

## تحديات القائم بالاتصال في الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري في ظل التكنولوجيات الجديدة

### Challenges of the contact on the website of the Public Television Corporation of Algeria under new technologies

عائشة بوبريق<sup>1</sup>

مخبر البحث في اللغات والاتصال والتكنولوجيا الحديثة جامعة الجزائر

boubrik.aicha@univ-alger3.dz

تاريخ الوصول 2021/11/24 القبول 2022/02/16 النشر على الخط 2022/06/05

Received 24/11/2021 Accepted 16/02/2022 Published online 05/06/2022

#### ملخص:

يعيش العالم اليوم ثورة اتصالية معرفية تتلاقى وتتداخل فيها تكنولوجيات الإعلام والاتصال في عالم لا حدود زمكانية تفصل ولا تحد من الانتشار الواسع والسريع لأشكال وأنواع التكنولوجيا وهو ما سمي بالقرية الصغيرة، حيث سمحت شبكة الويب 2.0 الجديدة باستخدام تطبيقات انتقلنا بها من الصفحات الساكنة بمحتوى ثابت وبرمجيات بسيطة (الويب 1.0) إلى صفحات أكثر حيوية وأكثر تنظيماً بالاعتماد على دعم الاتصال التفاعلي بين المستخدمين يهدف إلى إثراء المحتوى الرقمي. وجاءت هذه الدراسة لتتناول التلفزيون العمومي الجزائري كونه أحد مؤسسات الإعلام التي تستخدم التكنولوجيات الجديدة وما تتيحه من تطبيقات منها الموقع الإلكتروني الذي يضم صفحات ويب وبريد إلكتروني ومدونات وحلقات النقاش، شبكات تواصل اجتماعي، قنوات اليوتيوب... إلخ. كما سنفصل في القائم بالاتصال من معدي برامج وصحفيين وتقنيين ومخرجين وباستخدام كل تطبيقات الانترنت على إعداد برامج تصنع وحدة صوتية مرئية متكاملة في إنتاج مضامين إذاعية وتلفزيونية ذات طابع تفاعلي تعطي للمتلقي فضاء للمشاركة والتفاعل.

**الكلمات المفتاحية:** القائم بالاتصال، الموقع الإلكتروني، التفاعلية.

#### Abstract:

Today, the world is experiencing a knowledge communication revolution in which information and communication technologies converge and overlap in a world without space limits that separate and do not limit the widespread and rapid spread of forms and types of technology, the so-called small village, where the new Web 2.0 allowed us to use applications that we have moved from static pages with static content and simple software (Web 1.0) to more dynamic and more structured pages based on user interactive communication support aimed at enriching digital content. The study came to address Algerian public television as one of the media organizations that use new technologies and the applications it offers, including the website that includes web pages, e-mail blogs and panel discussions, social networks, YouTube channels... etc. We will also separate the contact from software creators, journalists, technicians and directors and use all internet applications to develop programs that create an integrated video audio unit in the production of interactive radio and television content that gives the recipient a space to participate and interact.

**Keywords:** Contact, website, interactive.

## 1. مقدمة:

لقد عملت وسائل الإعلام الجزائرية في السنوات القليلة الماضية ومنها التلفزيون الجزائري على تحسين محتوى المضامين الإعلامية التي تبث وتنشر من خلال الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة العمومية [www.entv.dz](http://www.entv.dz) بالاعتماد على التكنولوجيات الجديدة واستخدامها في مختلف البرامج ما سمح بخلق فضاء للتفاعل بين هذه المضامين والمتلقي وسمح بتقديم محتوى متميز يلائم احتياجات واهتمامات المشاهدين والمستمعين.

لقد وجدنا في اختيار الموقع (عينة البحث) وهو وموقع التلفزيون الجزائري مجالاً علمياً يمكن أن يمهّد لنا طريق الوصول إلى نتائج علمية تعطي وصفاً دقيقاً لمختلف استخدامات القائم بالاتصال في الموقع الإلكتروني لإحدى أهم هذه التطبيقات الجديدة وهي شبكات التواصل الاجتماعي ليس فقط في معالجة المادة الإعلامية، التي ترسل وتبث لجمهور المستمعين والمشاهدين من خلال اعتماد قنوات يوتيوب ولكن تسمح أيضاً بنشر وبث مختلف الفيديوهات والمضامين الإعلامية السمعية البصرية في محاولة منها لزيادة التفاعل بين المضمون الإعلامي المقدم وجمهور المتلقين. وتأسيساً على ما سبق نطرح السؤال الجوهرى التالي:

- ما هو واقع استخدامات القائم بالاتصال لشبكة التواصل الاجتماعي **Facebook** و **Youtube** - في الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري 2018/2017؟ أما التساؤلات الفرعية:

- 1- ما هي أهم استخدامات الانترنت في الموقع الرسمي للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري [www.entv.dz](http://www.entv.dz) ؟
- 2- ما هي الاستراتيجية المتبعة في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري لتحسين وتطوير الموقع الرسمي للمؤسسة؟
- 3- ما مدى توظيف وسائل الاتصال التفاعلية في الموقع الإلكتروني [www.entv.dz](http://www.entv.dz) ومختلف التطبيقات التقنية التي يستخدمها القائم بالاتصال لإشباع حاجات المتلقين؟
- 4- ما هي طبيعة اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية المتاحة في الموقعين الإلكترونيين للإذاعة والتلفزيون الجزائريين؟
- 5- ما هي الوسائط التقنية المتعددة الأكثر استخداماً من طرف القائم بالاتصال لزيادة التفاعل بين الجمهور والمضامين الإعلامية المقترحة؟

