

# المهنة الإعلامية الجديدة في ظل الويب 0,2 مهنة التحرير الإعلامي الإلكتروني والتواصل الاجتماعي نموذجا

*New Functions Under Web 0. –electronic Media editing and Social communication professions as an example-*

تاريخ القبول: 2020-11-11

تاريخ الإرسال: 2018-12-14

شفيقة محري، جامعة سطيف 2، mehrichafika@yahoo.fr

أمال محري، جامعة سطيف 1، amalove1987@hotmail.fr

## الملخص

بظهور خدمات الويب 0.2 وتطوراتها حدثت جملة من التطورات في سوق العمل ، فظهرت مهنة جديدة في قطاع الإعلام والاتصال ؛ حيث بدأت تفرض نفسها على المنصات والمواقع الإلكترونية من مدونات وشبكات تواصل اجتماعي ، ومواقع تفاعلية ذكية ، وهو الأمر الذي أدى إلى استحداث مهنة تستجيب لمتطلبات التحرير الإعلامي الإلكتروني والتواصل الاجتماعي ، في هذا الإطار سلط هذا المقال الضوء على هذه المستجدات في مجالات التوظيف في قطاع الإعلام والاتصال في ظل تطورات العالم الرقمي ، بالإضافة إلى التعرف على المهنة التي ولدت وسوف تولد ، ورصدت الدراسة ملاحظة استطلاعية لعينة من إعلانات التوظيف في الجزائر للتعرف على واقع هذه المهنة فيها ، كما حددت هذه الدراسة مقترحات لتطوير أداء المؤسسات الإعلامية في ظل هذه التحولات .

الكلمات المفتاحية: الويب 0.2 ، التحرير الإعلامي ، مهنة الويب الجديدة ، مهنة التواصل الاجتماعي.

## Résumé

*Avec L'émergence et l'évolution des services Web intelligents 0.2, de nouveaux métiers de médias et de la communication ont commencé à s'imposer sur les plateformes et les sites Web tels que les blogs, les sites de réseaux sociaux et les sites interactifs intelligents. Cette réalité a conduit à la création de professions répondant aux exigences de l'édition de médias et de la communication sociale. Cet article met en évidence les derniers développements dans les domaines de l'emploi dans les médias et la communication. En plus de découvrir les métiers qui sont nés à la lumière des évolutions du monde numérique, l'étude a noté une enquête d'observation d'un échantillon d'annonces d'emploi en Algérie pour connaître la réalité de ces métiers. Cette étude a également identifié des propositions pour améliorer la performance des organisations de médias à la lumière de ces transformations*

**Mots-clés :** Web 0.2, édition multimédia, nouvelles carrières Web, carrières de communication social

## Abstract

*With the emergence of Web 0.2 services, a number of developments occurred in the labor market and new professions emerged in the media and communication sector; which began to impose themselves on platforms, websites, blogs, social networks, and smart interactive sites. This led to the creation of professions that respond to the requirements of electronic media editing and social communication. In this context, this article sheds light on the developments in the field of employment in media and communication sector in light of the evolution of the digital world. The study monitored an exploratory observation of a sample of employment's advertisements in Algeria to know the reality of these professions in the country. The study also identified proposals to develop the performance of media institutions in light of these changes*

**Keywords:** Web 0.2, Media Editing, New Web Careers, Social communication professions

## مقدمة

هذه المميزات عززت من ظهور مجالات وفرص أكثر للمستفيدين من خدمات الأنترنت ليس فقط في المجالات التي ذكرناها سابقاً، بل حتى في المجال المهني وقطاع التوظيف وسوق العمل، حيث بدأت تظهر لوائح جديدة عن وظائف الأنترنت، فهذا الفضاء الرقمي خلق فرص عمل ووظائف تستجيب للاحتياجات المتزايدة لسوق الأنترنت، حيث توجهت المؤسسات بمختلف أشكالها وأهدافها إلى استخدام هذه المنصات للتوظيف، واستهداف المستهلكين والجمهور، ومختلف الفئات، لتحقيق أهدافهم المختلفة في ظل هذه البيئة الرقمية الجديدة، التي أدخلت مهنياً جديدة وستدخل مهنياً أخرى مستقبلاً حسب دراسات استشرافية في هذا الصدد. وهو الأمر الذي دفع بنا لتحرير هذا المقال " فهناك القليل من الأبحاث حول الطرق التي تساعد بها الثورة الرقمية في تطوير ممارسات جديدة، في إنشاء تخصصات ومهن جديدة في قطاع

الاتصال على نحو فعال في مواجهة التطورات التكنولوجية، فمهنيو الاتصال هم بصدد العيش في تحولات كبيرة، تجعل الحقائق الحالية واضحة وخاصة في مستقبل مهن الاتصال، حيث تعمل الأنترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال على تغيير جذري في الممارسة العملية في نشاطات مهن الإشهار والاتصال والتسويق، حيث نجد الشركات تناضل في بعض الأحيان للعثور في هذه المجالات على الكفاءات التي تحتاجها لتطوير مهن الاتصال الرقمي، الذي أصبح يحيط بالتطورات المهنية في جميع الوظائف الخاصة بالتمويل والتسويق والخدمات اللوجستية، والموارد البشرية (Xavier prud' homm et autre,2011,page4)

في هذا الإطار أصبح ما يعرف بمهن الويب مجالاً تنافسياً لسوق العمل التقليدية التي تكلف الكثير من الوقت والجهد وبدون نتائج مرضية في غالب الأحيان، وقد بدأت خصائص هذه الوظائف تضيي سمات إيجابية على العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية، وفي هذا الإطار اتخذنا نموذجين لمهن الويب نموذج مهن الويب المرتبطة بالعمل الإعلامي أو التحرير الإعلامي الرقمي، وما يضيفه للمؤسسات الإعلامية،

ونموذج مهن شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي أحدثت ثورة في مختلف المجالات، وأصبحت

بعد التحولات التي شهدتها الويب وأجياله عبر الأنترنت استمرت موجة الويب في التطور، وظهرت أنماط أكثر حداثة استجابة للتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، وكان من نتائجها أن ظهر الويب 0.3، وصولاً للويب 0.4 أو الويب الذكي، هذا المجال الخصب الذي ساهم في تنمية وتطوير خدمات الأنترنت التفاعلية من مواقع تفاعلية وشبكات تواصل اجتماعي تفاعلية معززة بأدوات وتقنيات التشبيك والوسائط المتعددة، هذه الخصائص جعلت جمهور الويب يستقطب ويضم شرائح مختلفة من المستهلكين والمعلمين والباحثين عن المعلومات والباحثين عن التسلية والترفيه، والباحثين عن إشباع الذات عبر هذا العالم الافتراضي الذي اختزل حدود الزمان والمكان، وتمازجت فيه الثقافات والحضارات، وتماهت فيه المصالح والأهداف. "هذا ويمثل الاتصال الإلكتروني منظومة جديدة هي أحد مكونات ما يسميه بيار ليفي "إيكولوجيا ثقافية"، فالالاتصال الإلكتروني متعدد الوسائط يحقق مجالات غنية ومعقدة، وهو في تحول مستمر، فالالاتصال الإلكتروني متعدد الوسائط يحقق مجالاً شبكياً يتحول فيه الفرد باستمرار بين مواقع البث والتلقي، وتنصهر داخله العوالم الافتراضية فشبكة الويب فضاء جماعي يشترك المستعملون في إنتاجه، كما يمثل الويب بهذا المعنى فضاء تواصلياً جديداً لا يتعلق هنا بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما يساهم كل فرد في استكشافها بطريقته أو في تغييرها، أو في الحفاظ عليها كما هي لأنها صيرورة يفاوض موضوعها المعنى، وتشارك فيها المجموعات من خلال التواصل، التشاور، والتقاش بين المشاركين." (الحمامي، 2007، ص ص 43-66)

"حيث أصبح النظام الرقمي يتيح الوسائط المتعددة بالاعتماد على النظام الثنائي الذي حققت من خلاله تقنيات الاتصال الحديثة ثورة في مجال الإعلام والاتصال، عبر تشبيك العالم من خلال الأنترنت وهو ما جعل عالمنا اليوم عالماً اتصالياً متشابكاً، يستند إلى ما توفره وسائل الاتصال المختلفة من معارف ومعلومات حولت مجتمعنا إلى مجتمع معرفة ومعلومات." (أبو إصبع، 2015، ص 4)

## مفاهيم الدراسة

## الإعلام الجديد

هي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسراع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم ، وقد تعددت وسائل الإعلام الجديد ، وهي تزداد تنوعاً ونمواً مع مرور الوقت ، وأهم هذه الوسائل المدونات ، مواقع مشاركة الصور والبودكاست ، التدوين الصوتي ، مواقع مشاركة الفيديو ، الويكي... (شميسي ، 2015 ، ص 204)

ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين بين صاحب الرسالة ومستقبلها ، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت ، لأنه القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه. (Jones, 2002).

