

تحول وظائف وسائل الإعلام في ظل الإعلام الرقمي وصحافة المواطن *Transformation of media functions in light of digital media and citizen journalism*

حفيظة بوزيدي، جامعة الجزائر 03 b.hafidha@yahoo.com

تاريخ الإستلام: 2022 / 02 / 02 تاريخ القبول: 2022 / 03 / 12 تاريخ النشر: 2022 / 04 / 05

ملخص:

تركز هذه الدراسة عن ماهية الاعلام الرقمي الجديد، وصحافة المواطن، ودورهما في تحول وظائف الإعلام، بحيث أبرزنا وظائف الاعلام قديما، وتحولها حديثا، وتطرقتنا لأهم عوامل هذا التحول. منطلقين من الوظيفة الرئيسية للإعلام قبل ظهور تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الحديثة وصحافة المواطن، المتمثلة في خدمة السلطة أو جهات سياسية واقتصادية معينة تحتكر المعلومة،

بينما اليوم تغيرت البنى الاتصالية والإعلامية بفضل الانترنت التي قللت الاعتماد على وسائل الاعلام القديمة، وأصبحت تقوم بإنجازات اتصالية مهمة على رأسها خلق علاقات اجتماعية افتراضية، وصناعة رأي عام إلكتروني وتسمح بتقاسم وتشارك المحتويات، وهذا أصبح المتلقي فاعلا اتصاليا نشطا يملك قدرة التأثير عن القرارات السياسية، مما حرر المعلومة والإعلام وساعده على تطوير نفسه، وعزز الوظيفة الاتصالية المتماشية مع حاجات المجتمع وطبيعته مما استدعى إعادة النظر في وظائف الإعلام التقليدية التي خلصت لها العديد من بحوث الإعلام والاتصال منذ سنوات طويلة.

الكلمات المفتاحية: وظائف وسائل الإعلام، الإعلام الرقمي، صحافة المواطن .

Abstract:

This study focuses on the nature of the new digital media, that is citizen journalism, and its role in the transformation of media functions. In this research we have mentioned the main factors of this transformation, starting from the main function of the media before the emergence of modern communication and information technologies and citizen journalism, which is to serve the authority or certain political and economic parties that monopolize information. However today the communication and media structures have changed thanks to the Internet, which reduced dependence on the old media, and made important communicative achievements on top of which is creating Virtual social relations, creating an electronic public opinion and allowing the sharing and sharing of contents

Thus, the receiving audience became an active communicative actor who even has the ability to influence political decisions, which liberated information and the media, helped it develop itself, and strengthened the communicative function in line with the needs and nature of society and was reflected in The traditional media functions that many media and communication research concluded for many

Keywords: *media functions, citizen journalism, digital media.*

1. مقدمة

أحدث التزاوج بين مختلف تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الحديثة مع الإعلام تطورات عدة في بنية العملية الاتصالية والإعلامية على حد سواء، خاصة مع تعاظم الاستعمالات الاجتماعية للوسائط الإعلامية الجديدة، والتي عادت بآثارها في تغيير العملية الإعلامية على مستوى الأداء والتوجيه والتنفيذ، وهو ما انعكس على وظائف الإعلام التقليدية التي خلصت لها العديد من بحوث الإعلام والاتصال منذ سنوات طويلة.

حيث أوصلت الثورة لاتصالية الثالثة المجتمعات الإنسانية إلى صياغة مجتمع جديد يلعب فيه الإعلام الدور البارز في هذه الصياغة، إذ وفر أفضل السبل لكسر القيود التي طالما أعاقت الاطلاع على المنجزات العلمية والمعلومات التقنية الحديثة، إضافة إلى التحركات السياسية التي كانت لزمان قريب تعتبر من الكواليس الخاصة، كما خلقت البديل للوسائل الإعلامية المسيرة والتي تتكتم في الكثير من الأحيان عن مجموعة من الحقائق التي أصبحت تكشفها صحافة المواطن والإعلام البديل، وبفضلها تعززت فعالية المتلقي إذ أصبح الجمهور فاعلا اتصاليا نشطا يملك حتى القدرة في التأثير عن القرارات السياسية.

وعليه نتساءل: كيف تحولت وظائف وسائل الإعلام والاتصال في ظل الإعلام الرقمي القائم على الوسائط الجديدة، وصحافة المواطن؟ وللإجابة على هذا التساؤل رأينا أنه لا بد من التطرق إلى النقاط التالية:

1- الاعلام الرقمي وصحافة المواطن

2-وظائف وسائل الإعلام بين الإعلام القديم والإعلام الرقمي.

3-وظائف الاعلام الرقمي والتجربة الجزائرية في التغطية الإعلامية للحراك الشعبي الجزائري (2019/02/22)

أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال تسليط الضوء عن وظائف وسائل الاعلام بين الماضي والحاضر، ماضٍ يتميز بوسائل إعلام تقليدية وحاضر يتميز بوسائل إعلام رقمية تعتمد على تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الحديثة وصحافة المواطن يلعب فيها الجمهور المتلقي الدور المحوري من خلال تحوله إلى مرسل في معظم الأحيان، وتتقصى دراستنا التحول في هذه الوظائف أمام الرهانات التي تفرضها التحولات في تكنولوجيات الاتصال من جهة، والتحول الاجتماعي والاقتصادية والسياسية من جهة أخرى، بحيث أنه كلما شهدت المجتمعات تحولات معينة تؤدي بالضرورة إلى تحول وظائف وسائل الاعلام بصفته مؤسسة اجتماعية، ومنه توجب على الباحثين إعادة النظر في النتائج التي خلصت لها دراسات الاعلام والاتصال من سنوات طويلة، والخاصة بالإعلام ووظائفه والعديد من جوانبه العلمية والاجتماعية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف عن وظائف وسائل الإعلام في عصرنا الحالي عصر المعلومات والمعرفة، عصر الاعلام الرقمي، وكيفية مساهمة تكنولوجيات الاتصال والمعلومات الحديثة في ذلك، كما تهدف إلى معرفة الوظائف الجديدة لصحافة المواطن والاعلام الرقمي والمتمثلة في تحيين الاعلام القديم والمساهمة في تحرره من القيود الاقتصادية والسياسية، إضافة إلى العديد من الوظائف التواصلية

