



DIGITAL TRANSFORMATION ROLE IN DEVELOPING THE PROFESSIONAL PERFORMANCE OF COMMUNICATORS IN JOURNALISTIC INSTITUTIONS

Mohamed R. Hefny^{1*}; G.A. Omar² and M.M. ElMaradany³

1. Dept. Environ. Humanities and Edu., Inst. Environ. Studies, Arish Univ., Egypt.

2. Dept. Mass Communication, Fac. Mass Communication for Girls, Al-Azhar Univ., Egypt.

3. Dept. Curriculum, Teaching Methods and Edu. Technol., Fac. Edu., Arish Univ., Egypt

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 29/06/2024

Revised: 13/07/2024

Accepted: 27/07/2024

Keywords:

Digital transformation,
professional performance,
journalistic institutions,
development.



ABSTRACT

The study generally aimed to shed light on digital transformation and the extent of its impact on journalism in general and national newspapers in particular. The problem of the study was that despite the success achieved by digital transformation in the field of news broadcasting, it had a negative impact on national newspapers and caused the distribution rate to decline from The bad gets worse, and this puts the national newspapers in grave danger and almost ends a historical heritage that we all grew up with, and it has become an indispensable way of life and thought. This study belongs to the descriptive studies that study a specific phenomenon. The study relies on the media survey approach, and the study relied on the questionnaire tool. For journalists working in Egyptian press institutions, the study sample amounted to about (151) individuals. The study recommends the need to emphasize the importance of exchanging information about societal problems and resources in order to improve the quality of services provided in press institutions, and the need to emphasize the importance of delegating powers and powers to employees of press institutions in order to improve Performance, and the need to emphasize the importance of investing in the financial and human resources of journalistic institutions in order to improve digital transformation.

المقدمة والمشكلة البحثية

لم يقف عالم التكنولوجيا على حد سواء، ولكنه تطور ليصبح المهيمن على كافة المجالات المختلفة وبات التحول الرقمي من الأسباب الرئيسية للإزدهار ونمو الشعوب حالياً، وتمضي الدولة قدماً في توجيهها الإستراتيجي نحو بناء مصر الرقمية، حيث عملت على تعزيز وتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ووضع الخطط والإستراتيجيات الكفيلة بتحقيق أهدافها في الوصول إلى حكومة مترابطة ومتكاملة رقمياً (سولامي وآخرون، ٢٠٢٠).

لذا أصبح التحول الرقمي هدفاً أساسياً وضرورياً لكل المؤسسات والهيئات التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها إلى المستفيدين، واستفادت من التحول الرقمي المؤسسات الإعلامية، وأصبحت الوسائل الإعلامية الجديدة هي تطبيقات الهواتف الذكية ومنصات

التواصل الإجتماعي التي توجه من خلالها الرسائل التسويقية مخاطبة الإحتياجات الخاصة التي تميز كل مستهلك عن الآخر وتستهدف إحتياجاته فور ظهورها (زايد، ٢٠١٧؛ الربيعي، ٢٠١٨؛ عبداللطيف، ٢٠٢٠).

ومن خلال العمل بجمع وتحليل البيانات، فقد إستطعنا أن نلمس بشكل ملحوظ توجه المؤسسات الصحفية الكبرى نحو التحول الرقمي للمحتوي، سواء في هيئة بوابات إلكترونية، أو تطبيقات على الهواتف الذكية، أو من خلال وجود قوي وناجح على منصات التواصل الإجتماعي المختلفة، كما لاحظنا أيضاً تأثير بعض القرارات غير المدروسة والتي أدت إلى نتائج غير مرجوة لبعض المؤسسات الصحفية، وفي هذا الإطار، تعد هذه الدراسة نتاج عملية تحليل دقيقة ومنظمة تم إجرائها على كميات ضخمة من البيانات المتعلقة بالتحول الرقمي في مجال صناعة الإعلام والأخبار (قلواح وبولكعبيات، ٢٠٠٨؛ الخياط، ٢٠١٠؛ الاتحاد الدولي للاتصالات، ٢٠١٤).

* Corresponding author: E-mail address: ragabgom@gmail.com

<https://doi.org/10.21608/sinjas.2024.300113.1278>

2024 SINAI Journal of Applied Sciences. Published by Fac. Environ. Agric. Sci., Arish Univ. All rights reserved.

مشكلة الدراسة

علي الرغم من النجاح الذي حققه التحول الرقمي في مجال بث الأخبار إلا أنه أثر بشكل سلبي على الصحف القومية وجعل معدل التوزيع في إنحدار من السيئ الي أسوء وهذا يضع الصحف القومية في خطر محقق ويكاد أن ينهي تراث تاريخي ترعرعنا عليه جميعاً وبات أسلوب حياة وفكر لا يمكن الإستغناء عنه.

ولذا إعتمدنا في دراستنا هذه على الابتكار في صنع محتوى جديد يربط بين الرقمنة والصحف القومية، ورغم الصلة الوثيقة التي تربط بين التحول الرقمي والابتكار، إلا أنهما ليسا متطابقين. فالابتكار هو توليد الأفكار التي تقود التحول وتوجهه، وستحتاج إلى توفير مساحة من التواصل المفتوح والتعاون والحرية الإبداعية التي تشجع الموظفين على التجربة. وبعد إختبار الفكرة، يمكنك متابعة التحول الرقمي لتنفيذه على نطاق واسع.

ويمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال الأسئلة الآتية:

١. ما مستوي إرتفاع أسعار الورق والمطبوعات؟
٢. ما أثر تطبيق إجراءات جديدة على الموظفين غير القادرين على مواكبة التكنولوجيا الجديدة؟
٣. ما أثر تدريب العاملين على التكنولوجيا الرقمية؟
٤. ما هو وضع الرقمنة الصحفية على القراء أو المستمعين؟
٥. هل يمكن النهوض بالصحف الورقية من خلال التكنولوجيا؟
٦. كيف يمكن للمؤسسات الصحفية أن تواكب الجديد؟

أهداف الدراسة

تتمثل أهمية التحول الرقمي في تقديم خدمة ذات جودة عالية، وفي وقت قياسي للمواطن، وتوفير النفقات من خلال تحسين كفاءة وفاعلية الأداء الحكومي، فضلاً عن تحقيق مبدأ الشفافية ومكافحة الفساد من خلال تقليل الاعتماد على العنصر البشري. وتستهدف الدراسة بصفة عامة إلقاء الضوء على التحول الرقمي ومدى تأثيره على الصحافة بصفة عامة والصحف القومية بصفة خاصة، حيث حقق نجاح كبير في السرعة والأداء وسهولة توصيل المعلومات إلى القراء بمختلف أنواعهم، مع ترايد وعي المؤسسات الصحفية بأهمية المنصة الثالثة كوسيلة إعلامية فعالة ومنخفضة التكلفة.. وذلك من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١. التعرف على آليات التحول الرقمي في قطاع الصحافة المقروءة ومنها الصحف القومية وأثره على تقديم الخدمات الإلكترونية للقراء بشكل أسرع وأكثر تفاعل.
٢. التوصل الي تطبيق التحول الرقمي في قطاع الصحافة حيث تعد أحد أهم أهداف التنمية المستدامة التي تسعى الدولة المصرية لتحقيقها من خلال تعزيز وتطبيق الأساليب التكنولوجية الجديدة.

