

مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة

أ/ ريم الفول/ كلية العلوم الإنسانية

أ/ كنزة قوطال/ جامعة جيلالي بونعامة

تاريخ النشر: 2015/11/1

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى معرفة التغيير الذي طرأ في المؤسسات الإعلامية في ظل التطور التكنولوجي، والتعرف على أهمية الوسائط الجديدة ومكانتها في المؤسسات الإعلامية ومن تم تحديد دور وأهمية الإعلام الجديد في خدمة المستخدم والمؤسسة الإعلامية، حيث أن الوسائط الجديدة هي من أهم الوسائل الإعلامية التي تعمل جاهدة في مواجهة التحديات، من ثقافات غربية وسلوكيات جديدة، وتأصيله في الجانب الإلكتروني واستغلال الانترنت للتوعية والارشاد، إذ تعتبر تغذية راجعة للمؤسسات الإعلامية مما يساعد في تطويرها وزيادة تأثيرها على المتلقي، كما هدفنا هو لفت انتباه المؤسسات الإعلامية والعاملين في مجال الاعلام بشكل عام إلى تبني هذا المنهج من إعلام الجديد بهدف تكوين منظومة قادرة على مواجهة الصعوبات، توصلت العملية البحثية الميدانية إلى اعتبار أن للوسائل الاعلام دورا فريد في تغطية الاحداث السياسية والاجتماعية البارزة والمفارقات المجتمعية فهي تلعب الموقف الوسيط بين السلطة والمجتمع المدني، هذا الدور الذي يعتبر فرصة واختبارا موضوعيا لكشف مصداقية الاعلام وزاد هذا الدور خاصة بعد التطور التكنولوجي الذي مس مختلف نشاطات هذه المؤسسات الاعلامية في مختلف جوانبها المهنية والتحريرية.

الكلمات المفتاحية: مظاهر التغيير، المؤسسات الإعلامية، الوسائط الجديدة.

Aspects of Change in Media Institutions in the Age of New Media

Asst. Prof. Reem Al-Foul, Faculty of Humanities

Asst. Prof. Kenza Qoutal, Djilali Bounaama University

Publication Date: 1/11/2015

Abstract

This study aims to explore the changes occurring within media institutions in the context of technological advancements, with a focus on understanding the significance and role of new media within these institutions. The study seeks to identify the role and importance of new media in serving both the user and the media institution. New media are among the most significant tools working to confront various challenges, such as Western cultures and new behaviors, while also grounding themselves in the digital sphere and leveraging the internet for awareness and guidance. New media serve as a feedback mechanism for media institutions, contributing to their development and enhancing their impact on audiences.

The research also aims to draw the attention of media institutions and professionals to the necessity of adopting this new media approach to build a system capable of addressing challenges. The field research findings indicate that media outlets play a unique role in covering major political and social events, as well as societal contradictions. They serve as intermediaries between authorities and civil society. This role is both an opportunity and an objective test of media credibility, a role that has been further enhanced by technological developments affecting various professional and editorial aspects of media institutions.

Keywords: Aspects of Change, Media Institutions, New Media.

تمهيد:

فرضت التحولات الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والثقافية في الآونة الأخيرة، الاهتمام أكثر بالمؤسسات الاعلامية كونها مطلبا اجتماعيا وحياتيا ضروريا تضطلع اليه المجتمعات بمختلف مكوناتها واطيافها، و احدى قضايا التنمية دائمة الحضور في الجدل هي تطوير العمل الاعلامي وفق متطلبات العصر، لما له من

أهمية في خلق مستقبل أفضل للفرد والمجتمع في ظل عالم سريع التطور والتغيير، حيث أضحت المؤسسات الاعلامية التي تؤدي مهامها بسهولة في بيئة الويب سمة من سمات تطور العصر وتقدمه ، حيث اتسعت دائرة مفهومها لتتخطى مجرد عرض للأخبار ووصف للواقع لتشمل معالجة وتفسير جوانب الحياة المختلفة، بحيث يتسنى للمتلقي أن يعرف مشاكل غيره ويسهم ويتفاعل في حلها بما يوفر حياة أفضل ويحقق الامن والاستقرار والرفاهية، و قد أكد العديد من المهتمين بمجال الاعلام في ظل الوسائط الجديدة على ضرورة خلق توازن بين التطور التكنولوجي التقني والعمل الاعلامي من اجل ضمان المزيد من التنوع والثراء الثقافي لتطوير المجتمعات وتطبيق آليات الهندسة الاجتماعية للإعلام الجماهيري الذي ينصب على كيفية توجيه الجمهور لخدمة المجتمع و لإعلام معا بالتفاعلية التامة والدائمة. وقد سهلت الوسائط الجديدة أو المتعددة الممارسة في مجال هذا المجال، خلال السنوات الأخيرة، حيث عبر عنه على انه تحدي ومطلب صعب المنال أمام أي دولة وكذا الساهرين على نجاح هذا المشروع الإعلامي. فالانفجار الإعلامي خلال السنوات الأخيرة جعل الكثير من الدول وخاصة التي لم تكن السبابة في إدخال هذه التكنولوجيا، تبدو كحالة شاذة في الإعلام، يناط بها تسليط الاضواء حول المؤثرات السلبية التي تعوق مسيرة التقدم المؤسسات الاعلامية في الجانب التكنولوجي في المجتمعات بل يجب أخذ زمام المبادرة في طرح الخطط الاعلامية واثارة المعرفة الانسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي الاعلامي والمعرفي بما يحيط به بشكل عام.