## مفهوم الويب 0.2

"حيث يشير مصطلح الجيل الثاني للإنترنت أو الويب 0.2 إلى مجموع التطبيقات التي يمكن استخدامها من طرف الأفراد بغية مشاركتهم في إنشاء المحتوى عبر الشبكة العنكبوتية العالمية ، فمصطلح الجيل الثاني للإنترنت هو مجموع المصادر المفتوحة والتفاعلية ، ومختلف التطبيقات الافتراضية المساهمة في نشر خبرات الأفراد ومعارفهم ، باعتبار هؤلاء أحد الأطراف الأساسية والمهمة في العمليات التجارية والاجتماعية ، عبر إمكانية التدفق الحر للآراء والمعارف والمعلومات" (ملوكي ، 2015 ، ص 322)

"الويب 2.0 هو أسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الإنترنت ، يعتمد على مجموعة من التطبيقات ، وعلى دعم الاتصال بين مستخدمي الإنترنت وتعظيم دور المستخدم في إثراء المحتوى الرقمي على الإنترنت ، والتعاون بين مختلف المستخدمين في بناء الويب الاجتماعي". (Chantal, 2008, page48)

"هو مجموعة من التطبيقات عبر الإنترنت مفتوحة المصدر والتفاعلية ، والتي يسيطر عليها المستخدم لتوسيع الخبرات والمعرفة والقوة السوقية للمستخدمين والمشاركين في العمليات التجارية والاجتماعية ، تدعم تطبيقات الويب 0.2 إنشاء مستخدمين غير رسميين ، من خلال شبكات تسهيل تدفق الأفكار والمعرفة من خلال السماح بكفاءة

من أهم أدوات العصر التي تستقطب شريحة ضخمة من المستخدمين في العالم ، هؤلاء الذين يعتبرون الجمهور المستهدف للمؤسسات الإعلامية ، وبما أنها تسوق أفكاراً ومنتجات فكرية ، فالتواصل الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية مدخل استراتيجي للتأثير في الجمهور المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي..

انطلاقاً من هذا المدخل الإشكالي: نطرح الإشكالية التالية في هذا المقال:

ماهي مهن الويب الإعلامية الجديدة في ظل تطبيقات الويب 0.2؟ وما هو وضعها وتحدياتها في الجزائر؟ للإجابة عن هذا السؤال حددنا الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي موجة الويب 0.2 والإعلام الجديد؟
- كيف ساهم الإعلام الجديد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في ظهور عوامل التحول في مهن الويب ؟
- ماهي أهم وظائف الويب المتعلقة بالتحرير الإعلامي ، والتواصل الاجتماعي؟
- ماهو مستقبل مهن الويب؟ وماهي المهن التي ستولد؟
- ماهو واقع مهن الويب في المؤسسات الإعلامية الجزائرية؟ وماهي التحديات التي تواجهها؟
- ماهي أوجه الاستفادة من مهن الويب في ظل البيئة الإعلامية الجديدة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية ؟
- أهداف الدراسة: الكشف عن خصوصيات وتحولات البيئة الإعلامية الجديدة من خلال خدمات الإعلام الجديد.
- الكشف عن خصائص مهن الويب ومتطلباتها " مهن التحرير الإعلامي الرقمي ، ومهن التواصل الاجتماعي".
- التعرف على مستقبل مهن الويب.
- التعرف على واقع هذه المهن في الجزائر والتحديات التي تواجهها
- تقديم مقترحات لتثمين الاهتمام بمهن الويب لدى المؤسسات الإعلامية في الجزائر .

**أدوات البحث:** اعتمدنا على أدوات بحثية لتحليل هذا الواقع من خلال اعتماد الملاحظة ، انطلاقاً من واقع الاحتكاك بالمؤسسات الإعلامية ، بالإضافة لرصد وتحليل دراسات سابقة حول هذا الموضوع وتوظيفها في تحليل موضوعنا ، واستطلاعات هامة للموضوع من طرف مختصين في الإعلام والاتصال ، مكنتنا من استنتاج نتائج مهمة حول واقع استخدام وتطبيق مهن الويب في المؤسسات الإعلامية المحلية والوطنية ، كما اعتمدنا بشكل اساسي على الملاحظة البسيطة لعينة من الإعلانات التي تم نشرها في مواقع التوظيف بالجزائر في ستة أشهر الأخيرة من هذه السنة والتي ترصد واقع المهن الإعلامية للويب 0,2 في سوق العمل

**الدراسات السابقة:** تناولت هذا الموضوع العديد من الدراسات السابقة الأجنبية ، حيث إن مجال التقدم والتطور في مهن الويب نما بشكل متصاعد في الأونة الأخيرة لدى المؤسسات الإعلامية الغربية ، وحتى لدى المؤسسات الاقتصادية ، حيث نشرت عدة دراسات واقع واستشراف مستقبل مهن الويب في ظل تطور البنية التكنولوجية للأترنت وخدماتها ، من بين الدراسات التي استفدنا منها :

**Le forem : métiers d avenir etat des lieux de secteur des technologies de l information et de la communication,septembre 2013**

تناولت الدراسة واقع واستشراف مستقبل مهن الويب في الدول المتقدمة ، وذلك نظراً لتأثير عامل التطور المتسارع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ، حيث ساهمت جملة من العوامل في ظهور هذه المهن من بينها ظاهرة البيانات الضخمة في ظل العولمة ، وتطور سوق تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، وظهور قطاع استهلاكي قوي لها ، وهو الأمر الذي فرض على المؤسسات مسايرة هذه التحولات ، وتوقع الدراسة انتشار مهن الويب بشكل كبير جداً في المستقبل القريب مع ميلاد مهن أخرى وتلاشي مهن أخرى .

**Selvie de lattre et autre : les métiers de l internet les referentiels des métiers cadres ,juin 2012**

تناولت هذه الدراسة مهن الأترنت من حيث تصنيفاتها وأشكالها ، وتقدم الدراسة دليلاً للمهتمين بمهن الويب الجديدة ، كما تطرقت للفاعلين في مجال المهن

توليد ونشر ومشاركة وتحرير وتحسين المحتوى المعلوماتي " (J ,Quesada ,2014,page11 )

**التحرير الإعلامي:** يعتبر التحرير طريقة في التفكير والتعبير والمقصود من التحرير هو الكتابة ، وكلمة إعلامي تعني وسائل الإعلام ونشر ما يكتبه الإعلامي للجمهور بمختلف ثقافتهم وتعليمهم وطبقاتهم .(مجول، 2018، <https://hrdiscussion.com/hr38168.html>)

كما يعني التحرير الإعلامي بث وإعداد رسائل واقعية موحدة تبث للنقل إلى أعداد كبيرة من الناس ، يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ، ويعنى بالرسائل الواقعية ، وفي التحرير الإعلامي مجموعة من الأخبار والمعلومات والتعليقات التي تدور حول الأحداث وتنشرها وسائل الإعلام ، فالتحرير الإعلامي أسلوب من أساليب الاتصال بالجمهور التي تضم التحرير الإقناعي والإمتاعي والتعبيري ، ويعتمد على عدة وسائل للوصول للجمهور(شرف، 1987، ص ص 16-16)

وإجرائياً يختلف التحرير الاعلامي حسب الوسيلة ، وبما أن الدراسة تشير لوسيلة الأترنت ، فالتحرير هنا يختلف عن التحرير الاعلامي في بقية وسائل الإعلام ، وهو ما يسمى بالتحرير الإلكتروني الذي يتميز بخصوصيات معينة .

**استشراف المهن:** مقارنة استباقية لتوقع المستقبل الممكن للمهن من حيث الكفاءات والأنشطة ، ومن حيث مسؤوليات المهنة ، فهو يسمح بتصور المعارف الممكنة والمؤهلات والخبرات أو الخبرة المهنية والسلوكات والمواقف ، كما أنه يتطلب بناء مشتركاً من قبل الفاعلين أو الخبراء لتحليل المهن ومعرفة المصير الممكن لها(شماس ، مشرور، 2018، ص 25)

**الإجراءات المنهجية للدراسة:** تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ، من حيث وصف ظاهرة تطبيق المهن الجديدة للويب في المؤسسات الإعلامية الجزائرية من خلال الاعتماد على نتائج دراسات سابقة ، وملاحظات استطلاعية لعينة من إعلانات التوظيف بالجزائر.

انطلقت الباحثة من إشكالية مفادها فهم العلاقة بين التكنولوجيات الاتصالية الجديدة والعمل الصحفي، وقد اعتمدت الدراسة على عينة من الصحف الجزائرية "الخبر، الوطن، الشعب الأحرار"، واعتمدت على استمارة الاستبانة لتحليل معطيات الدراسة الميدانية، وتوصلت الباحثة لجملة من النتائج أهمها أن العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع هي علاقة تأثير وتأثر، في ظل التطور التكنولوجي، وتتأثر أشكال الكتابة الصحفية بهذا التطور، حيث إن للتكنولوجيات تأثيرات على سيرورة العمل الصحفي على كل المستويات، التغطية الإعلامية، التحرير، الإنتاج والطبع والتوزيع والأرشفة، أيضاً أهم نتيجة أن التكنولوجيا الاتصالية الحديثة لديها الكثير من المحاسن فيما يتعلق بالجانب الإداري، كما يعتمد جل الصحفيين على استعمال ما جلبته التكنولوجيا الجديدة من أدوات اتصال، أنترنت، هاتف نقال، حواسيب شخصية.

**دراسة صليحة شلواش: واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثرها على العمل الصحفي رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011**

تناولت إشكالية الدراسة استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال ومعرفة انعكاسها على الأداء المهني، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، وتوصلت لنتائج هامة أهمها: خلصت الدراسة أن التكنولوجيا الحديثة سهلت العمل الصحفي وخاصة المراسل من أحكام الزمان واختصار الجهد، والاستخدام الكبير لوسائل التكنولوجيا الحديثة على رأسها الأنترنت، حيث تمتلك جريدة الشروق أحدث التقنيات والوسائل المسخرة للعمل الإعلامي

**دراسات أخرى:** تم تناول موضوع المهن الجديدة للويب في مجال الإعلام والاتصال في حلقات نقاشية وندوات، نذكر على سبيل المثال ندوة نظمت بالمعهد العالي للإعلام والاتصال بالمغرب، يوم 21 مارس 2019 بالرباط، بعنوان المهن الجديدة في الإعلام والاتصال" التكوين والكفاءات والفرص"، استعرضت الفرص المهنية الجديدة في ميدان الإعلام والاتصال في ظل تحولات العالم الرقمي، وتم التطرق لتجارب شخصية الإعلاميين، وتم التعرض للتحديات

الجديدة، وعرضت الدراسة تصنيفات لمهن الويب حسب العائلات، بداية بمهن الأنترنت والمعلوماتية informatique من مهندسي ومطوري الواب، ومهن مرتبطة بأمن المعلومات، كما تناولت الدراسة قطاعاً آخر من مهن الويب la creation مهن الخلق والإنشاء، تضم مصممي البرامج والمحتويات، ثم تطرقت الدراسة لمهن التسويق الرقمي التي تضم طائفة واسعة من المهن، وفي الأخير عرضت الدراسة مهن الاتصال وهي القطاع الذي بهمنا، حيث احتوى على مهنة مسؤول تحرير موقع الويب، ومهنة مسير محلي.