٣. تحقيق التحول الرقمي بهدف رفع كفاءة التشغيل وخفض التكاليف مما ينعكس على تحقيق العوائد المادية الملموسة، وكذلك تحسين مستوي خدمات الصحف الورقية بصفة خاصة وقطاع الصحافة بصفة عامة بما يحقق رضا المستفيدين من القراء والمهتمين وتحسين جودة أداء الخدمات الصحفية.

٤. إستخدام التكنولوجيا الجديدة من أجهزه وسيرفرات وشبكة المعلومات والمواقع الإلكترونية لنشر الأخبار بشكل تفاعلي عن طريق إستخدام الصور المتحركة والفيديوهات المصورة.

منهج الدراسة

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تدرس ظاهرة محددة، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي.

مصادر البيانات والطريقة البحثية

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان للصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية.

مجتمع وعينة الدراسة

تناول الباحث توصيف عينة الدراسة التي بلغت حوالي ١٥١ مفردة، وتم التأكد من مدى مصداقية قائمة الإستقصاء المستخدمة في الدراسة الحالية، بهدف التأكد من أن الأسئلة في قائمة الإستقصاء تقيس فعلاً المتغيرات الثلاثة وأبعادهما، وأن الإستقصاء يتمتع بالصدق والثبات والصلاحية، وذلك من خلال الإختبارات الإحصائية الملائمة، ثم تنتقل إلى مناقشة نتائج الدراسة التطبيقية الخاصة بمتغير تحسين البنية التحتية والتكنولوجية والمعلوماتية، مناقشة نتائج الدراسة التطبيقية الخاصة بمتغير تفعيل التحول الرقمي في مجال الصحافة، مناقشة نتائج الدراسة التطبيقية الخاصة بمتغير تحسين الخدمات المرجعية التي تقدمها المؤسسات الصحفية.

الأدوات الإحصائية للدراسة

استخدمت الدراسة برنامج SPSS في معالجة البيانات الإحصائية، من حساب التكرارات والنسب المئوية، والانحراف المعياري والمتوسط الحسابي، وتحليل التباين.

النتائج والمناقشة

تحليل التباين لأبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية والتحول الرقمي وبيئة العمل

يشير جدول ١ إلى وجود فرق دال إحصائياً بين أبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل. حيث بلغت قيمة ف المحسوبة نحو

جدول ١. تحليل التباين لأبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية والتحول الرقمي وبيئة العمل

مصادر الاختلافات	درجات الحرية	مجموع مربعات الانحرافات	متوسط مربعات الانحرافات	ف المحسوبة	ف
بين الأبعاد	٧	١٧٦١٨,٩٨	٢٥١٧,٠	٢٤,٦٢**	٠,٠١
داخل البعد	٤٤	٤٤٩٧,٥٠	١٠٢,٢١		٣,١٢
الكلية	٥١	٥١١١٦,٤٨			

** فروقاً عالية المعنوية بأحتمال ٠,٩٩

٢٤,٦٢، وهي أكبر من قيمة ف الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بأبعاد التحول الرقمي وأبعاد مؤشرات مناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل.

ويمكن تفسير هذا الفرق بأن أبعاد التحول الرقمي وأبعاد مؤشرات مناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل مرتبطة ببعضها البعض ارتباطاً وثيقاً، حيث أن أبعاد التحول الرقمي تؤثر على المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل، والعكس صحيح.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بأبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل. وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بأبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل.

وتوضح نتائج التحليل الإحصائي أن قيمة ف المحسوبة قدرت بنحو (٢٤,٦٢) أكبر من قيمة ف الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (٣,١٢). وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بأبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل. وأن درجة دلالة الفروق (٠,٩٩) عالية، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بأبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية. وأن إتجاه الفروق (مؤكد) يعني أن أبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل مرتبطة ببعضها البعض ارتباطاً وثيقاً.

وتشير النتائج الرئيسية إلى أن هناك فرق دال إحصائياً بين أبعاد التحول الرقمي وأبعاد المؤشرات المناخية؛ التحول الرقمي وبيئة العمل، وأن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في عينة الدراسة هي الفئة العمرية تتراوح بين (٤٠ - ٥٠) سنة.

وتشير بيانات جدول ٢ إلى أن متوسطات عناصر الأبعاد الثلاثة في الدراسة هي:

أبعاد إدارة التحول الرقمي

- القيادة والرؤية السليمة، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥٧٨,٨٣.
- التحسين المستمر، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥٦٧,٥٠.
- العمليات الداخلية، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥٧١,٥٠.
- المشاركة والمبادرة من قبل العاملين، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥٦٤,٠.
- متابعة العملية الصحفية، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥٤٩,٦٧.

أبعاد المؤشرات المناخية

- الأداء الإداري والصحفي، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥١٧,٠.
- المناخ الصحفي، بلغ المتوسط المرجح لهذا العنصر حوالي ٥٣٦,٨٣.
- التحول الرقمي وبيئة العمل داخل المؤسسة الصحفية، بلغ المتوسط المرجح لهذا البعد حوالي ٥٥٥,٥٠
- ووفقاً لقيمة أقل فرق معنوي بأحتمال خطأ قدره (٠,٠٥)، يمكن تقسيم المتوسطات إلى مجموعتين:

المتوسط الأول: يشمل المتوسطات التالية

القيادة والرؤية السليمة، التحسين المستمر، العمليات الداخلية

المتوسط الثاني: يشمل المتوسطات التالية

المشاركة والمبادرة من قبل العاملين، متابعة العملية الصحفية، الأداء الإداري والصحفي، المناخ الصحفي، التحول الرقمي وبيئة العمل داخل المؤسسة الصحفية.

جدول ٢. مقارنة متوسطات عناصر الأبعاد

البعد (المحور)	عناصر البعد (المحور)	المتوسط المرجح لعناصر البعد
أبعاد إدارة التحول الرقمي	١ - القيادة والرؤية السليمة	578.83 ^a
	٢ - التحسين المستمر	567.50 ^a
	٣ - العمليات الداخلية	571.50 ^{ab}
	٤ - المشاركة والمبادرة من قبل العاملين	564.0 ^b
	٥ - متابعة العملية الصحفية	549.67 ^c
أبعاد المؤشرات المناخية	١ - الأداء الإداري والصحفي	517.0 ^e
	٢ - المناخ الصحفي	536.83 ^d
التحول الرقمي وبيئة العمل داخل المؤسسة الصحفية		555.50 ^c

المتوسطات المتوقعة بنفس الحرف أو الأحرف ليس بينها فروقاً معنوية طبقاً لقيمة أقل فرق معنوي بإحتمال خطأ قدره (0.05) المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المبحوثين. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن الذكور يشكلون أغلبية العينة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، وهذا يدل على أن الذكور أكثر إهتماماً بالبحث الذي تم إجراؤه من الإناث.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة البحث فيما يتعلق بنوع المبحوثين، وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المبحوثين.

وتوضح نتائج التحليل الإحصائي

- بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (٥٤,٤٦)، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (٦,٦٣)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المبحوثين.

- قدرت درجة دلالة الفروق بنحو (٠,٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المبحوثين هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.

- إتجاه الفروق لصالح الذكور، مما يؤيد أن الذكور يشكلون أغلبية العينة.