- مشكلة الدراسة:

إن مهنة الإعلامي مهنة حديثة النشأة وتحتل مكانة كبيرة وأساسية في مجتمعاتنا الحالية، بل وأصبحت الحاجة ماسة للأفراد فهي ركيزة مهمة من ركائز العملية الإخبارية، ونظرا للتطور الهائل وتنوع الحاجات وظهور تكنولوجية المعلومات الحديثة فإن ذلك ساعد على ظهور تنوع وتطور في العمل الإعلامي،

حيث ساعد الأفراد على الوصول إلى التقليل من ضرورة التنقل الميداني وسرعة إيصال المعلومات وأصبح التنافس حادا في هذا المجال باستخدام مختلف الوسائط. فكيف يمكن أن نجعل من التغيير الذي تعيشه المؤسسات الاعلامية في ظل الوسائط الجديدة، وسيلة لتحقيق اهدافها وعنصرا فعالا في خدمة المستخدم؟

- أهمية البحث:

إن العملية الإعلامية التي تسود أي مجتمع تحتاج إلى تكامل الأدوار بين مختلف دوائر المؤسسات الإعلامية، حيث تأخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية الثورة الرقمية التي غيرت العالم الذي نعيشه، بشكل مثير حيث برزت تكنولوجيا المعلومات وأصبحت جزءا لا يتجزأ من بيئتنا، وأصبحت تستخدم بشكل كبير في حياتنا اليومية، حيث اتسع نطاق استخدام الإنسان لما تقدمه تكنولوجيا المعلومات ولعل أهم ما أنتجته هذه الثورة هو توظيف الإعلام في خدمة المجتمع، لكونه من أهم الميادين التي تخدم توجيه الرأي و تزويد الأفراد بالأخبار الصحيحة والمعلومات الواضحة، بوصفه يسهم بشكل مباشر في بناء الأجيال، تنشئة الأفراد و تحديد مستقبل الأمة. حيث أن الوسائط الجديدة هي من أهم الوسائل الإعلامية التي تعمل جاهدة في مواجهة التحديات، من ثقافات غربية وسلوكيات جديدة، وتأصيله في الجانب الالكتروني واستغلال الانترنت للتوعية والارشاد، إذ تعتبر تغذية راجعة للمؤسسات الإعلامية مما يساعد في تطويرها وزيادة تأثيرها على المتلقي، كما هدفنا هو لفت انتباه المؤسسات الإعلامية والعاملين في مجال الاعلام بشكل عام إلى تبني هذا المنهج من إعلام الجديد بهدف تكوين منظومة قادرة على مواجهة الصعوبات.

- أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

- معرفة التغيير الذي طرأ في المؤسسات الإعلامية في ظل التطور التكنولوجي.

- التعرف على أهمية الوسائط الجديدة ومكانتها في المؤسسات الإعلامية.
- تحديد دور وأهمية الإعلام الجديد في خدمة المستخدم والمؤسسة الإعلامية.
- مصطلحات الدراسة:
- المؤسسة الإعلامية:

هي مجموعة من الافراد القائمين بالوظائف والجهود في مؤسسة ويمتلكون القدرة على التسيير وتقوم الإدارة على ما يسمى بالتسلسل الهرمي للسلطة والقيادة، مهامها هي جمع حقائق من الواقع في مختلف المجالات وعرضها للجمهور⁽¹⁾

- الوسائط الجديدة:

تتكون كلمتي الوسائط الجديدة باللغة الإنجليزية من مقطعين " multi - media"، كلمة multi تعني المتعددة، وكلمة media تعني وسائل أو وسائط، و التي تعني استخدام مجموعة من الوسائط مثل الصوت، الصورة، مقطع فيديو بصورة متناسقة ومتكاملة⁽²⁾.

كما تعرف في الاصطلاح على أنها البرمجيات الحاسوبية التي تستخدم النصوص الكتابية والصوت مثل (الموسيقى والغناء) والصورة مثل (الرسومات، الخرائط والصور الفوتوغرافية)، والحركة مثل (النصوص المتحركة، الرسومات المتحركة، الصور الكرتونية، وأفلام الفيديو...) بأوقات مختلفة وبشكل متتابع، ويتطلب تنفيذ البرمجيات الحاسوبية التي تستخدم الوسائط الجديدة معالجا سريعا وصفة تخزينية عالية⁽³⁾.

ويورد السيد مرعي تعريف RANDALL راندال للوسائط المتعددة حيث عرفها من خلال ثلاث محاكات رئيسية هي: ⁽⁴⁾.

المحك الأول: أن الوسائط المتعددة هي أية حزمة من المواد التي تتضمن دمجا للنصوص والرسوم البيانية والصور الثابتة والوسائل السمعية ولقطات الفيديو.

