال يختلف عن سابقه ، فهي تتميز بالتفاعلية ، فالتقنيات الجديدة لها قدرة عالية على توفير المعلومات والمشاركة التفاعلية بدرجة عالية جداً (58).

- وفي الإعلام الجديد تُوجد علاقة تربط بين وسائل الإعلام الجديدة والجيل الحالي من الشباب ، بعد دخول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة ، كما أنها

تؤثر في بناء هوية هؤلاء الشباب ، كما أن وسائل الإعلام الجديدة توفر للجيل الحالي الكثير من المواد والأدوات مثل : الأخبار ، والحقائق ، والصور والشخصيات والمشاهير وتثير عواطفهم وطقوسهم ، كما توفر لهم الأيقونات والموسيقى والعلامات التجارية ، وعناوين البرامج التلفزيونية والأفلام ، والتي تساهم في تشكيل ومشاركة الأنماط المعرفية والأذواق والمواقف والتوقعات لديهم ، ومن الواضح أن كل هذه العناصر تبقى في الذاكرة ، ووفقاً لذلك تستطيع الأجيال الجديدة أن تبني معاني هذه الأدوات اللغوية على أساس محلي وعالمي ، وأن هويات هذه الأجيال تتباعد إلى حد كبير ، بل يمكن اعتبار الأجيال الحالية في وضع متعدد الأبعاد في هوياتهم (59) .

- ومن خلاله فإن الوسائط الجديدة اكتسبت الكثير من القبول والرعاية على مستوى العالم بسبب كونها وسائل إعلانية جديدة أسرع من وسائل الإعلان التقليدية مع انخفاض نفقاتها والأسرع في الوقت ، وهذه الوسائط الجديدة تواجه قيود عند استخدامها في البلدان النامية بسبب ضعف الاتصال بالإنترنت ، وتعطل إمدادات الطاقة ، وتلّف صيانة المعدات الرقمية ، والدخل المنخفض للوصول إلى وسائل الإعلام الجديدة في هذه البلدان، في الوقت الذي تم فيه تلبية احتياجات المعلومات لأكثر عدد من السكان في العالم ، فإن سكان المناطق الريفية في البلدان الفقيرة فلا تزال هناك حاجة للتعايش بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة معاً لبعض الوقت في المستقبل(60).

وبذلك تم الإجابة عن السؤال الفرعي : ما نماذج تطبيقات الإعلام الجديد التي يمكن أن يستفيد منها القائم بالاتصال عند ممارسة مهنته ؟

رابعاً(2-3): نماذج من مشكلات الإعلام الرقمي الجديد:

- وسائل الإعلام الحديثة والاتصالات التي تتم من خلالها لها العديد من المخاطر المرتبطة بالاتصالات العلمية في بيئة الاتصالات الرقمية ، فالبرغم من أن بيئة الاتصالات الرقمية توفر فرصاً للتفسير النقدي والإبداع والشفافية والمرونة وتعزيز المصداقية العلمية غير أن هناك العديد من المخاطر التي تواجه القائمين بالاتصال ، منها الاستغلال والتهميش والمضايقات(61) ، كما أن وسائل الإعلام الجديد لها مخاطر مرتبطة باستخدامها(62) ، كما أن التزييف والسخرية يظهران كشكل من أشكال نشاط الإعلام الرقمي (63) ، هناك أيضاً عوائق تقف فينشر ثقافة توزيع فعالة للأفلام عبر الإنترنت(64) ، كما أن التواصل والاستخدام المستمر ولمدد زمنية طويلة على الإنترنت وعلى مدار الساعة طوال أيام الأسبوع يعمل على فقدان الاتصال بـ "الحياة الواقعية" بالإضافة فإن هناك أضراراً قد تلحق بالجسم والعقلنتيجة لذلك ، وأنها تُعتبر سموم رقمية يجب التخلص منها ، وأنه على

الأفراد أن يتحملوا المسؤولية الشخصية وموازنة المخاطر والضغوط التي تقع عليهم ، والحنين للماضي وتذكر الحياة الخالية من هذه السموم الرقمية (65) .