## 2. مفاهيم الدراسة:

- 1.2. الاستخدام: إن مفهوم الاستخدام Usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن السابع عشر يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي تتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما الاستفادة منه لغاية محددة، وفي دراسات الاستخدام فإن موضوع الاستخدام يحيل إلى الممارسة، كما يحول أيضاً إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات.<sup>1</sup>
- يشير بيرولت Perrault أن الاستخدام ليس أداتياً Instrumental إلا نادراً، إذ أنه يتراوح دائماً مع دور رمزي يضيفه المستخدم للأداة أو الجهاز.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعوماتية، التمثل والاستخدامات، العدد 2.

<sup>2</sup> Jean Perrault la logique de l'usage , 1989,p211

**1.2. القائم بالاتصال:** هو أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات ويضلع بمسئوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا دورا مباشرا من خلال الحلقات المختلفة لعمليات صنع الرسالة الاتصالية، بدءا من وضع الفكرة أو السياسية العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه<sup>1</sup>.

**2.2. الاتصال:** جوهر عملية الاتصال **Communication Process** هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين<sup>2</sup>.

**3.2. التفاعل:** يعني الاستجابة المرسل والمتلقي ومن خصائصه الاستجابة، أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الانساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية<sup>3</sup>.

**4.2. التفاعلية:** وتعني تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي أن هناك أدوارا مشتركة بينهما في العملية الاتصالية، مثل الممارسة الثنائية التبادل، التحكم، وأفضل مثال على ذلك استعمال نظام /hypertex / links/ video text/ الذي يتيح تفاعلا بين المرسل والمستقبل<sup>4</sup>.

- وتنقسم التفاعلية إلى قسمين تفاعلية مباشرة من خلال غرف الحوار وخدمة المراسل

**Messenger/ Chatting** وتفاعل غير مباشر من خلال البريد الإلكتروني والمنتديات والاستفتاءات<sup>5</sup>.

**5.2. الاتصال التفاعلي:** هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية والذي يكون فيه حالة من التساوي بين المشاركين في من خلال التبادل للآراء دون تدخل أو تأثير من قوى خارجية أخرى من خلال حلقات النقاش **online** /المباشرة والحية في حجرات المحادثة **chat room** ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية **online email sites**<sup>6</sup>

- الاتصال التفاعلي: هو ذلك الاتصال الذي يرتبط بالكيانات الرقمية الجديدة في الفضاء الإلكتروني كما يتصل بشكل وثيق بتطور استخدامات الانترنت من وسائل اتصال جديدة ويربط بين الاتصال والتفاعل والإعلام التفاعلي ويتخذ بذلك الاتصال التفاعلي عدة أشكال (حلقات النقاش المباشرة، حجرات المحادثة، مواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني، قنوات اليوتيوب، صفحات الفيسبوك وكل ما له علاقة بمواقع التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> نجوى الفوال، "قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، 1995.

<sup>2</sup> ماهر عدة الشمالية ومحمود عزت اللحام ومصطفى يسوف كاتي، الإعلام الرقمي الجديد، 2014 ص93.

<sup>3</sup> سلسلة مصطلحات معاصرة، الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية ط1، 2018.

<sup>4</sup> سلسلة مصطلحات معاصرة، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، العدد 18، 2018.

<sup>5</sup> جمال عبد ناموس القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية، 2012.

<sup>6</sup> الأكاديمية العربية الدولية، الإعلام التفاعلي حسين أبو شنب.

<sup>7</sup> الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية / أطروحة دكتوراه 2015.

– الاتصال التفاعلي هو عبارة عن الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة وبرامجها ومحتواها الذي يسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة عبر الانترنت.<sup>1</sup>

**المواقع الإلكترونية:** يطلق عليها بالإنجليزية Web Site ويتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر Union Resource Locator URL أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب Web Browser ولها أنواع أشكال مختلفة ويستخدم الباحث تعبير المواقع الإلكترونية للدلالة عنها.<sup>2</sup>

**3. المنهج المستخدم:** إن اختيار المنهج العلمي ليس أمراً اعتباطياً بل هو مسار علمي واضح، فهو يتضمن الأساليب والإجراءات والأدوات التي تستخدم وتتبع في الدراسة العملية للظاهرة أو الموضوع.<sup>3</sup>

**4. نوع الدراسة:** تندرج هذه الدراسة الوصفية التحليلية ضمن الدراسات الكمية وقد تم اختيار المنهج المسحي وهو أحد مناهج البحوث الوصفية التي تقوم على جمع وتحليل البيانات عن طريق أدوات بحثية كالمقابلة أو الاستمارة أو تحليل المضمون من أجل الحصول على معلومات من عدد كبير من الناس المعنيين بالظاهرة محل البحث ويهدف المنهج المسحي إلى توفير وتحليل المعلومات حول موقف أو ظاهرة أو مجتمع أو جماعة.<sup>4</sup>

**5. تقنية البحث:** سوف يتم في هذه الدراسة الاعتماد على تقنية المقابلة لجمع المعلومات كما تمتد أهمية المقابلة في الدراسات المسحية الوصفية من أجل جمع البيانات لاختبار الفروض وكذلك من أجل تشخيص الإشكالية. وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على تحليل المضمون الكمي والتحليل يكون بالاعتماد على ما جاء في المقابلات.<sup>5</sup>

**6. أهمية الدراسة:** تكمن أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية في تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية في المواقع الإلكترونية التابعة لهذه المؤسسات على غرار المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، كما أن الجانب التطبيقي من هذه الدراسة يكمن في الكشف عن واقع استخدامات القائم بالاتصال لمختلف وسائل الاتصال التفاعلية هذه وتوظيفها لها في عمله الإعلامي لخلق مساحة من التفاعل والحصول على قدر كبير من رجع الصدى حول المضامين المقترحة.