المحك الثاني: عملية جمع وتصميم هذه الموارد ودمجها بطريقة تتيح للمستخدمين استعراضها، ومراجعتها وتحليلها من خلال وسائل البحث والتصنيف الكمبيوترية المتعددة إضافة إلى إمكانية تجسيدها أمام المستخدم.

المحك الثالث: تنفيذ وإنتاج الوسائط المتعددة بأسلوب يجعلها متمركزة حول المستخدم، فمن خلال الوسائط المتعددة التفاعلية يتحكم المستخدم في الخصوصية المعروضة، حيث يكون قادرا على الاختيار من البدائل المتعددة، وانتقاء أساليب تعلم فريدة حسب متطلباته الفردية.

فالوسائط الجديدة بصفة عامة: هي توليفة متفاعلة أو مزيج متكامل من النصوص والأصوات والصور والرسوم الثابتة والمتحركة ولقطات الفيديو ضمن برامج متنوعة، يمكن للمستخدم الاستفادة المساهمة في تشكيلها، والمشاركة في توظيفها وتحريكها ضمن رحلة التصفح والملاحة والتجول. ومن ثم استرجاع المعلومات بشكل سريع ومفصل ومرئي ومسموع. بالإضافة إلى تتبع مسارات النصوص أو المعلومات كشبكة كثيفة من العلاقات المتداخلة للشعب التفاعلي والعرض الديناميكي المتناسق⁽⁵⁾.

أما في المفهوم الإعلامي للوسائط الجديدة يرى محمد عبد الحميد بأنها: "حزمة من الوسائط الإعلامية الرقمية التي تشمل النص، والصورة بأنواعها والصوت والرسوم، ويتم إنتاجها وعرضها وتقديمها في موقع واحد أو مواقع متعددة، وتتفاعل وتتفاعل وظيفيا في إطار نظام مؤسس يتيح للمتلقى الوصول والتجول والاختيار الحر بجانب المشاركة في بناء المعنى، كما يرى محمد فلحي بأنها: توافق أو تزامن في استعمال أكثر من وسيط إعلامي إلكتروني في الحاسوب، والأنواع الأساسية المتاحة في الوسائط الإلكترونية هي النص المكتوب، والتصوير والرسم والصوت والصورة المتحركة (الفيديو)، ونقل هذه الوسائط على أقراص مدمجة يجعلها وسيلة إعلامية يمكن مشاهدتها على شاشة الحاسوب⁽⁶⁾.

I. مراحل تطور الوسائط الجديدة:

مرت الوسائط المتعددة بأربع مراحل وهي: ⁽⁷⁾

• مرحلة الحوار السقراطي:

ويقصد به استخدام الحوار كوسيلة متفاعلة، حيث يتفاعل الأفراد مع الفكرة، ومن ثم فإن التحفز لشيء معين كالتعليم يتم عندما يكون لازماً على الأفراد أن يفكروا في الأسئلة التي يتضمنها الحوار السقراطي والتي تكون مبنية ومرتبطة على أعلى مستوى وهذا الشكل من أشكال التفاعل يختلف كلياً عن التفاعل الذي يتم في حجرات الدراسة الحالية.

• مرحلة عصر الثورة الصناعية:

وفيها يتفاعل المستخدم مع الكتاب والسبورة والورق، حيث يتم باستخدام الوظائف العقلية، وتحت سيطرة فرد آخر مثل المعلم وعلى هيئة أفكار منظمة وذات تتابع مع بداية الموضوع لنهايته، ومن السهل للصعب.

• مرحلة التكنولوجيا السمعية البصرية:

واشتملت هذه المرحلة على العديد من عناصر التفاعل من الكتب والموسيقى وأفلام وشرائط التسجيل والتلفزيون وكان الأفراد يتفاعلون مع الموضوعات من خلال المشاركة في مناقشة المعلومات أو بتدوين الملاحظات، وكان الهدف من هذا النوع من التفاعل هو نقل المعلومات من فرد أعلى رتبة لآخر أقل رتبة، وهذه العملية تتم من خلال التعلم المتتابع حيث تكون المعلومات مبنية على التعلم السابق.

مرحلة تكنولوجيا المعلومات:

وهي من أحدث المراحل وتتم باستخدام تكنولوجيا جديدة ساعدت على تقديم المعلومات بأشكال جديدة بالإضافة لأشكال تقديمها القديمة مع تحديثها، حيث استخدمت الأقراص المدمجة CD-Room وإسطوانات الفيديو الرقمية DVD وشبكات التعليمية المحلية LAN ، ومؤتمرات الفيديو، والتعليم المفتوح، والفيديو التعليمي، والتلفزيون الرقمي، ومؤتمرات الفيديو .والانترنت والبريد الإلكتروني وغيرها من مستحدثات تكنولوجيا المعلومات.