- كما أن التقنيات الرقمية الحديثة تؤثر سلباً على إنسانيتنا في المشاركة الطبيعية ، وأصبحت هذه التقنيات مخيفة للغاية ، كما أنها يمكن أن تؤثر على التعلم والتعبير اللغوي بشكل مباشر على الأشخاص الرقميين ، و نظراً لاعتماد الجيل الحالي الذي يعتمد على التدفق السريع للتقنيات الرقمية ، فهؤلاء لن يمتلكوا بعض الملكات الحتمية للتفكير والتفسير ، كما أن هناك قلقاً عليهم أن يفقدوا ملكة الإبداع ، وقد يفتقرون القدرة الأساسية للتفاعلات الشخصية، وقد يتعرضون للاختلالات العصبية (66) ، ووسائل التواصل الاجتماعي لها دورٌ في نشر الكراهية والمعلومات المضللة (67) ، فالبيانات الرقمية الشخصية على سبيل المثال أصبحت متاحة للغير بسبب التقنيات الحديثة حيث أصبح الناس يواجهون مشكلات التحكم في بياناتهم ، مما ينتج عنه تعرف الناس الآخرين على سرية هذه البيانات (68) ، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبح لديها القدرة على خلق أزمات زائفة ، لذا فإن "الجانب المظلم" للتقنيات الرقمية ، على سبيل المثال ، يكون في المعلومات المضللة ، والدعاية الكاذبة ، وأن هذه التقنيات ساعدت على انتشار الروبوتات بدلاً عن الإنسان وأنها في زيادة مستمرة (69) ، وأن إحدى المشكلات التي تواجهها المناهج الجامعية للعلاقات العامة على سبيل المثال هي كيفية توفير تدريب كافٍ في وسائل الإعلام الجديدة والتكنولوجيا لطلاب الجامعات حتى يكونوا مستعدين للممارسة المستقبلية في ظل الإعلام الجديد (70) .

#### رابعاً (2-4) : تدريب القائم بالاتصال في الإعلام الرقمي الجديد:

يركز القائمين بالاتصال في الشبكات الإخبارية التلفزيونية العالمية على مهارات "الوسائط الجديدة" عند اتخاذ قرارات بشأن اختيار موظفين جدد، فهم يفضلون بأغلبية ساحقة توظيف أشخاص لديهم مهارات الإعلام الجديد، ويمكن للقائمين بالاتصال عمل توازن بين التدريب التقليدي والتدريب في "الوسائط الجديدة" (71) .

أصبحت وسائل الإعلام الجديدة دعامة أساسية لصناعة وسائل الإعلام الجديدة ، وعلى سبيل المثال أصبح معلمو الصحافة مطالبين بنقل المهارات إلى الجيل الحالي في مجال الكتابة مع تعليمهم تنظيم أفكارهم بشكل جيد ، وتدريبهم للعمل بكفاءة كفريق عمل ، كما أن تعلم صناعة الإعلام مطلوب لتطوير قدرة عقلانية لدى خريجي المستقبل ، ومساعدتهم على اكتساب جميع المهارات الأساسية لفهم صناعة الإعلام فيما يتعلق بالممارسات الإعلامية الجديدة والاتجاهات المتغيرة ، ويجب أن

يكون المسؤولون عن صناعة الإعلام مجهزين بالمهارات حتى يمكن إكسابها للقائمين بالاتصال من طلاب الإعلام الجدد(72).

#### خامساً- التدريب :

التدريب: هو عملية مخططة ومستمرة ، تهدف إلى تلبية الإحتياجات التدريبية الحالية والمستقبلية لدى الفرد ، بزيادة معارفه وتدعيم إتجاهاته وتحسين مهاراته ، بما يسهم في تحسين أدائه في العمل وزيادة إنتاجية المنظمة (73). الإحتياجات التدريبية : هي مجموعة من التغييرات التي يجب إجراؤها على معرفة الفرد وممارسته وأدائه ، حتى يتمكن من القيام بواجباته بقدر أكبر من الملائمة ، ويعتبر تحديد الإحتياجات التدريبية الأساس في صناعة التدريب ، والتي تعتمد عليها جميع أسس التدريب وتنمية الموارد البشرية ، ويعتبر الأداة الرئيسية التي يتم بها التقدم والتطوير للأفراد (74).

#### خامساً : 1- تدريب القائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد :

تستمد أهمية التدريب بتحديد إحتياجات القائم بالاتصال لرسم خريطة طريق لبرامج التدريب الحديثة التي تحقق أهداف التدريب في ظل الإعلام الرقمي الجديد ، وفي نفس الوقت تتعامل مع التحديات التي تواجه تنفيذ برامج التدريب في ظل المتغيرات المتسارعة للإعلام الجديد ، مع طرح أفكار ومقترحات تضمن فاعلية وكفاءة تلك البرامج لتسهم في تحقيق أهدافها.

