مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية المجلد(10)، العدد (1)، (جوان -2025)، ص 131-153
ISSN: 2602-5566 EISSN: 2716-8999

تأثير البيئة الرقمية على واقع المهن الإعلامية السمعية " الانعكاسات والتحديات"
دراسة ميدانية على إذاعة باتنة، الجلفة، قسنطينة، سطيف، تبسة

The impact of digital environment on the reality of audio media professions "reflections and challenges"
A field study on radio batna, djelfa, Constantine, setif, tebessa

مروه خنتي[1]* سعيدة حيمر[2]

[1] مخبر بحوث و دراسات في الميديا الجديدة، جامعة المسيلة، (الجزائر) merwa.khenti@univ-msila.dz

[2] جامعة المسيلة، (الجزائر) saida.himeur@univ-msila.dz

تاريخ الإرسال: 2024/09/03 تاريخ القبول: 2025/04/16

ملخص:

تعتبر البيئة الرقمية من نواتج التطور التكنولوجي وانفجار المعلومات والاتصالات فهي البيئة المتصلة بوجود شبكة الأنترنت والتقنيات التكنولوجية وهي أهم العناصر التي أدت إلى ظهور الإعلام الرقمي الذي يعد نوعا إعلاميا جديدا من حيث الممارسة والصناعة الإعلامية، وباعتبار المهن الإعلامية ركيزة النشاط الإعلامي في مختلف مجالاته جاءت هذه الورقة البحثية بهدف النظر في واقع المهن الإعلامية في ظل البيئة الرقمية من خلال اعتماد المنهج الوصفي باستخدام المقابلة و الملاحظة كأداة لجمع البيانات واستخدام العينة القصدية التي أجريت مع 10 عاملين في مجال الإعلام السمعي " الإذاعة" في إذاعة باتنة، الجلفة، قسنطينة، سطيف، تبسة، حيث تم التوصل إلى أنَّ أهم انعكاسات البيئة الرقمية على المهن الإعلامية هو ظهور مهن إعلامية جديدة تواجهها العديد من التحديات كغياب الكفاءات المختصة في مهن الإعلام الرقمي والتمسك بالتفكير النمطي في ممارسة العمل الإعلامي ونقص الأجهزة التكنولوجية الحديثة رغم التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم وعدم تدريب وتكوين العاملين بشكل دوري لمواكبة التطورات والتغيرات المختلفة.

الكلمات المفتاحية: البيئة الرقمية، الإعلام الرقمي، المهن، المهن الإعلامية الجديدة.

Abstract

The digital environment is one of the results of technological development and the explosion of information and communication. It is linked to the Internet and modern technologies and is considered a key factor in the emergence of digital media as a new type of media in terms of practice and industry. Since media professions are the foundation of media activity in its various forms, this study aimed to examine the reality of these professions in light of the digital environment and how it has affected them. The research adopted a descriptive survey approach using observation and interview tools. A purposive random sample included 10 workers in the field of audio media (radio) from Radio Batna, Djelfa, Constantine, Setif, and Tebessa. The study concluded that the digital environment led to the emergence of new media professions, which face several challenges, including the lack of specialized digital competencies, persistence of stereotypical practices, shortage of advanced technological equipment, and inadequate training to keep pace with ongoing media developments and transformations.

Keywords: digital environment, digital media, professions, new media professions.

*المؤلف المرسل.

مقدمة:

تعتبر الثورة التكنولوجية أهم المتغيرات البارزة في العصر الحالي والتي قلبت الموازين في جميع مجالات الحياة، فقد ساهمت في ظهور البيئة الرقمية التي تقوم على سلسلة من الخوارزميات والأنظمة الإلكترونية المتعلقة بشبكة الأنترنت والتي ترتبط بالحاسوب و تقنياته و أجهزته، وهذه البيئة الرقمية تعتبر من المتغيرات التي يطرأ عليها التطور و التغير نظرا لما تتميز به من مرونة و ديناميكية وارتباطها خاصة بالتطور التكنولوجي الذي تميزه الاستمرارية و الابتكار، وهذه الأخيرة ساهمت بشكل كبير في الانفجار الضخم للبيانات في مختلف الميادين وخلق أنماط جديدة من الأنشطة.

ويعد المجال الإعلامي من أبرز المجالات التي اقترنت بهذه البيئة، حيث أصبحت العملية الإعلامية قائمة على الوسائط الإلكترونية الرقمية في نقل المحتوى الإعلامي للجماهير التي صارت هي كذلك أكثر استخداما للإفرازات التكنولوجية وبحثا عن المعلومة في شتى أشكالها ومن مصادر مختلفة عبر شبكة الأنترنت ، مما ولد نوعا إعلاميا يطلق عليه الإعلام الرقمي وهذا النوع من الإعلام يهتم بممارسة نشاطه في المحيط الرقمي من إذاعة رقمية و تليفزيون رقمي و صحف إلكترونية أي أنَ هذا النوع قام بنقل الإعلام من الممارسة التقليدية إلى الممارسة الرقمية ، وبهذه النقلة النوعية أصبحت المهن الإعلامية التي يمارسها الإعلامي مختلفة بشكل تام عما كان يمارسه في ظل الاعلام التقليدي ،فبظهور الإعلام الرقمي ظهرت مهن خاصة به، وبدأت تكتسح خانة التوظيف في المجال الإعلامي في مختلف بلدان العالم .

1. إشكالية الدراسة:

تعتبر البيئة الرقمية نتاجا هاما لثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن المتغيرات الراهنة التي ارتبطت بها صناعة الإعلام وممارسته فقد ساهمت في نقل العمل الإعلامي صناعة وممارسة من قالب الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي الذي يقوم على إنتاج وإعداد المحتوى الإعلامي بمختلف أنواعه السمعي أو السمعي البصري أو المكتوب ونقله وبثه للجماهير باعتماد الوسائط الرقمية والتقنيات التكنولوجية المختلفة التي تتيح ذلك، وهذا النشاط الإعلامي بمجالاته المتنوعة لا يقوم دون مهن إعلامية قائمة بحد ذاتها على أداء مهام معينة ومتكاملة كالصحفي و المراسل و المنتج التلفزيوني والمحرر والمصمم وغيرها من المهن المعروفة في ظل الإعلام التقليدي، وبتغير النشاط الإعلامي إلى البيئة الرقمية لا تزال المهن الإعلامية هي عمود استمرارية العمل الإعلامي فالمهن التي يقوم بها الأفراد الناشطون في مجال الإعلام بشكل مختلف ومتكامل هي التي تضمن وجود المادة الإعلامية أو المحتوى الإعلامي و طريقة نقله للجمهور بالشكل المناسب و الملائم للوسيلة

الإعلامية ولمجال النشاط الإعلامي، وبناءا على ذلك يمكننا طرح التساؤل التالي كإشكالية لدراستنا هذه:

- ما تأثير البيئة الرقمية على المهن الإعلامية في المؤسسات الإذاعية الجزائرية؟

وتندرج ضمن التساؤل الرئيسي المطروح مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي المهن الإعلامية الجديدة؟
- ماهي العوامل التي ساهمت في ظهور مهن إعلامية جديدة؟
- ماهي انعكاسات البيئة الرقمية على المهن الاعلامية؟
- ماهي تحديات ممارسة هذه المهن الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

2. أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في وصف تأثير البيئة الرقمية على المهن الإعلامية من خلال:

- التعرف على المهن الإعلامية الجديدة
- التعرف على العوامل التي ساهمت في ظهور مهن إعلامية جديدة
- التعرف على واقع المهن الإعلامية الجديدة في الإذاعة الجزائرية .
- التعرف على التحديات التي تواجه المهن الإعلامية الجديدة في الجزائر؟

3. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في أن المهن الإعلامية تعد أساس قيام العمل الإعلامي و استمراره وأدائه بشكل فعال، فالكفاءة الوظيفية المختصة بأداء مهام معينة تعتبر المنطلق الأساسي لنجاح العمل الذي تتم ممارسته و أدائه، فالصحفي وكل مختص بنقطة معينة في الميدان الإعلامي هم افراد وظيفيون يقومون بعملهم الإعلامي، والمهن الإعلامية مهمة وضرورية سواء في الطابع الإعلامي التقليدي أو الإعلامي الرقمي ، فالمهن في ظل الاعلام الرقمي _الذي يعتبر وليد البيئة الرقمية الافتراضية التي جعلت الإعلام وممارسته و صناعته مقترنة بالوسائط الرقمية _ أصبحت مقترنة بما تفرزه التطورات والتغيرات في البيئة الرقمية ووسائطها الإلكترونية.