**Géraldine gomaere : les nouveaux métiers du web : de la redaction au webmarketing, mars 2017**

تطرقت الدراسة لتطورات مهن الويب المتسارعة التي لم تكن معروفة سابقاً، فبدأت تظهر شيئاً فشيئاً في الدول المتقدمة، حيث إن هناك أزيد من 40 مهنة جديدة للويب لا تزال في دائرة الضوء، حسب ما ورد في تقييم موقع العمل للويب metiers.internet.gov، وتنقسم المهن الجديدة للويب لثلاث مجموعات: مهن التحرير الإعلامي، أي كل ما يتعلق بعملية الإعلام والتحرير والنشر الرقمي، وهي تخص المؤسسات الإعلامية، تليها مهن الاتصال والتسويق التي تشمل شريحة واسعة من الوظائف المستحدثة التي تعزز العملية التسويقية في الفضاء الرقمي، وتقلع الأداء التسويقي، وتساهم في زيادة مبيعات المؤسسة، إضافة إلى مهن التواصل الاجتماعي، ومهن تقنية ترتبط بتقنية المعلومات كتصميم وتطوير البرامج ومراقبة حركة المرور.

#### دراسات عربية

أما الدراسات العربية الخاصة بتوظيف المهن الجديدة للويب في البيئة العربية فلم نجد دراسات في هذا الصدد، غير أننا وجدنا دراسات خاصة باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال لدى المؤسسات الإعلامية في الجزائر، وكانت عبارة عن رسائل ماجستير من بينها:

**دراسة سولاف بوسع : تأثير التكنولوجيات الاتصالية الحديثة على العمل الصحفي في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005-2004**

ثقيل، من خلال معدل الإختراق في الهاتف الذكي الذي فرض أيضا مهنا جديدة في مجال تكنولوجيايات الإعلام، وتظهر الحاجة هنا لمهندسي المشاريع المتنقلة.

العامل الثاني في تطور مهن الويب هو تحول الأنترنت من هدفها في إنتاج البيانات وتحرير المحتويات، إلى التركيز على المستهلكين، فتطور مفهوم CRM إدارة العلاقة مع العميل نحو مزيد من التسويق الفردي، والاتجاه نحو الأرشفة الإلكترونية، هذه التطورات التكنولوجية كانت لصالح التطورات الاجتماعية والثقافية، مع انتشار تقنيات الأجهزة المحمولة التي فرضت هي الأخرى مهنا أخرى، تستهدف علاج اختراق الحوامل التكنولوجية، فوظيفة نظام المعلومات تطور دورها للمستهلك من أجل ضمان الأمن المعلوماتي فتم تطوير متجر التطبيقات APPSTORE في المؤسسة، مهما كان شكلها تحتاج لتغيير في إدارة قسم نظام المعلوماتالذي سينتقل من دور مخطط إلى وسيط بين المستخدمين والمطورين من أجل توفير التطبيقات للموظفين، فالتقنيات المحمولة أثرت على تطور أهداف التجارة الإلكترونية التي تتأثر هي الأخرى بمهن الاتصال والمعلومات.

عامل آخر أثر في قطاع مهن الويب في الدول المتقدمة، وهو حركة الإعلام الآلي الأخضر Green IT لتؤكد إدماج الرهانات البيئية مع ظهور هذه المهن، من أجل فردنة التقنيات، وطرق العمل لتحسين توجه التمكين empowerment بسهولة، بما يعطل النماذج التنظيمية، وهرمية المؤسسات مع التقنيات الاجتماعية المشاركة الاجتماعية والجماهيرية للمستهلكين، وتقلص سلطة العلاقات في تقارير الرؤساء للمرؤوسين» (-2, 2013, pp le FREM «3))

## 2-المهن الإعلامية الجديدة في الويب 0.2

### 2-1 مهن التحرير الإعلامي الرقمي

2-1-1-صحفي الويب " المفهوم ، المميزات ، والمهارات"

عرف ivan valerio صحفي سابق بموقع europ 1 lab صحفي الويب على أنه صحفي كغيره من صحفي الإذاعة أو التلفزيون، كما أن قلة ظهوره في الميدان لا يعني أنه لا

والرهانات التي فرضها التحول الرقمي في قطاع الإعلام والاتصال بالمغرب، حيث مست ثلاث موضوعات: الكفاءات والتكوين والاندماج المهني، وأكدت الندوة على حتمية ملاءمة العرض التكويني مع مستجدات التحول الرقمي، وتكوين كفاءات تستجيب لحاجات السوق الواعدة بفرص كثيرة في هذه المهن الجديدة، وأشارت الندوة لخصوبة التحول الرقمي الذي يستدعي تغييرا شاملا وجذريا في استراتيجيات المؤسسات

الإعلامية..(24, caza, 2020،

( http://Caza24.ma /media/19252,html

كما نظمت ندوة حول المهن الجديدة في مجال الإعلام والاتصال بقسم الإعلام جامعة سطيف2 الجزائر فيفري 2019، وطرحت واقع هذه المهن وخصوصيتها ومستقبلها وعرضت نماذج عنها

### 1- عوامل تطور مهن الويب في ظل الإعلام

#### الجديد وتكنولوجيايات الإعلام والاتصال

"تطور قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال من خلال عدد كبير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي أصبحت تعد أكثر من 11400 منصب عمل مأجور، وذلك من خلال ملاحظة التطور التكنولوجي الملاحظ في قطاع المعلومات باختلاف العوامل التنظيمية والاقتصادية لخبراء الاتصال، ومن بين هذه التطورات والعوامل التي ساهمت في ظهور سوق عمل جديدة ظاهرة البيانات الضخمة " BIG DATA"، المتعلقة ببناء كميات ضخمة من البيانات، وهو ما فرض تحديد وظائف جديدة داخل المؤسسات مرتبطة بإدارة البيانات الكبيرة، التي تربط الاتصال بملايين الأحداث في عشرات الثواني، وتفعيل خدمات التخزين الافتراضية وإدارة خوادم الأنترنت ومحطات العمل، ومختلف الفاعلين في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال يلعبون دورا في حقل بنية الشبكة الافتراضية، وزيادة الاعتماد المتبادل بين أنواع مختلفة من الموارد يجبر مهن المشغلين والمصممين بتوسيع مهاراتهم، حيث تنشأ شبكة البيانات الضخمة OPEN DATA، وهو ما يفتح المجال لظهور مهن أمن البيانات، ومهنة مدير البيانات المفتوحة OPEN DATA MANAGER، الذي يطور الهاتف وتكنولوجياياته في اتجاه

- لا يحتاج المحرر في الصحافة الإلكترونية إلى سنوات من الخبرة ، كما هو الحال بالنسبة للعمل كمحرر في الصحافة المطبوعة .
- السرعة في أداء العمل وتعدد المهام التي يقوم بها.
- تجذب الصحافة الإلكترونية الخريجين من أقسام وكليات الإعلام ، نظراً لتفوق رواتبها على الرواتب في الصحافة المطبوعة
- يمنح نظام العمل على الكمبيوتر راحة أكبر للصحفي عبر الإنترنت عن نظيره في العمل الميداني للصحفي في الصحف المطبوعة
- القدرة على تنقيح وتحليل واختيار المعلومات
- أتاحت التكنولوجيا الجديدة صنع احتياجات جديدة للقراء ، منها المشاركة في صناعة المحتوى ، حرية إبداء الأراء ، التواصل ، الاختصار ، تنوع المحتوى.
- ويحظى القائم بالاتصال في الوسيلة التكنولوجية الحديثة بأعلى درجة من التفاعلية عن أي وسيلة إعلامية أخرى (كمال ، نفس المرجع ، ص ص 21-22)
- ب- مهارات صحفي الويب: يتميز بجملة من المهارات هي:

- التحرير الإلكتروني.
- مهارة توظيف الروابط التشعبية .
- مهارة كتابة الأخبار عبر الإنترنت .
- مهارات البحث في شبكة الإنترنت.
- مهارات توظيف الوسائط المتعددة.
- مهارات التعامل مع صحافة المواطن.(نفس المرجع ، ص 24)

## 2-1-2 - مدير تحرير الويب : Responsable

### éditorial web

هو مسؤول عن إدارة وهيكله وتحديث محتوى موقع ويب بالتنسيق مع الخطوط الاستراتيجية للتحرير ، ينظم الإنتاج التحريري بناء على مساهمي الإنترنت " المستخدمين وضغوطاتهم" ، أو المحتويات التي يتم شراؤها من مزودي الخدمات الخارجيين ، يوظف مدير تحرير الويب لدى المجموعات الصحفية "راديو ، صحافة ، تلفزيون " ويدير محتواها الإلكتروني عبر مواقعها ، ولدى وكالات الأنباء ،

يقوم بعمله الصحفي كما يجب ، بل على العكس فأساس العمل الصحفي موجود ، وهو صحفي يسعى لنقل الخبر بأسلوب صحفي ، إلا أن وسيلة النشر هي الإنترنت ، حيث أثير كثير من النقاش حول الجهد الذي يبذله صحفي الويب ، منها أنه بعيد عن الميدان ولا يغادر جهاز الكمبيوتر ، ويكتفي بنقل الأخبار التي يجدها في شبكة الانترنت . وهو الأمر الذي جعل العديد من المواقع الإخبارية تدفع بصحفيها إلى القيام بعملهم كما يجب ، كإجراء المكالمات والحوار والتأكد من صحة الأخبار التي تتداولها المواقع والشبكات الاجتماعية ، والنزول للميدان بصفة مستمرة حتى يلامس هؤلاء الحقائق بأنفسهم.(رواتي ، 2018 ،

<http://adelraouti.net/blog/digital-journalism>

تنوعت ألقاب صحفي الإنترنت بحسب وظائفه الاتصالية ، من بين هذه المفردات " القائم بالاتصال في شبكة الإنترنت The web communicator ، الصحفي الإلكتروني online journalist المحرر المتكامل integrated reporter ، حارس البوابة الإلكترونية online gate keeper ، محرر الأترنت ، internet journalist وصحفي الويب web journalist ، كما يمكن أن نطلق عليه منتجاً producer بسبب طبيعة الويب المتعددة الوسائط . (كمال ، 2014 ، ص 20 .)

