



مقدمة في الإعلام الجديد

MDJO230

تلخيص: سلسيل كحلة

الفصل الثاني 2023

❖ المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
1	1. مدخل تعريفي بالإعلام الجديد
5	2. العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد
8	3. مفهوم الهوية وتحولاتها عبر الإعلام الجديد
11	4. الإعلام الجديد وخطاب الكراهية
13	5. الإعلام الجديد و الإسلاموفوبيا
16	6. صحافة الهاتف المحمول
21	7. الإعلام الجديد من النظام إلى الفوضى الخلاقة
23	8. الإرهاب الإلكتروني
28	9. فورمات

ملاحظة:

- التخليص من شرح الدكتور + الأفكار الأساسية في المقالات
- قراءة المقالات مهم + اجتهدوا في البحث عن أمثلة مميزة وكافية
- التلخيص لمساعدتكم في فهم المادة وترتيب أفكاركم

كل التوفيق 😊

مدخل تعريفى بالإعلام الجديد

➤ ما الجديد فى الإعلام:

1. طريقة النشر أسرع، (اختلاف كبير بسرعة النشر).
2. اختلاف طبيعة المادة الإعلامية (إعلام متعدد الوسائط)، الصوت والصورة والنص فى آن واحد، بمعنى دمج بين الصحيفة والإذاعة والصورة.
3. اختلاف الرأى والمعلومة والخبر، أصبح المواطن هو الخالق للمعلومة (صحافة المواطن).
4. التكنولوجيا الجديدة (طريقة عرض المعلومات) وتطورها بحيث انعكست على وسائل الإعلام.

➤ اشترك الباحثين فى تعريف الإعلام الجديد بنقطتين أساسيتين:

1. التكنولوجيا وانعكاسها على أشكال تقديم المعلومة.
2. طبيعة العلاقة الإتصالية اختلفت، بحيث أصبح المستقبل صانع للمعلومة وله تأثير كبير.

➤ تعريف الإعلام الجديد:

- إعلام متعدد الوسائط حيث يتم عرض المعلومات فى شكل مزيج من الصوت والصورة والفيديوهات؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكترونى.
- وهو العملية الإتصالية الناتجة من اندماج 3 عناصر (الكمبيوتر - الشبكات - الوسائط المتعددة) .

➤ عوامل ظهور الإعلام الجديد:

عامل تقني، عامل اقتصادي، عامل سياسي

➤ سؤال، هل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلام؟ هي أدوات مستخدمة فيها

مساحات صغيرة موجودة فيها وسائل إعلام ولكن ليست كلها (ليس كل شخص موجود على مواقع التواصل يعتبر وسيلة إعلام).

➤ من مسميات الإعلام الجديد:

الإعلام الإلكتروني، الإعلام الحديث، الإعلام البديل، صحافة المواطن، الإعلام الشبكي، الإعلام التفاعلي، الإعلام التشاركي.

➤ وسائل وأدوات وأشكال الإعلام الجديد:

المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، الصحف الإلكترونية، الإذاعات الرقمية، غرفة الدردشة (الحوار)، الهواتف المحمولة، المحطات التلفزيونية التفاعلية، المدونات ومنتديات الحوار.

➤ خصائص ومميزات الإعلام الجديد:

1. الإعتداع على التكنولوجيا الحديثة ما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة المستخدمين.
2. تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.
3. توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
4. يساعد الصحفيين في معرفة اتجاه الخبر.
5. سرعة الاستجابة.
6. اندماج الوسائط.
7. التفاعلية.

➤ من يستخدم الإعلام الجديد؟

1. النخبة الشبابية المهمشة

2. الشعب

3. النخب والصفوة

➤ سؤال، هل المواد المنشورة من عامة الناس إعلامية؟

يمكن ولكن في حالة أن يتم إعادة إنتاجها كمادة إعلامية و التأكد من صحة المعلومات.

• **الجديد في الإعلام أن طريقة العرض اختلفت ولكن المضمون والمحتوى**

هو ثابت.

➤ أزمة الإعلام الجديد:

1. أزمة هوية وممارسة: من هو الصحفي؟ هل المواد المنشورة من عامة الناس إعلامية؟ هل

من المقبول فتح المجال لأي شخص بنشر المعلومات؟

2. السرعة مقابل الدقة: صعوبة الوثوق والتحقق من صحة المعلومات والبيانات.

3. ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.

4. عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها فيما

يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

5. تفتت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة أفراد وجماعات صغيرة وفق الميول والاحتياجات

الفردية.

6. انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.

7. عزلة إجتماعية بالعالم الافتراضي.

أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد:

1. جودة المحتوى
2. والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض المحتوى.

العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

➤ تعريف الإعلام التقليدي:

هو العملية التي يوجه عن طريقها الإتصال في وقت واحد وفي اتجاه واحد بطريقة غير مباشرة إلى جمهور واسع وغير متجانس بشكل منظم ومدروس، من وسائله (الصحافة، التلفاز، الإذاعة).