4. المنهج المعتمد في الدراسة:

تم في هذه الورقة البحثية اعتماد المنهج المسحي الوصفي حيث يعرف المنهج على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة (إسماعيل سيبوكر، 2019، صفحة 46) وفي تعريف آخر هو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى الحقيقة أو أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم (منيرمحمد، 2000، صفحة 54) والمنهج الوصفي هو المنهج الذي يصف لنا الظاهرة المدروسة بشكل واقعي من خلال المعلومات والمعطيات التي يتم جمعها. ويعرف منهج المسح الوصفي على أنه أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على

المعلومات مباشرة من الأفراد ويتيح الحصول على خمسة أنواع من المعلومات تتمثل في: حقائق، إدراك، آراء، اتجاهات وتقارير سلوكية. (عامر، 2012، صفحة 51) كما يعرف بأنه طريقة بحث تركز على وصف الظاهرة التي تتم دراستها (Manjunatha.N, 2019, p. 863)

5. أدوات جمع البيانات

تم في هذه الدراسة استخدام مجموعة من الأدوات لجمع البيانات تمثلت في أداة الملاحظة وأداة المقابلة

- **الملاحظة:**

الملاحظة من الأدوات التي تستخدم في رصد الظواهر الاجتماعية و الإنسانية من خلال عملية متابعة سلوك العينة بشكل مباشر أو غير مباشر وجمع البيانات الأولية و المعطيات اللازمة عن الظاهرة التي يتم ملاحظتها (ريال، 2021، صفحة 127) وقد تم الإعتماد على الملاحظة في دراستنا هذه من خلال استخدامها في جمع المعلومات الأولية حول موضوع البيئة الرقمية و تأثيرها على المهن الإعلامية من خلال الاطلاع على مصادر المعلومة سواءا المؤلفات العلمية بإختلاف أنواعها " كتب ، مجلات ، مقالات ، ملتقيات علمية " أو النزول للميدان .

- **المقابلة:**

المقابلة: هي تفاعل لفظي بين القائم بالمقابلة وشخص أو مجموعة أشخاص بهدف الحصول على المعلومات والبيانات الموضوعية حول الظاهرة المدروسة (نقي، 2021، صفحة 86) ، فالمقابلة تساعد على الحصول عن المعلومات من المبحوثين دون أن يتناقش مع غيره أو يتأثر بالآراء و بالتالي تكون الإجابة دقيقة دون تأثيرات خارجية على المبحوث. (ريال، 2021، صفحة 135) وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المقابلة غير المقننة يتم إستخدام الأسئلة المفتوحة التي لا تحدد إجابتها في شكل فئات ويمكن تطوير الأسئلة من خلال الحوار (Renu Singh, 2014, p. 2) تم إختيارها لأنها الأنسب للدراسات الإنسانية و الاجتماعية و يكمن الهدف من هذه المقابلة في تحديد كيفية تأثير البيئة الرقمية على المهن الإعلامية السمعية من خلال إجرائها مع 10 عاملين إذاعين من إذاعة باتنة، الجلفة، قسنطينة، سطيف، تبسة .

6. حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية للدراسة: تقتصر على هذه الدراسة على دراسة تأثير البيئة الرقمية على واقع المهن الإعلامية في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.
- الحدود المكانية للدراسة: هو مكان إجراء الدراسة، أجريت هذه الدراسة في المؤسسة الإذاعية المحلية لولاية باتنة، ولاية الجلفة، ولاية قسنطينة، ولاية سطيف، وولاية تبسة

- الحدود الزمنية للدراسة: هي المدة التي استغرقتها هذه الدراسة وتبلغ مدة هذه الدراسة حوالي شهر بداية من منتصف شهر ديسمبر 2023 إلى غاية منتصف شهر جانفي 2024
- الحدود البشرية للدراسة: وهو الكوادر البشرية التي لها علاقة بالدراسة، وتتمثل في مجموعة الإعلامين العاملين في المؤسسات الاعلامية الناشطة في المجال السمعي " الإذاعة "

7. مجتمع الدراسة وعينته

- مجتمع الدراسة: مجتمع البحث هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي (أنجريس، 2006، صفحة 289) ويتمثل مجتمع دراستنا في المؤسسات الإعلامية الناشطة في المجال السمعي " الإذاعة".
- **عينة الدراسة:** العينة خطوة ضرورية لإتمام الدراسة العلمية في جانبها التطبيقي فهي جزء من مجتمع البحث يمثله تمثيلا سليما يحدده الباحث وفق نظام المعاينة المناسب، ويعرفها موريس أنجرس "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين" (أنجريس، 2006، صفحة 300) أي أنَّ العينة هي مجموعة عناصر من مجتمع البحث لها نفس الخصائص مع باقي عناصر المجتمع وقد تم في هذه الدراسة إعتماد العينة القصدية والتي تعرف بأنها العينة التي يختار الباحث مفرداتها بشكل عمدية وفقا لما يراه من سمات أو خصائص تخدم أهداف البحث (محمد، 2004، صفحة 141) وعينة دراستنا هي العاملين في المؤسسات الإذاعية لولاية الجلفة، ولاية باتنة، ولاية قسنطينة، ولاية سطيف، وولاية تبسة

8. الدراسات السابقة:

تم في هذه الدراسة اعتماد مجموعة من الدراسات السابقة التي تخدم هذا الموضوع من حيث أحد متغيراته ومن بين هذه الدراسات مايلي:

8-1- عرض الدراسات السابقة:

- **الدراسة الأولى:**

The impact of the technological revolution on the media professions and the academic formation of media students in Algeria

أثر الثورة التكنولوجية على المهن الإعلامية والتكوين الأكاديمي لطلبة الإعلام بالجزائر من إعداد مهيرة بثينة، مقال علمي منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية المجلد 8 العدد 01 سنة 2022. تم في هذه الدراسة معالجة موضوع أثر الثورة التكنولوجية على المهن الجديدة والتكوين الإعلامي حيث تم تسليط الضوء على واقع التكوين الإعلامي في الجزائر والتحديات التي يواجها خريجي كليات الإعلام وعلى المهن الجديدة في ظل ما تشهده الساحة الإعلامية،

وقد توصلت الدراسة الى أن طلبة الاعلام في كليات واقسام الاعلام قادرون على ممارسة المهن الجديدة التي فرضتها الثورة التكنولوجية

- **الدراسة الثانية**

New Functions under Web 0.2 –electronic Media editing and social communication professions as an example

مقال علمي منشور من قبل مجلة مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 18 العدد 01- 2021 من إعداد شفيقة مهري وأمال مهري، جامعة سطيف 1 .2، حول المهن الإعلامية الجديدة في ظل ويب.0.2 وهو عبارة عن دراسة استطلاعية تناولت ظهور مهن جديدة في قطاع الاعلام والاتصال، وأشارت الى التعرف على المهن التي ولدت فهذا المجال والتي ستولد توصلت الدراسة الى مقترحات لتطوير أداء المؤسسات في ظل التحولات الحاصلة باعتماد منهج الوصفي التحليلي

- **الدراسة الثالثة:**

Selve de Lattre et autre : les métiers de l'internet les référentiels des métiers cadres, juin 2012

تناولت هذه الدراسة مهن الانترنت من حيث أنواعها وأشكالها وتقدم موجزا لمهن الويب الجديدة كمصممي البرامج والمحتوى والناشطين في مجال التسويق الرقمي، وعرضت الدراسة تصنيفات لمهن الويب حسب ومحرري مواقع الويب.