والاجتماعية الجديدة، والتي تتماشى مع التحول والتغير الاجتماعي والتواصلي والمعلوماتي الذي فرضته التقنيات الاتصالية الرقمية الحديثة.

أهم مصطلحات الدراسة:

سنحاول الاكتفاء بالتعريفات الإجرائية لهذه الدراسة كون التعريفات الاصطلاحية نقاط مهمة سنتعرض لها كعناصر مستقلة حسبما تقتضيه الضرورة المنهجية.

-وظائف وسائل الاعلام: هي تلك الأدوار التي تلعبها وسائل الاعلام على جميع المستويات التعليمية، والسياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتواصلية، والتنموية، و....

-وسائل الاعلام: المقصود بها في هذه الدراسة كل وسائل الاعلام التقليدية (تلفزيون، ذاعة، صحافة مكتوبة، ...إلخ)

الاعلام الرقمي: المقصود به في هذه الدراسة وسائل الاعلام التقليدية التي تعتمد على الرقمنة في خلق مواقع إلكترونية، أو مواقع عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وفتح باب التفاعل الإلكتروني لجمهورها، والوسائل الجديدة الرقمية على رأسها الانترنت وما تحمله من مواقع تواصلية، ومعلوماتية.

صحافة المواطن: ونقصد بها في هذه الدراسة تلك المواقع الاجتماعية التي تحول فيها المواطن إلى مرسل للمعلومة التي تعتمد عنها وسائل الاعلام سواء التقليدية أو الرقمية.

أولاً: الاعلام الرقمي وصحافة المواطن

1. الاعلام الرقمي:

لم يتم الاتفاق لحد الساعة عن صياغة تعريف أو مفهوم محدد للإعلام الرقمي، وقد يعود ذلك لكونه غير محدد المعالم الأساسية التي لم تبلور بعد بصورة واضحة، إضافة إلى أن مفهوم مصطلح الجديد يختلف من باحث إلى باحث، كما عرف المفهوم العديد من المرادفات والمفاهيم المرتبطة به، على غرار الإعلام البديل، الإعلام التفاعلي، الإعلام الإلكتروني، الاعلام الرقمي، الاعلام الشبكي، الاعلام المتشعب، صحافة المواطن... وغيرها من المفاهيم المشابهة. وعليه سوف نحاول التعرض لبعض التعاريف التي تختلف حسب مداخليا:

- يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الاعلام الرقمي بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"

-وحسب الباحث ليستر Lester: "الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيايات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

- ويعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما:

1- أن الاعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

2- المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع. (صادق، 2018)

نرى أن هذا التعريف أشمل من العديد من التعريفات لأن الإعلام الجديد حسب رأينا نوعين إعلام على الشبكة مستقل تماما عن الإعلام القديم، وهو إعلام تفاعلي يضم الإعلام البديل وصحافة المواطن والمدونات الإلكترونية وغيرها من المنابر التعبيرية على مختلف الفضاءات الإلكترونية، أما النوع الثاني هو استعانة الاعلام القديم بالوسائط الاتصالية الحديثة، لزيادة التفاعلية وتطوير نفسها وخلق منابر إلكترونية لها لكن تبقى دائما امتدادا لها.

2. صحافة المواطن:

تعددت التعاريف الخاصة بصحافة المواطن، إذ يرى "جاي روسن" "Jay Rosen" أن: « صحافة المواطن تتحقق عندما يستخدم عامة الناس المعروفون بالجمهور الأدوات الصحفية التي بحوزتهم ليخبروا أناسا آخرين بأحداثٍ مهمة» (الرحية، 2020) وقد أثرت صحافة المواطن بشكل كبير خلال السنوات الماضية على تكوين الرأي العام وتشكيل اتجاهاته والضغط على الدول لتغيير العديد من قراراتها وسياساتها، وتعززت هذه الوظيفة خاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي. وتبقى صحافة المواطن وجه من الأوجه العديدة للإعلام الجديد.

3- توجهات الاعلام الرقمي الجديد وإعلام صحافة المواطن :

بفضل التحول في البنى الاجتماعية والاتصالية والإعلامية التي فرضها مجتمع المعلومات صار للإعلام المعاصر توجهات جديدة أبرزها:

- التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتقانة الاتصال وتقانة المعلومات: فمع تطور الحواسيب وشبكات الهاتف وشبكات المعلومات واستخدام تقانات البث الفضائي، ظهرت تقانة الاتصال المتعدد الوسائط وتقانة الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة، والمتمثلة أساسا في الأنترنت وبواباتها الاتصالية المختلفة، ومواقع التواصل الاجتماعي، ودمج مختلف وسائل الإعلام في تقانة الحواسيب، وصار بالإمكان استخدام التلفاز في التجول عبر الإنترنت واستخدام التلفاز التفاعلي... وتصفح الجرائد من خلال الحاسوب أو الهاتف النقال، والتعرض لمحتويات مختلف وسائل الإعلام في أي وقت ومن أي مكان، بل وإمكانية تشارك وتقاسم المحتويات.