**مميزات صحفي الويب:** رصدت إحدى الدراسات عدة مميزات ينفرد بها محرر الأترنت عن نظيره التقليدي العامل في الصحف الورقية أهمها:

- قدرة محرر الموقع على العمل في أي مكان والنشر الفوري طالما يمتلك كلمة المرور للدخول إلى الموقع ، وصلاحيته التحرير والنشر.
- لا ينتهي دور صحفي الأترنت بكتابة الموضوع أو القصة الخبرية لأنه مطالب بتغذيتها بأكثر قدر من المعلومات والخلفيات ، باستخدام خاصية الهايبرتكست ، فضلاً عن اختياره للصور وإمكانية قيامه بنشر الموضوع بنفسه باستخدام برنامج MS ، ومتابعة التعليقات وعمل التعديلات المطلوبة إذا تطلب الأمر.
- عدد المحررين في الصحافة الإلكترونية أقل من عددهم في الصحافة المطبوعة.

ظهرت الأنترنيت والشبكات الاجتماعية أصبح ذلك ممكناً، ففي العلامة التجارية في الماضي كانت تتشكل في الذهن من خلال مكوناتها " الاسم والشعار واللون"، ولأن الشركات لا تستطيع أن تجعل هذه العناصر تمثلها في عالم الأنترنيت، فكان محتوى العلامة التجارية هو الوسيلة الأفضل لتمثيلها في العصر الرقمي، وتكون المعادلة هي أن أول ما يتبادر لذهن المستهلك عن العلامة التجارية هو محتواها وليس خصائصها، فالمحتوى أصبح أداة قوية لوصف العلامة التجارية Brand content، حيث بدأ هذا المفهوم مع العصر الرقمي وتحديداً عند ظهور قنوات التواصل الاجتماعي، وهو المحتوى الذي يهدف لتعزيز معنى العلامة التجارية في ذهن الجمهور، أي يكون تركيز المحتوى للعلامة التجارية فقط، وليس للبيع فهو يهدف لغرس قيم جيدة في المجتمع، ويساعد على تطوير العلاقة بين الشركة وعملائها. (بخيت، 2018، <http://www.tech-wd.com/wd/2016/07/29/d>)

أما عن وظيفة مدير محتوى العلامة التجارية فهو الشخص المسؤول عن تنفيذ البرامج التسويقية الإعلامية التي تهدف إلى زيادة وعي وإدراك العملاء حول العلامة التجارية، وتعزيز هوية العلامة من خلال محتواها، إذ توجد عدة مسميات لهذه الوظيفة منها مدير محتوى العلامة التجارية، ووظيفة سفير العلامة التجارية Brand Ambassador job، ويقوم بعدد من الوظائف:

- النشر الرقمي عن منتجات وخدمات الشركة عبر

الإنترنت

- الإنشاء والمشاركة والاستجابة للمراجعات عبر

الإنترنت

- المشاركة في المعارض التجارية كمتحدث باسم الشركة والحضور للمعارض التجارية والأحداث الخاصة بالشركة، والاستمتاع بالتواصل مع العملاء عبر الإنترنت، الاستخدام المتميز لوسائل التواصل الاجتماعي، مع القدرة على الإعلان عن المنتجات والإجابة على استفسارات العميل عبر الإنترنت، والقدرة على زيادة الوعي بالعلامة التجارية.

نشر محتويات جذابة ومؤثرة عن منتجات / خدمات

الشركة

ووكالات النشر عبر الويب، وشركات خدمة الاتصالات الخارجية التي لها وجود مهم عبر الويب.. (Delattre et al., 2012, page 134)

أ- مهامه الأساسية: لديه عدة مهام أهمها مايلي:

1- التعريف بالخط التحريري: من خلال التحريك والمشاركة مع لجنة التحرير، اقتراح خط تحريري عبر شبكة الأنترنيت في العادة يكون ذلك بالتناسق مع الدعائم المطبوعة، تحديد جداول النشر، تحديد المشاركة مع مسؤول الإعلام المحلي، تسيير المناقشات والمشاركات عبر مواقع التواصل، اختيار المحتوى لتمييزه

2- تسيير وتحريك النشاط التحريري للموقع: من خلال تحديث المحتوى وإنشاء محتوى جيد ورسائل إخبارية ومنتجات ويب أخرى. - تنظيم إنتاج التحرير من نصوص وصور وفيديوهات وعروض حركية

شراء المحتويات من مزودي الخدمات الخارجيين "وكالات ويب أو وكالات مستقلة"، أو الممولة من طرف فريق الأنترنيت "محوري الأنترنيت، مصممي الأنترنيت، غرافيك...."، تصميم ودمج المحتويات عبر المواقع بفضل وسائل CMS،

- ضمان الحفاظ على تماسك وجاذبية وسهولة المحتويات في الموقع

3- ادارة فريق التحرير: من كتاب ومراجعين وإدارة فريق مديري الإعلام الاجتماعي، وتحديد قواعد تنشيط وتحريك صفحات الموقع والاعتدال في منتديات النقاش، وإدارة المخططات والمواعيد النهائية، وإدارة الوكالة في حالة عملها كوكالة اتصال أو ويب (ibid, page 134)

2-1-3- مدير محتوى العلامة التجارية: Brand

content manager

تعتبر إدارة محتوى العلامة التجارية فرعاً من فروع التسويق بالمحتوى، الذي يعتبر من استراتيجيات التسويق الحالية الأساسية، ويقصد به العمليات والممارسات لإنشاء النصوص والفيديوهات والصور والرسومات والكتب الإلكترونية، وتوزيعها من خلال نظام إدارة المحتوى، وشبكات التواصل الاجتماعي، فبناء العلامة يحتاج لجهد كبير، ولا يمكن للخبراء شراء الشهرة بسهولة، لكن عندما

الأساسية ضمان مساعدة فريقه لحل مشاكل العميل التي قد تنشأ، والقيام بتدقيق العملاء وتعليم مستوى عال لتحسين محركات البحث للفريق، وتحرير وتقديم التقارير لمدير العمليات ومدير محركات البحث، وهو الشخص الذي يكون مسؤولاً عن تخطيط وتنفيذ مستوى عال ومعقد من استراتيجيات تحسين محركات البحث لربائهم، ومساعدة الفريق على تعلم وتطبيق الاستراتيجيات نفسها، ويقوم دور مسير محركات البحث بتقديم المساعدة إلى مدير العمليات ومدير تحسين محركات البحث، وأقسام المبيعات حسب الحاجة

2016, seo manager

<https://www.socialseo.com/wp-content/uploads/2016/04/SEO-Manager-Job-Description-1..pdf>

أ-وظائف ومتطلبات وظيفة مدير تحسين محركات

البحث

إدارة SEO

- تطوير وتنفيذ استراتيجيات فعالة لمحركات البحث

(SEO)

- تنسيق المحتوى والتصميم ووسائل التواصل الاجتماعي والتسويق بنظام الدفع بالنقرة وأنشطة أخرى.

- إدارة مشاريع التحسين في الموقع وخارج الموقع .

- تنسيق جهود تحسين محركات البحث، بما في ذلك إجراء تحسين للموقع، والبحث عن الكلمات الرئيسية في الموقع وخارج الموقع، الإشراف على حملات البحث المدفوعة.

- المعرفة الحالية بممارسات SEO وتقنياتها ضرورية

لهذا الدور.

(workable, 2018,

<https://resources.workable.com/seo-manager-job-description>)

ب- متطلباته: إثبات خبرة كمدير SEO، مدير SEM

أو دور مماثل معرفة ممارسات SEO القياسية والحالية، مع تقارير تحسين محركات البحث والتعرف على الأدوات ذات الصلة،

- الإنشاء والمشاركة والاستجابة للمراجعات عبر الإنترنت، وبناء علاقات الثقة مع العملاء المحتملين، ومراقبة التعليقات والردود.

(<https://resources.workable.com/brand-ambassador-job-descriptionworkable,2018>)

أ- متطلبات وظيفة مدير محتوى العلامة التجارية

1- متطلبات الوظيفة: خبرة عمل مثبتة كسفير للعلامة التجارية أو مروج أو دور مماثل، مع وجود وسائل إعلام اجتماعية قوية على منصات متعددة، وتجربة إنشاء محتوى عبر الإنترنت، ومهارات اتصال ممتازة، بالإضافة لشخصية صارمة، ودية، والرغبة في التعرف على أشخاص جدد، البكالوريوس في التسويق أو درجة ذات صلة به (workable, ibid)

من أهم الرهانات التي يعمل على تنفيذها مدير محتوى العلامة التجارية كيف يصنع السمعة الرقمية، حيث إن السمعة الرقمية، هي الصورة التي يشكلها الجمهور حول علامة معينة أو شخصية ما، هذه الهوية الرقمية تستنبط لتشكيل هوية العلامة التجارية وتميزها عن منافسيها، وبالتالي فإن السمعة الرقمية هي نتاج مجموع المحتويات التي لها علاقة بالعلامة التجارية، وهذا يعني جميع المدونات والمنتديات، الفيديوهات ومواقع التواصل الاجتماعي...