➤ صفاته: العمومية، الشمولية، عدم التجانس.

➤ سماته:

1. يسير في اتجاه واحد إلى جمهور كبير غير متجانس ومتباين الميول.
2. الرسالة تصل إلى جميع الناس الذين يرغبون بالتعرض لها في وقت واحد.
3. المشتركين في العملية الاتصالية لا يعرف أحدهم الآخر.
4. عملية منظمة ومدروسة ومعدة مسبقاً.

➤ معوقاته :

1. ردة الفعل غير معروف للمرسل أو المصدر.
2. مصدر الرسالة بالعادة مؤسسات كبيرة لديها إمكانيات ضخمة.
3. الرسالة غالية وباهظة التكاليف.

➤ أزمة الإعلام التقليدي:

1. أزمة المقرونية والسبب يعود إلى؛ انتشار الصحافة المجانية، ارتفاع الاقبال على وسائل الإعلام الجديد، بروز فاعلين جدد وارتفاع المداخل المالية، وانتشار ثقافة العفوية في التلقي.

2. ارتفاع تكاليف الإنتاج (مطابع، تلفزيون، إذاعة).

3. محدودية الزمان والمكان.

4. ثقة الجمهور (تحول المتلقي السلبي) في عملية الاتصال الجماهيري الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه دون مشاركة إيجابية واضحة منه في جوانب اختيار وإعداد المعلومات إلى مشاركة فاعلة في عملية اختيار وتبادل المعلومات بين كل فئات المجتمع.

➤ حالتين تميّز الإعلام الجديد عن القديم :

1. الكيفية التي يتم بها بث الإعلام الجديد:

فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضهما البعض (واستخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض).

2. الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته:

بحيث أن التفاعلية التي هي أهم سماته (أصبح المستقبل يتفاعل مع الأخبار ويكون له تأثير ورجع بشكل كبير).

➤ جدلية العلاقة بينهم:

1. هناك منافسة شديدة وضاربة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي.

2. هناك أرقام مؤكدة حول انحسار متابعي وسائل الإعلام التقليدي وازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في المجال الصحفي.

3. أخذت بعض وسائل الإعلام التقليدي تعيد تكوين وبناء ذاتها لتندمج في الإعلام الجديد وتكون جزء منه.

➤ الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

الإعلام الجديد	الإعلام التقليدي	وجه الاختلاف
<p>- أكثر انفتاح وأقل احتكار . - الوصول اليه أسهل وأسرع من التقليدي . - تدفق وحركة المعلومات تكون بكل الاتجاهات . - الحكومات لا تتحكم بالانترنت ولا تضع لها تشريعات .</p>	<p>- اقل انفتاح وأكثر احتكار . - صعوبة الوصول الى المعلومة مقارنة بالإعلام الجديد . - تدفق وحركة المعلومات باتجاه واحد . - تحكم أكثر من الحكومة وتشريعات منظمة لعمله .</p>	<p>من حيث النفوذ وعدم التكافؤ</p>
<p>- مستخدمين ذو هويات وثقافات متنوعة . - يساهم بذلك في ظهور علاقات اجتماعية كثيرة ومتنوعة وتشكيل شبكات من الافراد تربطهم أهداف واهتمامات مشتركة . - يتجاوز حدود الدولة الواحدة .</p>	<p>- يخاطب الحاجة إلى التلاحم وتعزيز الهوية من خلال منظور الدولة الواحدة التي يحدها نطاق جغرافي محدد .</p>	<p>من حيث التلاحم الاجتماعي والهوية الثقافية</p>
<p>- يغلب عليه طابع اللامركزية ويعتمد على الجهود الفردية أو الجماعية المصغرة . - ادوات ومضامين تفاعليه يتفاعل معها الجمهور بطريقة اختيارية أو تطوعية .</p>	<p>- يساهم أكثر في احداث التغير</p>	<p>من حيث القدرة على إحداث التغيرات الاجتماعية والمساهمة في مشاريع التنمية</p>
<p>- خفف من اعباء الارسال التقليدي . - تحرر من قيود المكان . - من حيث الوقت: سرعة إرسال واستقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة .</p>	<p>- نجح في تخطي حاجز المكان مثلاً التلفزيون يصل إلى أي منطقة في العالم بالبث الحي عبر الأقمار الصناعية .</p>	<p>التعامل مع المكان والزمان</p>

مفهوم الهوية وتحولاتها عبر الإعلام الجديد

➤ **تعريف الهوية:** الهوية تنجم عن الاعتراف المتبادل للأنا والآخر، فهي نتيجة عملية صراعية تنشأ بين كل من التفاعلات الفردية والممارسات الاجتماعية الموضوعية والتطورات الذاتية، فالإنسان لا يكتفي بإدراك هويته بل يكتسبها شيئاً فشيئاً.