وبالتالي أصبح الجمهور المتلقي نفسه أمام رسالة إعلامية متعددة الوسائط، وعليه فإن أثرها سيكون أعمق من أثر الرسائل التقليدية.

إن تكامل وسائل الإعلام وتقانة الاتصال والمعلومات واندماجها أحدث تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية والإعلامية، أتاحت للمتلقين إمكانات غير محدودة في تلقي الأخبار والمعلومات، وفي التفاعل الحر مع القائمين بالاتصال وتبادل الأدوار معهم، وأدت أيضا للعديد من التحولات الجوهرية في البنى الاتصالية نذكر البعض منها في التالي:

- تحول الإعلام من أحادي الجانب إلى اتصال ذي اتجاهين: وذلك بفضل خاصية التفاعلية.

- إعادة تعريف الإعلام والاتصال الجماهيري: فقد فتحت ثورة تقانة الاتصال آفاقاً جديدة لاستخدامات ووظائف جديدة للاتصال، وأزالت الحواجز والفواصل التقليدية بين الإعلام والاتصال الجماهيري من جهة، والاتصال الشخصي من جهة ثانية، وقادت نحو نمط اتصالي جديد اتسع لكل أنماط الاتصال، وهو الاتصال

التفاعلي القائم على التفاعل الحر والمباشر بين المرسل والمستقبل، فضلاً على اتساع وتنوع حرية المتلقي في الاختيار.

ثانياً: وظائف وسائل الإعلام بين الإعلام القديم والإعلام الرقمي الجديد.

1. وظائف وسائل الإعلام التقليدية:

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في المجتمع، والمؤسسات الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية غيرها، على المستويين الداخلي والخارجي، ومن أهم وظائفها ما يلي:

1- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات: توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر في المدرسة والأسرة مثلاً، وغير مباشر عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد أثرها.

2- زيادة الثقافة والمعلومات: التثقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود، والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له بدون أن يكون هو المقصود بالذات معلومات وافكار وصور وآراء. لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج التوجيهية التي هي عبارة عن حلقات أو رسائل ارشادية توجه لفئة معينة عبر مختلف وسائل الإعلام.

3- الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية: ويعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها، إذ تمثل وسائل الاعلام حلقة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد وزيجات، وأخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة، وهي ليست صفحات عابرة وغير مهمة في الصحف، بل أنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.

4- الترفيه عن الجمهور وتسليته: ومن بين الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسلٍ ومُرفِه؛ من خلال الأركان المسلية في مختلف وسائل الإعلام.

5- الاعلان والدعاية: تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ... الخ. (صباح، 2008)

6- الوظيفة السياسية: لطالما أثبت التاريخ أن رجال السياسة والأحزاب السياسية كانوا من أوائل المتبنين لأنماط الجديدة للاتصال بغرض الفوز بالانتخابات المتنافس عليها. (DOSQUET, 2012)

ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وسينما وأحيانا إذاعة، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وشرح مختلف البرامج السياسية، وعرض فوائد المنتجات وأسعارها وحسناتها بشكل عام.

هذه هي وظائف وسائل الإعلام وان كانت مختصرة في خمس نقاط، إلا أنه تبقى العديد من المهمات الجزئية أيضاً لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام إنما تلتقي بوظيفة التثقيف، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأعم وأشمل،

فمنذ وعي الطفل حتى تتبناه وسائل الإعلام تثقيفا وتوجيها وترفيها وغير ذلك، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتتحرف بها أو تشوهها.

2. الوظائف الجديدة لوسائل الاعلام في ظل الاعلام الرقمي الجديد.

قبل الحديث عن الوظائف الجديدة للإعلام يمكن العودة بعوامل التحول في هذه الوظائف التي تعود إلى عهد ما قبل مجتمع المعلومات وهو عصر النظام الإعلامي الجديد، إضافة إلى المناخ السياسي المتسلط التي تعيش فيه وسائل الإعلام في معظم المجتمعات العربية، هذا وقد ساهمت العديد من العوامل في تحول وظائف وسائل الاعلام.

2-1-عوامل التحول في وظائف وسائل الاعلام

1-العامل التقني التكنولوجي:

- أتاحت الوسائط المتعددة والتقنيات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات إمكانية تصفح الجرائد من خلال الحاسوب أو الهاتف النقال، والتعرض لمحتويات مختلف وسائل الإعلام في أي وقت ومن أي مكان، بل وإمكانية تشارك وتقاسم المحتويات. وبالتالي أصبح الجمهور المتلقي نفسه أمام رسالة إعلامية متعددة الوسائط، وعليه فإن أثرها سيكون أعمق من أثر الرسائل التقليدية (لعقاب، 2007)

- تكامل وسائل الإعلام وتقانة الاتصال والمعلومات واندماجها كما سبقت الإشارة الذي أحدث تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية والإعلامية، أتاحت للمتلقين إمكانات غير محدودة في تلقي الأخبار والمعلومات، وأتاحت التفاعل الحر مع القائمين بالاتصال وتبادل الأدوار معهم في إطار التفاعلية الرقمية.