2-8- **أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة**

- الاستفادة من هذه الدراسات في الاطلاع على الموضوع والتعمق فيه .
- تحديد نوع الدراسة ومنهجيتها.
- تحديد أدوات جمع البيانات المناسبة لطبيعة الدراسة.
- الاستفادة من ناحية المصادر والمراجع وسهولة الوصول إليها.

3-8- **قراءة نقدية للدراسات السابقة:**

من خلال تصفح وقراءة الدراسات السابقة لموضوع بحثنا يمكننا تسجيل النقاط التالية كقراءة نقدية لهذه الدراسات:

- من حيث المحتوى: هذه الدراسات تشمل بعض متغيرات دراستنا في جانب من الجوانب إلا أنها تختلف من زاوية الدراسة.
- من حيث المنهجية: هناك تفاوت وتباين في العناصر المنهجية المعتمدة فهناك من لم يعتمد على المنهجية بشكل سليم وهناك من اعتمدها بشكل سليم إلا أن الملاحظة التي دونت على

كل هذه الدراسات أنها استخدمت المنهج الوصفي سواءا بذكره أو استنتاجه من المضمون لأنه أكثر ملائمة للدراسات الإنسانية الاجتماعية.

- من حيث العينة: في أغلب الدراسات لم تحدد عينة الدراسة إما لأن الدراسة لا تستدعي وجود عينة أو مخالفة لمنهجية البحث والجهل بها.
- من حيث النتائج: أغلب نتائج الدراسات المطروحة جاءت متناسبة مع إشكالية الدراسة المطروحة وكما تجيب عنها.

أولا: المهن الإعلامية الجديدة:

1- مفهوم البيئة الرقمية:

البيئة الرقمية هي البيئة التي تقوم على وجود الحاسوب وشبكة الانترنت حيث تتم عملية الاتصال للحصول على المعلومة واستخدامها وتتكون من مجموعة من المكونات الأساسية المتمثلة في المعلومة في شكلها الرقمي والتكنولوجيات الحديثة للمعلومات والوسائل التقنية الضرورية للاتصال (بن راشد رشيد، 2022، صفحة 797)،

كما تعرف بأنها المستودعات الرقمية للمعلومات التي يمكن تغييرها أو حفظها أو او نقلها عن طريق الوسائط المناسبة، وهي تطبيقات التكنولوجية المختلفة التي تتيح العديد من المهام وتعتبر شبكة الأنترنت الركيزة الأساسية لوجودها حيث تتيح الحصول على المعلومة في أي وقت. (بولمناخر، 2021، صفحة 112)

ومن خلال ذلك يمكن القول أنَ البيئة الرقمية هي البيئة التي تقوم بوجود شبكة الأنترنت والتقنيات والتطبيقات التكنولوجية لاستغلال المعلومة.

2- مفهوم المهن الإعلامية الجديدة

2-1- المهنة:

إن مصطلح المهنة متعدد التعاريف فقد عرفها الكاتب "Eyherabide" على أنها امتلاك الإنسان للمعرفة التي تفيده وتميزه ولها قواعد في الوسط المهني، وعرفها" Boyer " هي ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعارف وتساعده على الإنتاج وخدمة المجتمع وتكون قابلة للتطور في الإطار المهني". وفي تعريف للكاتب " Piotet " أشار إلى أن المهنة كلمة تستخدم للإشارة للوظيفة أو العمل الذي يحدد هويته الاجتماعية والمهنية في المجتمع وفي تعريف ل "Sire» هي الوظيفة التي يمارسها الفرد في المؤسسة لتحقيق غايات واهداف تقنية يرجع ظهور كلمة مهنة إلى بداية القرن الثاني عشر، هي ذات الأصل اللاتيني من كلمة ménestier أو méstier والمقصود بها امتهان الفن بمقابل مادي. اما Rousseau يرى أنَ المهنة هي عمل ميكانيكي خالص تعتمد على عمل اليد أكثر من العقل ". بمعنى ان المهنة في معناها مرتبطة بالممارسة اليدوية للمعرفة العلمية كما تشير المهنة إلى الخبرة

والمعرفة التي اكتسبت وتؤهل العامل لإنجاز عمله المهنة هي تلك الكفاءات الفردية او الجماعية او التابعة للقطاع والمعترف بممارستها المهنية والتقنية من قبل أصحاب المصلحة وذات تجدد مستمر ومواكب للتطور. (سماش، 2017 -2018، الصفحات 42- 49) ، كما يعرفها المجلس الأسترالي للمهن بأنها مجموعة أفراد ملتزمون بقواعد أخلاقية ويمتلكون مهارات و معارف معترف بها يقومون بتطبيقها بالشكل المطلوب لخدمة الاخرين (https://Professions.org.au/what-is-a-professional/) (Australian council of professions)

2-2- المهن الجديدة:

هي وظائف مرتبطة بأنشطة ومهام غير معروفة من قبل والتي ظهرت نتيجة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الشابي، 2019)، ومنه المهن الجديدة هي كل وظيفة لها أسس وقواعد جديدة لم تظهر من قبل يتم ممارسته بشكل مختلف عن المهن الموجودة من قبل لتحقيق هدف معين، ظهرت بفضل تأثير تطور التكنولوجيا.

2-3- المهن الإعلامية:

هي مجموعة الوظائف التي يمارسها أفراد القطاع الإعلامي والتي تقوم بنقل المعلومات والاخبار والمحتوى الإعلامي للجمهور باستخدام الوسائل المناسبة سواءا مكتوبة او سمعية او بصرية حيث يقوم القائمون على ممارسة هذه المهن بإعداد وإنتاج المحتوى الإعلامي وتحليله ونقله والتعامل مع الجمهور عبر الوسائط المتعددة كالتلفزيون والإذاعة والصحافة والوسائط الرقمية المختلفة المتاحة في الميدان الإعلامي.

2-4- المهن الإعلامية الجديدة:

مصطلح المهن الإعلامية الجديدة هو لم تحديد مفهومه بشكل تام من طرف العلماء والباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال، حيث يستند البعض في تعريفه بربطه بالإعلام الرقمي حيث تعرف على أنها المهن الممارسة في البيئة الرقمية والتي تسمح للأفراد ب التعبير عن أنفسهم كالمدونات ومواقع مشاركة الصور والبودكاست وغيرها (مشري رحمة، 2022- 2023، صفحة 27)

ومنه يمكن القول أنَ المهن الإعلامية الجديدة هي مجموعة الوظائف التي نشأت وتتطور نتيجة للتقدم التكنولوجي والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية. في مجال الاعلام وتختلف عن المهن التقليدية والمألوفة، في بيئة وطريقة ممارستها مثل مراقب البث المباشر، منتج رقمي، مصمم المواقع الإلكترونية، المختص في الملتيميديا ...الخ.