II. واقع المؤسسات الاعلامية في ظل الوسائط الجديدة:

تتبع أهمية المؤسسة الاعلامية من أهمية موادها ومواضيعها وكيفية تحريرها التي أصبحت تطرح جدالا واسعا بين جميع الاوساط الاعلامية والسياسية والثقافية والاجتماعية بل وعلى المستوى الشعبي حول أهمية الدور المتنامي للإعلام في ظل بيئة الويب والتطور التكنولوجي لتعرف على واقع المؤسسة الإعلامية ومدى

استجابتها لهذه المستجدات التقنية ومحولاتها مواكبة تطورات العصر المتلاحقة ويجاد المساحة المشتركة بين الإعلامي التقليدي والالكتروني لتطوير الممارسة الاعلامية بشكل عام.

وقبل الحديث عن واقع المؤسسة الاعلامية في ظل الوسائط الجديدة ومدى التغيير الذي طرأ في ممارساتها وتسييرها لموادها الاعلامية لابد من ضبط بعض مفاهيم المصطلحات الاعلامية فالمؤسسة الاعلامية هي مقر تسيير وسائل الاعلام التقليدية منها و الحديثة (الإذاعة – التلفزيون – الراديو – الصحف و المجالات- الوسائط الجديدة) وهي تلك المملوكة من طرف الدولة او الخاصة، لها امكانيات بشرية و مادية و تقنية ، مهامها نقل الحدث للجمهور وفتح مجال النقاش في مختلف المجالات وهي تعكس النظام السياسي والاجتماعي لكل دولة و كذا طبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الاعلامية. (8)

ولعل الوسائط الجديدة تعتبر من أهم سمات العصر الحديث بالإمكانية التفاعلية التي تتيحها التقنية على اختلاف مسمياتها، وبطبيعتها التي تتميز بالآنية والسرعة في نقل المعلومات تجعلها الوسيلة الامثل للتواصل، أضف الى ذلك سهولة الاستخدام لهذا الوسيط من دون ان يكون للمستخدم خبرات تقنية عالية او أي اختصاص في البرمجة المعلوماتية(9).

ومن مظاهر اندماج الوسائط الجديدة والاعلام هو تغيير ممارسة المؤسسة الإعلامية حيث ظلت بيئة العمل الاعلامي لسنوات طويلة تتبع منهج يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الاعلامي من نقطة الى نقطة في مسار محدد حتى يصل الى الجمهور في صورة خبر او تقرير او برنامج معين عبر وسيلة اعلام تقليدية (10).

في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الاعلامي باستخدام مختلف الوسائط ليتخذ مسار يتسم بالتنوع والقائم على التعدد والبدايل والخيارات والسهولة

والبساطة، حيث حددت اربعة مراحل لعمل المؤسسة الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة كالتالي: (11).

• المرحلة الأولى:

ساحة الاحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيون المحترفون التابعون للصحف او القنوات التلفزيونية بل أصبحت تضم صحفيين هواة ومستقلين وغير محترفين وربما في كثير من الاحيان غير معروفين بذواتهم وذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما للدفع بالخبر.

• المرحلة الثانية:

جهة الاتصال وفيها يزداد التنوع وتظهر المزيد من التفرعات والقنوات الالكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة حيث ظهرت مؤسسات غير صحفية تنافس المؤسسات الإعلامية في مهامها منها أفراد مستقلون وهيئات وجهات دولية او هواة، وعليه بات على المؤسسة الاعلامية أن تدير الخبر بطريقة مختلفة حيث أصبحت تتعامل مع نسخة ورقية ونسخ الكترونية وكذا بث الرسائل الإعلامية عبر الهواتف المحمولة حيث تحررت المادة الإعلامية وزاد الإرشيف الالكتروني وذلك من خلال تحديث قواعد البيانات للبحث عن مصادر إضافية للخبر، مما يتطلب من المؤسسة الاعلامية ان يتوفر لديها نوع من التداخل والتفاعل بين الصحفيين و طريقة العمل التقني واخصائي تصميم صفحات الويب و ادارة الموقع، و تركيب البرامج بالتحديث الدوري للمحتوى، لذلك أصبح دور المؤسسة الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل في الممارسة الإعلامية الحديثة.

● المرحلة الثالثة:

وهنا نحن بصدد الحديث عن موقع المؤسسة الاعلامية على الانترنت مقابل النسخة الورقية او البرنامج الفعلي. حيث من المنطقي أن تصل بنا المراحل السابقة الى جمهور مختلف كلياً عن الجمهور التقليدي، فالخدمات والمنتجات الالكترونية تهيئ للجمهور بدائل مزودة بقدر من الادوات تمكنه من التفاعلية بتلقائية، حيث تحول من جمهور الى مستخدم ومن قارئ ومستمع الى مشارك في صنع الحدث حيث أتاحت له الوسائط المتعددة إمكانية الطبع، النسخ، التوزيع، التصوير والتسجيل... وغيرها من مهام المؤسسة الاعلامية والصحفي الحقيقي.

III. أهم مظاهر التغيير في المؤسسات الاعلامية:

أحدث التطور التكنولوجي الذي عرفته المؤسسات الإعلامية خلال السنوات الاخيرة تحولات كبرى في ممارساته وأسلوبها لعملها يكاد يصل درجة الانقلاب الجذري، هذه التغييرات حدثت على مستوى جميع وسائل الاعلام سواء العامة أو الخاصة المطبوعة منها والسمعية البصرية.

