

### جامعة الجزائر 3

#### كلية علوم الاعلام و الاتصال

#### قسم: الاتصال

الأستاذة: آمال قرساس

الرتبة: مساعدة أ

المقياس: مدخل لوسائل الإعلام و الاتصال

المجموعة: الثانية

الطور: ليسانس

تخصص: جذع مشترك

السنة: الأولى

أعمال موجهة للأفواج: 24 و 25 و 26.

ملخص الدرس الأول:

وظائف الإعلام و الاتصال في مجتمع المعلومات:

ينقلنا هذا الدرس نقلة أخرى، لتقصي الوظائف الجديدة للإعلام و الاتصال في مجتمعات التكنولوجيا و ما انجر عن هذه الأخيرة من تغيرات في العلاقات الإنسانية و في حركة الاقتصاد و السياسة و سائر الميادين .

النشأة و المفهوم:

يرى عددٌ من الباحثين أنّ مصطلح " مجتمع المعلومات " ظهر مطلع الستينات على يد " مارشال ماك لوهان " في كتابه (مجزة غوتنبرغ) و عادت للظهور في بروكسل عام 1994 ، عندما عرض المحافظ " مارتن بنجامين " تقريره حول الطرق السريعة للإعلام و المعلومات، بينما يرى المفكر الأمريكي " ألفن توفلر " أنّ ملامح مجتمع المعلومات بدت عام 1956 عندما تجاوز عدد العاملين في الإعلام عدد العاملين في القطاعات الأخرى في الولايات المتحدة الأمريكية ، و يعتقد بعض الباحثين أنّ مجتمع الإعلام و المعلومات يمثل المرحلة الرابعة من مراحل تطوّر البشريّة ، إذ يوضّح الباحث " جاك لوزورن " أنّ البشرية مرّت بثلاث مراحل و هي تمرّ حاليًا بالرّابعة : المرحلة الأولى تتمثّل في الصّيد و جني الثّمار ، و الثّانية الرّعاية ، الثّالثة الصّناعة و الرّابعة هي

المجتمع المعلوماتي ، و بدأت في التشكل مع انتشار تكنولوجيايات الإعلام والمعلومات.

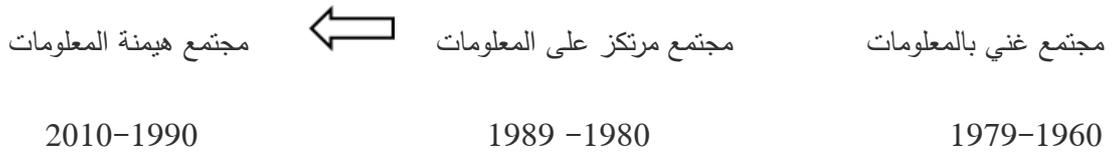
يعتبر مجتمع المعلومات، منظومة تقوم بمعالجة (جمع، إثراء و بث) المعلومات الرمزية بما يدرّ ثروة ومناصب عمل أكثر من المنتجات التقليدية، الزراعية أو الصناعية هذه الأخيرة تبقى ضرورية للإنسان غير أنها تتطلب مدا عاملة أقل، إضافة إلى أنها ستصطدم بموانع فيزيائية كاحترام البيئة و ندرة بعض المواد الأولية. احتلت المعلومات الصدارة أيضا لأن التكنولوجيا الحديثة سمحت بإنتاجها، تخزينها، و بثها و إثرائها. و من هذه الوسائل الكمبيوتر، الشبكات، البرمجيات التي تتطور بشكل مستمر بدون أن يعيقها شيء.

### خصائصه

- أبرزها استغلال المعلومات كمورد تجني من خلاله المؤسسات الربح والعائد إليها، مثل شركات تصنيع برامج الميكروسوفت مما أنتج مجتمعا يعتمد في اقتصاده على المعلومات: مثل اعتماد المصانع على الآلات في إنتاجها للسلع المختلفة واعتماد إدارة المجتمع على مجموعة من المعلومات وأيضا اعتماد الدول على الآلات في عملية تسجيل المواطنين وتصنيفهم.
- من خصائصه أيضا انه مرهون بالمعلومات فانهايار المجتمع يحدث بانهايار معلوماته: فتسرّب معلومة خاطئة إلى المجتمع تؤدي إلى خلل كبير في نظامه، مثل تصميم بناء جسر باستخدام برنامج حاسوبي قائم على جمل برمجية خاطئة.
- عدم استطاعة أي فرد العيش دون استخدام آلة من الآت الاتصالات والتكنولوجيا: كالهاتف وإشارة المرور والحاسوب وغيرها.