#### خامساً : 2 - أهمية تدريب القائمين بالاتصال:

تشير المراجع والدراسات السابقة إلى هذه الأهمية ويتضح ذلك على النحو التالي :

" التدريب ضروري لزيادة كفاءة الأفراد نحو الأداء الفعال في المنظمات ، وأنه من المناسب تصميم برامج تدريب يكتسب فيها هؤلاء الأفراد المهارات الجديدة التي تعزز من أداء أعمالهم بشكل فعال في مؤسساتهم لتحسين أدائهم في المنظمة(75) ، " على أن يتم التدريب من قبل خبراء وممارسين أكفاء في الموارد البشرية لتحقيق الكفاءة المطلوبة لدى الأفراد المتدربين (76) " ، " على أن يتم تدريب القائم بالاتصال باستخدام المواد التعليمية الرئيسية ليكون فعالاً لتعزيز فهم المتلقي " (77) ، " والتدريب والتطوير يؤدي إلى تحسين الأداء ، وله أثارٌ كبيرة على إنتاجية العمل ، كما أن التدريب يعمل على رفع معنويات المتدربين (78) " ، " كما أن هناك علاقة بين التدريب وتحفيز المتدربين ، كما يعمل التدريب وبشكل كبير على تقوية دوافع للمتدربين ، ويشعرهم بالرضا الوظيفي ويجعلهم أكثر إلتزاماً بمنظومة العمل بالمؤسسة " (79) ، " والتدريب له تأثير إيجابي على الأداء الوظيفي للمتدربين وأنه توجد علاقة إيجابية بين التطوير للمتدربين وبين أدائهم الوظيفي (80) ، " كما أن هناك علاقة إيجابية قوية بين تدريب الأفراد وأدائهم " (81).

" وهناك علاقة إيجابية بين التدريب والتطوير للأفراد وإنتاجيتهم وأمنهم الوظيفي " (82)، كما " أن سياسات تدريب وتطوير الأفراد تؤثر تأثيراً إيجابياً وهاماً على أداء المنظمة " (83)، "ومن المفيد أن يتم تنفيذ جميع أشكال تدريب الموارد البشرية وأساليب التطوير الممكنة مثل الدورات الدراسية والمؤتمرات وورش العمل والندوات والتدريب أثناء الخدمة وتقديم المساعدة التقنية بانتظام من أجل تحقيق قوة العمل المطلوبة " (84)، " وفي إحدى الدراسات في مجال الإعلام كانت هناك نسبة عالية من المتدربين كان لديهم آراء إيجابية تجاه التدريب وأن هذا جعلهم أكثر كفاءة في عملهم (85)، و " توجد علاقة مباشرة بين خبرات الفرد التدريبية الإيجابية وكفاءته الوظيفية، وكانت مواقفهم إيجابية تجاه التدريب " (86)، و " التدريب والتطوير عاملين رئيسيين في أداء الأفراد وإنتاجيتهم ، وأنه لا يوجد أمام المؤسسات للتطوير سوى هذين الخيارين " (87)، " كما أن تدريب الأفراد في المؤسسات ، يؤثر بشكل إيجابي على أدائهم الوظيفي " (88).

وبذلك تمت الإجابة عن السؤال الفرعي: ما أهمية التدريب بالنسبة للقائم بالاتصال في ظل الإعلام الجديد؟

### خامساً: 3- مشكلات ومعوقات التدريب:

" توجد مشكلات أثناء التدريب والتطوير، وازدادت في ظل ظهور الإعلام الجديد ومتغيراته المتسارعة مثل : قصور الموارد المالية الخاصة بالتدريب " (89)، و " أن توفير موارد لتدريب الأفراد مرتبط بأداء المنظمة (90) " كذلك " فمعظم المنظمات تلبي احتياجاتها من التدريب بطريقة عشوائية ، والقليل منها يتم التدريب فيها بطريقة منظمة ، وأن نجاح أي

منظمة في تحقيق أهداف برامجها في مجال التدريب أو التطوير ، يجب أن يكون تصميم وتنفيذ البرامج التدريبية بها مخططاً ومنهجياً وبطريقة منظمة وموجها نحو تحسين الأداء والإنتاجية " (91)، وأن من معوقات التدريب أيضاً ضعف كفاءة المدربين ، وضعف مخصصات الإنفاق على التدريب ، وضعف التنسيق مع الجهات المعنية بالتدريب الإعلامي ، وعدم وجود مؤسسات حكومية مستقلة متخصصة في التدريب الإعلامي (92) " وكذلك " ضعف استخدام معينات التدريب الفعالة (93) ، كما أن " استخدام تقنيات التعلم متعدد الوسائط أصبح أكثر انتشاراً ، ومن ثم أصبح تصميم الدورات التدريبية معقداً ، وأصبح القائمون بالاتصال يواجهون تحديات كبيرة عند استخدامهم لهذه التقنيات (94).

### سادساً - رؤية مستقبلية للقائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد :

إنَّ القائم بالاتصال المهني عليه أن يتجاوب مع المتغيرات التي فرضتها التقنيات الحديثة ، فعليه أن يتجاوب معها ومع ما أحدثته من تداخل في الأدوار في مهنته ،

ومن ثم فعليه أن يستوعب إعلام المواطن وعليه أن يدرك في نفس الوقت أنه قائم بالإتصال تحكمه مهنته ، أما المواطن فهو مُرسَل لكونه غير مهني ، وعلى القائم بالإتصال المهني أن يطور من نفسه وأن يكون مبدعاً في مهنته ، وأن يثقل من خبراته المهنية بالتدريب ، وأن " يكون مبدعاً لديه القدرة على التحليل والتفسير وأن يكون له رؤية فكرية بالنص أو الفكرة ، وأن يواكب الأحداث التي تحدث في مجتمعه والتي تحدث في الواقع ، وأن يكون له موقف من النص الذي يتواصل به مع المتلقي ، حتى نستطيع أن نفرق بينه وبين المرسل المواطن غير المهني.