➤ **المقصود بالآخر (نحن):** قد يكون فرد أو أسرة أو جماعة أو مجتمع الذي يدخل معها الفرد في علاقات اجتماعية.

➤ **مستويات الهوية:**

1. **الهوية الفردية:** الهوية الشخصية والتي تعني في الواقع شعور الفرد بفردانيته أي أنه هو نفسه وليس غيره ويبلغ هذا الشعور ذروته في مرحلة المراهقة.
2. **الهوية الاجتماعية:** هي ادماج وتموضع الفرد في محيطه الاجتماعي وتندرج عن طريق الانتماء وأيضاً المشاركة في الجماعة والمؤسسات الاجتماعية التي تبرز من خلال ممارسة الفرد لأدواره المحدودة اجتماعياً.
3. **الهوية الثقافية:** القدر الثابت والجوهري والمشارك من السمات العامة التي تميز حضارة هذه الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية أو القومية طابعاً يميز به عن الشخصيات الوطنية والقومية الأخرى.

-ولها 3 مستويات: فردية، جموعية، وطنية قومية

- الهوية الافتراضية: هي الهوية التي يحاول أن يشاركها (الأنا) على شبكة الانترنت.
- العولمة: تحويل الشيء من نطاقه المحلي إلى نطاقه العالمي.

➤ عناصر الهوية: الدين، اللغة، الموقع الجغرافي، التاريخ.

- بناء الهوية يستند إلى بناء وسائل الإعلام لهذه الهوية للجمهور، فالهوية هي مرحلة تراكمية، يتم نشرها حسب المكوّن الأساسي للهوية .
- نحن في ارتباط بين وسيلة الإعلام والهوية، حيث تستند إلى الإطار المرجعي في عرض محتواها.
- الإعلام يعكس الهوية، وتراكماتها هي أثر لبناء الهوية.

➤ ما المطلوب من وسائل الإعلام لبناء هوية وطنية عبو الإنترنت؟

1. الموضوعية وعدم الانحياز.
2. التوعية بفكرة الوحدة الوطنية.
3. النشر عن تعزيز الوحدة الوطنية (تعميم النشر).

➤ ملخص الدراسات حول تعزيز وسائل الإعلام الفلسطينية الهوية الوطنية:

- تؤكد على الأهمية ما بين وسيلة الإعلام والهوية، ووسيلة الإعلام هي عامل أساسي لبناء هوية الأفراد والمجتمعات وبناء التاريخ، والمطلوب من وسائل الإعلام إعادة إنتاج التاريخ والرموز والشخصيات السياسية بطريقة تتناسب مع هذا الجمهور من خلال قوالب صحفية.
- وأيضاً شبكات التواصل الاجتماعي، يجب أن يكون للنشطاء دور في صناعة الهوية وتعزيز الوعي.

➤ **الهوية الوطنية:** الانتماء والشعور العاطفي للأفراد وتشمل القيم واللغة والدين والعادات والتاريخ. تتأثر بوسائل الإعلام الرسمية، المسلسلات والأفلام.

➤ **دراسات حول تأثير وسائل الإعلام على تعزيز الهوية الوطنية:**

1. في جامعة الملك سعود: أكدت أن وسائل الإعلام لها دور أساسي في بناء الهوية ومن خلالها يصبح في تشكيل للرأي العام والقضايا التي تتعلق بالمصلحة الوطنية.
2. وسيلة الإعلام لها القدرة في تعزيز الهوية من خلال التركيز في محتواها على: التاريخ، التراث، الثقافة، استنكار الشهداء الأبطال (رموز وطنية).
3. يجب على وسيلة الإعلام العربية تعزيز الوحدة الوطنية وتقديم المعلومات بطريقة واضحة وموضوعية، وتخدم الوطن بعيداً عن أي انقسام سياسي وفئوي.

الإعلام الجديد وخطاب الكراهية

➤ **الخطاب:** هو كل ما يلفظ ويقرأ ويكتب (يفسّر في لغة الجسد)، بهدف توصيل رسالة لها معنى.

➤ **خطاب الكراهية:** هو كل ما يكتب ويسمع ويقرأ بهدف تقليل من مستوى شخص من أفكاره وآراءه وثقافته ودينه ولونه، وتعبّر عبر وسائل الإعلام.

• يشير إلى أي نوع من التعبيرات أو البيانات التي تنتشر أو تروج للكراهية والتحريض ضد فئة من الأشخاص بسبب خصائصهم الشخصية مثل: العرق، الدين، الجنس، الجنسية، وغيرها، ويستخدم خطاب الكراهية؛ لإظهار التفضيل أو العداء وإثارة العنف أو الانتقام من الفئة المستهدفة.

• يمكن أن يظهر في العديد من السياقات، بما في ذلك وسائل الإعلام، الخطاب السياسي، المنتديات على الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، الخطاب، التظاهرات، التجمعات العامة، والمنشورات.