3- **عوامل ظهور المهن الجديدة في الاعلام.**

يعود سبب ظهور مهن إعلامية جديدة إلى مجموعة من العوامل كما أشارت (مهري، 2021، صفحة 72) في دراستهما وتتمثل هذه العوامل في:

- ظهور ظاهرة البيانات الضخمة :" big data " هي البيانات الضخمة هي مصطلح يقصد به البيانات المعقدة و المعالجة المستخدمة في التحليل المستمر و الاكتشاف (Mircea Răducu TRIFU, 2014, p. 33) و التي ساهمت بشكل كبير في فرض مهن ووظائف جديدة في مجال الاعلام وغيره من المجالات بسبب ثورة المعلومات الحاصلة حيث تشير الى زيادة حجم البيانات و تنوعها وتعدد مصادرها وصعوبة الأساليب و الوظائف التقليدية من التعامل معها و هذا ما جعل جميع المؤسسات على مستوى العالم تستخدم التكنولوجيات الحديثة في التعامل مع هذه البيانات وتحليلها و الاستفادة منها في عملية الاتصال و نقل الاخبار الإعلامية و، وضرورة إيجاد كفاءات قادرة على التعامل مع تفعيل خدمات التخزين الافتراضية و إدارة خوادم الانترنت والعمل في حقل الشبكة الافتراضية وضرورة توظيف افراد يمتلكون الكفاءة في هذا المجال حيث ان تزايد حجم البيانات الرقمية يحتاج إلى مهنيين متخصصين في تحليل البيانات والاستفادة منها لاتخاذ قرارات مناسبة.
- تغيير هدف الانترنت من إنتاج البيانات إلى التركيز على المستهلكين، وتغيير طريقة التعامل مع البيانات والمعلومات وأصبح المستهلك بمثابة عميل تسعى المؤسسات الى فهم سلوكه واحتياجاته لتلبيتها وحدوث تغيرات في عادات الاستهلاك حيث تغيرت عادات استهلاك المحتوى الرقمي يتطلب مهنيين قادرين على تلبية هذه الاحتياجات الجديدة.
- انتشار تقنيات الأجهزة المحمولة التي جعلت المستهلك في حالة عدم استقرار من ناحية الخصوصية ووجوب ضمان الامن المعلوماتي له.
- حركة الاعلام الالي الأخضر التي ترتكز على التأثير البيئي لوسائل الاعلام وتستوجب مهن جديدة لضمان اداء مهني وتقني عال.(Richard Maxwell, 2012, p. 5)
- تطور وسائل الاعلام واكتساح التكنولوجيا وضرورة استخدامها في الأداء المهني.
- ظهور تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي، وهو ذكاء يحاكي الذكاء البشري بإستخدام التقنيات والتطبيقات التكنولوجية لإيجاد الحلول لمشاكل الانسان (Pei wang, 2019, p. 2) الذي يساهم في فتح الباب لإمكانيات جديدة في انتاج المحتوى الإعلامي
- العولمة والتواصل العالمي: انفتاح المحتوى الإعلامي على العالم وضرورة وجود مهن جديدة في ترجمته لإيصاله للعالم.

- التحول الرقمي للشركات: أصبحت الشركات ذات طابع رقمي والتعاملات فيها رقمية وهذا ما يستدعي وجود مهنيين يمتلكون خبرة في تطوير المحتوى الرقمي وإدارة المنصات الإعلامية الجديدة.
- التغيرات الاجتماعية والثقافية: حدوث تغييرات على مستوى المجتمعات من جوانب مختلفة أصبح يتطلب وجود مهنيين يفهمون هذه التغيرات ويستطيعون تصميم محتوى يتوافق معها.
- التحديات الأمنية والخصوصية: وجوب وجود مختصين في حماية المعلومات والبيانات الرقمية، فالتحول في الاستعمال على مستوى المؤسسات الكبرى الى استعمال رقمي يفرض ذلك
- تطور نمط العمل: أصبح العمل في ظل التحول الرقمي للمجتمعات عمل عن بعد بوسطة شبكة الانترنت وهذا ما ساهم في ظهور مهن مختصة في المجال المهني الرقمي عن بعد.
- التحولات الاقتصادية: التحولات في الاقتصاد الرقمي وظهور مفاهيم جديدة مثل "الاقتصاد التجريبي" يؤدي إلى ظهور فرص ومجالات عمل جديدة.

ثانيا: تحديات المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

هناك مجموعة من التحديات التي تقف أمام المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية حسب مهري أمال ومهري شفيقة (مهري، 2021، صفحة 81) ويمكن إجمالها في مجموعة النقاط التالية:

- ضعف الميزانية التي تخصصها المؤسسات لإدارة الموقع الالكترونية والاشراف عليها فمعظم المؤسسات الجزائرية تفتقر الى استخدام تكنولوجيات الإعلام الجديد بشكل كبير فأغلبها تستخدمها في إطار تكميل الممارسة التقليدية
- غياب الاحترافية: لعدم وجود كفاءات بشرية مكونة تكوين يسمح لها باستعمال مهارتها في إطار التكنولوجيا الجديدة فكل العاملون في هذا المجال مكونون في مجال الاعلام الالي وليس الإعلامي وهذا ما يفسر عدم تناسق المحتوى الإعلامي نوعا ما
- غياب تكوين الاعلامين والصحفيين العاملين في المؤسسة على التعامل مع تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة والاعتماد عليهم في الممارسة الإعلامية وانتاج محتوى موجه للجماهير

- غياب ثقافة المهن الجديدة: عدم اهتمام المؤسسات الجزائرية بالمهن الجديدة وعدم اعتبارها مهنا ولدت نتيجة التكنولوجيا يحتاج اليها سوق العمل والنظر اليها كمكمل للمهن التقليدي.
- الطريقة الرقمية لإنتاج المحتوى الإعلامي في الجزائر هي امتداد للطريقة التقليدية، فالصحافة الالكترونية في الجزائر هي امتداد وللصحافة الورقية بدون تعديل او تغيير فيها وغياب شبه كلي للمنتجات الإعلامية الرقمية البحتة
- نقص المهارات والتدريب: فالعامل في المهن الجديدة يتطلب احتوائه على مهارات في التقنيات من جهة وعدم توفي تدريب لهم من جهة أخرى
- تغيير ثقافة المؤسسة: ظهور المهن الجديدة في بعض المؤسسات قد يفرض إعادة هيكلتها وتنظيمها من جديد وهذا مالا تفعله المؤسسات الجزائرية
- تأثير التكنولوجيا: عدم تغير المؤسسات لاستراتيجياتها فالتكنولوجيا تتميز بالديناميكية وتطورها يولد مهن جديدة متغيرة فيمكن موت بعض المهن التي ولدت في التطورات الحاصلة في الوقت الحالي.
- تحقيق الاستدامة: بعض المهن الجديدة قد تكون مرتبطة بمجالات تطوير مستدام وصديقة للبيئة، وتحقيق الاستدامة قد يكون تحديًا تحتاج المؤسسات إلى مواجهته.
- تحديات الأمان والخصوصية: المهن الجديدة ضرورية في المؤسسات ولكن بعض المؤسسات ترى أن التكنولوجيا هي انتهاك للخصوصية وليست امنة.
- التكامل مع المهن التقليدية: قد يكون هناك تحدي في تكامل المهن الجديدة مع المهن التقليدية والعمل بشكل متناغم داخل المؤسسة.

ثالثا: انعكاسات البيئة الرقمية على المهن الاعلامية في المؤسسات الإذاعية الجزائرية وتحدياتها:

تفريغ وتحليل بيانات المقابلات التي تم إجراؤها.