إذ يمكن تشكيل هذه السمعة عن طريق القيام ببحث بسيط عبر محركات البحث، ليظهر كل عنصر على صفحات نتائج محرك البحث، ويسمح للمستخدم أن يرى ويسمع ويقرأ كل ما قيل حول العلامة التجارية، تتجذر هذه الفكرة في أذهان مستخدمي الإنترنت، فكلما زاد نشاط المؤسسة عبر الإنترنت زاد الحديث عنها من قبل المستخدمين الذين يحتفظون بصورة جيدة لتلك المؤسسة (بوسجرة، 2016، ص706).

1-2- 4 مدير تحسين محركات البحث: SEO

Manager

هو ممارس متقدم لتحسين محركات البحث ولديه قدرة عالية على حل المشكلات على مستوى مستقل، وهو مسؤول عن إدارة وقيادة فريقه وضمان أن يكون جميع العملاء تحت قيادته، ويتم الاعتناء بهم جيداً، وتشمل أهدافه

**جدول رقم 1: يوضح اختصاراً لتجزئة وظائف****شبكات التواصل الاجتماعي**

Social media manager	مسؤول الاتصال عبر الشبكات ينظم ويخطط وينسق الأنشطة
Social media planer	يثبت الإستراتيجية في الحضور والأنشطة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
Social media architect	يصمم المحاور الكبرى للاتصال ويحدد الرسائل التي تمر وينفذ البنى التكنولوجية الكافية

Didier Mazier et autre, communiquer sur les reseaux sociaux, edition1, imprime en France par laballery, septembre 2012, page20

**جدول رقم 2: مناصب أخرى ترتبط بالإدارة****المجتمعية**

Content manager	مسير للمحتوى المجمع منتجات وخدمات ، يبت صور وفيديوهات وعروض ونصوص
Social media marketer	ينشط وينظم الأنشطة التسويقية من أجل تنمية المبيعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي
Social media developer	يصمم ويحقق ويطور التطبيقات عبر الشبكات

Source: Didier Mazier et autre, op, cit, page20

من خلال دراسة متواجدة على الموقع regiojobs.com سنة 2012 تحدد المهام المستندة للقائم بالإدارة المجتمعية من خلال ترتيب الأهمية المتنامية لهذه الوظيفة ، التي تجسد من خلال ممارسة العديد من الوظائف منها تنشيط الصفحات عبر الفيسبوك ، كتابة الافتتاحية ، وتنشيط حساب التويتر وإنشاء ومتابعة المدونة المصاحبة ، وتحقيق وتنفيذ المشاريع ، وتوسيع العلاقات التشعبية مع المدونين ، وتنشيط فضاءات عبر الشبكات المهنية وتسيير الأحداث ، والتنفيذ والوضع التقني لفضاءات عبر الشبكات الاجتماعية ، نستنتج من هذه المهام أن فيسبوك وتويتر يؤسسان أساسيات وانشغالات community manager ، وتعتبر وظيفة التحرير والتحكم في المحتويات وإدارتها من قلب مهام هذه المهن..(ibid,page21)

**2-2-2- مدير إعلام اجتماعي**

هو شخص مختص في الإعلام والاتصال ، يقوم بإدارة الإعلام الاجتماعي للشركة أو المؤسسة التي هو تابع لها ، من مواقع تواصل اجتماعي ومدونات ، ومحتويات تشاركية ، ومختلف خدمات الإعلام الجديد ، هدفه هو إدارة الاتصال

-التمتع بمهارات اتصال ممتازة ومهارات تنظيمية

وقيادية

ج-مسؤولياته: تطوير وتنفيذ استراتيجيات SEO ،

-مراجعة مشكلات تحسين محركات البحث والتوصية بالإصلاحات

-تحسين محتوى موقع الويب والصفحات المقصودة.

- مشاريع تحسين مباشرة خارج الصفحة ( مثل بناء

الروابط)

جمع البيانات وتقديم تقرير عن حركة المرور ، والعمل مع وسائل الإعلام الاجتماعية ، وفرق PPC لتحسين الحملات و مواكبة SEO واتجاهات التسويق المتكاملة.

(workable,ibid)

**2-2-2- مهن الإعلام في شبكات التواصل الاجتماعي****2-2-1-صحفي مسير لمواقع التواصل الاجتماعي**

هو شخص يقترح مضامين أصلية ويتابع الحوارات والنقاشات والمقابلات مع المعجبين ، ويضمن اليقظة والاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، من خلال الموقع الرسمي لمهن الأترنت وضع من طرف وزارتي التعليم والصناعة ، مهنة المسير المجتمعي أو منشط المجتمع عبر الويب ، وهو مكلف بتأليف مجتمع من الأترنانيين حول مصلحة عامة ، عبر تنشيط التغيرات حول هذا الموضوع ، الذي يجب أن يحترم القواعد الجيدة التي تقود مجتمعاتها ، هذه المهمة الأولى وهي تطوير وتسيير حضور منظمة علامة ، خدمة ، أو منتج عبر الأترنت

كما تعتبر وظيفة le responsable de communauté en ligne من الوظائف الواسعة الانتشار ،

وهي وظيفة تشبه وظيفة صحفي مسير اجتماعي ، كما اتجهت الاتجاهات الحديثة في هيكله وظائف الأترنت في الإعلام الجديد لتجزئة الوظائف عبر شبكات التواصل الاجتماعي كمدير شبكة تواصل اجتماعي ، ومسير اجتماعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، ومدير خدمات الاتصال في الإعلام الجديد ، ومخطط وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي ( Mazier et autre,2012,pp18-19 ) .

- بشكل عام دور مدير الإعلام الاجتماعي لا يقتصر على وضع الاستراتيجيات وتنفيذها وقياس مدى نجاحها، بل هو مطالب في العمل مع فريق الإبداع لإنتاج واعادة صياغة المحتوى النصي أو وسائط الفيديو، بشكل جديد وجذاب، وإدارة الفريق التي تبدأ من اختيار أفراد الفريق وتحديد المهام المنوطة بهم.

2-2-3- استراتيجية الإعلام الاجتماعي: هو شخص مختص في التواصل الاجتماعي لمنظمة ما، هدفه رسم وتنفيذ استراتيجيات اتصالية على المدى القصير والمتوسط والطويل الأجل، يتميز بخبرة واسعة في مجال الاتصال والإدارة والتسويق، ودوره استراتيجي في التنظيم الذي ينتهي إليه. (2018, social media strategie job, <https://resources.workable.com/social-media-strategist-job-8>)

**أ- مهام الاستراتيجيين الاجتماعيين ومتطلبات توظيفهم**

يقوم بتطوير وتنفيذ استراتيجية شاملة لوسائل التواصل الاجتماعي، لزيادة حركة مرور الويب وخلق وعي بالعلامة التجارية. كخبير استراتيجي في وسائل التواصل الاجتماعي، والذي يجب أن تكون لديه مهارات تعدد المهام الممتازة للتعامل مع جميع حسابات وسائل الإعلام الاجتماعية الخاصة بالمؤسسة بطريقة متماسكة.

#### ب- المتطلبات الوظيفية

- إثبات خبرة العمل كاستراتيجي لوسائل الإعلام الاجتماعية أو مدير الشبكات الاجتماعية، والتدريب العملي على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق الوعي بالعلامة التجارية.

- فهم SEO ومقاييس حركة مرور الويب -القدرة على تحديد تفضيلات الجمهور المستهدف وبناء المحتوى لمواجهتها، والإلمام بتصميم الويب والنشر. (social media strategie job,ibid)

#### ج- المسؤوليات

- تصميم استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف التسويق على المنصات الاجتماعية

باسم الشركة أو المنظمة التي ينشط في إطارها من جماهير المؤسسة، ويساهم في تحسين علاقتها وبناء سمعة طيبة عنها، والتفاعل مع جمهور المستخدمين للصفحات ومواقع التواصل ...

ويأتي دور مدير الاعلام الاجتماعي ( Social Media Community Manager) فيما يلي:

1. بناء وإدارة الحسابات الخاصة بالجهة.  
2. البقاء على اطلاع على كل ما هو جديد في الإعلام الجديد من أدوات والتكامل معها.  
3. متابعة كل ما يتداول في الإعلام الجديد سواء كان يمس الجهة التي يعمل بها بشكل مباشر، أو يمكن الاستفادة منه.

4. زيادة وتوسيع شبكة المهتمين والمتابعين لحسابات الجهة

5. بث المحتوى النصي والوسائط المتعددة عبر مواقع التواصل الاجتماعية والاشارة لكل منها للأخرى.

6. إدارة الحوارات والردود مع المتابعين.  
7. قياس مدى تحقيق الأهداف والعائد على الاستثمار. (بدوي، 2018،

<https://www.badwi.com/blog/?p=1372>)

#### أ- متطلبات مدير الإعلام الاجتماعي الناجح

- تطوير مهارات استخدام مواقع التواصل عبر استخدام الأدوات والمشاركة والتحكم في التقنيات وإنشاء وإدارة صفحة أو مجموعة.

- البحث عن العملاء داخل منصة الأنترنت أو خارجها.

- إدارة الوقت بحكمة وعناية.  
- إدارة الإعلانات التجارية والاجتماعية عبر مواقع التواصل.

- الاستفادة من خبرات تحسين محركات البحث عبر المحتوى.