➤ أهمية خطاب الكراهية (سلبياته):

تكمن أهميته في تأثيره السلبي على المجتمع والفرد، فهو يؤدي إلى زعزعة السلم الاجتماعي، ويساهم في تشجيع العنف والتحريض على جرائم الكراهية، مما يؤدي إلى انتهاك حقوق الانسان وإثارة الفتن، وأيضًا حروب أهلية.

➤ أنماط خطاب الكراهية:

1. التعصب العرقي والعنصري

2. الكراهية الدينية
3. التمييز الجندي
4. التوجه السياسي (الكراهية السياسية والعنف السياسي)
5. الكراهية الاثنية

➤ لماذا اعتمد خطاب الكراهية على وسائل الإعلام:

سهولة النشر، سهولة الحشد على الرأي العام، التأثير على التحكم في الأجندة، عدم توفر الرقابة، تأثير على العواطف والحواس الاجتماعية.

➤ استراتيجيات الحد/ التعامل مع خطاب الكراهية عبر الإعلام:

1. تشجيع وسائل الإعلام على الموضوعية والتوازن في التغطية.
2. دعم الصحفيين والإعلاميين على تشجيع التبليغ عن المعلومات الكاذبة، ما يقلل من مخاطر الكراهية.
3. حملات إعلامية ومبادرات تبدأ من المدارس وصولاً إلى الجامعات.
4. نقاشات عامة على مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام المحتوى (الصورة) بطريقة ايجابية.
5. ابراز قصص نجاح.
6. التعاون بين المؤسسات الحكومية والخاصة بهدف التقليل من خطاب الكراهية.
7. تفعيل القوانين عبر وسائل الإعلام.

الإعلام الجديد و الإسلاموفوبيا

➤ **الإسلاموفوبيا:** يستخدم لوصف الخوف المرضي أو التحيز ضد الإسلام والمسلمين، ويشير إلى التحيز السلبي والتعصيب والتعامل غير العادل مع الأفراد المسلمين بناءً على معتقداتهم الدينية والثقافية.

يشمل ذلك: الانتهاكات والتمييز والعنف اللفظي والجسدي والتهديدات والتحريض ضد المسلمين والإسلام بشكل عام.

الإسلاموفوبيا تعد انتهاكاً لحقوق الإنسان وتعتبر ظاهرة سلبية تستدعي التوعية والحوار للتغلب عليها وتحقيق المساواة والتعايش السلمي بين الثقافات والأديان المختلفة.

➤ أسباب الإسلاموفوبيا:

1. الجهل والتفاهم الضعيف للإسلام: تروج للأفكار النمطية والمفاهيم الخاطئة حول الإسلام دون التعرف الدقيق على التنوع الثقافي والديني للمسلمين.
2. الإعلام المشوّه: قد يتم تضخيم الأحداث السلبية المرتبطة بالإسلام وتجاهل الجوانب الإيجابية، مما يؤدي إلى تعزيز الإسلاموفوبيا.
3. الأحداث السياسية والإرهاب: التي يرتبط بها اسم المسلمين قد تؤدي إلى تعزيز الخوف تجاه الإسلام والمسلمين بشكل عام، و يتم استغلال هذه الأحداث لتعميم الشكوك والتوتر الثقافي.

➤ **أشكال الإسلاموفوبيا:** التمييز و التعصب الثقافي، التحيز الإعلامي، الكراهية والعنف، التمييز في سوق العمل.

- يتم تجاهل أو استبعاد المسلمين في القرارات السياسية والاجتماعية وتمييزهم على أساس العرق أو الدين.
- ترّوج وسائل الإعلام للصور النمطية السلبية وتعزز التحيز تجاه الإسلام والمسلمين، مما يؤثر على الرأي العام.
- يمكن أن تتحول الاسلاموفوبيا إلى أعمال كراهية وعنف فعلي ضد المسلمين، بما في ذلك الاعتداءات اللفظية و الجسدية وتدمير الممتلكات.
- يواجه المسلمون تحيزاً في فرص العمل و الترقّيات، حيث يعانون من التمييز بناءً على اعتقاداتهم الدينية.
- ❖ لمواجهة الاسلاموفوبيا، يجب التعاون بين المجتمعات والمؤسسات والإعلام للعمل على نشر المعرفة الصحيحة عن الإسلام و تعزيز التفاهم والاحترام المتبادل.

➤ كيف يؤثر الإعلام في تشكيل وتعزيز الصور النمطية السلبية حول الإسلام؟

1. اختيار القصص والتغطية الإخبارية.
2. التمييز في التعليقات والتحليلات.
3. استخدام الصور والرموز النمطية.
4. نقص التوازن والتنوع.

➤ تأثير الاسلاموفوبيا على الأفراد والمجتمعات؟

1. الأثر النفسي على الأفراد:
الشعور بالخوف وعدم الأمان، القلق والتوتر النفسي، انعدام الثقة و الاندماج الاجتماعي.
2. الأثر الاجتماعي على المجتمعات:
تفكك اجتماعي، التمييز، تقليل التنوع الثقافي.