### مراحل تشكل مجتمع المعلومات

يمثل مجتمع المعلومات المرحلة الرابعة من مراحل تطور البشرية، حيث تشكلت مع انتشار تكنولوجيايات الإعلام والمعلومات، وتسمى هذه المرحلة بمرحلة المجتمع المعلوماتي. إن رسوخ تقنيات الاتصال والإلكترونيات في الحياة الاجتماعية، قد ساهم في إحداث ثورة مفاهيمية في كثير من الأنساق المعرفية التي استوطنت العصر الحديث. ويمكن إجمال المراحل التي أسست لمجتمع المعلومات، بثلاث مراحل جوهرية:



## وظائف الاعلام و الاتصال في مجتمع المعلومات

تطورت وظائف الاعلام و الاتصال بعد ان دخلت التكنولوجيا على هذه المهن اذ أصبحت تمارس بشكل احترافي يطغى عليه جانب الجمالية و الصورة بشكل تجعله أقرب للواقع، الى جانب كثرة المعلومات و تدفقها المستمر مما صعب مهمة اختيار الأهم و أحيانا تضييعه تماما.

من جهى أخرى و من منطلق وظيفي أدائي بحث، حددت الادبيات الكلاسيكية ان وظائف الاعلام تتجسد في التنقيف و التوجيه و الاعلام و الترفيه ، لكن بروز مجتمع المعلومات و رقمته المعلومة بما فيها المعلومة الصحفية جعل من وسائل الاعلام على قدر استغلالها و تطورها في عصر التكنولوجيا، حيث أصبحت وظيفة الاعلام تعرف اقصى درجات ممارستها بقياس الثانية بعد ان اصبح نشر المعلومة عن الاحداث اليومية ينشر في اللحظة نفسها عبر التلفزيون و الإذاعة و مواقع التواصل الاجتماعي و حتى الصحافة الورقية تستدرك الامر عبر مواقعها الالكترونية و صفحاتها على السوشل ميديا، حيث اصبح صراع و سباق المعلومة محموما جعل من وظيفة الاعلام الآتي سيده الوظائف لكنها مقابل هذا أصبحت وسائل الاعلام هشة و عرضة للأخبار الكاذبة و التهكير و الهرولة نحو المستجد من المعلومات بسطحية دون التمكن من التحقق من مصداقية المصدر او المعلومة، عدا ان المنافسة و سباق الزمن هوى بالممارسة الإعلامية عن المتعارف عليه أخلاقيا في المهنة، كشرء الذمم و المحايأة و المساومة نظير معلومة صحيحة او كاذبة.

في نفس الوقت و ضمن هذا المعطى الجديد في المجتمع المعلوماتي ، استجد على وظيفة الاعلام مصادر الخبر الجديدة من شهود العيان و فيديو هوات الهواة المجهولين و المكالمات المسربة التي تفتقد للمصداقية و الاحترافية لكنها تكاد تصبح طرف اصيل في الحصول على المعلومة و ضمان سرعة انتشارها و تحقيق السبق الصحفي .

في هذا التحول للوظيفة الإعلامية تراجعت بشدة الصحافة الاستقصائية لما تتطلبه من احترافية ووقت و اخلاقيات يصعب توفرها في سباق المعلومة و بالنتيجة تراجعت الوظائف الأخرى للإعلام في التوجيه و التنقيف و اللذان يتطلبان وقتا و جهدا وفي الأخير لا يضمنان الربح و التمتع في حلبة المنافسة ومنه، كان التغيير الثاني لصالح وظيفة الترفيه و التي أصبحت احد اهم مخرجات وسائل الاعلام من حصص و برامج وصفحات ترفيهية تحاكي خصائص الفرد في مجتمعه المعلوماتي .

## ملخص الدرس الثاني:

### الانترنت والوسائط الجديدة:

يتطرق هذا الدرس الى التعرف على مختلف المبتكرات العلمية و التكنولوجيا التي غيرت عالم الاتصال و الاعلام و التي اصطلح عليها بمفهوم الوسائط الجديدة و التي يتعامل معها الطالب سواء في الحياة العادية أو المهنية لاحقاً.