الفئة العمرية

تشير بيانات جدول ٤ إلى أن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في عينة الدراسة هي الفئة العمرية التي تتراوح بين (٣٠-٤٠) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪ من العينة، تليها الفئة العمرية التي تتراوح بين (٤٠-٥٠) سنة

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين متوسطات عناصر الأبعاد الثلاثة في الدراسة. ويتمثل هذا الفرق في أن متوسطات عناصر البعد الأول والثاني أعلى من متوسطات عناصر البعد الثالث. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن عناصر البعد الأول والثاني تتعلقان بالجانب المؤسسي للتحول الرقمي، بينما تتعلق عناصر البعد الثالث بالجانب الفردي للتحول الرقمي. وبما أن المؤسسات الصحفية تهتم بالجانب المؤسسي للتحول الرقمي بشكل أكبر من الجانب الفردي، فإن متوسطات عناصر البعد الأول والثاني تكون أعلى من متوسطات عناصر البعد الثالث.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات عناصر الأبعاد الثلاثة في الدراسة، وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات عناصر الأبعاد الثلاثة في الدراسة. ويشير الجدول إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بصفتي المبحوثين (ذكر/أنثى) والفئة العمرية، وأيضاً الفرق بين متوسطات عناصر الأبعاد الثلاثة في الدراسة يتمثل في أن متوسطات عناصر البعد الأول والثاني أعلى من متوسطات عناصر البعد الثالث.

البيانات الشخصية

النوع

توضح بيانات جدول ٣ إلى أن عدد الذكور في عينة الدراسة بلغت حوالي (١٢٠)، تمثل نحو ٧٩,٤٧٪، من أصل (١٥١) مفردة، في حين بلغت نسبة الإناث نحو ٢٠,٥٣٪، وبلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة حوالي ٥٤,٤٦**، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً

جدول ٣. تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بنوع المبحوثين (ذكور – إناث)

النوع	العدد	%	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
ذكر	١٢٠	٧٩,٤٧	٥٤,٤٦**	٦,٦٣
أنثى	٣١	٢٠,٥٣		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٠٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

جدول ٤. تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالفئة العمرية للمبحوثين

الفئة العمرية (سنة)	العدد	%	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
٢٠- <٣٠	١٧	١١,٢٦		
٣٠- <٤٠	٥٦	٣٧,٠٩	٢٠,٧٩**	١١,٣٠
٤٠- <٥٠	٤٢	٢٧,٨١		
٥٠ ≤	٣٦	٢٣,٨٤		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٠٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

وتوضح نتائج التحليل الإحصائي

- بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (٢٠,٧٩)، أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالفئة العمرية.
 - قدرت درجة دلالة الفروق بنحو (٠,٠٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بالفئة العمرية هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.
 - إتجاه الفروق لصالح الفئة العمرية التي تتراوح بين (٣٠-٤٠) سنة، مما يعني أن هذه الفئة العمرية هي الأكثر شيوعاً في العينة.
- فبشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بنوع المبحوثين والفئة العمرية.

بنسبة بلغت نحو ٢٧,٨١٪، ثم الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر) بنسبة قدرت بنحو ٢٣,٨٤٪، وأخيراً الفئة العمرية (٢٠-٣٠) بنسبة قدرت بنحو ١١,٢٦٪.

كما بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو ٢٠,٧٩، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة البحث فيما يتعلق بالفئة العمرية. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن الفئة العمرية التي تتراوح بين (٤٠-٥٠) سنة هي الفئة العمرية الأكثر نشاطاً وأهتماماً بالبحث العلمي، وهذا يدل على أن هذه الفئة العمرية أكثر إهتماماً بالدراسة الذي تم إجراؤه من الفئات العمرية الأخرى.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بالفئة العمرية، وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالفئة العمرية.

وتتلخص النتائج الرئيسية في أن الذكور يشكلون أغلبية العينة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، وأن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة العمرية التي تتراوح بين (٣٠-٤٠) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪، وأن المؤهل الجامعي هو الأكثر شيوعاً بين أفراد العينة، حيث شكلت نسبته نحو ٧٥,٥٠٪، وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن البحث الذي تم إجراؤه يهتم بالذكور أكثر من الإناث، والفئة العمرية (٣٠-٤٠) سنة أكثر كما سبق، وأن الدراسة تهتم بالأشخاص الذين يحملون المؤهل الجامعي أكثر من الأشخاص الذين يحملون مؤهلات تعليمية أخرى.

المستوي الوظيفي

يوضح جدول ٦ توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي، ويظهر من الجدول أن المستوى الوظيفي الأكثر شيوعاً بين أفراد العينة هو المستوى الوظيفي الرابع والمتمثل في المسمى الوظيفي (مدير إداري)، حيث شكلت نسبته نحو ٢٥,٨٣٪ من العينة، يليه المستوى الوظيفي الثاني والمتمثل في المسمى الوظيفي (مدير إدارة)، بنسبة بلغت نحو ٢٥,١٧٪، ثم بعد ذلك يأتي المستوى الوظيفي الأول والمتمثل في المسمى الوظيفي (مدير عام)، وذلك بنسبة بلغت نحو ٢٤,٥٠٪.

كما بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو ٢١,١٥، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١٣,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمستوى الوظيفي. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن المستوى الوظيفي الرابع والمتمثل في المسمى الوظيفي (مدير إداري)، هو المستوى الوظيفي الأكثر شيوعاً في المؤسسات الحكومية، وبالتالي فإن الأشخاص الذين يشغلون هذا المستوى الوظيفي هم الأكثر عرضة للمشاركة في الدراسات البحثية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بالمستوى الوظيفي، وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمستوى الوظيفي.

وتوضيح نتائج التحليل الإحصائي

• بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (٢١,١٥)، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١٣,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمستوى الوظيفي.

وتتلخص النتائج الرئيسية في أن يشكل الذكور أغلبية عينة الدراسة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، وأن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة العمرية التي تتراوح بين (٣٠-٤٠) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪، وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الدراسة التي تم إجراؤها تهتم بالذكور أكثر من الإناث، كما يهتم بالأشخاص من الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (٣٠-٤٠) سنة، أكثر من الفئات العمرية الأخرى.

المؤهل العلمي

تشير بيانات جدول ٥ توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، ويظهر من الجدول أن الحاصلون على المؤهل الجامعي هم الأكثر شيوعاً بين أفراد العينة، حيث شكلت نسبتهم نحو ٧٥,٥٠٪ من العينة، تليهم الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة بلغت نحو ١٣,٩٠٪، ثم درجة الدكتوراه بنسبة قدرن بنحو ١٠,٦٠٪.

كما بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو ١٢١,٠٥، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمؤهل العلمي. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن المؤهل الجامعي هو المؤهل الأكثر شيوعاً في المجتمع المصري، وبالتالي فإن الأشخاص الذين يحملون هذا المؤهل هم الأكثر عرضة للمشاركة في الدراسات البحثية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة البحث فيما يتعلق بالمؤهل العلمي. وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة البحث فيما يتعلق بالمؤهل العلمي.

وتوضيح نتائج التحليل الإحصائي

• بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (١٢١,٠٥)، أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمؤهل العلمي.

• قدرت درجة دلالة الفروق بنحو (٠,٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات استجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بالمؤهل العلمي هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.

• إتجاه الفروق لصالح المؤهل الجامعي، مما يعني أن هذا المؤهل هو الأكثر شيوعاً في العينة.

بشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات استجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بنوع المبحوثين والفئة العمرية والمؤهل العلمي.