المحور الأول: البيانات الشخصية للمستجوبين:

المقابلة	الجنس	العمر	الإذاعة العامل فيها	القسم الموظف فيه	المستوى وشهادة التعليم
01	ذكر	35-45 سنة	إذاعة الجلفة	قسم البرامج والأخبار	ماستر سمعي بصري
02	ذكر	35-45 سنة	إذاعة باتنة	قسم البرامج والأخبار	ماستر سمعي بصري
03	أنثى	35-45 سنة	إذاعة باتنة	قسم البرامج والأخبار	ماستر سمعي بصري

04	أنثى	35-45 سنة	إذاعة باتنة	قسم الإنتاج	ليسانس تسويق
05	ذكر	35-45 سنة	إذاعة باتنة	قسم الادارة	ماستر صحافة مكتوبة
06	أنثى	35-45 سنة	إذاعة تبسة	القسم التقني	مهندس تطبيقي
07	ذكر	35-45 سنة	إذاعة تبسة	قسم الإنتاج	ليسانس
08	ذكر	35-45سنة	إذاعة سطيف	قسم الإنتاج	ليسانس
09	ذكر	35-45سنة	إذاعة قسنطينة	قسم الإدارة	ليسانس
10	ذكر	35-45سنة	إذاعة قسنطينة	قسم الإنتاج	ليسانس اعلام واتصال

الجدول رقم 01: البيانات الشخصية للمستجوبين (إنجاز المؤلف).

من خلال الجدول الموضح أعلاه والذي يمثل البيانات الشخصية للمستجوبين نلاحظ أن حجم العينة قدرت بعشرة إعلامين عاملين في الإذاعة الجزائرية ينتمون إلى مؤسسات إذاعية مختلفة عبر التراب الوطني تم اختيارهم من إذاعة قسنطينة و الجلفة و باتنة وسطيف و تبسة، يعملون في أقسام مختلفة كقسم الإدارة وقسم الإنتاج وقسم الأخبار والقسم التقني، كما يبين الجدول أن أغلب الذين أجريت معهم المقابلة ينتمون لجنس الذكور بنسبة 60% و 40% ينتمون لجنس الإناث، وتختلف أعمارهم لكن جميع الإعلامين الذين أجريت معهم المقابلة تتراوح أعمارهم بين 35-45 سنة كما نلاحظ أن أغلبية المستجوبين خريجي تخصص إعلام و إتصال سواء ليسانس أو ماستر.

ومن خلال ذلك يمكن القول أنَ الإذاعات الجزائرية على المستوى الوطني تعمل على توظيف كفاءات مختصة وذات مستوى تعليمي في المجال الإعلامي سواءا من جنس الذكور أو الإناث.

المحور الثاني: تأثير البيئة الرقمية على الإعلام.

تعد البيئة الرقمية من المتغيرات البارزة في الوقت الحالي والتي أثرت على جميع المجالات حيث نريد في هذا المحور معرفة تأثير البيئة الرقمية على الإعلام من خلال التطرق مجموعة النقاط التالية:

- تأثر العمل الإعلامي بظهور البيئة الرقمية.
- كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على الإعلام.
- طريقة ممارسة الإعلامي لعمله في المؤسسات الإذاعية بعد ظهور الإعلام الرقمي.

1- تأثر العمل الإعلامي بظهور البيئة الرقمية:

نلاحظ أن أغلب المستجوبين عند إجرائنا للمقابلة معهم وطرح التساؤل التالي: هل تأثر العمل الاعلامي بظهور البيئة الرقمية؟ كانت أجابتهم نعم ومنهم من أضاف أن هذا التأثر كان بشكل إيجابي، ونستشهد في ذلك بإجابة المستجوب رقم 05 من إذاعة باتنة حيث كانت إجابته كالتالي: "نعم تأثر العمل الإعلامي والتأثر كان إيجابيا."

من خلال الإجابات المقدمة إلينا يمكن القول بأن العمل الإعلامي بدأ يرتبط بالبيئة الرقمية مدام قد تأثر بظهورها وأصبح يعتمد على مخرجات هذه البيئة وأنَ الممارسة الإعلامية تستخدم كل ما هو رقمي.

2- كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على الإعلام.

نلاحظ أن إجابات المستجوبين عند طرح السؤال التالي عليهم: كيف أثرت التكنولوجيا الرقمية على الاعلام؟ كانت متفاوتة لكن تصب في نفس السياق فمنهم من قال :سهلت العمل " "المستجوب رقم05 و 07 " ومنهم من قال: سرعت الحصول على المعلومة " المستجوب رقم03 ، ومنهم من قال: فتحت مجال جديد وواسع وسريع لتصبح أحد وسائل التواصل "المستجوب رقم06 " ، ومنهم من قال: صناعة المحتوى أصبحت أسرع و مكنت من تحسين الجوانب الفنية والتقنية للصوت والصورة و قدرة أوسع على الانتشار و التواجد عبر المنصات و الوسائط " المستجوب رقم 01، ومنهم من قال: تقريب المعلومة من الجمهور " المستجوب رقم 08"

من خلال الإجابات المقدمة يمكن القول أنَ البيئة الرقمية وتكنولوجياتها أثرت على الإعلام من حيث طريقة اعداد وإنتاج المحتوى الإعلامي وتقديمه للجمهور وتلقيه واستقباله وسهلت الممارسة الإعلامية وهذا يدل على انفتاح العمل الإعلامي في الجزائر واستخدام الوسائل والوسائط الرقمية في إطار الممارسة الإعلامية، وهذا ما أكدته الدراسة الأولى من الدراسات السابقة لمهيرة بثينة المعنونة بأثر الثورة التكنولوجية على المهن الإعلامية والتكوين الأكاديمي لطلبة الإعلام بالجزائر.

3- طريقة ممارسة الإعلامي لعمله في المؤسسات الإذاعية بعد ظهور الإعلام الرقمي.

نلاحظ أن إجابات المستجوبين بعد طرح السؤال التالي عليهم: هل تغيرت طريقة ممارسة الإعلامي لعمله في المؤسسات الإذاعية بعد ظهور الإعلام الرقمي أم بقيت نفس طريقة الممارسة؟ كانت مختلفة فمنهم من أجاب: لم تتغير طريقة الممارسة " المستجوب رقم 04" و"المستجوب رقم06" ومنهم من أجاب: تغيرت طريقة الممارسة من حيث فعالية وآنية و سرعة الأداء " المستجوب رقم03 "، ومنهم من أجاب: الممارسة تغيرت و أصبح معها الإعلامي قادرا على نقل المحتوى أو المعلومة من أي مكان عبر الوسائط من الأجهزة المختلفة (الحاسوب، النقال ،اللوحات الذكية...)،

ويمكن صناعة محتواه عبر هذه الأجهزة بعيدا عن مقر عمله. " المستجوب رقم 01 " ومنهم من أجاب: الطريقة نفسها لكن أصبحت أكثر اقتصادا للوقت " المستجوب رقم 07"

من خلال ما تم تقديمه من إجابات فإنَنا يمكننا القول أنّ ممارسة الإعلامي لعمله في المؤسسات الإذاعية في الجزائر في ظل الاعلام الرقمي المنتشر في العالم لاتزال ممارسته بنفس الطريقة التقليدية إلا أنه يعتمد على الوسائط الرقمية في تسهيل عمله.

المحور الثالث: انعكاسات البيئة الرقمية على المهن الإعلامية في مجال الإعلام الإذاعي.

تتميز البيئة الرقمية بانتشارها الواسع في جميع الميادين بما في ذلك ميدان الإعلام والذي تأثر بها، حيث نريد معرفة انعكاسات هذه البيئة الرقمية على المهن الإعلامية السمعية من خلال التطرق في هذا المحور إلى مجموعة النقاط التالية:

- ظهور مهن إعلامية جديدة في المجال الإعلامي الإذاعي بعد انتشار الإعلام الرقمي في الساحة الإعلامية.
- أمثلة المهن الجديدة في المجال الإذاعي.
- العوامل التي ساهمت في ظهور المهن. الجديدة.
- مهنة المنتج الإذاعي الرقمي في المؤسسة الإذاعية.
- توفر القائم على الملتيميديا في المؤسسات الإذاعية.