1. مظاهر التغيير في الصحافة المكتوبة:

شهد العالم في الآونة الاخيرة زيادة معتبرة في عناوين الجرائد والمجلات العامة والخاصة وحتى المتخصصة لكن الأمر لا ينتهي عند زيادة العناوين او عدد السحب إلا أنه يتعدى إلى ظهور أليات جديدة وتقنيات متطورة في عملية الانتاج الصحفي من خلال ادخال الحواسيب والهواتف الذكية والاتصالات في مختلف مراحل جمع المعلومة وتحرير الخبر والانتاج بدءاً من توصيل المادة الإعلامية الى مقر الجريدة او المجلة عبر شبكة الانترنت خاصة تقنية الجيل الثالث والرابع بالاستعانة بالأجهزة المتطورة والانتاج الطباعي وتحرير النصوص والصور عبر شاشات الحواسيب وانتهاء بعملية الإخراج الكامل للصفحات حيث تخرج أجهزة من

الحاسوب الى سطح الطابع مباشرة، هذا من جهة و كذا استخدام التكنولوجيا الرقمية في عرض الصور الفوتوغرافية .

وتطورت اساليب توثيق المعلومات حيث اختفى الارشيف التقليدي وعوض بالأرشيف الالكتروني بأقراص أو ملفات على الحواسيب أو على الهواتف الذكية، كما تم ربط الصحيفة ببنك معلومات محلية و دولية ،ولعل اهم تغير عرفته الصحافة هو النسخة الالكترونية على شبكة الانترنت و كذا ظهور جرائد و مجلات الكترونية هذا هو التطور التقني الكبير مقارنة مع الممارسات الاعلامية الاخرى باعتبار هذه الاخيرة تسمح لصحفي سواء التابع للمؤسسة الاعلامية لها كيان واقع او افتراضي ان يرفق النص المكتوب برسومات و صور و بيانات مكملة كما تسمح للمستخدم أن يبدي رأيه ويعلق و يتصل بكل حرية بكاتب المقال او مع مستخدم آخر من خلال الوسائط الجديدة.

ويمكن أن نلخص أهم مظاهر التغير للممارسة الصحفية فيظل هذه الوسائط كالتالي: (12)

أ. على مستوى تحرير المادة الاعلامية:

استعمال الوسائط الجديدة خاصة الهاتف الذكي والذي أصبح جزءا لا يتجزأ من العمل الصحفي والبرامج المختلفة للإنتاج الصحيفة والمجلة بتخزين المواد المنشورة كمصدر من مصادر المعلومات الاولى، ويستخدم الكمبيوتر كطابع للصحيفة منتج لها حيث يطبع الصحفي المستخدم نصه وصور ورسومات ويخزنها. ب. على مستوى العمل داخل المؤسسة الاعلامية (جريدة أو مجلة):

ان دخول المؤسسة الإعلامية بيئة الويب حمل العديد من التغيرات في سر العمل داخل مقر الصحيفة او المجلة خاصة في غرف التحرير والإنتاج والتصميم والإخراج، حيث أصبح يعتمد على الحاسوب كوسيلة نشر الكترونية من حيث تلقي الأخبار من وكالات الأنباء ومن المصادر الأولية، وأصبحت الهواتف الذكية

والألواح من مميزات العصر لكونها ساعدت كثيرا في عملية السبق الصحفي، ومن ثم توزع على الصحفيين، دون أن ننسى أهمية الانترنت هنا في تحديد الموقع الجغرافي في البحث عن الخبر وكذا الخصوصية في مجالات البحث. ت. على مستوى تصميم الجريدة وإخراجها:

أصبحت المؤسسة الإعلامية تصمم صفحات الجرائد والمجلات على شاشة الوسائط الجديدة سواء النسخة الورقية والالكترونية، تحميل الصور اللازمة لمختلف المقالات وإرسالها عبر الشبكة الداخلية للمصمم الصفحات لتصميمها الكترونيا، ومن ثم ترسل بصفتها النهائية إلى مختلف الدول الاخرى أين تطبع وتباع أيضا من مكان انتاج الصحيفة ويستغرق الأمر أقل من دقيقة.

2. مظاهر التغيير في الاذاعات:

اتجهت الاذاعات في ظل الوسائط الجديدة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال نحو الجوارية والمحلية ونحو التخصص أكثر في المادة الاعلامية والجمهور المتلقي خاصة بعد الانتقال من نظام AM الى نظام FM وأصبحت الإذاعة الان مثلها مثل التلفزيون تعمل بالنظام الرقمي عبر حزمة من الترددات بمحطات رقمية دائما عبر الوسائط الجديدة وشبكة الانترنت، وأصبح العديد من المحطات الاذاعية تبث برامجها بواسطة الانترنت ومما زاد عدد مستخدمي الإذاعة على الوسائط المتعددة هو إمكانية الاستماع الذاتية للراديو مع التصفح على الويب بكل حرية ، و قد حل جهاز الحاسوب والهاتف محل جهاز الراديو التقليدي للاستماع للأخبار والموسيقى والاشهار، كل هذا يعني التغير في الوسيلة والعملية لاستماع الإذاعة واستخدام برامج الحاسوب في بث البرامج و أيضا التحكم في تصميمها و بفضل إدماج جهاز الراديو مع الوسائط المتعددة زاد عدد المستخدمين وزادت التفاعلية أكثر.