➤ نتائج الدراسات:

1. وسائل الإعلام تعزز الصور النمطية السلبية.
2. الوسائل الأجنبية تحاول التركيز على العنف والإرهاب.
3. نقص التمثيل الإيجابي.
4. الانحياز والتحيز.
5. تأثير الوسائط الاجتماعية.

➤ دور الإعلاميين في مكافحة الإسلاموفوبيا:

1. توفير المعلومات الدقيقة.
2. تقديم الصورة الشاملة.
3. تحطيم الأفكار النمطية.
4. تعزيز الحوار والتفاهم.
5. تعزيز الوعي والتثقيف.

صحافة الهاتف المحمول

➤ تعريف صحافة الهاتف:

عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو جهاز لوحي، وهي اتجاه جديد في تغطية الأخبار وبنائها، ويتوقع أن يصبح نمطاً سائداً.

- صحافة الموبايل تقوم بشكل كلي على بناء المهارات و امتلاك الرغبة في استكشاف وسائل بديلة عن تلك المستخدمة في الصحافة التقليدية.
- على الصحفيين الحصول على التدريب التقني اللازم لاستخدام الهاتف المحمول في التغطيات الإخبارية، وهذه الكفاءات والتقنية يجب أن تقترن بالمهارات الصحفية الأساسية، كالسرود الإخباري، والتحقق من المصادر ، والانتقال من الشاشة الكبيرة إلى الشاشة الصغيرة.

➤ ميزاتها:

1. تكاليف أقل: تقلص تكاليف الإنتاج نظراً لعدم حاجتها لطواقم كبيرة.
2. سهولة الحركة: سهّلت ومكّنت الصحفيين من الدخول إلى مناطق لم تكن متاحة سابقاً.
3. السلامة.
4. التصوير بتقنية الدقة الفائقة (4K)
5. البث المباشر: أتاحت للصحفيين التفاعل مع جمهورهم أثناء البث.
6. السرعة والفاعلية: يمكن أن يكون الصحفي المصور والمحرر و المصمم.

7. الإبداع و التجريب: توفّر للصحفيين و وسائل الإعلام فرصة كبيرة ليصبحوا القوة الدافعة لثورة تغيّر أسلوب استهلاك المعلومات والتواصل.

➤ خصائص الهاتف المحمول:

1. إنتاج الأخبار بأقل التكاليف المادية.
2. سرعة في النشر والتسويق.
3. سرعة في إنتاج الخبر.
4. تقليل من الكادر الإعلامي.
5. إختصار الكثير من المعدات للتصوير والمونتاج.

➤ تتطلب صحافة الهاتف المحمول عدة مهارات:

1. أن تتعلم التخطيط للقصة التي ستنتجها بهاتفك الذكي، وهذا ينطبق على البث المباشر أيضاً.

- احرص على كتابة نص قوي مناسب لقصة المصورة.
- الصور القوية والنصوص القصيرة والواضحة هي أمور لا بد منها عند إنتاج مواد لجمهور رقمي.

2. أن تتعلم تصوير فيديو في هاتفك المحمول وأن تتعلم تحريره، وهذا يتطلب مهارات من بينها:

- إعداد المواد الإخبارية بوتيرة أسرع من التقارير الإخبارية التقليدية.
- احتراف استعمال الكاميرا الجديدة في هاتفك المحمول.
- استعمال البرنامج المناسب لإضافة شريط أسفل الشاشة، دمج الصوت، مؤثرات الربط والانتقال بين المشاهد.

- تعلم أفضل الممارسات لتصوير الوقفة أمام الكاميرا و المقابلات.
 - العثور على حلول لحفظ المحتوى ومشاركته أثناء التواجد في موقع التصوير.
3. أن تتكيف مع الوسائط المتعددة و الشاشات المختلفة و أن تكون قادرًا على إنتاج محتوى يلانم كلاً منها.
- الجمهور لا يستهلك الأخبار بطريقة واحدة أو عبر منصة واحدة.
 - التمييز بين مختلف أنماط المحتوى وتعلم الأسلوب السردي والبصري المناسب لكل شاشة ومنصة.
 - تعتبر كل منصة على شبكات التواصل الاجتماعي مجتمعاً مختلفاً لذلك عليك أن تتعلم كيف تستخدم كل واحدة منها ومتى.
4. أن تكون مستعداً للتكيف واعتماد التغيير السريع في بيئة تكنولوجيا الهاتف المحمول.

➤ أهم المراحل:

1. التخطيط: زاوية القصة، مصادر مختلفة (الأشخاص الذين ستجري المقابلات معهم)، لقطات محتملة (أفكار للنص).
2. جمع الأخبار: بحث، العثور على المصادر، جمع البيانات والتحقق منها.
3. التصوير، كتابة النص، التحرير: التقاط صور ثابتة (تصوير الفيديو)، استخراج صور ثابتة من مقطع فيديو، تسجيل الصوت، الكتابة للصورة أو الفيديو، تحرير الصورة/الصوت/ الفيديو، تحرير شكل الملفات.
4. المشاركة أو النشر أو البث: المنصات الرقمية، التلفزيون.

