

وهنا نتحدث عن عدة متغيرات في صياغتها من خصائص وسائل الإعلام إلى قوة المصدر والبيئة الإعلامية والمناخ السياسي السائد، والحريات المتاحة في الطرح الإعلامي، مروراً بالواقع المعاش في الجزائر وارتباطه الموضوعي بالرسالة الإعلامية، متجاوزة المستويات التقليدية في الدراسات الإعلامية. من هذا المنطلق جاءت إشكالية هذا الملتقى التي تبحث في الظروف المتحركة صياغة الرسالة الإعلامية في الجزائر، خصوصاً مع تعدد الطرح الحاصل في صياغة الرسالة في الإعلام التقليدي وكيفية مساهمة جيل الإعلام الجديد.

## 2- أهداف الملتقى:

- ✓ البحث في النظريات الجديدة لدراسة الرسالة الإعلامية.
- ✓ محاولة فهم السياق الذي تنتج فيه الرسالة الإعلامية في الجزائر.
- ✓ تفسير الرسالة الإعلامية في الإعلام التقليدي والتغير الذي حصل معها في الإعلام الجديد.
- ✓ إيجاد طرق لصياغة رسالة إعلامية هادفة تتماشى ورغبات الجماهير المختلفة.

## 1- إشكالية الملتقى:

إن صاحب بداية الألفية الثالثة تطورات تقنية وظهور أدوات جديدة لنقل الرسالة الإعلامية، ومع تخطي الوسائل الحديثة للحدود وتحول الكرة الأرضية إلى قرية صغيرة بل لم تعد هذه الفكرة محل جدل وإثارة كبيرة في خضم صخب وسائل التواصل الاجتماعي والاكتظاظ الحاصل في نطاقات الشبكة العنكبوتية وتعدد منصاتها، ما سمح بتبادل الأفكار بين الأفراد في مناطق شتى عبر العالم. معلنة بذلك عن ميلاد إعلام جديد بسط جبروته على الإعلام التقليدي، هذا الأخير الذي لم يعد يصمد أمام تغير نظريات الاتصال المفسرة لهذا السلوك الاتصالي، وأضحى لزاماً على وسائل الإعلام المختلفة أن تجد بنديلاً لمسيرة هذه الثورة بإيجاد سبل للسيطرة على جماهيرها. ويمكننا اليوم الجزم بأن للبيئة الإلكترونية والتكنولوجية نداعيات كبيرة على الرسالة الإعلامية، ما أثر على بنية نظام وسائل الإعلام، وأفرز نماذج حديثة في الحقل الإعلامي، وهو ما سبق الإشارة إليه من قبل (مارشال ماكluهان) عندما تحدث في كتابه "فهم وسائل الإعلام" سنة 1964 أن "الرسالة هي الوسيلة"، وكشف بأن الرسالة تؤثر في المجتمع الذي تلعب فيه دوراً ليس فقط بواسطة المحتوى الذي تقدمه، لكن أيضاً بخصائص الوسيلة نفسها.

وعلى سبيل المثال في الجزائر التي عرفت انفتاحاً إعلامياً غير مسبوق، جعلت من المتنوع لأداء الإعلامي من العدد الهائل لعدد الوسائل الإعلامية، ورغم ذلك بات من الصعب على كل هذه الرسالة الإعلامية النفاذ إلى قلوب جماهيرها، بسبب اليسر الكبير والسهولة اللامتناهية للتحويل الكبير والتطور الهائل في شكل ومضمون الرسالة الإعلامية في زمن الإعلام الجديد، إذ لا بد لها من إيجاد طرق جديدة للتحكم في إنتاج الرسالة الإعلامية لتبلغ ذروة التأثير. لأن الرسالة في نهاية المطاف تتشكل بها صورة الوسيلة التي أرسلتها وتحدد قيمة الجمهور الذي تلقاها.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التثقيف العالي والبحث

جامعة جيلالي ليايس - سيدي بلعاس -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الاعلام والاتصال

بمشاركة

مخبر الجزائر: تاريخ ومجتمع (سيدي بلعاس)

بنظمان:

الملتقى الوطني الثالث حول:

"الرسالة الإعلامية في الجزائر

بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد"

يوم 03 ماي 2018

بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (القاعة 15)