مظاهر التغيير في مؤسسة التلفزيون:

أدى استخدام الأقمار الصناعية الى حدوث تغيير ملموس في العمل التلفزيوني، فقد مكن البث من تخطي الفواصل الجغرافية و كذا تحقيق الأنية في نقل الاخبار و البرامج و هذا ساعد في تقديم المادة الاعلامية حال وقوعها مما جعل المشاهد يتفاعل مع الحدث ويتعاش معه بشكل مباشر، و لقد أجمع جل العاملين في القنوات التلفزيونية و على رأسها الخاصة ان التمويل الخاص هو الذي ساعد التلفزيون على التطور والتغيير في طريقة البث وكذا برمجة و تصميم البرامج والحصص و تحقيق التفاعلية بالبث المباشر الفردي و الجماعي عبر الوسائط المتعددة لمادة حية غير مسجلة على الهواء مما يجعل الجمهور المستخدم مشاركا رئيسيا في التلفزيون، بالإضافة الى ما هو الحال في المؤسسات الاعلامية السابقة هو العمل ضمن شبكة داخلية تسمح بإرسال المعلومات عبر الإميل من خلال الهواتف الذكية، من المحرر للمصمم للمذيع الى غير ذلك، ما الوسائط الجديدة لخلق نمط جديد من البث للبرامج عبر الانترنت و ظهور العديد من القنوات الالكترونية الرقمية بمؤسسات افتراضية. حيث أصبحت المهنة الاعلامية تمارس بحرية أكثر والمضامين غير المسموحة بالبث في التلفزيون الواقعي تبث في التلفزيون الافتراضي عبر شبكة الانترنت باستخدام الوسائط المتعددة (13).

IV. دور الوسائط الجديدة في خلق نمط اعلامي معاصر:

للسائط المتعددة دور كبير في العالم الاعلامي المعاصر منها: (14)

- تساعد الاعلاميين على الربط بين المعلومات من حيث عرضها في أشكال متنوعة من بينها النص الكتابي، الرسوم، الصورة وغيرها.
- تساعد على تحقيق الأهداف المختلفة، مثل الأهداف المعرفية، السبق الصحفي، الأنية...

- استخدامها يوفر متعة وجاذبية للمستخدمين بصفة عامة، وللعاملين بالمؤسسات الإعلامية بصفة خاصة.
- تزيد من دافعية الإعلامي من خلال تسهيل عملية العمل.
- تقدم أساليب تعلم ذاتية متنوعة الأشكال وبحسب قدرات المستخدم المختلفة.
- إثراء التعليم بتوسيع خبراتهم وتسير بناء المفاهيم وتغطي الحدود الطبيعية والجغرافية حيث أن هذه الحدود تتضاعف بسبب التطورات التقنية التي جعلت من البيئة المحيطة بالمؤسسة بما توفر لهذه البيئة من وسائل اتصال متنوعة تعرض المادة التعليمية بأساليب مفيدة وجذابة⁽¹⁵⁾.
- كما أثرت التطورات الهائلة للوسائط الجديدة في الاتصال الجماهيري عبر المؤسسات الاعلامية بخلق نمط اعلامي جيد ومعاصر في مختلف الجوانب كالتالي:

- مع التدفقات التقنية الاعلامية الجديدة فان مفاهيم المؤسسات الاعلامية ونظم الاتصال الجماهيرية اخذت اشكال جديدة واجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع متغيرات بيئة الويب التي فرضتها من صحافة الكترونية وتلفزيون الكتروني الى مدونات وصفحات اخبار على مواقع التواصل الاجتماعية و رسائل sms على الهواتف الذكية للأخبار والاحداث العالمية مروراً بخدمات النشر الاعلاني على الانترنت وخدمات بث الاخبار العاجلة عبر البريد الالكتروني.
- تغير نمط استخدام المؤسسة التقليدية لدى الجمهور المتلقي حيث اصبحت المؤسسة التقليدية تبث مادتها الاعلامية عبر الوسائط الجديدة.
- ظهور مستحدثات في مجال صف الحروف وتوضيب المقالات ونظم الطباعة والارسال والتصميم في الجرائد والمجلات.
- ظهور نسخ الكترونية للوسائل الاعلامية الجزائرية كافة و ظهور مؤسسات إعلامية إلكترونية ذات هوية ومؤسسة رقمية تنشط بكل حرية.