2-العامل الاجتماعي:

- اختلاف أدوار وسائل الاعلام وتأثيرها حسب أنظمة الحكم السائدة في كل مجتمع، خاصة الأنظمة الشمولية التي تشهد حريات محددة حيث عرفت وسائل الاعلام ومنذ زمن وظائف محددة، مقارنة بالمجتمعات التي تعرف هامشا من الحرية التي تظهر بها وبوضوح العديد من الأدوار والوظائف، التي تتماشى مع حرية الأفراد وحرية استخدام الوسيلة، مما عزز الوظيفة الاتصالية المتماشية مع حاجات المجتمع وطبيعته. (نصيف وسعدي، 2016، ص119). فقد حذر الكثير من الباحثين من هذا التحول الذي يتطلب من المجتمعات العربية توخي الحذر في التعامل مع هذا العالم الإعلامي الجديد، خاصة مع المناخ السياسي المتسلط الذي تعيش فيه وسائل الإعلام في معظم هذه المجتمعات، حيث يجب أن نأخذ منه بالقدر الذي يبقى لنا على قيمنا ويحفظ لنا شخصيتنا القومية ولا يعرضنا للمسح أو تشويه الهوية الثقافية، (المصمودي، 1985، ص13) هذا وقد ساهمت العديد من العوامل في تحول وظائف وسائل الاعلام على غرار:

-التحول في علاقة وسائل الاعلام بالمجتمع نتيجة لتنوع المضامين الإعلامية من جهة، ووفود جيل جديد من الإعلاميين الرقميين الذين يتعاملون مع بنى اجتماعية رقمية متنوعة الموروث الثقافي والإيديولوجي من جهة أخرى. (أبو فضل، لإمبراطوريات الإعلامية: بين الريح والأخلاقيات، 2004، ص1) كما أضافت التطورات التكنولوجية في عصر مجتمع المعلومات مبدأ التفاعلية، وفاعلية المستقبل ونجاعته في حياكة الخبر ورسم ملامحه النهائية، بمعنى "المستقبل النشط والفاعل والمتفاعل" كمفهوم جديد للمتلقى كرسنه فلسفة التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال في إطار مجتمع المعلومات. (السنوسي، 2010، ص2)

3-العامل السياسي والإيديولوجي:

وعلى رأسها العولمة وخصوصاً عولمة قطاع السمعي البصري، التي باتت تهدد بإضعاف البنى الاتصالية للدول الصغيرة، (Trudel, le pouvoir des medias, 1990,p168, <https://www.erudit.org/fr/revues/crs/1990-> (n14-crs1516363/1002096ar.pdf

- دون أن ننسى المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب التي كانت موجهة وفق أجندات معينة، إضافة إلى ظهور العديد من الحركات التحررية والثورات الشعبية في العالم.

4-العامل الاقتصادي:

إذ أصبحت الاتصالات إحدى أسرع القطاعات نمواً وتطويراً لاستثمارات القطاع الخاص في أنحاء العالم، وتحول العالم إلى اقتصاد معلوماتي قد أطلق فرصاً كبيرة للاستثمار الإعلامي، في ظل زيادة غير مسبوقه في الروابط الاقتصادية للدول وبين اقتصاديات العالم. (الموسى، 2011، ص13.14.17.18.20.21)

5-العامل الإعلامي:

بحيث تميزت المجتمعات الحالية بثرائها بوسائل إعلام جديدة وتوفر المزيد من الخيارات الاتصالية، التي عادت بأثرها على جميع العوامل سالفة الذكر بفضل يسر انتقال المعلومات دون عوائق أو قيود، مما أتاح للمتلقى النشط فرصة التحكم في المعلومات وتبادلها؛ وخلقت وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية كل من مكانه. (الموسى، 2011، ص80.140)

-إضافة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جد ديناميكية ومتقاربة، ويزداد الاعتماد عنها وعلى الانترنت أكثر فأكثر، مما أدى إلى عدم ثبات مؤشرات مجتمع المعلومات بين الأمس واليوم والغد

(International Telecommunication Union 2009, p13

file:///C:/Users/asus/Desktop/hfd/mm/doctorat/bibliotheque/measuring%20the%20information %20society.pdf)

دون أن ننسى غزارة المعلومات التي يتميز بها العصر الحالي، فبفضل تطورات الانترنت وبنيتها الحالية، أصبحت المواقع الالكترونية الثرية أكثر ثراء.

(Rieder, 2009, p09, les réseaux comme phénomènes hétérogènes.pdf)

- كل هذه العوامل وأخرى ساهمت في تحول وظائف وسائل الاعلام التي حاولنا صياغتها في الآتي:

2.2-الوظائف الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال في ظل الاعلام الرقمي الجديد

1- إنتاج المعرفة الاجتماعية: تتمثل هذه الوظيفة في كون الإعلام أداة أساسية يتم من خلاله إنتاج المعرفة الاجتماعية واستهلاكها، وهي بذلك تكون مسؤولة عن تجهيز القاعدة التي تبني عليها الجماعات والطبقات) الصورة الذهنية (لمعاني وممارسات وقيم الجماعات والطبقات الأخرى، وتزويد الصور والأفكار التي يحتاجها المجتمع، أي أن الوظيفة الثقافية الأولى لوسائل الإعلام المعاصرة هي التوفير والبناء الانتقائي للمعرفة الاجتماعية.

2-تحقيق التعددية: في هذه الحدود، فهي إذن تعكس وتسهم في تحقيق التعددية التي يتصف بالمجتمع المعاصر، وهنا ترتب وتنظم الأنواع المختلفة من المعرفة الاجتماعية تبعاً للسياقات المرجعية ضمن خرائط الواقع الاجتماعي المفضلة مما يوضح انتقائية وسائل الإعلام التي تقوم على قواعد معيارية.