جدول ٥. تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمؤهل العلمي للمبحوثين

المؤهل العلمي	العدد	(%)	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
١- مؤهل متوسط	صفر	صفر		
٢- مؤهل جامعي	١١٤	٧٥,٥٠	**١٢١,٠٥	١١,٣٠
٣- ماجستير	٢١	١٣,٩٠		
٢- دكتوراه	١٦	١٠,٦٠		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٩٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

جدول ٦. تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالمستوي الوظيفي للمبحوثين

المستوي الوظيفي	العدد	(%)	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
١- مدير عام	٣٧	٢٤,٥٠		
٢- مدير إدارة	٣٨	٢٥,١٧	**٢١,١٥	١٣,٣٠
٣- رئيس قسم	٩	٥,٩٦		
٤- مدير إداري	٣٩	٢٥,٨٣		
٥- موظف إداري	٢٨	١٨,٥٤		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٩٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

أفراد العينة، حيث بلغت نسبته نحو ٧٥,٥٠٪، وأن المستوى الوظيفي الأكثر شيوعاً في العينة هو المستوى الوظيفي الرابع والمتمثل في المسمى الوظيفي (مدير إداري)، حيث شكلت نسبته نحو ٢٥,٨٣٪.

وتشير النتائج إلى أن الأشخاص من الفئات العمرية التي تتراوح بين (٣٠-٤٠) سنة، والذكور المؤهلين تعليمياً على مستوى جامعي، هم أكثر عرضة للمشاركة في الدراسات البحثية، يمكن تفسير ذلك بعدة عوامل إجتماعية وإقتصادية، تتمثل فيما يلي:

- زيادة فرص العمل المتاحة لهذه الفئات في المؤسسات الحكومية، وبالتالي زيادة فرصهم في الإطلاع على المعلومات والبيانات المتعلقة بالموضوعات البحثية.

- زيادة الوعي بأهمية البحث العلمي ودوره في التنمية الإجتماعية والإقتصادية.

- زيادة فرص الحصول على الدعم المادي والمعنوي للبحث العلمي من المؤسسات الحكومية والخاصة.

- قدرت درجة دلالة الفروق بنحو (٠,٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بالمستوي الوظيفي هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.

- إتجاه الفروق لصالح المستوى الوظيفي الرابع والمتمثل في المسمى الوظيفي (مدير إداري)، مما يعني أن هذا المستوى الوظيفي هو الأكثر شيوعاً في العينة.

فبشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بنوع المبحوثين والفئة العمرية والمؤهل العلمي والمستوي الوظيفي.

وتتلخص النتائج الرئيسية في أن الذكور يشكلون أغلبية العينة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، وأن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة العمرية التي تتراوح بين (٣٠-٤٠) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪، وأن المؤهل الجامعي هو الأكثر شيوعاً بين

• يتعلق بسنوات الخبرة العلمية هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.

• اتجاه الفروق لصالح الفئة التي تتمتع بخبرة علمية تتراوح بين (٥-١٠) سنوات، مما يعني أن هذه الفئة هي الأكثر شيوعاً في العينة.

وبشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بنوع المبحوثين والفئة العمرية والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة العلمية.

وتتلخص النتائج الرئيسية في أن الذكور يشكلون أغلبية العينة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، كما مثلت الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة العمرية التي تتراوح أعمار أفرادها بين (٣٠-٤٠) سنة، حيث مثلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪، وأن المؤهل الجامعي هو الأكثر شيوعاً بين أفراد العينة، حيث مثلت نسبته نحو ٧٥,٥٠٪، كما أظهرت النتائج أن الفئة التي تتمتع بخبرة علمية تتراوح بين (١٠-١٥) سنة، هي الفئة الأكثر شيوعاً في العينة، حيث مثلت نسبتها نحو ٢٧,١٥٪.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الدراسة التي تم إجراؤها تهتم بالذكور أكثر من الإناث، وبالفئة العمرية (٣٠-٤٠) سنة أكثر كما سبق، وبالأشخاص الذين يحملون المؤهل الجامعي أكثر من الآخرين، كما أن الدراسة تهتم بالأشخاص الذين يتمتعون بخبرة علمية تتراوح بين (١٠-١٥) سنة أكثر من الأشخاص الذين يتمتعون بخبرة علمية أقل أو أكثر من ذلك.

بيانات المؤسسة

يوضح جدول ٨ توزيع العينة حسب أسم المؤسسة الصحفية التي تنتمي إليها ويتضمن الجدول عدد (٢٥) مؤسسة صحفية، وبلغ حجم العينة ١٥١ مفردة.

توزيع العينة حسب أسم المؤسسة الصحفية

يلاحظ من خلال جدول ٨ أن المؤسسة الصحفية الأكثر تمثيلاً في العينة هي مؤسسة "الجمهورية" بنسبة بلغت نحو ١٠,٥١٪، تليها في المرتبة الثانية لمصري اليوم بنسبة بلغت نحو ٩,٢٧٪، ثم بعد ذلك أتت مؤسسة "الأهرام" ومؤسسة "روز اليوسف" ومؤسسة "الإقتصاد والبنوك" بنسبة بلغت نحو ٦,٦٣٪ لكل منهم. ويلاحظ أيضاً أن هناك عدداً من المؤسسات الصحفية ذات التمثيل المنخفض في العينة، مثل مؤسسات "الغد" و"الكرامة" و"أسواق المعلومات" و"الوطن" و"المصريون" بنسبة قدرت بنحو أقل من ٣٪ لكل منهم.

وتم استخدام اختبار (كا^٢) لإختبار الفرضية القائلة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات الصحفية في العينة من حيث توزيعها، وقد تم رفض هذه الفرضية، حيث بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (٦٥,٩٣)،

• عوامل متعلقة بطبيعة البحث، حيث يمكن أن تكون طبيعة البحث نفسه عاملاً مؤثراً في نتائج الدراسة، وأن بعض الموضوعات البحثية قد تكون أكثر جاذبية لفئة معينة من الأشخاص أكثر من فئة أخرى، وعلى سبيل المثال، قد يكون موضوع البحث المتعلق بالعلاقات الأسرية أكثر جاذبية للنساء أكثر من الرجال.

• عوامل متعلقة بالطريقة المستخدمة في جمع البيانات، حيث يمكن أن تؤثر الطريقة المستخدمة في جمع البيانات على نتائج الدراسة، وأن بعض الطرق قد تكون أكثر ملائمة لفئة معينة من الأشخاص أكثر من فئة أخرى، وعلى سبيل المثال، قد تكون الطريقة التي تعتمد على مقابلات شخصية أكثر ملائمة للأشخاص من الفئات العمرية التي يتراوح أعمارهم بين (٤٠-٥٠) سنة، أكثر من الفئات العمرية الأخرى.

سنوات الخبرة العلمية

يوضح جدول ٧ توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة العلمية، ويظهر من الجدول أن الفئة الأكثر شيوعاً في العينة، هي الفئة التي تتمتع بخبرة علمية تتراوح بين (١٠-١٥) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٢٧,١٥٪ من العينة، تليها الفئة التي تتمتع بخبرة علمية تتراوح بين (١٥-٢٠) سنة، بنسبة قدرت بنحو ٢٢,٥١٪، ثم بعد ذلك الفئة التي تتمتع بخبرة علمية تتراوح بين (٢٠-٢٥) سنة، بنسبة قدرت بنحو ١٣,٢٤٪.