- اندماج الوسائط الجديدة والانترنت في المهام والممارسات الاعلامية كافة حتى أصبحت المقابلات مع المشاهير والشخصيات البارزة تتم عبر السكايب أو مواقع التواصل الاجتماعي دون التنقل بطريقة الكترونية.
- مرور المادة الاعلامية في مراحل التصميم والإنتاج كافة عبر الحاسوب والبرامج لكي تظهر بشكل النهائي وتعرض على الجمهور المستخدم والمتلقي.
- استخدام الحاسوب كجامع لمختلف المؤسسات الاعلامية مع امكانية التعليق والتواصل مع صاحب المضمون الاعلامي بكل حرية وتفاعلية.
- أصبحت المؤسسة الإعلامية تتسم بالعالمية أو الدولية، إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال امكانية عرض المادة الاعلامية بطريقة عابرة للوطن.
- مكنت الوسائط الجديدة السرعة في تغطية الأحداث واختصار المسافات الزمنية بين الحدث وانتشار الخبر وتم الغاء الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاث: حوت الخبر، بث الخبر، تشيع الخبر حيث أصبحت تغطية الاخبار ونقله فور وقوعها.
- انتقال كل ما تملكه المؤسسة الاعلامية من ميزات في يد المواطن البسيط بفضل الانترنت، فلم يعد متلقيا، بل شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية، وفاعلا في الوسائط الجديدة من مدونات ومواقع التواصل الاجتماعية.
- مكنة المؤسسة الإعلامية في ظل الوسائط الجديدة لملايين المستخدمين المشاركة المجانية للتعامل مع المادة الإعلامية، مع خلق مزيج من الثقافات وتبادل الأخبار والآراء والحقائق وذلك من خلال علاقات تفاعلية مع مختلف المستخدمين حيث هي علاقة ذات طبيعة ديناميكية بوجود حرية التعبير والمشاركة الفعالة في صنع الخبر وتداول المعلومات.

IV. الحلول المقترحة لجعل من التغيير الذي تعيشه المؤسسات الاعلامية في ظل

الوسائط الجديدة، وسيلة لتحقيق اهدافها وعنصرا فعالا في خدمة المستخدم:

- يجب تطوير مفهوم العمل الاعلامي المعاصر بشكل أوسع ليتجاوز نشر الثقافة العامة إلى مستوى صناعة إعلام متخصص يناقش قضايا العلم و البيئة ومستجداته مواكباً لتطور الإعلام ولغة الصورة مستهدفاً القضايا التي لها صلة بالعلم لكنها وثيقة الصلة بقضايا الرأي العام .

- تشجيع تأسيس مؤسسات إنتاج إعلامية بمؤهلات تكنولوجية، تعمل على البحث عن الآليات والمنافذ المناسبة لتسويق المادة الاعلامية التي تحقق التنمية المستدامة.

- تأهيل الأكاديميين العلميين في مجال الإعلام الالكتروني المتخصص وتوسيع دائرة عملهم في المؤسسات الإعلامية؛ بوصفهم كتاب ومحررين علميين ومعدنين وكذلك توظيف الإعلاميين العلميين في المكاتب الإعلامية للمؤسسات العلمية أو المتصلة بالعلم للعمل كمنسقين وضابطي اتصال بين المؤسسات العلمية والإعلامية في بيئة الويب.

- العمل على تطوير مضامين و طرق عمل القنوات كي تصبح مادة جذب جماهيري مشوقة، وهذا من خلال طرح أفكار جديدة برؤية ومعالجة فنية متميزة بالاعتماد على الوسائط الجديدة؛ مما يضمن لها أوقات بث مناسبة تكون جاذبة للإعلانات.

- البحث في الوسائل المناسبة لبحث المؤسسات البحثية والعلمية على دعم وإنتاج الاعلام الخاص الالكتروني ؛ للتعريف بها وبباحثيها ومجالات اهتماماتها، ونشر الثقافة العلمية بين الجمهور.

- طرح الإعلام الالكتروني ضمن المقررات الدراسية الجامعية العامة مثل الثقافة العلمية خلال سنوات الدراسة، باعتبار أن التعليم الحديث يعتمد على تقنيات الوسائط المتعددة.
- يجب أن تكون من مخرجات البحث العلمي توصيات بدعم الإعلام الجديد ، واستحداث قوانين ضمن المؤسسات الاعلامية بها آلية للربط بين المؤسسات الأكاديمية و الإعلام المتخصص بحيث تكون هناك رفع في الثقافة الحقيقية للمواطن.
- تأسيس مركز متخصص للإنتاج الإعلامي الجديد يُعنى بدفع هذا المجال وتطوير بما في ذلك إعداد كوادر علمية إعلامية متخصصة و تأهيل الراغبين من الأكاديميين الجزائريين للإنجاز في هذا المجال على أن تكون من ضمن مهام هذا المركز إعداد مادة اعلامية ناتجة من القطاع الخاص تمثل فضاء حرية التعبير .
نتائج الدراسة:
- سهلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال المهام للمؤسسات الاعلامية لكن لا يزال استخدامها سطحيًا.
- بدأت مهام ومكانة المؤسسات الاعلامية تتلاشى في ظل الاعلام الجديد.
- عدم مواكبة المؤسسات الاعلامية تطورات العصر فمختلف الوسائط الجديدة المستخدمة ما هي الا مظهر خارجي فقط.
- عدم الانفتاح على خبرات الآخرين فيجب ان لا تترك المؤسسة الاعلامية وسيلة عصرية الا واستفادة منها في سبيل تحقيق اهداف الاعلام.
- قلة التنوع في الاسلوب والبرامج وابتكار طرق إقناعية أكثر وعدم التركيز على سرد الواقع دون تأثير او جذب للانتباه.