فالقائم بالإتصال في حاجة إلى التعليم والتدريب المستمر على استخدام الإنترنت للحصول على المهارات اللازمة لمصدر المعلومات بكفاءة لدعم تعلمهم<sup>(95)</sup>.

والقائم بالإتصال يتعرض الى ضغوط متجددة في بيئة العمل الالكترونية ( البيئة الجديدة) ، نظراً لأنها غير ثابتة وتتطلب منه تجديداً مستمراً وتطلعاً دائماً الى مواكبة التطورات التكنولوجية وإرضاء ذوق الجمهور المتطلع إلى المزيد من المعرفة والمشاركة<sup>(96)</sup>.

وأصبح من الضروري محو الأمية الرقمية للقائمين بالإتصال وإكسابهم المهارات الرقمية الفعلية<sup>(97)</sup>، وكذلك تعزيز الفهم العام للتحديات الحالية والمستقبلية التي تفرضها وسائل الإعلام الجديدة على القائمين بالإتصال في مجالات مثل مجال العلاقات العامة، حيث تشير الأدلة بأن العديد من ممارسي العلاقات العامة يعانون من تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة عند ممارستهم مهنتهم، ويحتاجون إلى مزيد من التطور فيما تفرضه وسائل الإعلام الجديدة ، ومن ثمَّ يتطلب ذلك إستكشاف التهديدات والفرص المحتملة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة للعلاقات العامة<sup>(98)</sup> ، ومن ثمَّ توفير تدريب كافٍ في وسائل الإعلام الجديدة والتكنولوجيا لطلاب الجامعات حتى يكونوا مستعدين للممارسة المستقبلية كقائمين بالإتصال في مجال العلاقات العامة وغيرها من المجالات الإعلامية .

وعلى كليات الإعلام أن تستعد لإعتماد مجموعة المهارات المطلوبة لإظهار القدرة على التكيف مع استخدام وسائل الإعلام الجديدة ، واعتمادها في المناهج الدراسية<sup>(99)</sup>.

والوسائط الجديدة تواجه قيوداً عند إستخدامها في البلدان الفقيرة بسبب ضعف الإتصال بالإنترنت ، وتعطل إمدادات الطاقة ، وتلف صيانة المعدات الرقمية ، والدخل المنخفض للوصول إلى وسائل الإعلام الجديدة في هذه البلدان، في الوقت الذي تم فيه تلبية إحتياجات المعلومات لأكثر عدد من السكان في العالم ، فإن سكان المناطق الريفية في البلدان الفقيرة ، فلا تزال هناك حاجة للتعايش بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لبعض الوقت في المستقبل في بعض هذه البلدان<sup>(100)</sup>.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

---

كما أن دراسة فكرة التعايش بين الإعلام "الجديد" والإعلام "التقليدي" ، بهدف توجيه التفكير نحو إعلام يخدم المجتمعات ، ولا يكون سبباً في إحداث خلل داخلها، ويتم هذا التعايش بدراسة، واقع الإعلام "التقليدي"، وأن هناك حاجة للانتقال نحو الإعلام "الجديد"، للوقوف على نتائج انتشار الإعلام "الجديد" وآخرها إبراز الحاجة للتعايش بين الإعلام "الجديد" والإعلام "التقليدي" (101).

واستخلصت هذه الورقة البحثية : بأن هناك أهمية قصوى لتدريب القائم بالاتصال في ظل الإعلام الرقمي الجديد ، واتضح أن هناك مشكلات ومعوقات تقف أمام تدريبه ، بالإضافة بأنه توجد صعوبات وتحديات تواجهه في بيئة الإعلام الرقمي الجديد ، وأصبح للقائم بالاتصال أدواراً جديدة يجب أن يقوم بها في ظل الإعلام الجديد ، بالإضافة إلى ذلك أجابت هذه الورقة البحثية على الأسئلة الفرعية ، ووضعت رؤية مستقبلية للقائم بالاتصال ومن ثمّ قد أجابت عن السؤال الرئيسي وهو: ما صورة التدريب الذي يمكن به إكساب القائم بالاتصال مهارات الإعلام الرقمي الجديد ؟