و يتوقف الامر على هذا المستوى من التعليم الجامعي كطلبة سنة أولى ان تتوفر لديهم قاعدة معرفية و مكتسبات حول ماهية هذه الوسائط و وظائفها .

يشمل ملخص الدرس التوجيهي مفهوم الوسائط ، النشأة ، الأنواع و الوظائف.

### المفهوم و النشأة:

ظهر مفهوم الوسائط الجديدة في الستينيات مع اكتشاف الانترنت لكنه اشتهر و شاع في التسعينيات من القرن الماضي حيث تسارعت وتيرة اكتشاف أنواع جديدة من الحواسيب المتطورة و الذكية التي دمجت الصحافة بالإذاعة و التلفزيون في تحقق لما تنبئ به في 1978 العالم Nicolas Negroponte و الذي كان يشتغل حينها على هذه الوسائط في مختبرات جامعة

MIT بأمریکا.

### تعريف الوسائط المتعددة:

تترجم الى كلمة Multi Media ومعنى الوسيط هو الناقل للمعلومة و قد يكون هنا نصاً مكتوباً او صوتاً او صورة او صوتاً و صورة كما في الفيديو ، اما التعدد فيعني استخدام أكثر من وسيط لنقل المعلومة حيث يتم استخدام جملة من وسائل الاتصال مثل الصوت Audio والصورة Visual والحركة ، أو فيلم فيديو ، أو برنامج كومبيوتر بصورة مندمجة ومكاملة لزيادة التفاعلية وتشير كلمة الوسائط المتعددة إلي استخدام أكثر من وسيطين من الوسائط السمعية والبصرية معاً.

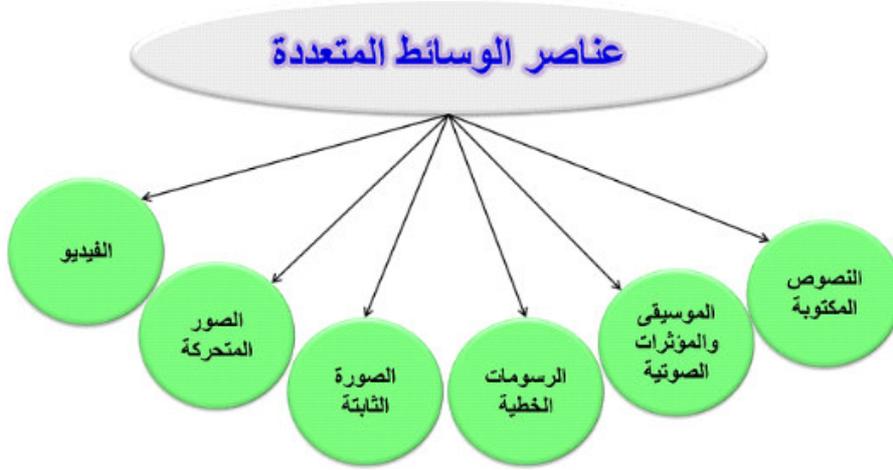
تعددت تعاريف الوسائط المتعددة و قد عددها المؤلف مراد شلباية و آخرون في كتاب " تطبيقات الوسائط المتعددة " الصادر عن دار المسيرة و جاءت كمايلي:

1-الوسائط المتعددة تعني الكثير من الأشياء من الناحية اللغوية كالتكامل بين وسيلتين أو أكثر من وسائل الاتصال والتعلم ، وتعني من الناحية الشكلية ، استخدام النص المكتوب مع الصوت المسموع مع الصورة الثابتة أو المتحركة في توصيل الأفكار أو في الدعاية التجارية أو في التسلية ، وهي في ذلك تستند علي مقولة : أن أي شيء تستطيع الكلمات أن تؤديه لوحدها يكون أكثر تفاعلية إذا ادته الكلمات مصحوبة بالصوت المصحوب

والصورة.

2- الوسائط المتعددة عبارة عن برامج تمزج بين الكتابات والصور الثابتة أو المتحركة أو التسجيلات الصوتية أو الرسومات الخطية لعرض الرسالة وهي التي يستطيع المتلقي أن يتفاعل معها مستعينا بالكمبيوتر.