1- ظهور مهن إعلامية جديدة في المجال الإعلامي الإذاعي بعد انتشار الإعلام الرقمي في الساحة الإعلامية

نلاحظ أن جميع المستجوبين العاملين جميع الإذاعات المختارة للدارسة (الجلفة، باتنة، تبسة، قسنطينة، سطيف) وبإختلاف أقسام عملهم (قسم الإدارة، قسم الإنتاج، قسم الأخبار والبرامج، القسم التقني) في إجاباتهم عند طرحنا للسؤال التالي عليهم: هل ظهرت مهن إعلامية جديدة في المجال الإعلامي الإذاعي بعد انتشار الإعلام الرقمي في الساحة الإعلامية؟ أجمعوا على ظهور مهن إعلامية جديدة في المجال الإعلامي الإذاعي حيث كانت إجاباتهم "نعم ظهرت مهن جديدة لم تكن من قبل".

من خلال ما تم تقديمه من إجابات يبدو أن مجال الإعلام بدأت تظهر فيه مهن جديدة لم تكن معروفة من قبل من حيث الممارسة ولا التسمية ومرتبطة بالمجال الرقمي. وهذا ما أكدته الدراسة الثانية من الدراسات السابقة لشفيقة مهري وأمال مهري، المعنونة المهن الإعلامية الجديدة في ظل ويب.0.2 حيث ظهرت مهن جديدة في مجال التحرير الإلكتروني.

2- أمثلة المهن الجديدة في المجال الإذاعي.

من خلال إجابة المستجوبين على السؤال التالي: هل يمكن ذكر بعض هذه المهن الجديدة في المجال الإذاعي؟ نلاحظ أمثلة عن مجموعة من المهن الجديدة التي تم ذكرها، كمهنة المكلف بالبث الحي حسب إجابة " المستجوب رقم 02" و مهنة إعلامي الملتيميديا المكلف بإدخال و تزيد المحتوى عبر المواقع الالكترونية و الوسائط كالفيسبوك اليوتيوب و غيرها و هو يشتغل كذلك على الرد على التعليقات و مراقبتها و التواصل مع الجمهور عبر هذه الوسائط و كذا تقني الملتيميديا الذي يتقن علوم الحاسوب حسب إجابة المستجوب رقم 01 ، ومهنة التحرير الصحفي عبر الويب و مهنة الإخراج في المواقع الإلكترونية حسب إجابة "المستجوب رقم 05" ومهنة منتج برامج إذاعية على الويب حسب إجابة "المستجوب رقم 07"

من خلال الإجابات المقدمة يمكن القول إن المؤسسات الإذاعية الجزائرية بدأت تفتح المجال أمام مهن الإعلام الرقمي في مجال الإذاعة التي تعتبر مهن جديدة ومن بين أبرز هذه المهن المكلف بالبث الحي ومنتج برامج إذاعية على الويب اعلامي الملتيميديا، تقني الملتيميديا، محرر صحفي عبر الويب، مخرج على ويب، كما انفتحت باقي المؤسسات الإعلامية وظهرت فيها مهن جديدة فحسب الدراسة الثانية من الدراسات السابقة من أبرز المهن الجديدة في المجال التحرير مدير تحرير الويب ومدير محتوى العلامة التجارية ...الخ .

3- العوامل التي ساهمت في ظهور المهن. الجديدة .

نلاحظ أن أغلب المستجوبين في إجابتهم على السؤال التالي: في رأيك ماهي أبرز العوامل التي ساهمت في ظهور هذه المهن؟ أجمعوا على أنَ أبرز العوامل التي ساهمت في ظهور المهن الإعلامية الجديدة هي ظهور شبكة الانترنت و التطور التكنولوجي نستشهد في ذلك بإجابة "المستجوب رقم 09" حيث قال: ظهور الانترنت و التوجه نحو الاعلام الالكتروني ، و إجابة "المستجوب رقم03 " حيث قالت: التطور التكنولوجي و مسايرة العصر و الرقمنة و المعلوماتية ، و"إجابة المستجوب رقم 01" حيث قال: الحاجة الملحة لتكييف العمل مع المستجدات والتطور الذي شهده العمل الإعلامي في ضرورة التواجد الرقمي حيث أن المحتوى المسموع أضحى محدود التلقي والانتشار فالرقمي يتيح إعادة الاستماع وفي الوقت الذي يلائم المستمع أو المشاهد مثل البودكاست (إعادة الاستماع) والليف ستريمينغ (البث المرئي المباشر من الاستديو) والنشرة الرقمية. وإجابة المستجوب رقم 10" حيث قال: أهم عامل هو استخدام تكنولوجيا الإعلام.

ومن خلال ما تم تقديمه من إجابات يمكن القول أنَ أهم العوامل التي ساهمت في ظهور المهن الجديدة هي انتشار شبكة الإنترنت وتوسع نطاق استخدامها والانفجار المعلوماتي والتطور التكنولوجي وضرورة التكيف مع البيئة الرقمية.

4- مهنة المنتج الإذاعي الرقمي في المؤسسة الإذاعية .

من خلال إجابات المستجوبين على السؤال التالي: هل مهنة المنتج الإذاعي الرقمي في المؤسسة الإذاعية هي وظيفة جديدة وموجودة على مستوى مؤسستكم الإذاعية؟ نلاحظ أن هذه المهنة جديدة في المؤسسة الإذاعية ولكن لا توجد في المؤسسات الإذاعية الجزائرية ونستشهد في ذلك بإجابة المستجوب رقم 05" حيث قال: المنتج الإذاعي الرقمي مهنة جديدة أملتها التطورات التكنولوجية و الإعلام الرقمي لكن لم تدرج في مدونة مناصب العمل ، يمارسها المنتج الكلاسيكي في الإذاعة، و إجابة "المستجوب رقم 01 " حيث قال: نعم لكن المنتج الكلاسيكي هو من يقوم بتدعيمه للمحتوى و البرامج عبر المنصات و الوسائط وإجابة "المستجوب رقم 07" حيث قال: تقريبا، ستصبح في المستقبل القريب من المهن الجديدة في الإذاعة .

من خلال هذه الإجابات يمكن القول أنَ مهنة المنتج الإذاعي الرقمي هي مهنة جديدة للإعلام الرقمي في المؤسسات الإذاعية لكن لم تدرج كمهنة مستقلة بحد ذاتها يمارسها مختصون فيها بل يقوم بها المنتج الكلاسيكي.

5- توفر القائم على الملتيميديا في المؤسسات الإذاعية .

من خلال إجابات المستجوبين على السؤال التالي: هل يتوفر في مؤسستكم القائم على الملتيميديا؟ نلاحظ أن أغلب الإجابات كانت لا يوجد المختص في الميلتيمديا حيث نستشهد بإجابة المستجوب رقم رقم06 " حيث قالت: لا ، بل يتولى مهندس الصوت هذه المهمة و إجابة المستجوب رقم 07" حيث قال: لا تتوفر ، و إجابة المستجوب رقم 01 حيث قال: المكلف بالإنتاج هو المكلف بالملتيميديا و لكن بشكل محدود و تطوعي فقط و إجابة المستجوب رقم 04" حيث قال المكلف بالإعلام الألي هو القائم على الميلتيمديا .

ومن خلال ما تم تقديمه من إجابات نلاحظ أنه رغم الاعتراف بوجود مهن إعلامية جديدة فرضتها البيئة الرقمية إلا أنَ هذه المهن وممارستها في المؤسسات الاذاعية الجزائرية تمارس كمهام إضافية فقط للعاملين في الإذاعة ولم تدرج كمهن مستقلة تستوجب وجود مختصين ومتفردين في أدائها.

المحور الرابع: تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإذاعية الجزائرية وطرق التغلب عليها.