**7. أهداف الدراسة:** الكشف عن واقع استخدامات القائم بالاتصال في الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري لمختلف وسائل الاتصال التفاعلية التي تتيحها شبكة الانترنت كشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع اليوتيوب والوسائط المتعددة في عمله الإعلامي وكيف يساهم ذلك في إثراء المحتوى ومنه توسيع دائرة التفاعل بينه وبين جمهور المتلقين من مستمعين ومشاهدين.

## 8. الإطار النظري:

### 1.8. القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية:

<sup>1</sup> الإعلام الرقمي الجديد ماهر عدة الشمالية، محمود عزت اللحام ومصطفى يسف كافي، 2015.

<sup>2</sup> مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس آفاق المستقبل، ط1، 2015، ص: 150.

<sup>3</sup> بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق 2011، ص: 34.

<sup>4</sup> إبراهيم خليل إبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009، ص 152.

<sup>5</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 258).

إن استخدام الانترنت جاءت محققة لعدة أهداف للقائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية بمختلف أنواعها خاصة من يعمل في المواقع الإلكترونية نذكر منها:

- الاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث أرشيفات مواقع متعددة والاستفادة منها.
- تطوير المهارات التقنية واستخدام الانترنت كأرشيف خاص للصحفي.
- استخدام مختلف الوسائط المختلفة في بناء القصة الصحفية ومختلف اليرورتاجات المنجزة.
- تطوير وسائل جمع المادة الإعلامية والقيام بالتركيب والنشر وإمكانية تعديل وتحسين المادة في نفس الوقت.
- الإطلاع على أشكال جديدة للعمل الصحفي والاتصال بالقارئ والدرشة معه بصفة آنية فورية حل مضامين البرامج الإعلامية المقدمة عبر المواقع والصفحات.<sup>1</sup>

وهناك مجموعة من السمات والخصائص الصحفية لشبكة الانترنت التي استفادت منها الصحافة وتعد من أبرز الخدمات التي قدمتها شبكة الانترنت للقائم بالاتصال عموماً سواء الصحفي في الميدان أو المتواجد في قاعات التحرير:

- 1- التغطية الصحفية مستمرة فالعمل لا يتوقف على الانترنت وعمليات الارسال لا تتقف 24 ساعة.
- 2- التغطية الصحفية الفورية من خلال نشر الأخبار الفورية والمتجددة والمفاجئة.
- 3- التغطية الصحفية الحية من خلال تغطية الأحداث من موقعها في لحظة وقوعها بثها عبر مواقع متخصصة في البث الحي المباشر.

4- التغطية الصحفية المتعمقة حيث تعالج عدد من المواقع موضوعاً واحداً من زوايا متعددة ويوجد العديد من الرابط التي تحيل المستخدم إلى مصادر ووثائق بيانات متعمقة عن الموضوع الواحد.

- 5- التغطية التفاعلية حيث تسمح التطبيقات بتفاعل الجمهور مباشرة على المحتوى والتعليق على المضمون وإبداء الرأي.
- 6- التغطية الصحفية الرقمية حيث توفر المواقع الإلكترونية العديد من المواد الصحفية المعالجة بشكل رقمي بالإضافة إلى إدراج الصوت والصورة والجغرافيكس وتقنيات أخرى توفرها الوسائط المتعددة.<sup>2</sup>

## 2.8. أهم الفروق بين القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية:

ومن بين أبرز هذه الفروق بين القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية الجديدة ما يلي:

- من حيث عدد القائمين بالاتصال: بينما يصل عددهم في وسائل الإعلام التقليدية إلى المئات، لكل منهم دور وظيفة ومهام يقوم بها عند مرحلة معينة من مرور المادة الإعلامية، فإن وسائل الاتصال التفاعلية الجديدة في البيئة الإلكترونية قلصت إلى حد كبير عدد حراس البوابة الذين يضطلعون بالمهام التحريرية للمادة الإعلامية. واتخاذ القرارات الخاصة بالنشر والبث والإرسال،

<sup>1</sup>الأخبار في الصحافة الإلكترونية جمال عبد ناموس القيسي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 ص 128.

<sup>2</sup>سيد بخيت، الصحافة والانترنت، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2000، ص 89.