3-بناء الثقافة العامة للمواطنين: يقوم الإعلام بدور أساسي في بناء الثقافة العامة للمواطنين، وهذا ما يدعو إلى تأكيد دوره في إعادة بناء القيم المساندة للتطوير والتحديث، كقيم المساواة والقبول بالآخر وكذلك الاختلاف معه جنباً إلى جنب مع قيم الدقة والإتقان والالتزام وغيرها من القيم الايجابية التي تساعد المجتمع

في تحقيق الإصلاح والتحديث، مع الأخذ بالاعتبار أن حرية الممارسات الإعلامية ودرجة قوتها في التعبير عن قضايا الشعوب، تعود بالأساس إلى درجة الديمقراطية التي تسود هذه المجتمعات. (الموسى، 2011، ص 140، 80، 21)

4- إنتاج الصور الذهنية: وتعتبر هذه الوظيفة عبارة عن وظيفة جديدة ومتجددة حيث ينظر إلى وسائل الإعلام على أنها المصدر الرئيس للمعلومات ومعرفة الدول الأجنبية والأحداث العالمية فإننا يومياً نقف أمام تيار من الأخبار ووجهات النظر والصور والعناوين التي من شأنها أن تؤدي إلى خلق صورة ذهنية وتدعيمها، أو صورة نمطية.

وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم وجوهري في المجتمع، ويحصل الفرد على المعلومات والآراء والمواقف من هذه الوسائل التي تساعد في تكوين تصور للعالم الذي يعيش فيه، وتعد وسائل الإعلام من عوامل الإدراج المعرفي لدى الجمهور، لأنها تقوم بتقديم المعلومات وتوجيهها بالطريقة التي ترغب فيها لأن الهدف الرئيسي للصورة الذهنية هو التوجيه وذلك لتحصل عن النتائج التي ترغب بها المصادر الحقيقية للرسالة الإعلامية.

5- وظيفة التعليم والتعلم: حيث فتحت مختلف مواقع التواصل الاجتماعي الباب واسعا أمام المعلمين في مختلف الميادين والمهن واللغات والمقررات الدراسية خاصة أمام مجانية صياغة الفيديوهات وعرضها مسجلة أو على المباشر، بل وأصبحت تلك المواقع مصدر ربح للعديد من صناعات المحتوى، بالمقابل وجد أفراد الجمهور على اختلاف مستوياتهم واهتماماتهم إشباعا لحاجاتهم ورغباتهم في التعلم وتحصيل المعلومة المجانية طبعاً في معظم الأحيان، وهذا ما يعكسه تنامي الفيديوهات التعليمية من جهة، وزيادة جمهورها من المشاهدين والمشاركين والمتفاعلين من جهة أخرى، بل وأصبحت تلك الفيديوهات مصدراً أساسياً للتعلم على جميع مستوياته.

6- الوظائف السياسية للإعلام:

أ- تعزيز الديمقراطية والمشاركة السياسية:

أكدت العديد من الدراسات في سنوات السبعينيات أن تكنولوجيات الاعلام والاتصال تدعم الديمقراطية بشكل إيجابي، وأضافت دراسات أخرى في سنوات الثمانينات دورها في تعزيز التداول ومشاركة المواطنين في الحياة السياسية، خاصة مع ظهور الانترنت ووسائل الاعلام الجديدة التي تتميز بقدرة فائقة على تخزين واسترجاع ونشر واستقبال المعلومة، بأقل التكاليف مما يجعلها عنصراً فاعلاً في الحياة السياسية والقرارات الحكومية، إضافة إلى تعزيزها ودعمها للحركات المعارضة لمختلف الأنظمة السياسية. (سماح وآخرون، 2013، ص 17، 18)

ب- التسويق السياسي: لطالما كان رجال السياسة والأحزاب من أوائل المتبنين لوسائل الاعلام، من أجل الفوز بمنافستهم الانتخابية، وحالياً وبفضل سرعة توزيع المعلومة باستخدام الواب زاد التفاف الأحزاب السياسية ورجال السياسة بتقنيات التسويق السياسي الالكتروني في حملاتها، هذه التقنيات التفاعلية التي غيرت من طبيعة المنافسات السياسية. (DOSQUET, 2012, p250)

ج- التأثير على النظم السياسية: يقوم الإعلام الرقمي الجديد في عصر الانفتاح المعلوماتي بالتأثير على النظم السياسية وإعادة صياغتها، فقد أصبحت وسائل الإعلام في جميع البلدان تشكل جزءاً لا يتجزأ من العملية السياسية سواء في عملية الشرعنة أو التسيير أو الوصول إلى السلطة، وقد اكتسبت وسائل الاعلام والاتصال هذه القوة التأثيرية انطلاقاً من عاملين أساسيين:

- قدرة وسائل الإعلام على إعطاء السياسيين جمهوراً بحجم وبتشكيلة، لا يمكن إعطاؤه بطريقة أخرى.

- العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور هي علاقة ثقة ومصداقية. وهذا العاملان في رأي Gurvitch and Blumer يسمحان في لوسائل الإعلام بالتدخل على النحو التالي:
- 1-هيكلية توقيت وطابع الأحداث السياسية.
 - 2-تحديد أوضاع الأزمة، بحيث يتحتم على السياسيين الاستجابة لها.
 - 3-تؤكد وسائل الإعلام بعض القضايا مما يستوجب على السياسيين التعليق عليها.
 - 4-إدخال شخصيات جديدة في الحوار السياسي وإبعاد آخرين.
 - 5-تحفيز نمو أجهزة اتصالية جديدة مثل العلاقات عامة، سبر الآراء، الإشهار السياسي، تسيير الحملات السياسية (عزي وبومعيزة، 2010، ص 367.366)
- كما ترمي الوظيفة السياسية إلى تشكيل المعتقدات السياسية حيث يعد تطور وسائل الاتصال الجماهيري جزءاً من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء، من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرهما الإعلام... إن المعلومات المهمة عن الأحداث التي تقع في أي مكان من العالم، تبث في كل مكان في دقائق قليلة، وبذلك أصبحت أجزاء واسعة من هذا العالم بمثابة متلقي واحد، تحركه الأحداث ذاتها وتدفعه الميول ذاتها.
- ويجد "الموند" إن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دوراً مهماً في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم، فإنها تنقل - سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث(الغربي)، إذ إنها تنقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة... كما إن الأحداث التي يتم وصفها مع هذه الشعارات يكون لها لونها عاطفي محدد، وهو ما جعل من وسائل الإعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية، وتتمكن وسائل الإعلام من تحقيق أهدافها الديمقراطية والسياسية عن طريق توفير عدد من الخدمات مثل: الشفافية الحكومية، وتسهيل عملية الاتصال بالسلطة، وتقليص صلاحيات السلطة، ونشر الوعي بالحقوق وصيانتها، والتعامل مع الأفكار المستحدثة...
- إن الإعلام لم يبق في منأى عن التحولات التكنولوجية الشاملة التي خلفها ظهور الانترنت، الذي عمل على مواجهة الدولة، التي كانت تتصرف من منطلق القوة التي كانت تمثل الشرعية الوحيدة المألوفة للحق في تنظيم وتحديد مضامين العملية الإعلامية من مرجعية سياسية أو إيديولوجية، وقد بدأ يلوح في الأفق السياسي الحديث عن معالم "ديمقراطية مباشرة"، فالانترنت أحدثت وسيحدثت تساؤلات عدة في المشهد السياسي بالدرجة الأولى.
- وبالتالي، فإن أشكال التغيير ستكون على مستويات عدة، أولها إن هذه التغييرات سوف تصب في موضوع "القناعات"، ففي السابق كانت وسائل الإعلام التقليدية تسهم إسهاماً فعالاً وكبيراً في تكوين الرأي العام، لأن هذه الوسائل كانت من أكثر المصادر أهمية وهي المحركة للناخبين. إلا أن شبكة الانترنت ساعدت على تقليل درجة الاعتماد على القنوات الفضائية والإذاعات والصحف الكبيرة، وهي تقوم اليوم بإنجازات اتصالية مهمة على رأسها خلق علاقات اجتماعية افتراضية، وصناعة رأي عام إلكتروني هذا الأخير الذي أصبحت جهات معينة تستغله شر استغلال لتحقيق أغراض استراتيجية وإيديولوجية وسياسية.
- 6- وظيفة توجيه سلوك المتلقين والتأثير فيهم: فبعد الاندماج بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبحت تلعب دوراً كبيراً في توجيه سلوك المتلقين والتأثير فيهم، وعملية التأثير والتأثر هذه تعتبر شيئاً مركباً إذ تتداخل فيه العديد من العوامل مثل شخصية الإنسان وبنيتة الاجتماعية، وتشكيله الثقافي، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي في المجتمع (الرفاعي، 2011، ص 734).

7-وظيفة تحرير وسائل الإعلام التقليدية:

قد تكون هذه الوظيفة نسبية إلا أنها واقع يفرض نفسه في الكثير من الحالات، حيث أصبح يلعب الإعلام البديل وصحافة المواطن دورا جديدا، وقد يكون ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، إذ وفي شكله المباشر شكل في الكثير من الأحيان الإعلام البديل أو صحافة المواطن ورقة ضغط على المسيرين الفعليين لوسائل الإعلام التقليدية ممن يتكتمون عن بعض المعلومات، أو يحاولون توجيهها لأغراض متباينة، هذه الوسائل التي وجدت نفسها في العديد من المرات في مواجهة حقيقية مع معلومات واقعية يبثها الإعلام البديل، هذا الكشف عن الحقائق وضع سمعتها على المحك فلم تجد بدا من نشر الحقائق هي الأخرى في بعض الأحيان محاولة استرجاع ثقة جماهيرها وحفاظا على مصداقيتها.

ولنا في المعالجة الاعلامية لوقائع الحراك الوطني الذي عرفه الشارع الجزائري بداية من الثاني والعشرين من شهر فيفري لسنة 2019 خير مثال: حيث تجاهلت معظم المؤسسات الاعلامية الرسمية الجزائرية في البداية نقل الأحداث في صورتها الحقيقية، إلا أنه وبعد أن وجدت هذه المؤسسات نفسها مجبرة على حماية صورتها أمام الرأي العام المحلي والعالمي نتيجة تداول الأحداث عبر صفحات التواصل الاجتماعي، وبالفيديوهات المباشرة إضافة إلى ضغط الإعلام العالمي الذي أحسن توظيف الإعلام الرقمي الجديد في تغطية الحراك. توجهت إلى تغطية الحدث بطريقتها.

ولتأكيد وجهة نظرنا تطرقنا لعملية مسح بسيطة حاولنا أن نلتمس من خلالها كرونولوجيا تغطية الحراك في بداياته من خلال نشرة الأخبار الرئيسية في القنوات الجزائرية الوطنية، - في أول يوم للحراك الجمعة 2019/02/22 لا إشارة في الأخبار إلى الحدث واليوم الذي يليه نفس الشيء، حتى يوم 24 فيفري 2019، وفي إطار الحديث عن تصريحات الوزير الأول آنذاك السيد "أحمد أويحي" أمام الوزراء وأمام البرلمان جاء ما يلي: "أحمد أويحي يؤكد سلمية التظاهرات الأخيرة كحق يكفله الدستور ويدعو إلى الالتفاف حوله". مجرد جملتين في إطار الحديث عن نشاطات الحكومة وليست تغطية إعلامية بحجم الحدث. بينما كانت صحافة المواطن تتفنن في نقل مجريات الحراك من كل أقطار الوطن وفي كل الأشكال سواء النقل الحي المباشر أو الفيديوهات المسجلة أو الصور والهتافات والشعارات، وفي وقت وفرت مواقع التواصل الاجتماعي سيلا من المعلومات حول الحدث اتسم الإعلام الرسمي الجزائري في شقيه العام والخاص بالتحفظ وعدم التغطية.