ساهمت البيئة الرقمية في ظهور مجموعة من المهن الإعلامية الجديدة في المجال السمعي المتمثل في الإعلام الإذاعي حيث سنتطرق في المحور إلى تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإذاعية الجزائرية ومعرفة طرق التغلب عليها من خلال مجموعة النقاط التالية:

- تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية.
- الإجراءات الضرورية الواجبة تطبيقها للتغلب على هذه التحديات.

1- تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الإذاعية الجزائرية.

من خلال إجابة المستجوبين على السؤال التالي الذي تم طرحه عليهم: ماهي تحديات ممارسة هذه المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟ نلاحظ أنَ أغلب المستجوبين أجمعوا على أنَ أهم تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الإذاعية الجزائرية ربط الممارسة التقليدية للمهن الإعلامية بالممارسة الرقمية و جعل الممارسة الرقمية امتداد للممارسة التقليدية أي اتباع استراتيجية التكامل بين المهن و الوظائف التقليدية و الرقمية ، و غياب كفاءات مختصة في الاعلام الرقمي و عدم فتح التوظيف من طرف المؤسسات المسؤولة في إطار مناصب المهن الجديدة ، وعدم الحرص على تكوين الإعلاميين وفق متغيرات العصر و الرقمنة، ونستشهد في ذلك بإجابة المستجوب رقم 01 الذي يقول: عدم الحرص على التكوين و التدريب الحقيقي للكوادر في الجوانب الفنية والتقنية للإعلام الرقمي. وإجابة المستجوب رقم 05 والذي يقول: عدم توفير المتطلبات الضرورية للإعلام الرقمي والتجهيزات القديمة الغير مسايرة للتطور التكنولوجي على مستوى الإذاعة. إجابة المستجوب رقم06 التي تقول: عدم إعطاء الاهتمام بالتغيير والانتقال إلى البيئة الرقمية والتمسك بالممارسة التقليدية.

ومن خلال هذه الإجابات يمكن القول أنَ الإذاعة المحلية الجزائرية تواجه تحدي كبير في عملية ممارسة المهن الإعلامية الجديدة سواء من حيث غياب الكفاءات المختصة في الإعلام الرقمي أو التمسك بالتفكير النمطي في ممارسة العمل الإعلامي أو غياب ونقص التجهيزات التكنولوجية الحديثة رغم التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم.

2- الإجراءات الضرورية الواجبة تطبيقها للتغلب على هذه التحديات.

من خلال إجابة المستجوبين على السؤال التالي الذي تم طرحه عليهم: في رأيك، ماهي الإجراءات الضرورية الواجبة تطبيقها للتغلب على هذه التحديات؟ نلاحظ أنَ إجاباتهم تفاوتت من حيث زاوية النظر، فالمستجوب رقم01 حسب إجابته يرى أنه لابدا من تشبيب العمل بتوظيف كفاءات من خريجي المعاهد و الكليات و العمل على تحيين التكوين الأكاديمي بإدراج و حدات في كلية الإعلام و الاتصال تعنى بالمحتوى الرقمي و آليات التحكم فيه، أو تكوين و تدريب إطارات الإذاعة من الموظفين بإضفاء عنصر التجديد و التطوير في المحتوى و التجاوب مع التغيرات و التحولات في المجال الرقمي ، و المستجوب رقم 02 يرى ضرورة التركيز على التكوين الأكاديمي و إدراج مهن الإعلام الرقمي في مدونة مناصب العمل على مستوى المؤسسة العمومية الوطنية

للإذاعة و المستجوب رقم 08 يرى ضرورة خلق مجالات وفضاءات تكوينية و تدريبية و المستجوب رقم 03 ترى ضرورة وضع القوانين التشريعية و الرقابة الالكترونية لضمان تنظيم المهنة الالكترونية و المستجوب رقم 10 فرض هذه المهن من قبل الوزارة الوصية و إدراجها في المؤسسات المعنية بشكل صريح

وعلى ضوء الإجابات المقدمة نرى أن أهم إجراء للتغلب على تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة هو التركيز على عملية التكوين الإعلامي الأكاديمي وإدراج الإعلام الرقمي وطرق ممارسته في برامج التكوين الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال، والعمل على فتح باب التوظيف في هذه المهن للقضاء على عملية تعدد المهام والتصريح بوجودها من قبل المؤسسة العمومية الوصية في المجال السمعي، والعمل على تكوين وتدريب الإعلامين لمواكبة التطورات والتغيرات في مجال الإعلام كما لمحت الدراسة الأولى من الدراسات السابقة في دراستنا.

9. نتائج الدراسة.

تم التوصل في هذه الدراسة بعد جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها إلى مجموعة النتائج التالية:

- البيئة الرقمية حسب أغلبية المستجوبين أثرت على العمل الإعلامي بشكل إيجابي.
- البيئة الرقمية حسب أغلبية المستجوبين سهلت العمل الإعلامي.
- طريقة ممارسة الإعلامي لعمله في المؤسسات الإذاعية بعد ظهور الإعلام الرقمي حسب أغلبية المستجوبين بقيت بنفس الطريقة لكن حدث تغير من حيث السرعة والفعالية في الأداء.
- ظهرت مهن إعلامية جديدة في المجال الإعلامي الإذاعي بعد انتشار الإعلام الرقمي في الساحة الإعلامية حسب أغلبية المستجوبين.
- من بين المهن الإعلامية التي ظهرت في المجال الإذاعي حسب أغلبية المستجوبين المكلف بالبث الحي ومنتج برامج إذاعية على الويب اعلامي الملتيميديا، تقني الملتيميديا، محرر صحفي عبر الويب، مخرج على ويب وغيرها.
- بين أغلب المستجوبين أنَ أهم العوامل التي ساهمت في ظهور المهن الجديدة هي انتشار شبكة الإنترنت وتوسع نطاق استخدامها والانفجار المعلوماتي والتطور التكنولوجي وضرورة التكيف مع البيئة الرقمية.

- حسب أغلبية المستجوبين المؤسسات الإذاعية المحلية الجزائرية لا تحتوي على مختص في الملتيميديا بل تسند مهامه ووظائفه لبعض العاملين في الإذاعة كمهندس الصوت أو المنتج وغيرهم.
- حسب الدراسة التي تم إجراؤها فإن أهم انعكاسات البيئة الرقمية على المهن الإعلامية هو ظهور مهن جديدة.
- الإذاعة المحلية الجزائرية تواجه تحدي كبير في عملية ممارسة المهن الإعلامية الجديدة بسب غياب الكفاءات المختصة في مهن الإعلام الرقمي والتمسك بالتفكير النمطي في ممارسة العمل الإعلامي ونقص التجهيزات التكنولوجية الحديثة رغم التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم وعدم تدريب وتكوين العاملين بشكل دوري لمواكبة التطورات والتغيرات المختلفة.
- الإجراءات الواجب إتباعها للتغلب على تحديات ممارسة المهن الجديدة في الإعلام الإذاعي حسب أغلبية المستجوبين التركيز على عملية التكوين الإعلامي الأكاديمي وإدراج الإعلام الرقمي وطرق ممارسته في برامج التكوين الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال، والعمل على فتح باب التوظيف في هذه المهن للقضاء على عملية تعدد المهام والتصريح بوجودها من قبل المؤسسة العمومية الوصية في المجال السمعي، والعمل على تكوين وتدريب الإعلاميين لمواكبة التطورات والتغيرات في مجال الإعلام.