كما أصبح الفرد الواحد يقوم بعدة مهام في نفس الوقت، منها جمع المادة تركيبها كتابة التقارير والاستعانة بالصور والفيديوهات وإرسالها في نفس الوقت بالاستعانة بمختلف الوسائط التي اتاحتها المواقع الإلكترونية.<sup>1</sup>

**- عدد الأقسام والمديريات:** قلصت الانترنت إلى حد كبير من عدد الأقسام والمديريات فلم يعد من الضروري وجود هذه الأقسام إذ مكنت الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية من اختزال الوقت والجهد للقائم بالاتصال وأصبح يتبادل الأدوار مع الكل فتجد المحرر والمركب المرسل وفي كثير من الأحيان هو من يجمع المادة الإعلامية ليس فقط من الأنترنت إنما ينتقل كغيرهم من الصحفيين في الميدان بل تعدت العملية إلى ما بعد من ذلك وهو إنشاء مكتب يطلق عليه الملتيميديا وفيه تتداخل كل الأقسام ومعه تنوع الأنواع الصحفية التي تبث عبر المواقع الإلكترونية.<sup>2</sup>

**- طريقة توصيل الأخبار والمعلومات:** أفرزت البيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة أشكالاً جديدة من توصيل الأخبار والمعلومات والمضامين الإعلامية مختلفة تماماً عن تلك التي تعتمد على وسائل الإعلام التقليدية، إذا أصبح بمقدور القائم بالاتصال إرسال المادة الإعلامية إلى الجمهور باستخدام العديد من البرامج الخاص بالتركيب الإرسال مباشرة ليس فقط على الكمبيوتر وإنما تطبيقات خاصة بالهواتف النقالة واللوحات الذكية.

**- المضمون الرقمي:** مع تزايد الاعتماد على المعالجة الرقمية للمعلومات في البيئة الإلكترونية تغيرت مراحل العمل التقليدية بالنسبة للقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية سواء في طريقة إنتاج المواد والمضامين الإعلامية ومعها أيضاً طريقة استقبالها، كما أثرت في كم وكيفية وسرعة إنتاج هذه المواد وكيفية تحريرها وصياغتها نسخها استرجاعها وحتى أرشفتها وهذا ما أدى إلى زيادة المهام وسهولة التعامل معها وتحريرها حيث بينما قل جهد القائم بالاتصال في الحصول على المادة الإعلامية فقد زادت مهامه في مجال معالجة المعلومات والأخبار وصياغتها وتحريرها من ذي قبل وأصبح من الضروري على القائم بالاتصال التحكم في ليس فقط في التكنولوجيا وإنما أيضاً في كل ما له علاقة بمختلف التطبيقات التي يستخدمها في معالجة المعلومة بثها.

**- الأشكال الصيغ الإعلامية:** أثرت البيئة الإعلامية الجديدة على طبيعة عمل القائم بالاتصال في مختلف المؤسسات الإعلامية مع تراجع تأثير بعض العوامل التنظيمية على المنتجات الإعلامية، مع توفر الكثير من الخيارات خاصة فيما يتعلق بطريقة التعامل مع المعلومة، فالقائم بالاتصال أصبح يعمل في بيئة تمكنه من إطلاق قدراته المهنية فالخبر مثلاً يتم بثه بشكل فوري من موقع الحدث بوسائط إعلامية متعددة من خلال روابط متشعبة توفر سياق معلوماتي متميز، تغيرت معه أضلاع المثلث التقليدي في العلاقة بين المصادر والقائم بالاتصال كما سمحت هذه الأشكال من جعل المتلقي يشارك في هذه المضامين في نفس وقت بثها وكذلك يعلق وينشر المضامين في نفس الوقت وهذا ما يفضل ما وفرته وسائل الاتصال التفاعلية من آنية فورية في التعامل مع المضامين الإعلامية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، جانفي 2012، ص: 39.

<sup>2</sup> نائر محمد تلاحمة، نفس المرجع.

<sup>3</sup> نائر محمد تلاحمة، نفس المرجع.

**3.8. مظاهر استفادة القائم بالاتصال من التطور التكنولوجي:**

أسهم استخدام وسائل الاتصال التفاعلية في العمل الإعلامي في تحقيق السرعة، الدقة، المرونة، وتقليل عدد العاملين يمكن الوقوف على هذه المزايا وما أضافته من أشياء إيجابية على عمل القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية عموماً والمواقع الإلكترونية خصوصاً مجال بحثنا ما يلي:

- تقليل التكلفة: يقوم القائم بالاتصال بجراء تعديلات التي يريد على شاشته باستخدام برامج المعالجة حتى ولو كان خارج مكان عمله أي انه لا يحتاج إلى لا لتقني يساعده انجاز عمله ولا لمصور ولا مختص في البث والارسال.

- الحصول على نسخة محررة بعد كل تعديل أو تغيير مع العلم أن المادة المحذوفة من العمل النهائي يمكن أرشفتها واستغلالها في عمل آخر عند الحاجة.<sup>1</sup>

**9. الإطار الميداني:****1.9. تقديم المؤسسة:**

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يجدها دفتر شروط بموجبه تابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف.

تم استرجاع السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962.

كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة.

**2.9. الرقمنة الكلية للتلفزيون:**

بدأ التلفزيون عملية مواكبة فعالة وناجحة لتطورات التقنية الحاصلة في عالم التلفزيون باستحداثه أنظمة البث الرقمية بالإضافة إلى الإنتاج الرقمي لكل البرامج والنشرات الإخبارية في الاستوديوهات المجهزة بأحدث التقنيات الرقمية. وذلك من خلال: الاستوديوهات الرقمية، مراكز الأخبار الرقمية، البث الرقمي:

- تجهيز غرف التحرير الإخبارية بأنظمة التحرير الإلكتروني news base.