- بقي الإعلام الوطني الرسمي على حالة التكتّم تلك مدة فاقت الأسبوع من 22 فيفري 2019 حتى 01 مارس 2019، انفكت العقدة وأصبحت النشرة الرئيسية في القنوات الوطنية تغطي الحراك، لكن في هذه الفترة انتقل التعامل مع الحراك من مرحلة التكتّم والتجاهل إلى مرحلة التوجيه أو التظليل، بمعنى إعطاء صورة مغايرة للحراك ومطالبه وسلميته دون الإشارة إلى شعاراته المعادية للعهد الخامسة، وفي المقابل كانت صحافة المواطن وحتى وسائل الإعلام التقليدية التي توظف الوسائط الاعلامية وتقنيات الإعلام الرقمي الجديد، كانت تنقل الوقائع والشعارات بصورة موضوعية وحيادية تعبر عن حقيقة الأوضاع.

وبالعودة إلى تأخر الإعلام الرسمي الجزائري في التغطية الإعلامية للحدث لمدة فاقت أسبوع، الأمر يعتبر خطير على حرية الصحافة ومصداقية الإعلام الجزائري وضعه أمام الرأي العام المحلي والخارجي، لأننا وبكل بساطة نعيش في عصر المعلومات وعصر الإعلام الرقمي الحي، إعلام رأس ماله السبق الصحفي والآنية، عصر يموت فيه الخير عند ولادته، ومن هنا تتأكد الحقيقة التي جاء بها التصنيف العالمي لحرية الصحافة لعام 2019 الذي تصدره منظمة صحافيون بلا حدود، حيث صنف الجزائر في المرتبة 141 متراجع ب خمس

نقاط عن السنة الفارطة. (سلماني، هل حرر الحراك الاعلام أم هي فسحة ظرفية، 2009، www.trtarabi.com/issues019)

وأمام الانغلاق الإعلامي التقليدي ظهرت الحاجة إلى أدوات بديلة للتعبير والمتمثلة أساسا في مواقع التواصل الاجتماعي كمنبر لصحافة المواطن والإعلام البديل، التي شكلت وسيلة للتعبير وعاملا من عوامل تشكيل الفضاء العام المؤثر على عموم الشعب والمؤثر على الحياة السياسية والتشريعية وهذا يتوافق مع ما جاء به "يورغن هابرماس".

قلنا إذا أن الإعلام الجديد يفرض مجموعة من التحديات على وسائل الإعلام التقليدية، وهنا يكون التأثير مباشرة كما سبقت الإشارة، بينما يكون التأثير أو المساهمة في تحرير المعلومة غير مباشرة من خلال ما سنناقشه في الآتي:

- الإعلام الرقمي الجديد يتيح فرصا اتصالية جديدة إذ عندما تحاول وسائل الإعلام التقليدية مواجهة التحديات المفروضة عنها فإنها تطور نفسها وتحاول مواكبة المعلومة والحفاظ على مصداقيتها وسمعتها وهذا بالضبط ما يمكننا تصوره في نقل التلفزيون الجزائري الرسمي لوقائع الحراك.

_ زاد الإعلام البديل من انتشار الحريات والمشاركة وبناء الرأي العام، وبالتالي بناء الرأي العام من طرف الإعلام الرسمي سيكون مهددا مما يدفع بالوسيلة الإعلامية التقليدية إلى تطوير نفسها والاستفادة من تجربة الإعلام الرقمي.

- مواقع التواصل الاجتماعي وفرت مخزونا مهما من الأخبار لوسائل الإعلام التقليدية، التي تتأكد من مصدرها ثم تستخدمها.

- تسهيل معرفة المهنيين في وسائل الإعلام التقليدية لأراء الجماهير بخصوص ما ينشر بكل سهولة بدل عن عمليات المسح الكلاسيكية التي كانت مستعملة في هذه الحالات.

- وسائل التواصل الاجتماعي صارت مكملة ومفيدة للإعلام التقليدي المحترف. (حتوش، الاعلام القديم والجديد تكامل لا صراع www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2013/3/16)

- كما لا يمكننا تجاهل استخدام الصحفيين الجزائريين لمنابر الإعلام البديل لإيصال وقاتهم الاحتجاجية للمطالبة بتحرير المعلومة، والتغطية الموضوعية للحراك يوم 28 فيفري 2019؛ وبالتالي مساهمة غير مباشرة من الإعلام الرقمي في كسر القيود المفروضة عن المعلومة في الإعلام القديم، التي لطالما عانت من الخضوع والرقابة تبعا للخط السياسي للوسيلة الإعلامية.

II. خاتمة (نتائج الدراسة)

نستنتج مما سبق أن الإعلام اليوم خلق المنطق ونقيضه في نفس الوقت، وبفضل ما يختص به من مميزات أصبح الإعلام الرقمي الجديد يحتل الصدارة من حيث الأهمية في عصرنا الحالي بمختلف المجتمعات، وبات من الضروري على الإعلام القديم بكل هياكله المادية والبشرية الاستفادة من الإعلام الرقمي وصحافة المواطن، التي وفرت فرص اتصالية جديدة، وبات من بين وظائفها تحرير المعلومة في وسائل الإعلام التقليدية، سواء كان ذلك بصفة مباشرة إذ يجد الإعلام القديم نفسه في مواجهة سيل المعلومات والحقائق التي يبثها الإعلام الجديد مقابل إجحافه، مما يضع سمعته ومصداقيته على المحك، ومحاولة منه لمواجهة التحديات يحاول تطوير نفسه ومواكبة المعلومة، حفاظا على سمعتها.