كما بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو ٢٠,٦٦، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١٥,١٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بسنوات الخبرة العلمية. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن الفئة التي تتمتع بخبرة علمية تتراوح بين (١٥-١٠) سنة هي الفئة التي تكون أكثر نشاطاً وإنتاجاً في مجال البحث العلمي، كما أن هذه الفئة تكون أكثر عرضة للمشاركة في الدراسات البحثية، وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة البحث فيما يتعلق بخبرة الباحثين. وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة البحث فيما يتعلق بسنوات الخبرة العلمية.

وتوضيح نتائج التحليل الإحصائي

• بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (٢٠,٦٦)، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١٥,١٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بسنوات الخبرة العلمية.

• قدرت درجة دلالة الفروق بنحو (٠,٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما

جدول ٧. تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق سنوات الخبرة العلمية

سنوات الخبرة	العدد	(%)	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
<٥	٢٠	١٣,٢٤		
٥-١٠	١٤	٩,٢٧		
١٠-١٥	٤١	٢٧,١٥		
١٥-٢٠	٣٤	٢٢,٥١	**٢٠,٦٦	١٥,١٠
٢٠-٢٥	٢٠	١٣,٢٤		
٢٥≤	٢٢	١٤,٥٩		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٠٩٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

جدول ٨. توزيع العينة حسب أسم المؤسسة الصحفية التي تنتمي إليها

اسم المؤسسة	عدد المبحوثين	(%)	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
الغد	١	٠,٦٧		
الاهرام	١٠	٦,٦٣		
روز اليوسف	١٠	٦,٦٣		
الاقتصاد والبنوك	١٠	٦,٦٣		
اخبار اليوم	٨	٥,٣٠		
موقع بولتيكا	٦	٣,٩٧		
بلدنا اليوم	٤	٢,٦٤		
الكرامة	٤	٢,٦٤		
المصري اليوم	١٤	٩,٢٧		
الدستور	٧	٤,٦٤		
النهار الجديدة	٣	١,٩٩		
القاهرة ٢٤	٧	٤,٦٤		
الطريق	٦	٣,٩٧		
أسواق المعلومات	٣	١,٩٩		
الوطن	٣	١,٩٩		
المصريون	٥	٣,٣١	**٦٥,٩٣	٥٠,٨٩
الاخبار	٣	١,٩٩		
الجمهورية	١٦	١٠,٥١		
المستقبل	٢	١,٣٣		
الوفد	٢	١,٣٣		
بصراحة	١	٠,٦٧		
الاسبوع	١	٠,٦٧		
وكالة أ. ن. أ.	١	٠,٦٧		
الخميس	١	٠,٦٧		
اليوم السابع	٢	١,٣٣		
المال	٥	٣,٣١		
مصر	٢	١,٣٣		
البوابة نيوز	٦	٣,٩٧		
الديار	٣	١,٩٩		
السبق العربي	٢	١,٣٣		
دار المعارف	٣	١,٩٩		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٠٩٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

تكون أكثر عرضة للمشاركة في الدراسات البحثية، وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائيًا بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد الموظفين في المؤسسة، وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائيًا بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بعدد الموظفين في المؤسسة.

وتوضح نتائج التحليل الإحصائي

• بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (٧٦,٥٨)، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد الموظفين في المؤسسة.

• قدرت درجة دلالة الفروق بنحو (٠,٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد الموظفين في المؤسسة هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.

• إتجاه الفروق لصالح الفئة التي تضم (١٠٠ موظف فأكثر) مما يعني أن هذه الفئة هي الأكثر شيوعاً في العينة.

وبشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بنوع المبحوثين والفئة العمرية والمؤهل العلمي وعدد الموظفين في المؤسسة.

وبناءً على نتائج التحليل الإحصائي لجدولي (٥ و ٧)، يمكن تلخيص النتائج الرئيسية في أن الذكور يشكلون أغلبية العينة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، وأن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (٤٠-٣٠) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪، وأن المؤهل الجامعي هو الأكثر شيوعاً بين أفراد العينة، حيث شكلت نسبته نحو ٧٥,٥٠٪، وأن الفئة التي تضم (١٠٠ موظف فأكثر)، هي الفئة الأكثر شيوعاً في العينة، حيث شكلت نسبتها نحو ٥٦,٢٨٪.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الدراسة التي تم إجراؤها تهتم بالذكور أكثر من الإناث، والفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (٤٠-٣٠) سنة أكثر كما سبق، وتهتم بالأشخاص الذين يحملون المؤهل الجامعي أكثر من الآخرين، كما أن الدراسة تهتم بالأشخاص الذين يعملون في مؤسسات صغيرة أكثر من الأشخاص الذين يعملون في مؤسسات كبيرة.

عدد أقسام المؤسسة

يوضح جدول ١٠ توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها، ويظهر من الجدول أن الفئة الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة التي تعمل في

وهي أعلى من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (٥٠,٨٩)، وبناءً على ذلك، يمكن القول إن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات الصحفية في العينة من حيث توزيعها.

وتوضح نتائج التحليل الإحصائي

أن هناك توزيعاً غير موحد للمؤسسات الصحفية في العينة، فهناك بعض المؤسسات الصحفية التي لها تمثيل مرتفع في العينة، مثل مؤسسة "المصري اليوم" ومؤسسة "الجمهورية" ومؤسسة "الأهرام" ومؤسسة "روز اليوسف" ومؤسسة "الإقتصاد والبنوك"، وهناك بعض المؤسسات الصحفية ذات التمثيل المنخفض في العينة، مثل مؤسسات "الغد" و"الكرامة" و"أسواق المعلومات" و"الوطن" و"المصريون".

ويمكن تفسير هذه النتائج بعدة عوامل، منها

حجم المؤسسة الصحفية

حيث المؤسسات الصحفية الكبيرة، مثل "المصري اليوم" و"الجمهورية" و"الأهرام" و"روز اليوسف" و"الإقتصاد والبنوك"، لديها إمكانيات أكبر لجمع ونشر الأخبار.

التوجه السياسي للمؤسسة الصحفية

حيث المؤسسات الصحفية ذات التوجهات السياسية المختلفة قد تجذب قراءاً مختلفين.

نوعية المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الصحفية

حيث المؤسسات الصحفية التي تقدم محتوى جذاباً قد تجذب قراءاً أكثر.

وبشكل عام، تشير النتائج إلى أن هناك أهمية لدراسة توزيع المؤسسات الصحفية في العينة، وذلك لأن هذا التوزيع قد يؤثر على نتائج الدراسة.

عدد الموظفين في المؤسسة

يظهر من جدول ٩ أن الفئة الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة التي تضم (١٠٠ موظف فأكثر)، حيث شكلت نسبتها نحو ٥٦,٢٨٪ من العينة، تليها الفئة التي تضم حوالي (٦٠-١٠٠) موظفاً بنسبة بلغت نحو ١٨,٥٣٪، ثم بعد ذلك الفئة التي تضم حوالي (٣٠-١٠) موظفاً بنسبة بلغت نحو ١٤,٥٩٪، وأخيراً الفئة التي تضم حوالي (٣٠-٦٠) موظف، بنسبة بلغت نحو ١٠,٦٠٪.