- تجهيز التلفزيون بأنظمة المونتاج الرقمي على مستوى التحرير وغرف المونتاج

- أنظمة الأرشيف الرقمي والتخزين الإلكتروني.<sup>2</sup>

**3.9. مشروع البوابة التلفزيونية:**

انطلاقاً من أهمية البوابة في عصرنا الحالي والمتميز بالتطورات التقنية المتلاحقة بدأ التلفزيون الجزائري بالتفكير في إنشاء

وإطلاق البوابة الإلكترونية التلفزيونية الجزائرية التي:

- تستفيد من الخبرات المتراكمة في عالم الإنترنت بالجزائر.

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2014، ص 62.

<sup>2</sup> www.entv.dz

- تستفيد من التجارب المتاحة عربيا وعالميا خاصة المتميزة منها.

- تثن كل القفزات التكنولوجية التي تشهدا البلاد ويشهدا قطاع الإعلام عندنا وعلى وجه الخصوص التلفزيون.

#### 4.9. المبادئ الإعلامية:

رغبة في تبوء مكانة مرموقة في هرم الإعلام العربي الذي بدأ يجد له مكانة في ساحة الإعلام العالمي واستكمالا للدور الريادي الذي يقوم به التلفزيون الجزائري في تطوير رسالته الإعلامية، وتمكين الجماهير من المتابعة التفاعلية المتواصلة لأخبار والبرامج وتحليلاتها على شبكة الانترنت، وزيادة عدد متابعي أنشطة القناة عبر موقعها على الإنترنت إضافة لجمهور الشاشة، يسعى مشروع القناة الرابعة على النت أو البوابة الإلكترونية إلى تحقيق هدف رئيسي هو إنشاء قناة معلوماتية متكاملة على الشبكة تحقق كل الوظائف المتطورة للانترنت وذلك وفق المبادئ الإعلامية التالية:

- الآنية والسرعة في نقل وبث الخبر

- المعالجة الإعلامية والمعلوماتية المتوازنة

- الدقة والموضوعية والحياد

- الشمولية في الطرح

- مساندة وإسناد التوجهات الكبرى لبلاد

- إشاعة السلم وثقافة الحوار

- خلق مناخات التواصل بين الجزائريين في شتى أصقاع العالم.

- التفاعلية وخلق المشاهد المتجاوب والإيجابي.

#### 5.9. مشروع موقع التلفزيون الجزائري:

البوابة التلفزيونية الجزائرية هي الواجهة الإلكترونية تجمع الخواص التالية:

- تقوم في المقام الأول مقام المتم للقناة الرئيسية ويعرضها محتويات التلفزيون الجزائري بقنواته الثلاث على الشبكة عرضا معلوماتيا متكاملا.

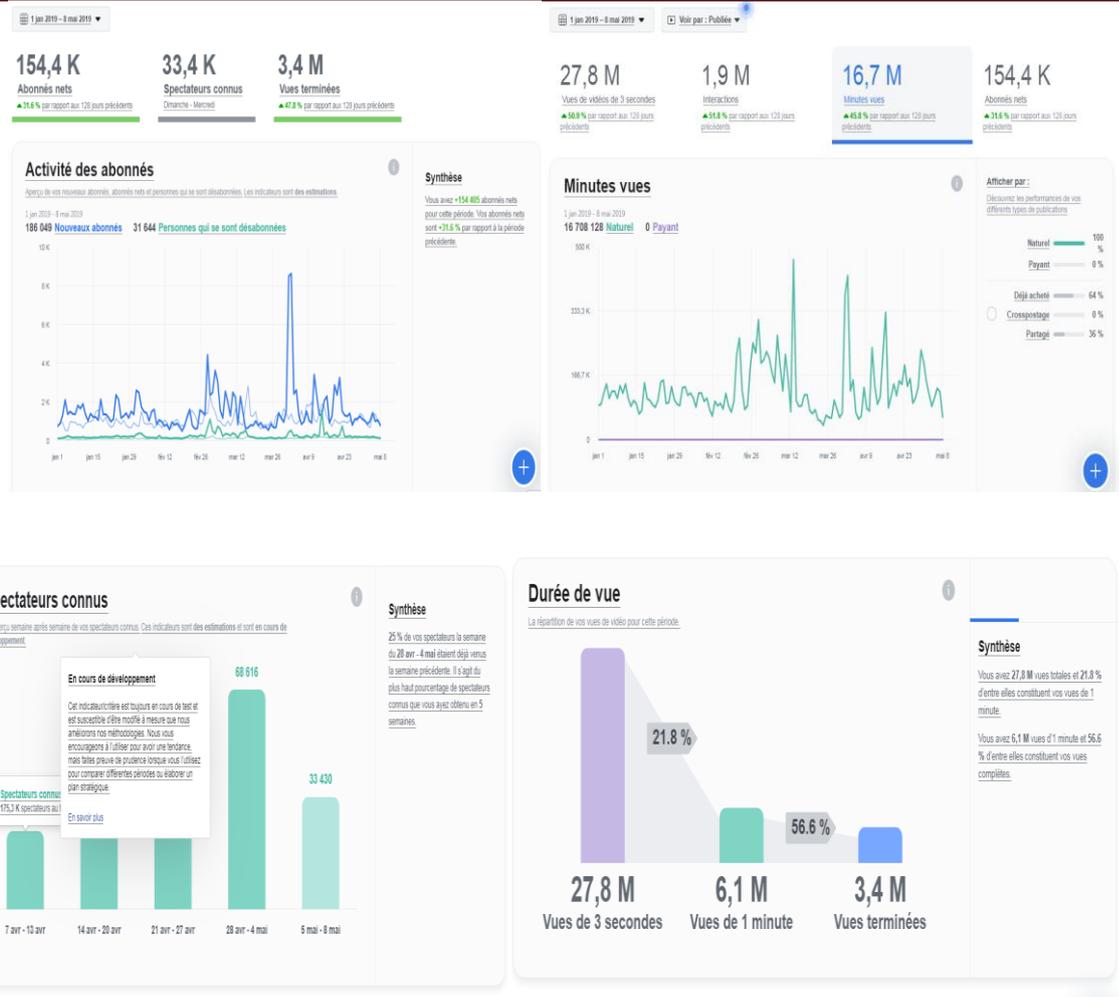
- تقوم في المقام الثاني مقام المفاعل لعلاقة بين الجمهور والتلفزيون الجزائري من خلال أنظمة التفاعل التي توفرها بدءا ببث كل البرامج والحصص التلفزيونية على الانترنت وانتهاء بوضع نظام البريد الإلكتروني ومنتديات النقاش المفتوحة وكافة أنماط التفاعل على الشبكة.