10. الخاتمة:

تأثر الإعلام بالبيئة الرقمية من جميع الجوانب حيث أصبحت ممارسة الإعلام أكثر سهولة وفعالية من حيث الأداء والمهام والوسائل وقد انعكس كل ذلك بشكل إيجابي على الممارسة الإعلامية فقد ظهرت مهن إعلامية جديدة في الواقع الإعلامي تختلف عن المهن الإعلامية الكلاسيكية المعروفة تتطلب المعرفة التامة بالإعلام الرقمي التي تسمح بأداء هذه المهن إلا أن هذه المهن الجديدة في المؤسسات الإعلامية الإذاعية الجزائرية تواجهها العديد من التحديات كعدم القائمين بهذه المهن نتيجة عدم ووجود كفاءات ذات تكوين إعلامي أكاديمي في مجال الإعلام الرقمي بسبب غياب هذا التكوين على مستوى المؤسسات الأكاديمية المسؤولة وغياب التدريب الدوري لعاملين في المؤسسة الإذاعية لمواكبة التغيرات و التطورات إضافة إلى نقص التجهيزات التكنولوجية الحديثة المعتمدة في ممارسة المهن الإعلامية الجديدة لذلك لابدا من إعتماد مجموعة من الإجراءات للتغلب على هذه التحديات.

11. التوصيات والمقترحات:

أهم التوصيات التي يمكن تقديمها على ضوء هذه الدراسة ونتائجها مايلي:

- فتح المجال أمام طلبة تخصصات علوم الإعلام والاتصال لتلقي التكوين الأكاديمي حول الإعلام الرقمي والمهن الإعلامية الجديدة التي أفرزها التحول الرقمي.
- الإعلان الرسمي عن المهن الإعلامية الجديدة في قائمة المهن الرسمية التي يمكن مزاولتها.
- إدراج هذه المهن في مدونات التوظيف مع ضرورة التركيز على شرط الكفاءات المختصة.
- فتح باب التكوين والتدريب للعاملين والموظفين الإعلامين في المؤسسات الإعلامية لمواكبة التغيرات والتطورات والإلمام بالمستجدات في إطار هذه المهن لكي يتم ممارستها بالشكل المطلوب.

قائمة المصادر والمراجع:

اولا المراجع باللغة العربية

1. أحمد نقي. (2021). المقابلة : الماهية ، الأهمية ، الأهداف ،الأنواع. مجلة أفانين الخطاب 1(2)، 85- 95.
2. أمال مهري، شفيقة مهري. (2021). المهن الإعلامية في ظل الويب 0.2: مهن التحرير الإلكتروني مواقع التواصل الإجتماعي نموذجا. مجلة الأداب و العلوم الإنسانية 18(1)، 67- 83.
3. أمينة سماش. (2017 -2018). استشراف المهن و الوظائف كأداة لتسيير المسار المهني و تطوير الكفاءات دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، أطروحة دكتوراه،. الجزائر: قسم علوم التسيير ، جامعة مصطفى اسطمبولي معسكر.
4. بلحاج حسينة بن راشد رشيد. (2022). البيئة الرقمية : النظريات الإعلامية و الميديا الجديدة. مجلة المعيار جامعة تيسمسيلت 13(1)، 795- 806.
5. عبد الحميد، محمد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة (مصر): عالم الكتب.
6. فايزة ريال. (2021). أدوات جمع البيانات في البحث العلمي - بين المزايا و العيوب-. الجزائر: مجلة الحكمة للدراسات التربوية و النفسية.
7. كبوية ريان مشري رحمة. (2022- 2023). اتجاه المؤسسات الإعلامية الجزائرية نحو المهن الجديدة في الإعلام والاتصال ، دراسة ميدانية على بعض العاملين بالمؤسسات الإعلامية ، مذكرة ماستر تخصص اتصال و علاقات عامة. الجزائر: قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة المسيلة.
8. مصباح عامر. (2012). منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام،. (د. م): ديوان المطبواعات الجامعية.

9. منير حجاب محمد،. (2000). الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية. القاهرة (مصر): دار الفجر للنشر والتوزيع.
10. موريس أنجريس. (2006). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الإجتماعية. الجزائر: دار القصبة للنشر .
11. ناجي بولمناخر. (2021). البحث العلمي في البيئة الرقمية : تحديات الواقع و آفاق المستقبل. مجلة دفاتر المتوسط 6(2)، 105- 123.
12. نجلاء نجاحي. إسماعيل سيبوكر. (2019). أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية،. مجلة مقاليد 6(8)، 43- 54.
13. الشابي. (2019). مهن المستقبل. تم الاسترداد من https://ar.leaders.com.tn/article/4559-%D9%85%D9%87%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%AC%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%AA%D9%82%D8%A8%D

ثانيا المراجع باللغة الاجنبية

14. Australian council of professions. (s.d.). Récupéré sur https://Professions.org.au/what-is-a-professional/
15. Manjunatha.N. (2019). Descriptive Research. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR),6(6), 863-867.
16. Mircea Răducu TRIFU, M. L. (2014). Big Data: present and future,. University of Economic Studies, Bucharest, Romania, Database Systems Journal 1(2014), 32-41.
17. Pei wang. (2019). On Defining Artificial Intelligence,. sciendo Journal of Artificial General Intelligence 10(2), 1- 37.
18. Renu Singh. (2014). Interview – A Purposeful Conversation. International Journal Of Creative Research Thoughts,2(6), 1-07.
19. Richard Maxwell, T. M. (2012). Greening the Media. Oxford University Press USA - OSO, 1- 41.

12. الملاحق

دليل مقابلة

لإعداد ورقة علمية حول

تأثير البيئة الرقمية على واقع المهن الإعلامية السمعية " الانعكاسات والتحديات "

دراسة ميدانية على إذاعة باتنة،الجلفة، قسنطينة، سطيف، تبسة

السادة والسيدات الكرام:

الإعلامين الناشطين في المؤسسات الإعلامية الإذاعية على المستوى الوطني " الجزائر

"تعتبر هذه المقابلة أداة لإعداد الورقة العلمية المعنونة بتأثير البيئة الرقمية على المهن الإعلامية " الانعكاسات والتحديات"، حيث تمثل الأسئلة التالية أهم النقاط التي يرجى من حضراتكم الكريمة الإجابة عنها حيث أتعهد بأنها ستستخدم في إطار البحث العلمي وخدمته لا غير.

شكرا جزيلا.

المحور لأول: بيانات المستجوبين.

1- الجنس ذكر أنثى

2- العمر:

35-25 سنة 45-35 سنة 45 فما فوق

3- الإذاعة العامل (ة) فيها:

4- القسم الموظف فيه:

قسم الإدارة قسم الإنتاج

القسم التقني قسم الأخبار والبرامج

5- المستوى وشهادة التعليم: ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الثاني: تأثير البيئة الرقمية عل الإعلام

6- هل تأثر العمل الإعلامي بظهور البيئة الرقمية؟

7- كيف أثرت التكنولوجيا الرقمية على الإعلام؟

8- هل تغيرت طريقة ممارسة الإعلامي لعمله في المؤسسات الإذاعية بعد ظهور الإعلام الرقمي أم بقيت نفس طريقة الممارسة؟

المحور الثالث: انعكاسات البيئة الرقمية على المهن الإعلامية في مجال الإعلام الإذاعي.

9- هل ظهرت مهن إعلامية جديدة في المجال الإعلامي الإذاعي بعد انتشار الإعلام الرقمي في الساحة الإعلامية؟

10- هل يمكن ذكر بعض هذه المهن الجديدة في المجال الإذاعي؟

11- في رأيك ماهي أبرز العوامل التي ساهمت في ظهور هذه المهن؟

12- هل مهنة المنتج الإذاعي الرقمي في المؤسسة الإذاعية هي وظيفة جديدة وموجودة على مستوى مؤسستكم الإذاعية؟

13- هل يتوفر في مؤسستكم القائم على الملتيميديا؟

المحور الرابع: تحديات ممارسة المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإذاعية الجزائرية. وطرق التغلب عليها.

14- ماهي تحديات ممارسة هذه المهن الإعلامية الجديدة في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟

15- في رأيك، ماهي الإجراءات الضرورية الواجبة تطبيقها للتغلب على هذه التحديات؟

انتهى ...شكرا.