➤ المعدات الأساسية:

1. المقبض؛ تثبيت الصورة
2. حامل ثلاثي القوائم/حامل كاميرا يدوي/ عصا سيلفي.
3. المايكروفون والسماعات.
4. شاحن محمول وذاكرة.

➤ **المعدات الثانوية:** ضوء الكاميرا، جهاز حمل من الطراز الأول، عدسات، حاجب الريح،
عدة كاملة جاهزة.

➤ قائمة مرجعية لبدء العمل (نصائح):

1. تشغيل وضعية الطائرة.
2. تشغيل وضعية عدم الازعاج عند البث المباشر.
3. تنظيف عدسة كاميرا الهاتف الذكي.
4. اشحن البطارية بالكامل وتزوّد ببطارية احتياطية.
5. ذاكرة فارغة+ جهاز تخزين خارجي.
6. استخدم سماعات و مايكروفون خارجي.
7. صوّر أفقيًا.

➤ نصائح البث المباشر:

1. سلامتك أولاً
2. كن مستعداً للمضايقات.
3. طبّق أخلاقيات المهنة.

➤ تجارب أكاديمية ومؤسسية في صحافة الهاتف المحمول:

1. المدرسة العليا للصحافة في باريس: بادرت بإدخال مساق صحافة الهاتف المحمول واعتماد هذه التجربة في مرحلة الماجستير.
2. تجربة نيل أوغستين: كان من أوائل الصحفيين الذين استخدموا تقنية الهاتف المحمول في إذاعة دبليو توب الإخبارية.
3. معهد الجزيرة: تخوض التجربة من خلال تنشيط العديد من الجلسات التدريبية على صحافة الموبايل.

الإعلام الجديد من النظام إلى الفوضى الخلاقة

➤ **الفوضى الخلاقة أو الفوضى البناءة:** هي حالة سياسية أو إنسانية يتوقع أن تكون مريحة بعد مرحلة فوضى متعمدة الإحداث، ويعتقد أصحاب وأنصار الفوضى الخلاقة أن خلق حالة من الفوضى وعدم الاستقرار سوف يؤدي حتمًا إلى بناء نظام سياسي جديد يوفر الأمن والازدهار والحرية، غير أنه عادة ما يكون لها أهداف أخرى تصب في مصلحة من يقوم على إحداثها.

➤ **الشواش:** يكون الشواش معاكسًا لكلمة قانون أو نظام، سواء من ناحية فيزيائية طبيعية أو من ناحية اجتماعية سياسية، وهو غير محصور وغير محدد يمكن أن يسلك سلوكًا ببناءً خلاقاً أو هداماً.

➤ **الفوضى الخلاقة:** تكون حالة سياسية بعد مرحلة فوضى متعمدة الإحداث، تقوم بها أشخاص معينة دون الكشف عن هويتهم وذلك بهدف تعديل الأمور لصالحهم، أو تكون حالة إنسانية مريحة بعد مرحلة فوضى متعمدة من أشخاص معروفين من أجل مساعدة الآخرين في الاعتماد على أنفسهم (يتوقع أن تجلب الراحة بعد الحالة السياسية).

❖ إذاً فكرة الفوضى خلق حالة من عدم الاستقرار والشغب لهدف التغيير في الحالة التي يعيشها المجتمع (جلب الراحة).

➤ عوامل لقيام الفوضى:

1. الشعب (حاجة الشعب).
2. ارتفاع الفقر.
3. فساد الأنظمة.

➤ تحدث الفوضى عندما يكون هناك عاملين: ثراء فاحش، فقر شديد

هذه المعادلة تخلق فوضى، ويصبح من الأسهل بناء الفوضى.

نظرية الفوضى أتت من الغرب إلى الشرق، ولم يكن لها مفهوم عكسي.

➤ برناند لويس: عراب السياسة الأمريكية ما بعد أحداث 11 سبتمبر، كان ينظر لفكرة أن

يتم تقسيم الدول العربية لتكون أسهل للاستعمار، وربطها بنظرية الفراشة، بمعنى أي شيء يحدث في دولة ثانية فهو يؤثر في الدول العربية (الشرق الأوسط).

في مطلع عام 2005 أدلت وزيرة الخارجية الأمريكية (كوندوليزا) بحديث صحفي مع جريدة واشنطن بوست الأمريكية، أذاعت حينها عن نية الولايات المتحدة نشر الديمقراطية بالعالم العربي و البدء بتشكيل ما يعرف (بالشرق الأوسط الجديد) كل ذلك عبر نشر الفوضى الخلاقة في الشرق الأوسط عبر الإدارة الأمريكية.

■ تم اعتبار ثورات الربيع العربي والتي تطورت لحروب أهلية دامية بأنها الفوضى الخلاقة التي ستؤدي إلى الديمقراطية بعد فوضى عارمة ودماء.