- تطوير المهارات والخبرات من خلال التدريب المستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- (عمار، 2018،

<https://www.youtube.com/watch?v:wxyo7wXoNv>)

- إدارة وإنشاء ونشر محتوى وإدارة جميع حسابات وسائل الإعلام الاجتماعية للشركة
  - التواصل مع الكتاب والمصممين لضمان محتوى مفيد وجذاب
  - التعاون مع فريق تطوير التسويق والمنتجات لإنشاء "مشاركة" اجتماعية بشأن إطلاق المنتجات الجديدة
  - تسهيل اتصال العميل والشركة (الرد على الاستفسارات ، والحصول على المراجعات وتنظيم الدردشات وجلسات الأسئلة والأجوبة) .
  - إعداد تقارير أسبوعية وشهرية عن حركة المرور على شبكة الإنترنت وعائدات الاستثمار.
  - مراقبة كبار المسؤولين الاقتصاديين والمشاركة مع المستخدمين واقتراح تحسين المحتوى.
  - التواصل مع المتخصصين في هذا القطاع لإنشاء شبكة قوية -البقاء على اطلاع على أحدث التقنيات الرقمية وأفضل الممارسات الاجتماعية. ( social media strategie job,ibid)
- 4-2-2-وظيفة community manager: هو**
- المسؤول عن تنشيط مجتمع ويب، لديه مهمة توحيد مستخدمي الإنترنت عبر منصة شبكتها، حول قطب من أقطاب المصلحة العامة، والاهتمام المشترك " العلامة، المنتج، القيمة".
- يقوم بتنشيط واحترام القواعد الأخلاقية للمجتمع المحلي، ويأخذ المعلومات من أعضاء المجتمع، ويقوم بإنتاج محتويات عبر مستخدمي الإنترنت لتطوير حضور علامة المؤسسة عبر الإنترنت يوظف لدى كبرى المؤسسات، وكالات الاتصال والإشهار، وكالات الويب، ومحرري ألعاب الفيديو، والمؤسسات التي ترغب في الحضور عبر الإنترنت. ( Delattre et autre, op , cit, page 139).
- أهمهام مدير اجتماعي عبر الويب**
- 1-تنمية الوعي بالعلامة عبر الويب وذلك من خلال تحديد المجتمعات على الويب، ويمكن أن يؤثر على تموقع العلامة لدى المدونين ومنتديات النقاش.
- المساهمة في خلق قيم للمجتمع " رموز ثقافية واجتماعية ولغوية"

- تحديد أهداف المجتمع وفقاً لموافقة لجنة التنفيذ واختبار المنتج ومعلومات حول الزبائن أو المستخدمين.
  - تحديد المؤشرات التي تسمح بمتابعة حياة المجتمع.
  - تعزيز تماسك المجتمع من خلال إطلاق مواضيع لتحفيز النقاش لتبادل الخبرات والممارسات بين مستخدمي الأنترنت
  - ضمان جودة الردود بما في ذلك انتقادات للعلامة أو المنتج من أجل أن تكون قادرة على قياسها وتشغيلها وإعادة بدء المناقشة.
  - احترام القواعد الأخلاقية للمجتمع واستبعاد التعليقات والفيديوهات والصور التي تحمل مضامين إباحية أو إهانات أو تدعوا للكراهية
  - تسيير تاريخ وأرشيف البيانات المتضمنة في الموقع " المواضيع المتضمنة، المعلومات، الوثائق المرسلة أو مستخدمي الأنترنت"
  - البحث عن وسائل تواصل جديدة تسمح بتوسيع التأثير على المجتمع.
  - ضمان ولاء مستخدمي الأنترنت للأحداث عبر الخط من أجل الاجتماع الفيزيائي للمجتمع وقادته " مدونين، مؤثرين".
  - تدعيم التطوير التقني لوظائف المنصة: من خلال ضمان شروط استخدام الموقع، الأمن المعلوماتي، ومراقبة المحتوى المحذور. (Delattre et autre, ibid, page 139)
- 3- المهن الجديدة التي ستولد في المرحلة الانتقالية الهجينة للتحويل الرقمي**
- الفرصة الحقيقية اليوم هي أننا نعيش في مرحلة انتقالية تسمى المرحلة الهجينة بين عصر الإعلام الإلكتروني والتقليدي، وبين عصر إعلام وإعلامي الذكاء الاصطناعي، لماذا هذه المرحلة فرصة؟ الإجابة تكمن في أن يعرف العاملون في هذا الحقل أو المسؤولون عن مناهج الجامعات، ما الذي ينتظرنه من مهن واعدة في مجال الإعلام لكي نستعد لها منذ الآن بلا تردد أو بطء، ففي عام 2016 قدمت الخبرة المستقبلية إيمي ويب والتي هي الرئيس التنفيذي للمعهد المستقبل اليوم في الولايات المتحدة الأمريكية بحثاً، طرحت

الإعلاني في العالم ، ( المحمود ، 2020 ،  
(<https://hbrarabic.com/%D8%A7>)

- وبما أن الإعلان أساس بقاء المؤسسات الإعلامية بات من الضروري الاندماج في تحولات العالم الرقمي عبر المهن الجديدة للويب التي ستساهم في إدراج المؤسسات الإعلامية في عالم الويب.

#### 4- نظرة لواقع مهن الويب في الجزائر

إن مهن الويب في الجزائر حسب ما تم تسجيله من ملاحظات وحسب الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها ، موجودة ولديها مستقبل نام في الدول المتقدمة حسب ما تم الاطلاع عليه في موقع مهن الويب الدولي ، الذي بات يشهد نمواً أكثر من 40 وظيفة جديدة من مهن الويب ، " بالنسبة للمؤسسات في الدول المتقدمة تجاوزت التطورات فيها هذه المهن ، وأصبحت تقليدية في ظل ميلاد مهن أخرى جديدة ، في إطار الذكاء الاصطناعي ، حيث تولى الذكاء الاصطناعي مهمة الكتابة بدل الإعلاميين ، وظهور التحقيق الصحفي المدفوع بالبيانات آلبا ، وكمثال عن ذلك طبقت وكالة أسوشيتد برس ، برمجية روبوتية ساعدتها بها إحدى شركات التكنولوجيا لإنتاج الأخبار المتكررة باستخدام منصة وورد سميث ، التي ساعدتها على إنتاج حجم أخبار يفوق 14 مرة الحجم الذي كان ينتجه المحرر الصحفي البشري كل عام ، وبذلك فمستقبل مهن الويب يشير لخلق مهن مستقبلا تعوض الإنسان" (المحمود ، نفس المرجع ، ص2)

أما واقع الدراسات السابقة العربية في هذا المجال فلم نلمح له أثراً أو وجوداً غير أن ممارسات هذه المهن موجودة ، ولكن بشكل غير كاف ، يمكننا من القول إن توجه هذه المهن في الدول العربية منتشرة بشكل محدود ، فنحن مجتمعات تستهلك هذه التكنولوجيات بدون إبداع ؛ حيث لازالت تعاني الجزائر وغيرها من دول الوطن العربي من التأخر في هذا المجال ، بالرغم من وجود بعض المؤسسات الإعلامية في الجزائر تتبنى استراتيجيات إعلامية رقمية في الغالب مثلما نجدها في الشركات الأجنبية أو المؤسسات الخاصة حسب الملاحظة الاستطلاعية التي قمنا بها ، أما المؤسسات العمومية فقد لاحظت الباحثة من خلال الاطلاع على بعض مواقع المؤسسات العمومية والاحتكاك بموظفين إداريين

فيه عددا من المهن الإعلامية التي ستخرج من الخدمة في السنوات القليلة القادمة ، وفي المقابل طرحت عددا من المهن الإعلامية الجديدة. والتي نوضحها كما يلي:

- جدول رقم 3: المهن التي ستخرج والمهن التي

#### ستولد

- المهن الإعلامية التي ستدخل	- المهن الإعلامية التي ستخرج
فريق التحقيقات للبيانات والخوارزميات	معد التقارير والتحقيقات
- معد التقارير المحسن ، أي معد التقارير الذي يستخدم الذكاء الاصطناعي	مدير التواصل الاجتماعي
- منتج المواقع المعزز	منتج محتوى إلكتروني
- مدير بيئة العمل	مصمم ملتيميديا
- مدير منصة	مصمم غرافيك "مخرج فني"
- محرر شيفرات عامة	مدقق نصوص ومدقق حقائق
- مختص بيانات ، مصمم تجربة الأتمتة	محرر مختص

- المصدر: حمود المحمود ، المهن الإعلامية التي بدأت تسيطر عليها الآلة ، والمهن الجديدة التي ستولد ، شركة هارفارد بيزنس بيليشينغ ، بوسطن ، 2020 ، تم تصفح المقال عبر موقع <https://hbrarabic.com> ، بتاريخ 18-2-2020 في الساعة 10

ولأننا مازلنا في المرحلة الانتقالية الهجينة فإن سحب البساط من تحت وسائل الإعلام التقليدية بشكل هائل ، عبر ذهاب عوائد الإعلانات إلى عمالقة الأنترنت مثل فايسبوك وجوجل ، تسبب ياربك معظم المؤسسات الإعلامية التي لم تطور نموذجا جديدا للأعمال ، حيث وجدت نفسها بلا موارد كافية ، وهو الأمر الذي اضطرها للقيام بحملات مدعورة لتسريح الألاف من العاملين في حقل الإعلام ، حيث قامت مؤسستا بازفيد وهافينغتون بوست بتسريح 1000 صحفي ، وظهور موجة تسريح واسعة النطاق تضرب المؤسسات الإعلامية شرقا وغربا ، هذه المؤسسات التي سرحت عملها سابقا لكبريات الصحف العالمية والمواقع الإخبارية الإلكترونية ، مثل ياهو التي بدأت تخسر ولم تجد نموذج العمل الربحي المناسب في ظل تراجع الأرباح ، مع سيطرة فايسبوك وجوجل على سوق الإعلانات والأخبار ، حيث يسيطر هذان العملاقان على 75 % من عوائد الإنفاق