عموما هي تتكون من العناصر المبينة في الرسم البياني التالي:

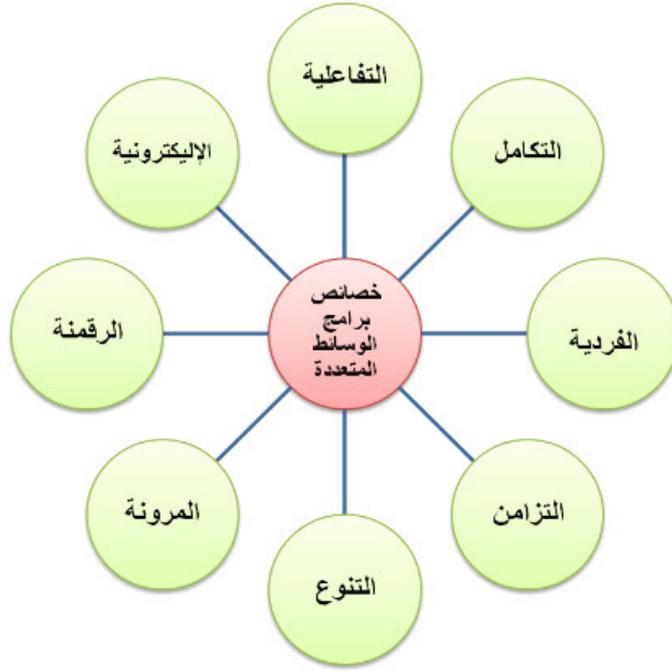


سؤال للتفكير:

لو كنت صحفيا مكلفا بمهمة تغطية مباراة كرة قدم و على ضوء متابعتك للتغطيات الكروية التي يبثها التلفزيون، ماهي الوسائط المتعددة التي كنت ستستخدمها في نقلك المعلومة لجمهور المشاهدين ؟

خصائصها:

نلخصها في الرسم البياني التالي:



حيث و باختصار، نعي ب:

**التفاعلية:** الى عملية الفعل ورد الفعل بين المستخدم و ما يتعرض له من معلومات يتلقاها.

**التكامل:** استخدام أكثر من وسيطين بشكل تفاعلي يكمل أحدهما الآخر وظيفيا.

**الفردية:** تسمح الوسائط بتقديم برامج تتناسب مع المتغيرات الشخصية للفرد بحسب قدرته للاستيعاب وخبراته السابقة.

**التنوع:** توفير مجموعة من العناصر توضح المعلومات المتلقاة كاستخدام ملفات جاهزة بالصوت او الصورة او الفيديو لتدعيم المعنى.

**الكونية:** وهي توصيل المعلومة لكل نقطة من الأرض على اختلاف التخصص والمكان.

**التزامنية:** وهي التوافق بين جميع عناصر الوسائط المتعددة كعنصر الصوت مع النص المكتوب.

**الالكترونية:** اعتماد الوسائط المتعددة على العديد من الأجهزة الالكترونية وأنظمة شبكة المعلومات.

**الرقمنة:** هي إمكانية تحويل العناصر المكونة للوسائط الى الشكل الرقمي حيث يمكن تخزينه ومعالجته وعرضه على الحاسوب.

## ملخص الدرس الثالث:

### المنافسة بين الاعلام التقليدي و الاعلام الرقمي:

يتناول هذا الدرس بعد التعرف في الدرسين على مجتمع المعلومات و عن الانترنت و الوسائط الجديدة نتطرق الى التغيير الذي أحدثته هذه التكنولوجيا على الممارسة الإعلامية في ابعاد من التغيير التي طرأ على الوظيفة الإعلامية بل على المشهد الإعلامي كله بعد ان أصبح يشمل مفهومي الاعلام التقليدي و الاعلام الرقمي .

يشمل ملخص الدرس مفهومي الاعلام الرقمي و التقليدي الى جانب مظاهر التنافس بينهما.

### تعريف الإعلام التقليدي:

هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة. ولكن "أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه." وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكثر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر 6 الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون. وقد يقوم على تزويد الناس بأكثر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز، وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحت من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه إلى غرائزهم لا إلى عقولهم،

### تعريف الإعلام الإلكتروني:

يقال أن "لكل عصر وسيلة إعلامه وتواصله" ، وبهذه المقولة يمكن أن نعبر اليوم عن ظاهرة استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية والتي تعتمد بشكل أساسي على الانترنت وتقنية المعلومات على اختلاف مسمياتها. فطبيعة شبكة الانترنت التي تتميز بالآنية وبالسرعة في نقل المعلومات ، تجعلها الوسيلة الأمثل للتواصل ، أضف إلى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط من دون أن يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية أو أي اختصاص 7 في البرمجة المعلوماتية ، إذ يتطلب يكفي أن نتصل عبر الكمبيوتر أو عبر الهاتف المحمول لخوض محتوى الانترنت.