### الهوامش :

- (1) محمد عبدالحميد ، نظرية الإعلام واتجاهات التأثير ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1997 ، ص 91 .
- (2) حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2004 ، ص 44 .
- (3) عصام سليمان موسى : المدخل في الاتصال الجماهيري ، ط6 ، دار إثراء للنشر، الأردن ، 2009 ، ص 88 .
- (4) زيجمونت هينر ، "جماليات فن الإخراج" ، ترجمة : هناء عبدالفتاح ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1993 ، ص 57-102 .
- (5) صالح عثمانية عبدالقادر عرفاوي، وآخرون : السرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصل ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، 2016 .
- (6) فريدة بوعكاز : القائم بالاتصال في ظل بيئة الإعلام الجديد: التحديات ، والمصادر والأدوار ، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، المجلد 3 - العدد 1 ، ص 303-320-2020 .
- (7) صالح عثمانية عبدالقادر عرفاوي ، وآخرون ، مرجع سابق ، 2016 ، ص 155 .
- (8) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتاب، 1997 ، ص ص 25 – 91 .
- (9) Bayrak Hussein Jumaa al-Rubaie, The liaison between the new and traditional media environment, Conference: AUSACE's 20th Annual International Conference on Global Trends and Prospects in Media, At: Qatar University – Qatar, 2015, pp.288-298.
- (10) Bayrak Hussein Jumaa al-Rubaie, Ibid , 2015, pp. 301-321.
- (11) محمد قراط : " قضايا إعلامية معاصرة " ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1 ، عمّان، 2006 ، ص 24 .
- (12) محمد قراط : المرجع السابق ، ص 26 .
- (13) Fawzia Akak: The Role of the Contact Person in Building the Media Mission, Unpublished MA, University of Algiers, 1986 ,Volume 20, N1, pp.(s) 149-158 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/47825>
- (14) Farida Boukaz.: Contact person in the New Media Environment: Challenges, Sources and Roles, Algerian Journal of Media and Public Opinion Research, 2020, Volume 3, N.1, P. 36-53
- (15) Faiza Bouzid: The criteria for the communicator in determining the priorities of political issues between traditional and new media: "A theoretical reading of developments in the theory of the contact, Unpublished PhD, Volume 24, N 3, pp .560-57 ,2020 ، University of Algiers, <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/117450>.
- (16) Bayrak Hussein Jumaa al-Rubaie, Ibid, 2015, pp .345-349.
- (17) نجوى فوال: القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992 ، ص 50
- (18) Donald N. Jensen and Michel Harmata : `` What to Expect When You Expect a Robot? Washington, D.C .: Center for European Policy Analysis ، (2017) ، p231.

- [http://infowar.cepa.org/EN/ what-to-look-when-youre-looking-bots](http://infowar.cepa.org/EN/what-to-look-when-youre-looking-bots)  
(19) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد : الإتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2004 ، ص 44
- (20) SulaimanTahir :The contact person in the media organization  
(2010):<https://sulaiman78.wordpress.com/2010/05/06>
- (21) الدسوقي عبده إبراهيم : "وسائل واساليب الاتصال الجماهيري والإتجاهات الاجتماعية" ، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر ، الأسكندرية ، 2004 ، ص 27 .
- (22) SulaimanTahir: Ibid, 2010 , p. 64.
- (23) جليلة عبدالله خلف ، الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية ، دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية ، دار الكتاب العربي ، العين ، الإمارات العربية المتحدة ، 2014 ، ص 28 .
- (24) زهير إحدادين ، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1991 ، ص 74 .
- (25) نبيل على : الثقافة العربية وعصر المعلومات ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 265 ، المجلس الوطني للثقافة والفنون الأدبية ، الكويت ، 2001 ، ص 264 .
- (26) حسني محمد نصر ، الإنترنت والإعلام : الصحافة الإلكترونية ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، الكويت ، 2003 ، ص 53 .
- (27) RANDOLPH Kluver: The Logic of New Media in International Affairs, 2020, 10.1177/1461444402321466787, Oklahoma State University – Stillwater.  
[https://www.researchgate.net/publication/242208899\\_The\\_Logic\\_of\\_New\\_Media\\_in\\_International\\_Affairs](https://www.researchgate.net/publication/242208899_The_Logic_of_New_Media_in_International_Affairs)
- (28) Bayrak Hussein Jumaa al-Rubaie, Ibid, 2015, pp. 355-359.
- (29) Bob Franklin: "The Future of Journalism In an age of digital media and economic uncertainty", 2014, Pages 481-499, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.930254>
- (30) Shelley Bullian: Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation  
First Published October 26, 2018 Research Article  
<https://doi.org/10.1177/0093650218808186>
- (31) Socha, Bailey and Barbara Eber-Schmid. "What is New Media?" 2014, New Media Institute. 7th July 2017 ,pp.544-548. <<http://www.newmedia.org/what-is-new-media.html>>.
- (32) Socha, Bailey et.al. -Ibid, p.567.
- (33) Fasae, John, K. and Aladeniyi, Francis R. Internet Use by Students of Faculty of Science in two Nigerian universities. Library Philosophy and Practice 2012, 2014. <http://unllib.unl.edu/LPP/>, Accessed October 27, 2017.
- (34) Anne Kaun, Julie Uldam Digital activism: After the hype, Volume: 20 issue: 6, page(s): 2099-2106  
<https://doi.org/10.1177/1461444817731924>
- (35) New intermediations of the electoral information flows: Changes in the Digital Public Sphere in election campaigns in Spain (2018–15) Josep Lobera, Victor Sampedro, 2018, <https://doi.org/10.1177/0539018418820239>.