تحمل هذه الإعلانات أسماء الوظائف التالية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 4: ملاحظة استطلاعية لإعلانات التوظيف بالجزائر من شهر سبتمبر إلى غاية شهر فيفري 2020

المؤسسة المعلنة	الوظيفة	تاريخ الإعلان
مؤسسة خاصة تنشط في مجال الإعلام	صحافي مواقع	5 فيفري 2020
واد كنيس	مطور موقع ويب Developper Rédacteur ، journalist web	17 جانفي 2020
جريدة الهدف بالفرنسية	مدير لإدارة الموقع وصفحة الفايسبوك	19 جانفي 2020
المعهد الوطني لتكنولوجيات الإعلام والاتصال بالكاليتوس	مهندس دولة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال	9 جانفي
مؤسسة السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني	مهندسي دولة في تخصص المعلومات وتخصص أمن المعلومات	23 نوفمبر 2020
موقع الهدف الدولي	صحفي رقمي لمنصب رئيس قسم في موقع الهدف الدولي	25 نوفمبر 2020
مديرية البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة البلدية	مهندس دولة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ، مهندس في أنظمة الاتصال الرقمي ، المعالجة الرقمية ، الوسائط المتعددة ، شبكات الاتصال	28 سبتمبر 2020
الديوان الوطني للإحصاء	مهندس دولة في الاعلام الالي	29 ديسمبر
الوكالة الموضوعاتية للبحث في العلوم والتكنولوجيا	مهندس دولة في الاعلام الالي	16 سبتمبر

المصدر: مدونة التوظيف بالجزائر

- من خلال ملاحظة الإعلانات يظهر أنها لمؤسسات إعلامية ومؤسسات عمومية ومواقع إلكترونية ، كموقع واد كنيس وموقع الهدف الدولي ، ناشطة في مجال الإعلام والرقمنة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال ، تبحث عن مختصين في الرقمنة ومسيري مواقع وصفحات التواصل الاجتماعي.

وزملاء في مجال الإعلام ، أنها لازالت ضعيفة كما أنها لا تستعين بمختصين في مهن الويب المتنوعة ، وإنما تعتمد على آليات بسيطة ، ولا تخصص أهدافا ملموسة لقياس تأثيرها ، حيث إن واقع مهن الويب ينحصر في بعض المبادرات كإنشاء مواقع إلكترونية غالبا لا يخصص لها موظف دائم ، بل توكل كوظيفة ثانوية غير دائمة لبعض الموظفين ، حيث ينعكس ذلك على أدائها ، كضعف الإبداع والابتكار ، وضعف آليات الترويج لخدمات المؤسسة الإعلامية ، بالإضافة لتقادم المعلومات وعدم تحيينها ، كما أن اعتماد المؤسسات الإعلامية على خدمات التواصل الاجتماعي هو اعتماد شكلي ولا يفعل ، حيث تضع المؤسسات وتنشأ صفحات إعلامية غير تفاعلية وغير نشطة حسب ملاحظة الباحثين ، وطريقة الاعتماد على مواقع للتواصل لا تحمل بعدا استراتيجيا ، فمهن مدير اجتماعي ومحلي ومدير مسير لمواقع التواصل الاجتماعي واستراتيجية الإعلام الاجتماعي غير موجودة كمهن مستقلة بهذا الاسم في المؤسسات الاقتصادية والإعلامية ، وليس لها مكانة أو حضور أو وجود في ترتيب المهن ، وتبقى ممارسات سطحية في إطار وظائف أخرى كوظائف الاتصال والتسويق والعلاقات العامة في الغالب.

5- الدراسة الاستطلاعية لعينة من الإعلانات

الخاصة بالتوظيف بالجزائر

حيث إنه من خلال ملاحظة استكشافية قامت بها الباحثان عن واقع توظيف مهن الويب ومهن الإعلام الرقمي في المؤسسات الجزائرية في ستة أشهر الأخيرة ، قامت الباحثان برصد إعلانات التوظيف بمواقع التوظيف بالجزائر للتعرف على واقع هذه المهن ، وتم التوصل إلى ما يلي:

- بدأت الشركات الخاصة والوطنية العمومية بالتكيف مع العصر الرقمي ، حيث ظهرت وظائف جديدة في الجزائر مثل المدير الرقمي ومسير الشبكات الاجتماعية ، والمكلف بالتواصل الاجتماعي.

- تم نشر 9 إعلانات للبحث عن موظفين يشرفون على المجتمع الرقمي خلال ستة أشهر الأخيرة من شهر سبتمبر إلى غاية شهر فيفري 2020 ، من خلال ملاحظة إعلانات التوظيف بمدونة التوظيف بالجزائر ، وموقع التوظيف الأول بالجزائر ، وهو يدل على بداية إدراك قيمة الرقمنة ومزاياها لدى عدد قليل جدا من المؤسسات.

الإعلامية التي لازال تصنيفها في إطار المهن التقليدية كمراسل أو صحفي بالقطعة أو صحفي معتمد دائم، في حين يغيب الصحفي الإلكتروني أو المحرر الرقمي، أو مسير الإعلام الاجتماعي أو استراتيجي الإعلام الاجتماعي، أو مسؤول إدارة العلاقات العامة الرقمية ويب 0,2

- الاستراتيجية الرقمية للمنتجات الإعلامية في الجزائر هي امتداد للاستراتيجية التقليدية، وكمثال عن ذلك الصحافة الإلكترونية في الجزائر فهي امتداد للرقمية بدون تعديل أو تغيير، وغياب مؤسسات إعلامية رقمية حقيقية، حيث تتم مختلف عمليات إدارة المؤسسة الإعلامية بها من إنتاج ونشر وتوزيع وتفاعل.

- غياب ثقافة مهن الويب لدى السواد الأعظم من المؤسسات الإعلامية بالجزائر فمجال استخدام تكنولوجيا الإعلام لازال يشهد تأخراً حسب الدراسات السابقة التي تم الاطلاع، فلا توجد مؤسسات إعلامية رقمية بحثه، ماعدا استغلال هذه التكنولوجيات في تحسين الأداء المهني، واختصار الوقت والجهد، ناهيك عن إدراج موضوع مهن جديدة للويب في بيئة المؤسسات الإعلامية الذي يعتبر مجالاً حديثاً، لذا يجب التوعية بأهمية وخصوصية هذه المهن وما تضيفه للمؤسسات الإعلامية من مزايا تنافسية واستراتيجية.

- إذن تعتبر تحديات ضعف التمويل والكوادر والموارد البشرية، والبيئة والمناخ التنظيمي للعمل الإعلامي من أهم التحديات التي تواجه توظيف المهن الجديدة للويب في قطاع المؤسسات الإعلامية 1-7 مقترحات استراتيجية لتعزيز توظيف مهن الويب لدى المؤسسات الإعلامية

انطلاقاً من توصل الدراسة لنتيجة أساسية مفادها أن واقع مهن الويب في المؤسسات الإعلامية الجزائرية يكاد لا يظهر في الاستراتيجيات العامة للمؤسسات الإعلامية، حيث يغيب في ترتيب سلم المهن الإعلامية الجزائرية، هذه التصنيفات من المهن، وجب علينا كباحثين تسليط الضوء على هذا القطاع الحيوي والفعال والمؤثر، والذي يعتبر استثماراً بعيد الأمد لصورة وهوية المؤسسة في المجال الرقمي، فعالم الغد هو عالم التقنيات والمستقبل هو مستقبل مهن الويب في كل القطاعات بما فيها قطاع الإعلام الذي

- تركز الإعلانات على خصائص التقدم لهذه المهن من طرف تخصصات في الإعلام الرقمي، والتسويق الرقمي، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأنظمة وأمن المعلومات، وامتلاك مهارات في المعلوماتية والاتصال الرقمي والمعالجة الرقمية.

- بملاحظة مدونة التوظيف نلاحظ أن الطلب على هذه المهن منخفض مقارنة بالمهن الأخرى، حيث تفوق الطلب على المهن الإدارية لتسيير المؤسسات على مهن الإعلام والاتصال الرقمي، وهو يدل على حداثة التوجه لهذه المهن من قبل المؤسسات، التي في غالب الإعلانات هي مؤسسات خاصة وكبرى المؤسسات العمومية والمواقع الإلكترونية.

### 6-تحديات مهن الويب في المؤسسات الإعلامية

تشهد المؤسسات الإعلامية في الجزائر جملة من التحديات في مجال الاستراتيجية الرقمية للمؤسسة، مما يحد من فعالية نشاطها، وفيما يلي تحليلات عن التحديات التي تواجه مهن الويب منها:

- ضعف الميزانية الموجهة لإدارة الموقع الإلكتروني للمؤسسة الإعلامية، وغياب رؤية وأهداف استراتيجية واضحة نحو الإعلام الرقمي لدى أغلب المؤسسات الإعلامية الجزائرية، فهي ممارسات شكلية لهواكبة تكنولوجيا الإعلام والاتصال دون استخدامها بشكل فعال، كما أنها تستخدم في مجال تحسين جودة الأداء المهني بالموازاة مع الوسائل التقليدية، لكنها لا يمكن أن تعوض إعلام الواقع، فالمؤسسات الإعلامية الإلكترونية كممارسة وإنتاج رقمي بحث غير موجودة في الجزائر، ويبقى الإعلام الرقمي مكمل للإعلام الواقعي وليس بديلاً عنه لدى السواد الأعظم من المؤسسات الإعلامية، وذلك حسب دراسات سابقة تم الاطلاع عليها.