كما بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو ٧٦,٥٨، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد الموظفين في المؤسسة. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن الفئة التي تضم (١٠٠ موظف فأكثر)، هي الفئة الأكثر شيوعاً في المؤسسات بشكل عام، كما أن هذه الفئة

جدول ٩. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير معين هو عدد الموظفين في المؤسسة

عدد الموظفين في المؤسسة	العدد	(%)	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
١٠- < ٣٠	٢٢	١٤,٥٩		
٣٠- < ٦٠	١٦	١٠,٦٠		
٦٠- < ١٠٠	٢٨	١٨,٥٣	٧٦,٥٨	١١,٣٠
١٠٠ <	٨٥	٥٦,٢٨		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٠٩٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

جدول ١٠. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها

الأقسام	العدد	(%)	كا ^٢	كا ^٢ ٠,٠١
٣- < ٦	١٨	١١,٩٢		
٦- < ٩	٤٩	٣٢,٤٦		
٩- < ١٢	٣٤	٢٢,٥١	١٨,٠٣**	١١,٣٠
١٢ ≤	٥٠	٣٣,١١		
المجموع	١٥١	١٠٠		

**فروقاً عالية المعنوية بإحتمال ٠,٠٩٩.

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

توضيح نتائج التحليل الإحصائي

• بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو (١٨,٠٣)، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها.

• قدرت درجة دلالة الفروق نحو (٠,٠٩٩)، مما يعني أن الفروق بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها هي فروق ذات دلالة إحصائية عالية.

• إتجاه الفروق لصالح الفئة التي تعمل في مؤسسة بها (أكثر من ١٢) قسمًا، يعني أن هذه الفئة هي الأكثر شيوعاً في العينة.

بشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل الإحصائي تشير إلى أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بنوع المبحوثين والفئة العمرية والمؤهل العلمي وعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها.

مؤسسة بها (أكثر من ١٢) قسمًا، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٣,١١٪ من العينة، تليها الفئة التي تعمل في مؤسسة تحتوي على حوالي (٦ - ٩) قسمًا، بنسبة بلغت نحو ٣٢,٤٦٪، ثم تأتي بعد ذلك الفئة التي تعمل في مؤسسة تحتوي على (٩ - ١٢) أقسام، بنسبة بلغت نحو ٢٢,٥١٪.

كما بلغت قيمة (كا^٢) المحسوبة نحو ١٨,٠٣، وهي أكبر من قيمة (كا^٢) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، والمقدرة بنحو (١١,٣٠)، وهذا يعني أن هناك فرقاً دالاً إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها. ويمكن تفسير هذا الفرق بأن الفئة التي تعمل في مؤسسة بها (أكثر من ١٢) قسمًا، وهي الفئة التي تكون أكثر نشاطاً وإنتاجاً في مجال البحث العلمي، كما أن هذه الفئة تكون أكثر عرضة للمشاركة في الدراسات البحثية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة، فيما يتعلق بعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها، وقبول الفرض البديل القائل بوجود فرق دال إحصائياً بين تكرارات إستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها.

العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تؤيد مبدأ تفويض الصلاحيات وتدقق المعلومات بين الأقسام المختلفة لتحسين جودة الخدمة المقدمة.

العبارة الثالثة

تؤمن إدارة المؤسسة الصحفية بأن التحول الرقمي هي طريقها وفلسفتها في تسيير أعمالها

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٨٠)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تؤمن بأن التحول الرقمي هو طريقها وفلسفتها في تسيير أعمالها.

العبارة الرابعة

توجد لدى إدارة المؤسسة الصحفية خطة واضحة ومحددة الأهداف حول تطبيق التحول الرقمي.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٨٩)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية لديها خطة واضحة ومحددة الأهداف حول تطبيق التحول الرقمي.

العبارة الخامسة

تعمل إدارة المؤسسة الصحفية على نشر ثقافة التحول الرقمي في جميع المستويات الإدارية.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٧٦)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تعمل على نشر ثقافة التحول الرقمي في جميع المستويات الإدارية.

العبارة السادسة

تهتم إدارة المؤسسة الصحفية بتوفير نظام تحفيز مستمر لتطبيق التحول الرقمي.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٩٠)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون بشدة على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تهتم بتوفير نظام تحفيز مستمر لتطبيق التحول الرقمي.

القوة النسبية للبعد

بلغت القوة النسبية للبعد نحو ٧٦,٦٧٪، مما يعني أن هذا البعد يمثل اتجاهات المبحوثين نحو القيادة والرؤية السليمة في المؤسسات الصحفية بشكل عام، وبناءً على نتائج تحليل جدول ١١، يمكن التأكيد على:

وتتلخص النتائج الرئيسية في أن الذكور يشكلون أغلبية العينة، حيث بلغت نسبتهم نحو ٧٩,٤٧٪، وأن الفئة العمرية الأكثر شيوعاً في العينة هي الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها بين (٣٠-٤٠) سنة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٧,٠٩٪، وأن المؤهل الجامعي هو الأكثر شيوعاً بين أفراد العينة، حيث بلغت نسبته نحو ٧٥,٥٠٪، كما أن الفئة التي تعمل في مؤسسة بها (أكثر من ١٢) قسماً، هي الفئة الأكثر شيوعاً في العينة، حيث شكلت نسبتها نحو ٣٣,١١٪. وبناءً على هذه النتائج، يجب أن يركز البحث العلمي على الفئات الأكثر شيوعاً في المجتمع، وهي الفئات التي تضم الذكور، والذين تتراوح أعمارهم بين (٣٠-٤٠) سنة، ويحملون المؤهل الجامعي، والأشخاص الذين يعملون في مؤسسات بها أكثر من ١٢ قسماً، كما يجب أن يأخذ الباحثون في الاعتبار هذه الفئات عند تصميم وتنفيذ أبحاثهم العلمية.

ويمكن ملاحظة أن النتائج المتعلقة بعدد أقسام المؤسسة التي يعملون بها تشبه إلى حد كبير النتائج المتعلقة بسنوات الخبرة العلمية، فكلتا الفئتين تميل إلى أن تكون أكثر شيوعاً في العينة، ويرجع ذلك على الأرجح إلى أن الفئات التي تضم الأشخاص الأكثر نشاطاً وإنتاجاً في مجال البحث العلمي هي أيضاً الفئات التي تميل إلى العمل في مؤسسات أكبر وأكثر تعقيداً.

أبعاد إدارة التحول الرقمي

إ اتجاهات المبحوثين نحو القيادة والرؤية السليمة في المؤسسات الصحفية

يوضح جدول ١١ اتجاهات المبحوثين نحو القيادة والرؤية السليمة في المؤسسات الصحفية، ويظهر من الجدول أن المبحوثين لديهم اتجاهات إيجابية بشكل عام نحو القيادة والرؤية السليمة في المؤسسات الصحفية، وفيما يلي تفصيل لتحليل الجدول:

العبارة الأولى

تقدر إدارة المؤسسات الصحفية الإنجازات المتميزة لموظفيها في تطبيق التحول الرقمي.

حصلت هذه العبارة على أعلى متوسط مرجح حيث بلغ حوالي (٣,٩٢)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون بشدة على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تقدر الإنجازات المتميزة لموظفيها في تطبيق التحول الرقمي.