➤ عندما تخلق فوضى يكون لها معنيين: المعنى المباشر ما تروج له الدولة (حرية،

سلام، ديمقراطية)، المعنى غير المباشر هو الخلاق لفتنة تحاول أن تستفيد من التجربة.

➤ العالم مارتن كروز:

مقولات له: "النفس عندما تصل حالة الفوضى تفقد ضوابطه وحينها تحدث المعجزات "

"يصبح قادرًا على خلق هوية جديدة بقيم مبتكرة ومفاهيم حديثة تساعده على تطوير البيئة المحيطة"

- كل ما زادت الفروقات بين فقر شديد و ثراء فاحش، تصاعد احتقان الفقراء وتحول لطلبات جزئية وضاع الاستقرار .

الإرهاب الإلكتروني

➤ **الإرهاب:** كل فعل من أفعال العنف أو التهديد به، أين كانت دوافعه أو أغراضه، يقع تنفيذه لمشروع إجرامي فردي أو جماعي، يهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس أو ترويعهم، أو تعريض حياتهم أو حريتهم وأمنهم للخطر، أو إلحاق الضرر بالبيئة، أو بأحد المرافق أو الأملاك (العامة أو الخاصة)، أو احتلالها أو الاستيلاء عليها أو تعريض أحد المصادر الوطنية للخطر .

➤ **تعريف المجمع الفقهي الإسلامي (للإرهاب):** هو عدوان يمارسه أفراد أو جماعات أو دول بغياً على الإنسان (دينه، دمه، عقله، ماله، وعرضه) ويشمل صنوف التخويف و الأذى والتهديد و القتل بغير الحق، وقطع الطريق وكل أفعال العنف أو التهديد، يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي، يهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس .

➤ **الإرهاب الإلكتروني:** يعتمد على استخدام الإمكانيات العلمية والتقنية واستغلال وسائل الاتصال والشبكات المعلوماتية من أجل تخويف وترويع الآخرين وإلحاق الضرر بهم أو تخويفهم .

• يشمل الإرهاب الإلكتروني استخدام الشبكات العنكبوتية والأجهزة الإلكترونية؛ لتخطيط وتنفيذ هجمات إلكترونية، نشر الدعاية المتطرفة والمحتوى العنيف عبر الإنترنت، تجنيد الأفراد للانضمام إلى المنظمات الإرهابية، و إشاعة الخوف والهلع بين الناس من خلال التهديدات الإلكترونية.

- بالنسبة للإعلام فهو يلعب دورا هاما في تسهيل انتشار الإرهاب الإلكتروني، حيث يستخدم المنظمون الإرهابيون وسائل الإعلام؛ للترويج للأفكار المتطرفة، والتحريض على العنف، ونشر الدعاية و التأثير على الجمهور، وزيادة قاعدة المؤيدين لأهدافهم، ويمكن أن يسهم الإعلام الذي ينقل الأحداث الإرهابية في خلق الهلع والتوتر العام والانفصال بين المجتمعات.

➤ أشكال الإرهاب الإلكتروني:

1. الهجمات الإلكترونية: يتم استهداف الأنظمة الحاسوبية والشبكات الإلكترونية بواسطة الهاكرز المتطرفين، بهدف التسبب في تعطيل البنية التحتية الحيوية والمؤسسات والخدمات الحكومية والعامة.
2. التجنيد الإلكتروني: يستخدم متطرفون فنون وسائل التواصل الاجتماعي و المنصات الرقمية لتجنيد الأفراد و تأثيثهم للقتال و الانضمام للجماعات الإرهابية.
3. الدعاية والترويج للأفكار المتطرفة: يتم استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والمنصات الرقمية لنشر الدعاية والترويج للأفكار المتطرفة والتحريض على العنف والإرهاب.
4. الاستخدام الاستخباراتي والتجسس: يستخدم بعض المتطرفين التكنولوجيا الرقمية لجمع المعلومات والتجسس على الأهداف المحتملة وتحضير العمليات الإرهابية.

➤ علاقة الإعلام بالارهاب:

1. الترويج للفكر المتطرف: يستغل الإرهاب الإلكتروني وسائل الإعلام لنشر الأفكار المتطرفة وتبرير العمليات الإرهابية، مما يؤثر على بعض الأفراد و يجعلهم عرضة للتجنيد والانضمام لتلك الجماعات.
2. توفر الدعم اللوجستي: يُستخدم الإعلام في توفير الدعم اللوجستي للجماعات الإرهابية، مثل تبادل المعلومات السرية وتوفير قنوات التواصل والتنسيق بين الأعضاء.

3. **التأثير على الرأي العام:** يمكن للإعلام أن يؤثر على الرأي العام بشكل كبير و صناعة القرار من خلال تغطية الأحداث وتوجيه الفكر والتحليل العام للموضوعات ذات الصلة بالإرهاب الإلكتروني.