### 3- محاور الملتقى:

- المحور الأول: الرسالة الإعلامية في الجزائر: خصائص الرسالة الإعلامية الناجحة.
- آليات صناعة الرسالة الإعلامية في الصحافة المكتوبة الجزائرية.
- حدود الرسالة في الإعلام العمومي.
- الرسالة الإعلامية عبر القنوات الفضائية الجزائرية.
- الرسالة الإعلامية في الجزائر وتحديات العولمة.
- المحور الثاني: الرسالة الإعلامية والتحديات الراهنة في وسائل الإعلام التقليدية:
- الرسالة الإعلامية في الإعلام التقليدي وتحديات العولمة.
- دور الرسالة الإعلامية في صناعة الرأي العام.
- علاقة الرسالة الإعلامية بجمهور وسائل الإعلام.
- العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية المتحركة في صياغة الرسالة الإعلامية.
- المحور الثالث: الرسالة الإعلامية في الجزائر مع ثورة الإعلام الجديد
- تحديات الرسالة الإعلامية في الجزائر مطلع الألفية الثالثة.
- الاعلام الجديد والرسالة الإعلامية.
- آليات الإقناع في الرسالة عبر الإعلام الجديد.
- الضوابط الأخلاقية المحددة للرسالة عبر الإعلام الجديد
- النظريات الإعلامية المقصورة للرسالة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي.
- 4- شروط المشاركة:
- ضرورة انسجام موضوع البحث مع أحد محاور الملتقى.
- لا تقبل المداخلات التي سبق عرضها أو نشرها أو تقدم بها في ملتقى علمي آخر.
- كتابة البحث باللغة العربية أو الفرنسية أو الإنجليزية.

- أن يكتب البحث حسب القواعد التالية:

- تكرر تحت عنوان المداخلة لقب واسم صاحب المقال ومؤسسة الانتماء.
- أن ترفق المداخلة بملخص باللغة العربية وآخر باللغة الأجنبية (انجليزية أو فرنسية)
- عدد صفحات المداخلة لا تتجاوز من 15 صفحة بما فيه القائمة البيبلوغرافية.
- الكتابة بخط 14 Traditional Arabic للمداخلات باللغة العربية للعنوان الرئيس و14 للنص.
- استعمال الخط Times New Roman 14 بالنسبة للمداخلات باللغة الأجنبية
- العناوين الرئيسية والفرعية بالخط العريض.
- الهوامش: الخط العربي 12 Traditional Arabic والخط الأجنبي 12 Times New Roman
- عرض وتقديم المداخلات يكون باستخدام Power Point.
- يتم انتقاء أحسن المداخلات ويتم نشرها لاحقا، في عدد خاص بالمجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية الصادرة عن مخبر الجزائر: تاريخ ومجتمع.

### 5- تواريخ هامة:

- آخر أجل لاستقبال المداخلة كاملة: 20 أفريل 2018.
- الرد النهائي على المداخلات المقبولة وإرسال الدعوات: 25 أفريل 2018.
- 6- عناوين الكترونية:
- ترسل المداخلات مرفقة بالسيرة الذاتية إلى البريد الإلكتروني التالي: [siquou@yahoo.fr](mailto:siquou@yahoo.fr)
- وللاستفسار يمكن الاتصال على الهاتف: 0772891830

ملاحظة: لا تتكفل الجهة المنظمة للملتقى تكاليف المشاركة (تكاليف النقل والإيواء على عاتق المشارك.)

### 6- هيئة الملتقى:

#### - الرئيس الشرفي للملتقى:

الأستاذ الدكتور مجلود محمد  
عبد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة سيدي بلعباس

#### رئيس الملتقى:

د. رقيق عبد الكريم

#### رئيس اللجنة العلمية للملتقى: د. يصراف حاج

#### أعضاء اللجنة العلمية للملتقى:

أ.د. ولد نبيه كريم	جامعة سيدي بلعباس
أ.د. بوعجيمي جمال	جامعة الجزائر (3)
أ.د. برفان محمد	جامعة وهران (1)
أ.د. مالمقي عبد القادر	جامعة مستغانم
أ.د. بن زروق جمال	جامعة سكيكدة
أ.د. بن لباد الغالي	جامعة تلمسان
د.ة حاج أحمد كريمة	جامعة سيدي بلعباس
د.ة نمرجي وسيلة	جامعة سيدي بلعباس
د.ة ريغي أسماء	جامعة سيدي بلعباس
د. حمادي محمد	جامعة مستغانم
د. بغداد باي عبد القادر	المركز الجامعي غليزان
د. غمشي بن عمر	جامعة وهران (1)
د. عبد الله ثاني محمد النذير	جامعة مستغانم
أ. عشايش نورين	جامعة سيدي بلعباس
أ. بلحميتي محمد	جامعة سيدي بلعباس

#### رئيس لجنة تنظيم الملتقى: د. تيزي ميلود

#### أعضاء لجنة تنظيم الملتقى:

أ. بن ديلة قوينر	جامعة سيدي بلعباس
أ. قاسمي إبراهيم	جامعة سيدي بلعباس
أ. مغتات العجال	جامعة سيدي بلعباس
أ. رزين محمد أمين	جامعة سيدي بلعباس
أ.ة لقرع أمينة	جامعة سيدي بلعباس
أ. جلطي مصطفى	جامعة سيدي بلعباس