وقد تكون ذات الوظيفة بصفة غير مباشرة، من خلال الاستفادة من السيل المعلوماتي الذي توفره منصات الإعلام الرقمي بعد التأكد من مصداقيتها طبعا، ومن خلال الاستعانة بمختلف الوسائط الاتصالية

الجديدة في جمع المعلومات ومعالجتها وتخزينها ونقلها مباشرة أو مسجلة، محافظة على خاصية الآنية التي تعتبر معيار التميز الإعلامي في عصر المعلومات، إضافة إلى أن الإعلام الرقمي وبمختلف منابره أصبح همزة وصل بين الوسيلة الإعلامية أو صحفياً وجمهورهم بفضل ما يوفره من تفاعلية، مما سهل معرفة آراء الجمهور حول ما يعرض بعيداً عن الطرق المسحية الكلاسيكية المتعبة، مما عزز الممارسة الإعلامية وفتح لها آفاقاً عديدة، وأدى لتحول كبير في وظائفها الكلاسيكية، والفضل في ذلك يعود إلى التفاعلية الرقمية الحديثة.

وبالمقابل تمكن الإعلام الرقمي من كشف القيود المفروضة عن المعلومة والصحفيين الجزائريين خاصة من خلال غياب التغطية الموضوعية للحراك، والذي ظهر جلياً في مختلف منابر الإعلام الرقمي الذي أوصل الحقائق المخفية بما فيها احتجاج الصحفيين الجزائريين أثناء الحراك ومطالبتهم برفع تلك القيود عن تغطيتهم للحدث وتحريروا المعلومة والعمل الإعلامي التزيه.

كما يتضح من خلال دراستنا أن العصر الحالي هو عصر الإعلام، إعلام حر المعلومة وأصبح يقوم بوظائف اتصالية وتواصلية، واجتماعية بل وسياسية، إذ أصبح يؤثر عن القرارات السياسية لأكبر دول العالم، لم يترك الإعلام الرقمي مجالاً لحجب المعلومة.

لكن علينا الإشارة من جهة أخرى إلى أن الإعلام الرقمي قد يكون موجهاً ويقوم على استغلال الحقائق، خاصة أنه يستخدم الوسائط الاتصالية الجديدة ومختلف التطبيقات التكنولوجية التي قد تعزز من الدورين معاً، الأخبار الكاذبة وتزوير الحقائق والصور والفيديوهات، من خلال بعض البرمجيات والمتمثلة أساساً في الفوتوشوب، وبالمقابل هناك برامج أخرى تقوم بكشف ذلك.

الإحالات والمراجع:

- 1- الأمرة سماح وفرج عبد الفتاح وآخرون، تحرير وتقديم عبد الأله بلقرين، الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي 69، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص17، 18.
 - 2- المصمودي مصطفى، النظام الإعلامي الجديد، عالم المعرفة، الكويت، 1985، ص13.
 - 3- لموسى موسى جواد، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، طبعة إلكترونية، جامعة بغداد، العراق 2011، ص13/14/17/1880/140.
 - 4- عزي عبد الرحمان وبومعيزة السعيد، الإعلام والمجتمع رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، دط، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر 2010، ص366، 367.
 - 5- عباس مصطفى صادق، 2018، الاعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وأهم خصائصه العامة، ص 5، <https://ao-academy.org/2018/08/3292.html>
 - 6- لعقاب محمد، وسائل الاعلام والاتصال الرقمية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2007، ص56.
 - 7- مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، ط1، ألفا للوثائق، الجزائر، 2016، ص119.
- 7- Frédéric DOSQUET, *marketing et communication politique théorie et pratique*, collection « questions de société », édition ems management et société, France, 2012, 250.

المقالات:

- 1- الرفاعي محمد خليل، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية، دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 1+2، 2011، ص734.
- 2- المحمودي صباح، موقع الإعلامية العربية في الفضاء السمعي البصري بين محكمي المهنة والعقلية المجتمعية، مجلة الإذاعات العربية، ع1، اتحاد الإذاعات العربية، 2008، نسخة pdf، ص39.

المدخلات:

- 1- أبو فاضل ماجدة، الإمبراطوريات الإعلامية: بين الربح والأخلاقيات، محاضرة ألقته (مديرة معهد الصحافيين المحترفين – الجامعة اللبنانية الأمريكية في بيروت) في جامعة قابس التونسية بتاريخ 12-4-2004، ص1.
- المصدر: www.ayamm.org/arabic/AMW2.htm

- مواقع الانترنت: اسم الكاتب (السنة)، العنوان الكامل للملف، ذكر الموقع بالتفصيل:
1- سلمان محمد العربي، الجزائر، هل حرر الحراك الإعلام أم هي فسحة ظرفية، 2019/07/02
المصدر: <https://www.trtarabi.com/issues019>
2- حموش أحمد، الإعلام القديم والجديد تكامل لا صراع، منتدى الجزيرة السابع بعنوان الصحافة الإلكترونية، الدوحة 16 مارس 2013.
المصدر: <https://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2013/3/16>

3- International Telecommunication Union 2009, p13

<file:///C:/Users/asus/Desktop/hfd/mm/doctorat/bibliotheque/measuring%20the%20information%20society.pdf>.

4- Rieder, 2009, p09, les réseaux comme phénomènes hétérogènes.pdf