العبارة الثانية

تؤيد إدارة المؤسسة الصحفية مبدأ تفويض الصلاحيات وتدقق المعلومات بين الأقسام المختلفة لتحسين جودة الخدمة المؤداة.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٧١)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه

جدول ١١. اتجاهات المبحوثين نحو القيادة والرؤية السليمة في المؤسسات الصحفية

الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط المرجح	مجموع الأوزان	الإستجابة					
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
٠,٩٩	١	٣,٩٢	٥٩٣	٧	٦	٢٠	٧٦	٤٢	تقدر إدارة المؤسسات الصحفية الإنجازات المتميزة لموظفيها في تطبيق التحول الرقمي
				١,١٨	٢,٠٢	١٠,١٢	٥١,٢٧	٣٥,٤١	(%)
١,٠٤	٦	٣,٧١	٥٦١	٨	١٢	٢٥	٧٦	٣٠	تؤيد إدارة المؤسسة الصحفية مبدأ تفويض الصلاحيات وتدقق المعلومات بين الأقسام المختلفة لتحسين جودة الخدمة المؤداة
				١,٤٢	٤,٢٨	١٣,٣٧	٥٤,١٩	٢٦,٧٤	(%)
١,٠٦	٤	٣,٨٠	٥٧٤	٨	١٢	١٩	٧٥	٣٧	تؤمن إدارة المؤسسة الصحفية بأن التحول الرقمي هي طريقها وفلسفتها في تسير أعمالها
				١,٣٩	٤,١٨	٩,٩٣	٥٢,٢٦	٣٢,٢٤	(%)
١,١١	٣	٣,٨٩	٥٨٨	٨	١٣	١٤	٦٨	٤٨	توجد لدى إدارة المؤسسة الصحفية خطة واضحة ومحددة الاهداف حول تطبيق التحول الرقمي
				١,٣٦	٤,٤٢	٧,١٤	٤٦,٢٦	٤٠,٨٢	(%)
١,٠٨	٥	٣,٧٦	٥٦٨	٩	١٠	٢٦	٦٩	٣٧	تعمل إدارة المؤسسة الصحفية على نشر ثقافة التحول الرقمي في جميع المستويات الإدارية
				١,٥٨	٣,٥٢	١٣,٧٤	٤٨,٥٩	٣٢,٥٧	(%)
٠,٩٧	٢	٣,٩٠	٥٨٩	٧	٥	٨٥	٧٣	٤١	تهتم إدارة المؤسسة الصحفية بتوفير نظام تحفيز مستمر لتطبيق التحول الرقمي
				١,١٩	١,٧٠	١٢,٧٣	٤٩,٥٨	٣٤,٨٠	(%)
			٣٤٧٣	٤٧	٥٨	١٢٩	٤٣٧	٢٣٥	المجموع
			٥٧٨,٨٣	٧,٨٣	٩,٦٧	٢١,٥٠	٧٢,٨٣	٣٩,١٧	المتوسط
			٣						
			١٣,٠١						الانحراف المعنوي المعياري للبعد
			٪٧٦,٦٧						القوة النسبية

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

- ضرورة التأكيد على أهمية نشر ثقافة التحول الرقمي في جميع المستويات الإدارية في المؤسسات الصحفية.

- ضرورة التأكيد على أهمية توفير نظام تحفيز مستمر لتطبيق التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية.

وبالعمل على هذه التوصيات، يمكن للمؤسسات الصحفية المصرية تحسين القيادة والرؤية السليمة لديها، وبالتالي تعزيز جهودها في تطبيق التحول الرقمي.

اتجاهات المبحوثين نحو التحسين المستمر في المؤسسات الصحفية

يوضح جدول ١٢ اتجاهات المبحوثين نحو التحسين المستمر في المؤسسات الصحفية، ويظهر من الجدول أن

- ضرورة أهمية تقدير إدارة المؤسسات الصحفية للإنجازات المتميزة لموظفيها في تطبيق التحول الرقمي.

- ضرورة التأكيد على أهمية تفويض الصلاحيات وتدقيق المعلومات بين الأقسام المختلفة في المؤسسات الصحفية لتحسين جودة الخدمة المقدمة.

- ضرورة التأكيد على أهمية إيمان إدارة المؤسسات الصحفية بأن التحول الرقمي هو طريقها وفلسفتها في تسير أعمالها.

- ضرورة أهمية وجود خطة واضحة ومحددة الأهداف حول تطبيق التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية.

يتم إلغاء الأعمال والأنشطة غير الضرورية بالمؤسسة الصحفية المعيقة لجودة الخدمات المقدمة.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٨٩)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن المؤسسات الصحفية تقوم بإلغاء الأعمال والأنشطة غير الضرورية المعيقة لجودة الخدمات المقدمة.

العبارة السادسة

تحرص إدارة المؤسسة الصحفية على تدريب موظفيها لتشكيل فرق عمل لعملية تحسين التحول الرقمي.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٤,٠٣)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون بشدة على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تحرص على تدريب موظفيها لتشكيل فرق عمل لعملية تحسين التحول الرقمي.

القوة النسبية للبعد

بلغت القوة النسبية للبعد نحو ٧٥,١٧٪، مما يعني أن هذا البعد يمثل اتجاهات المبحوثين نحو التحسين المستمر في المؤسسات الصحفية بشكل عام، وبناءً على نتائج تحليل جدول ١٢، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة التأكيد على أهمية تبادل المعلومات حول المشكلات والموارد المجتمعية من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة في المؤسسات الصحفية.

- ضرورة التأكيد على أهمية تفويض السلطات والصلاحيات لموظفي المؤسسات الصحفية بهدف تحسين الأداء.

- ضرورة التأكيد على أهمية الاستثمار في مصادر المؤسسات الصحفية المادية والبشرية من أجل تحسين التحول الرقمي.

- ضرورة التأكيد على أهمية النظر إلى التحسين المستمر على أنه جزء من متطلبات تطبيق التحول الرقمي في المؤسسات الصحفية.

- ضرورة التأكيد على أهمية إلغاء الأعمال والأنشطة غير الضرورية المعيقة لجودة الخدمات المقدمة في المؤسسات الصحفية.

- ضرورة التأكيد على أهمية تدريب موظفي المؤسسات الصحفية لتشكيل فرق عمل لعملية تحسين التحول الرقمي.

المبحوثين لديهم اتجاهات إيجابية بشكل عام نحو التحسين المستمر في المؤسسات الصحفية، وفيما يلي تفصيل لتحليل الجدول:

العبارة الأولى

تحرص المؤسسة الصحفية على تبادل المعلومات حول المشكلات والموارد المجتمعية من أجل تحسين جودة خدماتها.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٧٨)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن المؤسسات الصحفية تحرص على تبادل المعلومات حول المشكلات والموارد المجتمعية من أجل تحسين جودة خدماتها.

العبارة الثانية

تعتمد المؤسسة الصحفية سياسة تفويض السلطات والصلاحيات لموظفيها بهدف تحسين الأداء.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٧٨)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن المؤسسات الصحفية تعتمد سياسة تفويض السلطات والصلاحيات لموظفيها بهدف تحسين الأداء.

العبارة الثالثة

تستثمر المؤسسة الصحفية مصادرها المادية والبشرية من أجل تحسين التحول الرقمي.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٤٢)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن المؤسسات الصحفية تستثمر مصادرها المادية والبشرية من أجل تحسين التحول الرقمي.

العبارة الرابعة

تتخذ إدارة المؤسسة الصحفية إلى التحسين المستمر على أنه جزء من متطلبات تطبيق التحول الرقمي.