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام

التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر ، وتتيح الأنترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة ، بطريقة إلكترونية. والإعلام الجديد (MEDIA NEW أو الإعلام الرقمي، فيشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالأنترنت.

### أشكال الإعلام التقليدي:

وتشمل وسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة - التلفزيون - الصحف المطبوعة ، المجالات) وهي تلك الوسائل المملوكة أما للدولة وتوجد منذ عشرات السنين ، و قد تكون ملكا للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانيات البشرية والتقنية، والأخرى ترتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإن الأسلوب التي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

### أشكال الإعلام الإلكتروني:

ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات شهدتها شبكة الأنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها Web 0.2 ، وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة ، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال الجماهيري ، وهنا يشير (برودي) "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالأنترنت. وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي:

: - المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت - الصحافة الإلكترونية : خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة - الإذاعة الإلكترونية ، خدمات البث الحي على الأنترنت - القنوات التلفزيونية الإلكترونية ، خدمات البث الحي المباشر على الأنترنت - خدمات الأرشيف الإلكتروني - الإعلانات الإلكترونية : خدمات النشر الإعلاني على الأنترنت - خدمات إعلانية ترفيهية - المدونات Blogs - قنوات التواصل الاجتماعي (Facebook ، التويتر - خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول - رسائل SMS ، MMS على الهاتف - بث خدمات الأخبار العاجلة.

### مظاهر المنافسة بينهما:

سبق و أن تعرضنا لبعض مظاهر هذه المنافسة في درس سابق لكننا سنحاول ان نستعرض واقع تواجد هذين الاعلامين جنباً الى جنب من خلال ما توفر من أبحاث ، ففي مقال للباحثة آلاء الزومان نشرته بصحيفة الاقتصاد الالكترونية بعنوان " هل تنهي الشبكات الاجتماعية عصر الاعلام التقليدي"، تؤكد الباحثة فالإعلام الجديد ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام (1) (فيما ترى آلاء زومان بأننا أمام رهانات تغيير حقيقيةً على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغيير كبير داخل عناصر التقليدي، إذ أسهم كونه قائماً العملية الاتصالية ، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم للتعليقات حول ما يرونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقارنته لهموم الناس وتطلعاتهم.

وأشارت زومان لانتشار المضمون المختصر المقدم من خلال "التدوين المصغر: تويتر أو فيسبوك ويوتيوب". لجأ القارئون على الاتصال في المؤسسات الإعلامية التقليدية الراغبة في دخول سباق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها، لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظر لتغير طبيعة الجمهور

من جهته يرى أحمد عاشور في مقالة بعنوان "تقاط التماس بين الإعلام الجديد و الإعلام التقليدي " ، و فيه يفصل في التغيرات التي طرأت على الساحة الإعلامية جراء المنافسة التي حدثت بين الاعلام التقليدي والاعلام الرقمي في السباق نحو تحقيق سبق الصحفي او الانفراد بالمعلومة و يحددها كما يلي:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آراءهم بحرية مطلقة.

2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.

3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاتهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم ويؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.

4. يشهد الإعلام الجديد نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواد الإخبارية.

5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.

6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن

7. ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.

8. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

#### سؤال للتفكير:

في ظل متابعتك للأخبار المستجدة والتحليل حول وباء فيروس الكورونا Covid-19 عبر وسائل الاعلام التقليدي وتحديدا التلفزيون وايضا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدا الفايسبوك:

-هل وجدت اختلافا في تغطيتهما ومتابعتهما للأخبار؟

#### تمرين:

دائما وحول وباء فيروس الكورونا ، تم قبل أيام تداول و نشر خبر مفاده ظهور فيروس جديد يدعى "هانتا" أدى الى وفاة مصابين بالصين ، وهذه بعض الروابط التي تحدثت عنه:

- في اليوتوب: <https://www.youtube.com/watch?v=f6RC-U3RUyU>
- عبر الموقع الالكتروني لمجمع ال عربي- <https://www.bbc.com/arabic/trending-52035336> BBC

- بعد اطلاعك على الرابطين، ما الفرق بين الخبرين؟