- (36) Andrea E Cladis A shifting paradigm: An evaluation of the pervasive effects of digital technologies on language expression, creativity, critical thinking, political discourse, and interactive processes of human communications, Volume: 17 issue: 5, page(s): 341-364, <https://doi.org/10.1177/2042753017752583>
- (37) Dividing the Grey Divide: Deconstructing Myths About Older Adults' Online Activities, Skills, and Attitudes, Anabel Quan-Haase, Carly Williams, Maria Kicevski, Isioma Elueze, Barry Wellman, American Behavioral Scientist, vol. 62, 2018, pp. 1207-1228.
- (38) Amy Schmitz Weiss, Vanessa de Macedo Higgins Joyce :Compressed dimensions in digital media occupations: Journalists in transformation, 2009, Volume: 10 issue: 5, page(s): 587-603, <https://doi.org/10.1177/1464884909106534>
- (39) Ghadeer Udwan, Koen Leurs, Amanda Alencar :Digital Resilience Tactics of Syrian Refugees in the Netherlands: Social Media for Social Support, Health, and Identity, 2020, Volume: 6 issue: 2, <https://doi.org/10.1177/2056305120915587>
- (40) Volker Stanzel (ed.): New Realities in Foreign Affairs: Diplomacy in the 21st Century, 2018, SWP Research Paper 2018/RP 11, November 2018 [https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/research\\_papers/2018RP11\\_sze](https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/research_papers/2018RP11_sze).
- (41) Annett Heft, Curd Knüpfer, Susanne Reinhardt: Toward a Transnational Information Ecology on the Right? Hyperlink Networking among Right-Wing Digital News Sites in Europe and the United States, 2020, <https://doi.org/10.1177/1940161220963670>
- (42) Christian Schwarzenegger, Gabriele Balbi : When the 'Messiah' went to 'Mecca': Envisioning and reporting the digital future at the CeBIT tech fair (1986–2018), 2020, Volume: 26 issue: 4, page(s): 716-731, <https://doi.org/10.1177/1354856520909528>
- (43) Nicholas Frisch, Valerie Belair-Gagnon, Colin Agur :Media capture with Chinese characteristics: Changing patterns in Hong Kong's news media system, 2017, Volume: 19 issue: 8, page(s): 1165-1181, <https://doi.org/10.1177/1464884917724632>
- (44) Liangen Yin, Xiaoyan Liu: A gesture of compliance: media convergence in China, 2014, Volume: 36 issue: 5, page(s): 561-577, <https://doi.org/10.1177/0163443714532975>
- (45) Dhavan V. Shah: Conversation is the soul of democracy: Expression effects, communication mediation, and digital media, 2016, Volume: 1 issue: 1, p(s): 12-18, <https://doi.org/10.1177/2057047316628310>
- (46) Taylor, M., & Kent, M. (2007). Taxonomy of mediated crisis responses. Public Relations Review. [Electronic version]. 33, pp. 140–146.
- (47) Kawaljeet Kaur Kapoor et al.: Advances in Social Media Research: Past, Present and Future, 2018, volume 20, pages 531–55.