حصلت هذه العبارة على متوسط مرجح بلغ حوالي (٣,٦٥)، مما يعني أن المبحوثين يوافقون على هذه العبارة، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن إدارة المؤسسات الصحفية تتخذ إلى التحسين المستمر على أنه جزء من متطلبات تطبيق التحول الرقمي.

العبارة الخامسة

بالعمل على هذه التوصيات، يمكن للمؤسسات الصحفية المصرية تحسين اتجاهات المبحوثين نحو جدول ١٢. اتجاهات المبحوثين نحو التحسين المستمر في المؤسسات الصحفية

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الإستجابة			مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الترتيب	الانحراف المعياري
						موافق	غير موافق	غير موافق بشدة				
تحرص المؤسسة الصحفية على تبادل المعلومات حول المشكلات والموارد المجتمعية من أجل تحسين جودة خدماتها	٣٨	٧٣	١٨	١٣	٩	٥٧١	٣٧٨	٣	١,١٠			
(%)	٣٣,٢٧	٥١,١٥	٩,٤٦	٤,٥٥	١,٥٧							
تعتمد المؤسسة الصحفية سياسة تفويض السلطات والصلاحيات لموظفيها بهدف تحسين الأداء	٣٤	٨٤	١١	١٠	١٢	٥٧١	٣٧٨	٣	١,١١			
(%)	٢٩,٧٧	٥٨,٨٩	٥,٧٨	٣,٥٠	٢,١٠							
تستثمر المؤسسة الصحفية مصادرها المادية والبشرية من أجل تحسين التحول الرقمي	٢٣	٦٠	٢٩	٣٦	٣	٥١٦	٣٤٢	٥	١,٠٨			
(%)	٢٢,٢٩	٤٦,٥٢	١٦,٨٦	١٣,٩٥	٠,٣٨							
تتبنى إدارة المؤسسة الصحفية التحسين المستمر على أنه جزء من متطلبات تطبيق التحول الرقمي	٣٦	٦٦	١٧	٢٤	٨	٥٥١	٣٦٥	٤	١,١٦			
(%)	٣٢,٦٧	٤٧,٩١	٩,٢٦	٨,٧١	١,٤٥							
يتم إلغاء الأعمال والأنشطة غير الضرورية بالمؤسسة الصحفية المعيقة لجودة الخدمات المقدمة	٤٣	٧٤	١٧	١٠	٧	٥٨٨	٣٨٩	٢	١,٠٥			
(%)	٣٦,٥٦	٥٠,٣٤	٨,٦٧	٣,٤١	١,٠٢							
تحرص إدارة المؤسسة الصحفية على تدريب موظفيها لتشكيل فرق عمل لعملية تحسين التحول الرقمي	٥٠	٧٣	١٣	١٢	٣	٦٠٨	٤٠٣	١	٠,٩٦			
(%)	٤١,١٢	٤٨,٠٣	٦,٤١	٣,٩٥	٠,٤٩							
المجموع	٢٢٤	٤٣٠	١٠٥	١٠٥	٤٢	٣٤٠٥						
المتوسط	٣٧,٣٣	٧١,٦٦	١٧,٥٠	١٧,٥٠	٧,٠	٥٦٧,٥						
النسبة المئوية	٣٢,٨٩	٥٠,٥١	٩,٢١	٦,١٦	١,٢٣							
الانحراف المعياري للبعد						٣١,٦٥						
القوة النسبية للبعد						٪٧٥,١٧						

المصدر: جمعت وحسبت من بيانات إستمارة الإستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية.

المراجع

سولامي، ربيعة، فاطمة الزهراء ناصري وعبدالرحمن كعواش (٢٠٢٠). الصحافة الإلكترونية في الجزائر وتحديات الممارسة الصحفية: جريدة الشروق الإلكترونية، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية - ولاية أدرار، الجزائر.

عبداللطيف، محمود رمضان أحمد (٢٠٢٠). تكاملية الوسائل لنشر المحتوى في الصحف المصرية - دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالإتصال في ضوء نظرية التحول الرقمي، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، ٥٥ (١): ١٠٢-١٣٠.

قدواح، منال وإدريس بولكعبيات (٢٠٠٨). اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو إستخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر.

الإتحاد الدولي للاتصالات (ITU) (٢٠١٤). التحول الرقمي والدور المتغير لوسائل الإعلام الإخبارية في القرن الحادي والعشرين، المنظم من قبل قسم IFLA للصحف، جنيف، سويسرا، ١٣-١٤ أغسطس.

الربيعي، ولاء محمد علي حسين (٢٠١٨). الإعلام الرقمي وإنعكاساته في تنمية المجتمعات - مقارنة نظرية، مجلة آداب المستنصرية، كلية الآداب، جامعة المستنصرية، العراق، ٨٦: ٣٢٨-٣٣١.

الخياط، عبدالعزيز بن سعيد (٢٠١٠). دور الإعلام في التنمية الاقتصادية، المنتدى الإعلامي السنوي السابع، الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية، السعودية.

زايد، إنتصار السيد محمد محمود (٢٠١٧). دور الصحف الإلكترونية المصرية في توعية الشباب الجامعي بقضايا حقوق الإنسان، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، مصر.

الملخص العربي

دور التحول الرقمي في تطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية

محمد رجب حفني^١، جمال عبدالحى عمر^٢، محمد مختار المرادني^٣

١. قسم العلوم الإنسانية والتربوية البيئية، معهد الدراسات البيئية، جامعة العريش، مصر.

٢. قسم الإعلام، كلية الإعلام للبنات، جامعة الأزهر، مصر.

٣. قسم المناهج وطرق التدريس وتكنولوجيا التعليم، كلية التربية، جامعة العريش، مصر.

استهدفت الدراسة بصفة عامة إلقاء الضوء على التحول الرقمي ومدى تأثيره على الصحافة بصفة عامة والصحف القومية بصفة خاصة، وتمثلت مشكلة الدراسة في أنه بالرغم من النجاح الذي حققه التحول الرقمي في مجال بث الأخبار إلا أنه أثر بشكل سلبي على الصحف القومية وجعل معدل التوزيع في إنحدار من السيئ إلى أسوأ وهذا يضع الصحف القومية في خطر محقق ويكاد أن ينهي تراث تاريخي ترعرعنا عليه جميعاً وبات أسلوب حياة وفكر لا يمكن الإستغناء عنه، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي تدرس ظاهرة محددة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختيار عينة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية، وبلغت عينة الدراسة حوالي (١٥١) مفردة، وتوصي الدراسة بضرورة التأكيد على أهمية تبادل المعلومات حول المشكلات والموارد المجتمعية من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة في المؤسسات الصحفية، وضرورة التأكيد على أهمية تفويض السلطات والصلاحيات لموظفي المؤسسات الصحفية بهدف تحسين الأداء، وضرورة التأكيد على أهمية الاستثمار في مصادر المؤسسات الصحفية المادية والبشرية من أجل تحسين التحول الرقمي.

الكلمات الاسترشادية: تطوير، التحول الرقمي، الاداء المهني، المؤسسات الصحفية.

REVIEWERS:

Dr. Heba-Tallah Mostafa

Dept. Media, Fac. Arts, Aswan Univ., Egypt.

| dr.hebanasr@yahoo.com

Dr. Soliman A. Esleem

Dept. Agric. Econ. and Rural Develop., Fac. Environ. Agric. Sci., Arish Univ., Egypt.

| soliman.ayash14@gmail.com