4. **تعزيز الخوف والذعر:** يستخدم الإعلام الإرهاب الإلكتروني لخلق الخوف والذعر في المجتمع، من خلال توجيه التهديدات ونشر المعلومات الكاذبة.

- 81% من الذين انتسبوا إلى تنظيم داعش تم تجنيدهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- يرى الباحث أنا بعد أحداث سبتمبر 2001 انتقل النشاط الإرهابي من ساحات القتال إلى الفضاء الإلكتروني.

➤ خصائص الإرهاب الإلكتروني:

1. لا يحتاج في ارتكابه إلى العنف والقوة، بل يتطلب وجود حاسوب متصل بالشبكة المعلوماتية ومزوّد ببعض البرامج اللازمة.
2. جريمة إرهابية عابرة للحدود وللدول والقارات وغير خاضعة لنطاق إقليمي محدود.
3. يجري عادة بتعاون أكثر من شخص على ارتكابه، و مرتكب الإرهاب الإلكتروني يكون في العادة من ذوي الاختصاص في مجال تقنية المعلومات، أو على الأقل شخص لديه قدر من المعرفة والخبرة في التعامل مع الحاسوب والشبكة المعلوماتية.
4. لا يترك أي دليل مادي بعد ارتكاب الجرائم وهذا ما يصعب عملية التعقب و اكتشاف الجريمة؛ بسبب سهولة إتلاف الأدلة في حال العثور على أي دليل يمكنه إدانة الجاني.

➤ المنصات المستخدمة في الإرهاب: Twitter ، Facebook ، YouTube

، Flickr ، Instagram

➤ أمثلة:

استخدام تنظيم الدولة الإسلامية(داعش): يعد تنظيم داعش أحد أبرز الأمثلة على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في ترويج الإرهاب، استخدم التنظيم بشكل ماهر و مبتكر منصات

التواصل الاجتماعي مثل Twitter Facebook Telegram لنشر مقاطع الفيديو الوحشية والمحتوى المتطرف لجذب وتجنيد المؤيدين والترويج لأفكارهم.

التجنيد (داعش): الشباب هم الفئة الاجتماعية المستهدفة من قبل الجماعات الإرهابية، يبدأ التجنيد بغرس الأفكار التي تستغرق وقتاً (وسيلة نقل المعلومات من مواد سمعية و بصرية)، ثم بعدها تبدأ مرحلة تبادل الحوارات من خلال غرف الدردشة التي تتيح للمدير كشف شخصية من يتحاور معه ومدى إمكانية اختياره وتجنيده.

• أخطر أنواع الشباب الذين تحرص عليهم المنظمات والخلايا الإرهابية هو الشاب المتفوق ولكنه المنطوي على نفسه، حين يحاول الهروب من الواقع الذي يعيشه ومن المجتمع لأنه يشعر بعدم الرضا عن كل شيء، لذلك يمكن التأثير عليه بسهولة ويكون لديه استعداد نفسي لتنفيذ ما يُطلب منه.

➤ **توصيات الدراسات:** توعية الجمهور، تقديم تحليلات موضوعية، تعزيز قيم التعددية والتسامح، تعقيد التكنولوجيا، حماية الخصوصية وحرية التعبير، التعاون الدولي، التوعية والتثقيف، تعزيز التعاون مع وسائل الإعلام.

➤ **مكافحة الإرهاب الإلكتروني:**

1. رصد أنشطة الجماعات الإرهابية على الشبكات الاجتماعية وتحليل محتواها وأهدافها و الاستراتيجيات المعتمدة.
2. رصد نشاط المتعاطفين مع الجماعات الإرهابية وتحليل خطاب العنف والكراهية والتحريض على الإرهاب.
3. إشراك المجتمع المدني للتعاون على الإبلاغ عن المواقع ذات العلاقة بالإرهاب والإرهابيين.

4. العمل على نشر الثقافة الوقائية وتوعية المجتمع بمخاطر الإرهاب والتصدي له من خلال نبذ الكراهية والعنف وثقافة الإقصاء ونشر ثقافة التسامح والحوار واحترام الديانات والثقافات والحضارات.



ص. ب. 14 بيرزيت- الضفة الغربية، فلسطين تليفون: +972-2-2982970

الامتحان النصفى لمدخل إلى الاعلام الجديد

3.6.2023

س ١ : ما المقصود بـ (الاجابة لا تزيد عن ٣ أسطر) (١٠ علامات)

أ. الهوية الكونية

ب. الإسلاموفوبيا

س ٢ : "الاعلام الجديد يعيش أزمة من نوع اخر، أزمة هوية وممارسة" ناقش/ي بالأمثلة هذه العبارة ؟
(10 علامات)

س ٣ : ما المقصود بخطاب الكراهية، وإلى أي حد يمكن القول أن بعض الصفحات الإخبارية الفلسطينية تلعب دورا بتعزيز الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ ناقش/ي بالأمثلة. (10 علامات)

مع تمنياتي لكم بالتوفيق ☺