- تقوم في المقام الثالث مقام الشارح والإضافي على الشبكة لكل الأخبار والقصص التي تبث على القنوات التلفزيونية.

- تقوم في المقام الأخير بتحقيق مبدأ البرمجة حسب الطلب وفق نظام التسجيل والبث الشبكي.

#### 6.9. موقع التلفزيون الجزائري: www.entv.dz

تم انشاء الموقع الإلكتروني للتلفزيون الجزائري يوم: 17-04-1999، ويضم الموقع التابع إداريا لقسم الواب بالمديرية الفرعية للإعلام الالي بمديرية الدراسات والتجهيز للتلفزيون الجزائري، أكثر من 10 محررين على الواب يعملون بنظام التناوب، بالإضافة إلى مصورة (01)، وأيضا 7 مصممي صور (Infographe) ورئيس قسم الواب.



## 7.9. صفحة التلفزيون الجزائري على الفيسبوك:

أطلقت في سبتمبر 2017، يعمل صحيفيو الموقع على تحديثها بالأخبار والفيديوهات يوميا، إلى غاية مارس 2020 وصل عدد المشتركين 3 ملايين و2000 مشترك بمعدل 9 ملايين متصفح في الشهر.

## 8.9. قناة التلفزيون الجزائري على اليوتيوب:

YouTube

Rechercher

SE CONNECTER

Accueil  
Tendances  
Historique

LE MEILLEUR DE YOUTUBE

- Musique
- Sport
- Jeux vidéo et autr...
- Actualités
- En direct
- Vidéo à 360 degrés
- Parcourir les cha...

Connectez-vous maintenant pour consulter vos chaînes et les recommandations.

المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري  
2 692 abonnés

ACCUEIL VIDÉOS PLAYLISTS CHAÎNES DISCUSSION À PROPOS

TOUT REGARDER

الحوار الاقتصادي: حصة استشرية  
09/02/2016 الحوار الاقتصادي  
المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري  
571 vues • il y a 2 ans

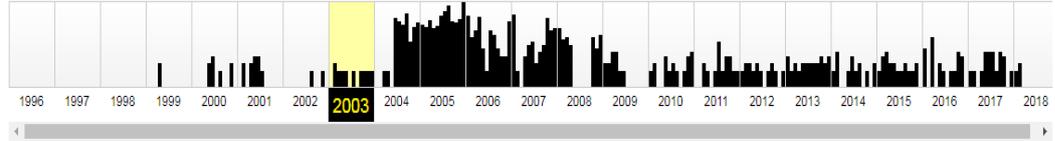
الحوار الاقتصادي  
02/02/2016 الحوار الاقتصادي  
المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري  
232 vues • il y a 2 ans

الحوار الاقتصادي  
26/01/2016 الحوار الاقتصادي  
المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري  
215 vues • il y a 2 ans

FEATURED CHANNELS

- Canal Algérie  
S'ABONNER
- Chaînes similaires  
Ennahar TV Compte O...  
S'ABONNER

الشكل 1: خريطة توضح التطورات التقنية لموقع التلفزيون الجزائري منذ انطلاقه:



المصدر: [www.entv.dz](http://www.entv.dz)