- عدم الاهتمام بجميع فئات المجتمع المختلفة فكل حسب ذوقه ومستواه التعليمي واحتياجاته وذلك بتقديم برامج أكثر عصريّة تلبي احتياجات الشباب الذين وجدوا ما يحتاجونه في الاعلام الجديد.
- ضعف اهتمام ادارة المؤسسة الاعلامية باستخدام تكنولوجيا الاتصال وكذا البرامج المتطورة والتقنيات الحديثة.
- قلة الاعلاميين المؤهلين والمدرّبين على التعامل مع الوسائط الجديدة في مجال الإعلام.

خاتمة:

توصلت العملية البحثية الميدانية إلى اعتبار أن للوسائل الاعلام دورا فريدا في تغطية الاحداث السياسية والاجتماعية البارزة والمفارقات المجتمعية فهي تلعب الموقف الوسيط بين السلطة والمجتمع المدني، هذا الدور الذي يعتبر فرصة واختبارا موضوعيا لكشف مصداقية الاعلام وزاد هذا الدور خاصة بعد التطور التكنولوجي الذي مس مختلف نشاطات هذه المؤسسات الاعلامية في مختلف جوانبها المهنية والتحريرية.

ولعل من أبرز مظاهر التطور هو انتشار القنوات التلفزيونية الخاصة و البرامج بالتقنيات العالية مما أدى الى نشأة اهتمامات خاصة و محددة لدى جمهور المشاهدين، و اصبح من المفروض على القائمين على الصناعة الإعلامية التعبير عن هذه الاهتمامات لتلبية احتياجاتهم الإعلامية، و ترصد الحياة الواقعية لدى المجتمع في مختلف المجالات الاجتماعية والسياسية و الثقافية، و تعزيز الهوية الثقافية و ترسيخ القيم الوطنية بمضامين إعلامية نابغة عن القطاع الخاص الذي سيصبح مجالا للتعبير عن آراء الأفراد بكل حرية و هذا ما يوفره الإعلام الجديد في الوقت الراهن.

هوامش البحث

- 1- محمد صاحب السلطان: إدارة المؤسسات الإعلامية، ط2، بدون دار النشر، 2015، ص15.
- 2- حاتم يوسف أبو زائدة : فاعلية برنامج بالوسائط المتعددة لتنمية المفاهيم والوعي الصحي في العلوم لدى طلبة الصف السادس الأساسي، رسالة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، تكنولوجيا التعليم، الجامعة الإسلامية، غزة، 2006، ص11.
- 3- الفار إبراهيم عبد الوكيل: الوسائط المتعددة التفاعلية، الدلة لتكنولوجيا الحاسبات، طنطا، مصر، 2000، ص210.
- 4- مرعي السيد: الوسائط المتعددة ودورها في مواجهة الدروس الخصوصية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ط1، 2009، ص49.
- 5- مجبل لازم مسلم المالكي: الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المكتبات ومراكز المعلومات، مجلة آفاق الثقافة والتراث، العدد 55، السنة الرابعة، أكتوبر 2006، ص131.
- 6- محمد فلحي: النشر الإلكتروني الطباعة، والصحافة الإلكترونية، والوسائط المتعددة، دار المناهج، الاردن - عمان، 2005، ص97.
- 7- فرجون خالد محمد: الوسائط المتعددة بين التنظير والتطبيق، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2004، ص124.
- 8- الكاتب سعود: الاعلام القديم والاعلام الجديد، جدة، المدينة المنورة للطباعة، 2002، ص20.

- 9- lister m, dovey s , grant and kelly : new media a critical . introduction routledge , 2003p52
- 10- جمال محمد غيطاس: الاعلام والابداع في ثورة المعلومات، دار الشرق للنشر، القاهرة، 2004، ص102
- 11- أحمد عاشور: نقاط التماس بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي، القلم للتوزيع، مصر، 2010، ص11.
- 12- مقابلة مع صحفي حمزة. ع، بجريدة جزائرية خاصة، 2015/03/23، على الساعة 14:00.
- 13- مقابلة مع السيد شرشالي هشام، مسؤول على قسم البرمجة في قناة kbc الجزائرية، 2015/05/20، على الساعة 10 صباحا.
- 14- ماجد إبراهيم الباوي: فاعلية استخدام الوسائط المتعددة بالحاسوب على تحصيل الطالبات لمادة الفيزياء واتجاهاتهن نحو استخدام الحاسوب في التعليم والتعلم، كلية التربية ابن الهيثم، جامعة بغداد، دون سنة النشر، ص192.
- 15- موسى عبد الله بن عبد العزيز بن محمد: استخدام تقنية المعلومات والحاسوب في التعليم الأساسي (المرحلة الابتدائية) في دول الخليج العربية، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 2002 ، ص88.