- (48) Steve Paulussen: Social Media References in Newspapers. Facebook, Twitter and YouTube as Sources in Newspaper Journalism, 2014, Journalism Practice 8(5), DOI: 10.1080/17512786.2014.894327
- (49) Rudolf Stöber: What Media Evolution Is A Theoretical Approach to the History of New Media, 2004, European Journal of Communication 19(4):483-505, DOI: 10.1177/0267323104049461
- (50) Manuel Menke, Christian Schwarzenegger: On the relativity of old and new media: A lifeworld perspective, 2019, Convergence 25(2):135485651983448 DOI: 10.1177/1354856519834480
- (51) Balbi, G, Winterhalter, C (2013) Antichenovita: Unaguidatransdisciplinare per interpretare il vecchio e il nuovo. Salerno: Orthotes.
- (52) Frederik Lesage, Simone Natale : Rethinking the distinctions between old and new media: Introduction, 2019, Volume: 25 issue: 4, page(s): 575-589 <https://doi.org/10.1177/1354856519863364>
- (53) John McMullan: A new understanding of 'New Media': Online platforms as digital mediums, 2017, Volume: 26 issue: 2, page(s): 287-301, <https://doi.org/10.1177/1354856517738159>
- (54) نصر الدين العياضي : وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد (22) تشرين الأول، تشرين الثاني، كانون الأول 2013 .
- (55) S. Scott Graham, Brandon Whalen: Mode, Medium, and Genre: A Case Study of Decisions in New-Media Design, 2008, Volume: 22 issue: 1, page(s): 65-91, <https://doi.org/10.1177/1050651907307709>
- (56) Guy Berger: Problematizing 'media development' as a bandwagon gets rolling, 2010, Volume: 72 issue: 7, page(s): 547-565, <https://doi.org/10.1177/1748048510378143>
- (57) Marta Cola, Benedetta Prario : New ways of consumption: the audiences of public service media in Italy and Switzerland, 2012, Volume: 34 issue: 2, page(s): 181-194, <https://doi.org/10.1177/0163443711430757>
- (58) Marco C. Yzer, Brian G. Southwell: New Communication Technologies, Old Questions, 2008, Volume: 52 issue: 1, page(s): 8-20, <https://doi.org/10.1177/0002764208321338>
- (59) Pier Marco Aroldi : "GENERATIONAL BELONGING BETWEEN MEDIA AUDIENCES AND ICT USERS", Italy <http://www.abs-center.si/gbccd/papers/P180.pdf>
- (60) Odun Ogidi, Anthony Utuluis: the New Media Superior to the Traditional Media for Advertising, 2016, 478- DOI: 10.18488/journal.8/2016.4.1/8.1.57.69298734776
- (61) Paul C. Adams, Geographies of media and communication III: Academic communications and the digital communication Environment, 2018, Volume: 43 issue: 4, page(s): 739-748, <https://doi.org/10.1177/0309132518763849>
- (62) Kawaljeet Kaur Kapoor et al.: Ibid, 2018, volume 20, pages 531-552.
- (63) Anne Kaun, Ibid, pp(s): 2099-2106.
- (64) Socha, Bailey et al.- 2017, Ibid, pp.170-175.
-

- (65) Trine Syvertsen, Gunn Enli: Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity, 2020 ,Volume: 26 issue: 5-6, page(s): 1269-1283, <https://doi.org/10.1177/1354856519847325>.
- (66) Andrea E Cladis, 2018 ,Previous reference, Volume: 17 issue: 5, page(s): 341-364,
- (67) Eve Ng No Grand Pronouncements Here: Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation, 2020 ,Volume: 21 issue: 6, page(s): 621-627, <https://doi.org/10.1177/1527476420918828>
- (68) Deborah Lupton: Feeling your data: Touch and making sense of personal digital data., 2017 ,Volume: 19 issue: 10, page(s): 1599-1614, <https://doi.org/10.1177/1461444817717515>
- (69) Donald N. Jensen and Michel Harmata, Ibid, p p 244-256.
- (70) A review of the impact of new media on public relations Challenges for terrain in practice. <https://translate.google.com/translate?hl=ar&sl=en&u=https://www.researchgate.net/publication/242232513>.
- (71) Expected of TV Reporters and Producers: A Survey, Volume: 5 issue: 1, page(s): 41-59, <https://doi.org/10.1177/1931243111400391>
- (72) Neha Jindal: The Drift in Journalism Education in India vis-à-vis New Media: Use of New Media by Administrators/ Educators in Journalism Schools, 2020 ,Volume: 30 issue: 1, page(s): 28-43 <https://doi.org/10.1177/1326365X20945430>
- (73) مدحت أبو النصر : مراحل العملية التدريبية ، ط2 ، (القاهرة ، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، 2014، ص17).
- (74) علي ميا ، كندة ديب ، تحديد الاحتياجات التدريبية وأثرها في تطوير الأداء ، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 31 ، العدد2 ، ص 433 ، (سلطنة عمان ، 2019 ، 2019/2/15 الساعة 4:26) <http://www.tishreen.edu.sy/ar/content>
- (75) Njideka Phina Onyekwelu , Ibeto Michael Uchenna, Nnamdi Azikiwe, Awka, Nsukka: Effect of Training on Employee Performance: A Study of Selected Banks in Anambra State, Nigeria, International Journal of Research and Innovation in Applied Science (IJRIAS) Volume 5, Issue 6, June 2020 , pp.(s) 2454-6194, [www.rsisinternational.org](http://www.rsisinternational.org)
- (76) Adeyori ju Rotimi: Training and Manpower Productivity in Nigeria Public Sector Interdisciplinary Journal of Education, Vol. 2, No. 1, May 2019, <https://journals.iuiu.ac.ug/index.php/ije/article/download/69/52>
- (77) Munawir Yusuf, Salim G Choiri Gunarhadi Gunarhadi: The effectiveness of comprehensive education and training on child protection in understanding the issue of inclusive education. JOURNAL of ICSAR ISSN : 2548-8619, E-ISSN: 2548, Vol 2, No 1 (2018): January 2018
- (78) Johnson Figo, Victoria Luffeth Vaniran: “ The impact of in-service training and employee development on Worker functionality and optimum productivity in public places ,High schools in Osun State, Nigeria”, Journal of Education and Practice, Vol.7, No.33, 2016, p183-189 [www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN 2222-1735 ،ISSN 2222-288