## 9.9. نتائج الدراسة الميدانية:

- استراتيجية التلفزيون العمومي في تطوير مهام القائم بالاتصال في الموقع الرسمي للمؤسسة: بالنسبة لاستراتيجية المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري في تطوير أداء الموقع عموما والقائمين على الاتصال فيه من صحفيين وتقنيين خصوصا.
- إعادة إحياء الموقع من جديد من قبل القائمين عليه وهذا باطلاق موقع بجل جديدة سنة 2020 مغايرة تماما للتي كانت من قبل، حلة جديدة تتماشى مع التحديات الراهنة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال وفيما يتعلق بالمعلومة والاعلام الرقمي تلبية لرغبات متصفح للموقع مع إيجاد مكانة لموقع التلفزيون العمومي [www.entv.de](http://www.entv.de) مكانة له في المشهد الإعلامي الرقمي.
- البداية كانت بتجديد الطاقم الذي يعمل بالموقع، مع الاستعانة بالعاملين به من قبل، وكان أول شيء تم تغييره هو الديزاين الموقع (le désigne) مع تغيير شعار الموقع الذي أصبح " خدمة عمومية ورسالة إعلامية المصدر والخبر". أما فيما يتعلق بالجانب التقني فقد تم توظيف تقنيين من خارج المؤسسة لديهم الخبرة ولهم العزيمة على تغيير الموقع، وبالفعل انطلق الموقع بحلة جديدة يوم 3 ماي 2020 تزامنا واليوم العالمي لحرية التعبير
- استخدام واستغلال الأرشيف: كما كان ضمن استراتيجية المؤسسة لتطوير الموقع هو ملأ الأركان المستحدثة في كل الصفحات على الموقع خاصة مع فتح قنوات جديدة كقناة الذاكرة والمعرفة مثل ركن الذاكرة، صحة وجمال، الدولي، الرياضة، وهذا بهدف الترويج لبرامج هذه القنوات.
- العمل على وضع السبق الصحفي من الأولويات: البداية مع انطلاق الموقع بحلته الجديدة كانت المنافسة شرسة مع القطاع الخاص وكان لابد منا اعتبارا أن الموقع تابع لمؤسسة عمومية وهي التلفزيون الجزائري أن نعمل على تقديم خدمة عمومية مع ضرورة الحفاظ على السبق الصحفي لجلب أكبر قدر ممكن من المتابعين وفي عدد المشاهدات وهذا بالارتكاز على عنصرين مهمين أولهما المصداقية والتأكد من مصدر الخبر وثانيهما هي الموضوعية حيث تم الابتعاد عن التضليل البهرجة في تقديم المعلومة والابتعاد عن كل ما له إثارة.
- استخدام تقنيات جديدة مع خبرة القائمين بالاتصال في الموقع ساعد في تطوره وجلب أكبر عدد من المشاهدين والمتابعين:

قبل سنة 2020 كانت القاعدة التقنية للموقع la plate form قديمة جدا ومع تجديد الطاقم تم تغيير التقنيات المستخدمة تتماشى وتطور العمل الإعلامي في المواقع على غرار world press live / word press مع استخدام تقنية OBS وهي التقنية التي تربط بين مواقع التواصل الاجتماعي على غرار Facebook وبين ما يتم بثه على التلفزيون، وهي تقنيات لم تكن تستخدم فيما سبق، حيث كان يتم تسجيل البرامج والنشرات كاملة وفيما بعد يتم بثها على الموقع بصفة غير متزامنة، لكن

مع استخدام هذه التكنولوجيات أصبح كل شيء آني وهو ما يمكن الجمهور من التفاعل مع المحتوى ومنه الزيادة في عدد المشاهدات والمتابعين للموقع.

- **الاعتماد على تقنية البث المباشر في الصفحة الرسمية للموقع فاسبوك:** حيث تم اعتماد صحفيين مختصين فقط بالبث المباشر في الصفحة الرسمية فاسبوك، وهي التقنية التي لم تكن متوفرة في الموقع قبل سنة 2020. إن التطور التكنولوجي الحاصل في مجال التكنولوجيات البث والارسال وكذلك الهواتف الذكية صبح المشاهد يتابع المضامين الإعلامية من خلال هاتفه المحمول أو اللوحات الإلكترونية ومنه أصبح المشاهد يدخل مباشرة لصفحة الموقع لتتبع النشرات أو مختلف المواضيع الأخرى التي أصبحت متاحة على الساتل وفي نفس الوقت على صفحات الفيسبوك.

- **استحداث قسم خاص بالإنتاج:** عرف موقع التلفزيون نقلة نوعية بدأت في أواخر 2019 حيث تم استحداث صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك، تويتر، يوتيوب وانستغرام. قبل سنة 2018 كان التركيز فقط على النشرات فقط يتم تسجيل الفيديوهات وبعد ذلك يتم وضع النشرة على الموقع، وحتى فيما تعلق بالبرامج والحصص كان يتم اختبار مقاطع فقط من الحصص وبثها في الموقع، لكن مع تطبيق الاستراتيجية الجديدة لتطوير الموقع تم فتح باب التوظيف أولا ومعه تم استحداث قسم خاص بالإنتاج تابع لموقع، حيث يتم إنتاج كل ما له علاقة بالأخبار بعيدا عن مديرية الأخبار بحيث تم الاعتماد على كل تقنيات النشر الإلكتروني ما تعلق بالصوت والصورة. والنتيجة كانت تحقيق مشاهدات وصلت إلى 500 مليون مشاهدة للفيديو الواحد. هذا فيما تم الاستفادة من المحطات الجهوية وتم الاستعانة بالصحفيين لدعم قسم الإنتاج بالموقع بمختلف المواضيع من مختلف مناطق الوطن وبالأسلوب المعتمد في النشر الإلكتروني.