- (79) George OsoroMomanyi, Maureen AtienoAdoyo, Eunice MuthoniMwangi, and Dennis OkariMokua: Value of training on motivation among health workers in Narok County, Kenya  
Pan Afr Med J. 2016; 23: 26 Published online 2016 Apr 29.doi:  
10.11604/pamj.2016.23.261.8414  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4963175/>
- (80) عبدالباري درة ، زهير الصباح : إدارة القوى البشرية " منحى تنظيمي، ط1، دار الندوة للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن ، 1986، ص 274
- (81) Pablo Halpern: Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian PoliticalSystem (Journal of Communication, Vol. 14, No. 3, 1994) P. 60.
- (82) مصطفى نجيب محفوظ : إدارة الموارد البشرية " إدارة الأفراد "، ط2، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص ص 87، 88
- (83) يوسف قطامي، نظريات التعلم والتعليم، المقدمة، ط1، دار الفكر، عمّان، الأردن، 2005، ص 13.  
<https://www.academia.edu/21024550>
- (84) ميخائيل وسينجليتري ، جبرالد ستون : نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية ، ترجمة – عبد الله بن أهنية ، سعد هادي القحطاني ، ص 226 (السعودية ، مركز البحوث والدراسات الإدارية ، 1999).
- (85) المرجع السابق ، ص ص 34-35 .
- (86) مرجع السابق ، ص ص 103-109 .
- (87) Rokeach, S. J, The Origins of Individual Media System Dependency: A Sociological from Work (Communication Research, Vol. 4, 1985) P. 486.  
[https://en.m.wikipedia.org/wiki/Media\\_system\\_dependency\\_theory](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Media_system_dependency_theory)
- (88) صفية خليفة مسعود : الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية (مصر ، مجلة فكر وإبداع ، ج 88 ، أكتوبر 2014) ص ص 499-514 .
- (89) "ستيفن ب . كلاين ، ترجمة ، رباب حسني هاشم : التعلم، ج2 ، ص ص 464-465، (الرياض ، معهد الإدارة العامة ، 2003 ) .
- (90) يوسف قطامي ، مرجع سابق ، ص 13 .
- (91) مصطفى نجيب محفوظ : مرجع سابق ، ص ص 87-88 .
- (92) ليسلي راي ، ترجمة:حمزة سر الختم حمزة : كيفية قياس فاعلية التدريب ص ص 191-196 ، معهد الإدارة العامة ، مركز البحوث، الرياض ، 2001.
- (93) محمد فيصل الشعبي : تنظيم قطاع التدريب الإعلامي في فلسطين ، ط 1 ، (جامعة بيرزيت ، مركز تطوير الإعلام ، سلسلة أبحاث وسياسات الإعلام ، 2016) .
- (94) مناور بيان الراجحي: بحوث إشكاليات التأهيل والتدريب في أقسام الإعلام وكلياته بالجامعات العربية : (الأردن ، جامعة الزرقاء الخاصة ، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية ، مجلد 11 ، عدد 2 ، ص ص 18-36 ، 2011)
- (95)OlubankeMofoluwasoBankole, University of Agriculture, AbeokutaOludayoMr, Federal Polytechnic University, Ilaro .  
Internet Use Among Undergraduate Students of OlabisiOnabanjo University, Ago Iwoye, Nigeria,  
DigitalCommons@University of Nebraska – Lincoln
- (96) Bayrak Hussein Jumaa al-Rubaie, Ibid , 2015,pp.361-366.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

---

- (97)Marco Gui, Gianluca Argentin : Digital skills of internet natives: Different forms of digital literacy in a random sample of northern Italian high school students2011,<https://doi.org/10.1177/1461444810389751>
- (98) Melanie Brigid James: Ibid, 2007
- (99)Neha Jindal: Ibid, page(s): 28-43  
<https://doi.org/10.1177/1326365X20945430>
- (100) OdunOgidi, Ibid ,2016,pp.491-495  
DOI: 10.18488/journal.8/2016.4.1/8.1.57.69
- (101) OdunOgidi, Anthony Utulu,Ibid2016,pp.564-571,  
DOI: 10.18488/journal.8/2016.4.1/8.1.57.69