## 10. خاتمة:

تتضمن تلخيصا لما ورد في مضمون البحث، مع الإشارة إلى أبرز النتائج المتوصل إليها، وتقديم اقتراحات وتوصيات. عرف الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري قفزة نوعية في الشكل والمضمون مع بداية سنة 2020، تطور يراه بعض المختصين أنه جاء متأخرا نوعا ما النظر لمكانة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري في المشهد الوطني. لقد كانت فيه محاولات منذ إنشائه على تطويره وقد سعت إدارة المؤسسة العمومية في الاستثمار في العامل البشري وتقديم كل الامكانيات من أجل التكوين لكن لم يكن التكوين لوحده كافيا، البداية كانت بتكوين كل القائمين على الاتصال فيه من صحفيين وتقنيين على قلتهم وكثيرا ممن كانوا يشاركون في هذه التكوينات ليسوا من فريق العمل الخاص بالموقع كان فيهم البعض من الصحفيين والتقنيين ممن يعملون في مديريات أخرى وهذا ما أثر سلبا على اعطاء نفس جديد للموقع. في كل مرة يواجه التحديد في الموقع عدة مشاكل خاصة ما تعلق بتوفير الإمكانيات المادية والتقنية، فمن غير المعقول أن موقع بحجم موقع التلفزيون الجزائري كان يعمل بتقني واحد **un infographe** علما وأن عمل المواقع الإلكترونية الأكثر متابعة يعتمدون بصفة كبيرة على خبرة وإبداع التقنيين فيه. ولكن ما يلاحظ على الموقع بجلته الجديدة يمكن القول أن الموقع حقق نقلة نوعية منذ 2020 بعد أن تم توظيف العديد من التقنيين وحتى الصحفيين المختصين في الكتابة والنشر الإلكتروني.

استطاع الموقع الإلكتروني للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري أن ينافس مختلف المواقع الأخرى الخاصة وحتى العمومية في ظرف وجيز بداية من سنة 2020، حيث لم تتجاوز نسبة المشاهدات من 1999 إلى 2020 مليون مشترك لتتغير الأرقام والإحصائيات

مع بداية 2020 حيث وصل عدد المشتركين إلى 3 ملايين و2000 مشترك خلال السداسي الأول من العام ب 9 ملايين متصفح يوميا. كل هذا بفضل الاستراتيجية الجديدة التي اتبعتها إدارة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري ألا يضاف إليها التكوين المتواصل للعنصر البشري مع الحرص على توفير كل الامكانيات المادية والتقنية المواكبة للتطور التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصال والاعلام.

### أسئلة المقابلة:

- في غضون سنوات قليلة شهد الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري [www.entv.dz](http://www.entv.dz) نقلة نوعية خاصة نهاية 2019 وبداية سنة 2020 حيث عرف تطورا كبيرا مقارنة بالسنوات القليلة الماضية، وهذا من حيث الشكل والمضمون
- 1- ما هي الاستراتيجية التي انتهجتها إدارة الموقع لتطويره وما تأثير ذلك على محتوى المضامين الإعلامية؟
  - 2- ما هي الإمكانيات المادية البشرية المسخرة من قبل المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري التطوير الموقع؟
  - 3- سنوات 2018/2017 تم تكوين العديد من القائمين على الاتصال في الموقع لكن ذلك لم يكن له الأثر الإيجابي في تطوير الموقع. ما الشيء الذي تغير في سياسة التكوين وكيف أثر ذلك على محتوى المضامين الإعلامية في الموقع
  - 4- تم توظيف العديد من الصحفيين والتقنيين في الموقع من خارج المؤسسة كيف أثر ذلك على مستوى العمل المعدات والبرمجيات في مجال النشر الإلكتروني؟
  - 5- ما هي أهم البرامج والتقنيات الجديدة التي تم ادراجها في الموقع والتي ساهمت في إضفاء نقلة نوعية على محتوى الموقع؟
  - 6- قبل سنوات 2018/2017 لم يكن الموقع يمتلك خاصية البث المباشر ما يشاهده المتابع عبر الساتل يمكن متابعته فقط مسجلا على صفحات الموقع. كيف ساهم ادراج مواقع التواصل الاجتماعي وتقنية البث المباشر في زيادة عدد متبعي الموقع؟

### 11. قائمة المراجع:

#### • المؤلفات:

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
2. ابراهيم خليل إبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009.
3. جمال عبد ناموس القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية، الأردن، مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
4. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، ط1 (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014).
5. سيد بخيت، الصحافة والانترنت، ط1 (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000).
6. سلسلة مصطلحات معاصرة، الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية ط1، 2018.
7. ماهر عدة الشمالية ومحمود عزت اللحام مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014).

8. الأكاديمية العربية الدولية، الإعلام التفاعلي حسين أبو شنب.
9. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس آفاق المستقبل، ط1، عمان، دار الاعصار للنشر والتوزيع، 2015.
10. بركات عبد العزيز، مناهج الإعلام الأصيل النظرية ومهارات التطبيق، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2011.
- الاتصال التفاعلي بالانترنت وتأثيره على طلاب الجامعات السودانية / أطروحة دكتوراه 2015.
11. نائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، جانفي 2012.
12. jean perrault la logique de l'usage : essai sur les machine a communiquer  
paris flammariion 1989

● المقالات:

13. سلسلة مصطلحات معاصرة، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، العدد 18، 2018.
14. نجوى الفوال، قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، القاهرة، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 32 العدد 3، 1995.
- مواقع الانترنت: اسم الكاتب (السنة)، العنوان الكامل للملف، ذكر الموقع بالتفصيل:
15. عبد الوهاب بوخنوفة، الأطفال والثورة المعوماتية، التمثل والاستخدامات، العدد 2.
16. [www.entv.dz](http://www.entv.dz)
- [www.asbu.net/revue2form](http://www.asbu.net/revue2form)