- غياب التفاعلية نتيجة غياب الكوادر البشرية المؤهلة لإدارة مهن الويب، فأغلب الموظفين في هذا المجال من المكونين في مجال المعلوماتية، وغياب تكوينات إعلامية خاصة بالإعلام الرقمي واستراتيجيات إدارته وبنائه في كليات الإعلام بالجامعات الجزائرية، عدا بعض المؤسسات الخاصة

- غياب تكوين وتدريب الصحفيين على التعامل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتكوين في مهن الويب، وإن كان اعتمادها في السلم الوظيفي للموارد البشرية في المؤسسة

الجمهور متاح بشكل قوي وسهل نظرا للأدوات التفاعلية التي يتيحها الويب.

- تحقيق التنسيق في وظائف فريق المؤسسة فهمن الويب ساهمت في تطوير وظيفة الإعلام التقليدية بالمؤسسة ، وساهمت في تحقيق التكامل معها لتحقيق أهداف المؤسسة ، اي أن الاستراتيجية الإعلامية التقليدية والإلكترونية متكاملان ؛ فوظيفة فريق مهن الويب لا تقل أهمية عن وظيفة صحفي وإعلامي الواقع.

#### خاتمة

وفرت الأنترنت بمختلف خدماتها وتطبيقاتها مهنا جديدة في قطاع الإعلام والاتصال ، وفي مجالات تقنية المعلومات ساهمت هذه المهن في فتح آفاق جديدة لقطاعات التوظيف التي لم تبق محصورة فقط في التوظيف الكلاسيكي ، فعصر تكنولوجيا الويب بمختلف تطبيقاته أتاح فرصا أوسع للتوظيف والانتقال لمجال الخدمات الإعلامية والتسويقية الإلكترونية.

فالمؤسسات الإعلامية في الدول المتقدمة في توسع وتنامى انتشار هذه المهن بها بشكل لافت للانتباه ، حسب ما تم ملاحظته من بيانات بالموقع الدولي لمهن الويب ، عرضت الدراسة واقع وتحديات هذه المهن في الجزائر وتوصلت إلى أن الاهتمام ضعيف بهذه المهن التي تعتبر كممارسات سطحية وغير فعالة في وظائف المؤسسات الإعلامية ، وليست كمهن مستقلة ودائمة الحضور ، ويرجع ذلك لجملة من التحديات المالية والبيئية والتقنية والبشرية ، وعدم اعتماد استراتيجيات إعلامية رقمية لدى المؤسسات الإعلامية ، حتى وإن وجدت فهي لا تحمل رؤية وأبعادا استراتيجية ، حيث إن أهداف هذه المهن هي رسم وبناء صورة رقمية عن المؤسسات ، وتحسين علاقاتها مع جمهور الويب ، تتطلب هذه المهن خصوصيات معينة منها التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحديد الأنترنت وخدماتها وتطبيقاتها ، والتحكم في أدوات الإعلام والتسويق الرقمي ، ونظم المعلومات الرقمية وأساليب المعالجة الرقمية وحركة المرور.

اختزل الزمان والمكان وفعل الاتصال ، لذا نوصي بجملة من المقترحات الآتية:

- فتح مجال للتوظيف في مهن الإعلام الجديد بهدف تحريك الاستراتيجية الرقمية للمؤسسة ، وترويج العلامة والمنتوج والخدمة الإعلامية ، فالمنتجات الإعلامية لدى المؤسسات الإعلامية هي خدمات فكرية وثقافية وإعلانية تلي الحاجات الأساسية للجمهور المستخدم للتكنولوجيات الحديثة ، حيث تمتاز مهن الويب بتوفير أدوات تفاعلية للجمهور المتلقي لرسالة المؤسسة وإمكانية كبيرة لبناء علاقات تفاعلية قوية ، فقطاع الإعلام بحاجة ماسة للتكيف مع متطلبات سوق العمل الرقمية والحاجات والاستخدامات في ظل ظاهرة التنوع والبيانات الضخمة والتزامنية والالتزامنية التي يتيحها الإعلام عبر الخط .

لذا فإعادة الاعتبار لفتح مهن ويب حسب ما ورد في الموقع الدولي للمهن الجديدة للويب التي أصبحت ضرورة لتفعيل قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، والاستفادة من مهن الأنترنت لتخفيض مستويات البطالة وتعزيز البقاء والاستمرار لدى المؤسسات ، فالاستراتيجية الإعلامية الرقمية تتساوى مع الاستراتيجية الإعلامية في العالم الواقعي ، فكل مؤسسة أمام رهانات تلبية مطالب وحاجات سوقين:

✓ سوق الإعلام الواقعي

✓ وسوق الإعلام عبر الخط والإعلام الافتراضي وهما

سوقان يختلفان جذريا.

- إتاحة إمكانية قياس التفاعلية مع الرسائل الإعلامية من خلال وظائف حركة المرور وإحصاءات عن الزوار والمعجبين وإمكانية استقطاب أكبر عدد من الزبائن والمستهلكين في قطاع الخدمات الإعلامية ، فهذه الوسيلة هي استثمار لتجسيد بحوث الجمهور وتجزئته ، مما يساهم في تفعيل الأداء الإعلامي وتقويم الاستراتيجيات الإعلامية ، فالتفاعلية أداة لتطوير الأداء المؤسساتي الإعلامي بعكس الإعلام التقليدي.

- إدارة العلاقة مع الجمهور بشكل تفاعلي وقوي بالاستفادة من تطبيقات الويب 0,2 ، فإدارة العلاقة مع

## المراجع والمصادر

## أولاً: كتب ومقالات باللغة العربية

- (1) أبو إصبع ، خليل. 2015، " الإعلام الإلكتروني الرقمي ، خصائص واتجاهات الإعلام الجديد" ، مجلة الاتصال والتنمية ، العدد (14)
- (2) . بوسجرة ، ليليا. 2016، " ترويج العلامة في الفضاء الرقمي ، صورة المؤسسة الاقتصادية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، بسكرة ، عدد (27).
- (3) الحمامي ، الصادق. 2007، " المجال الإعلامي العربي – إرهابات نموذج تواصل جديد" ، مجلة المستقبل العربي ، العدد (325) ،
- (4) شرف ، عبد العزيز. 1987 ، فن التحرير الاعلامي ، الهيئة العامة للكتاب ، القاهرة
- (5) شماس ، أمينة. مشرور ، مُجد الأمين. ثابتي ، الحبيب. 2017، " تطور المهنة وانعكاساتها على وظيفة الموارد البشرية" ، المجلة الجزائرية للموارد البشرية ، المجلد 2 ، العدد 2 (2).
- (6) شميسي ، ودا. 2015، "وسائل الإعلام الجديد، أي تأثير؟ إلى أي مدى؟ مقارنة تحليلية متعددة الأبعاد" ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، بسكرة ، عدد (21).
- (7) كمال ، وسام. 2014، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنة وتحديات التطور التكنولوجي ، دار الفجر ، القاهرة
- (8) ملوكي ، عبد الله. 2015، " الأشهار عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وأثره في التنمية المستدامة" ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، الجامعة ، العدد (46).

## ثانياً: مراجع إلكترونية باللغة العربية

- (1) المحمود ، حمود. 2020، المهنة الإعلامية التي بدأت تسيطر عليها الألة والمهنة الجديدة التي ستولد ، <https://hbrarabic.com/%D8%A7%D9%84%D9%886-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%84%9%8A->
- (2) بخيت ، سامي. 2018، محتوى العلامة التجارية الرقمية ، <http://www.tech-wd.com/wd/2016/07/29/d>
- (3) بدوي ، مُجد . 2018 ، ماهي الأدوار والوظائف التي يقوم بها مدير الإعلام الاجتماعي ، <https://www.badwi.com/blog/?p=1372>
- (4) عمار ، مُجد . 2018 ، كيف تكون مدير إعلام اجتماعي ناجح ، <https://www.youtube.com/watch?v:wxy7wyoNwv>
- (5) مجول ، عبد الرؤوف. 2018 ، أساسيات التحرير الاعلامي في الوقت الراهن ، <https://hrdiscussion.com/hr38168.html>
- (6) رواتي ، عادل. 2018، صحافة إلكترونية وإعلام رقمي ، <http://adelraouti.net/blog/digital-journalism/>
- (7) هيئة تحرير موقع CAZA 24. 2020 ، المهنة الجديدة في الإعلام والاتصال التكوين الكفاءات والفرص ، <http://Caza24.ma/media/19252.html>

## ثالثاً: مراجع أجنبية

- 1) J,Francisco.and Quesada , Ariella.2014 , “ Web0.2, social networks and E – commerce as a marketing tools”, journal of theoretical and applied electronic commerce research.vol9.no1.
- 2) Le FREM, 2013, Métiers d’avenir, états des lieux du secteur des technologies de l’information et de la communication « Tic », Recueil prospectif.
- 3) . Chantal.Jean . 2008, marketing stratigique et opérationnel, denod,paris .
- 4) Jones, Steve .2002, encyclopedia of new media - an essential reference to communication and technology, Sage publications.france.
- 5) Mazier , Didier . Et autre .2012, communiquer sur les reseaux sociaux, imprime en France par laballery
- 6) Xavier prud’ homm, Nicolas .et autre .2011, genre et communication, les nouveaux métiers de la communication a partir d’une étude de 2007-a 2010, magazines stratégies, université de bordeaux.
- 7) Delattre, Sylvie. Et autre.2012, les Métiers de l’internet, les référentiels des Métiers cadres,Apec

## رابعاً: مواقع إلكترونية أجنبية

- 1) Social Media Stratégiste job.2018, <https://resources.workable.com/social-media-strategist-job-description>
- 2) job description.2016, seo manager/senior seo manager/director of seo, magazine social sei, <https://www.socialseo.com/wp-content/uploads/2016/04/SEO-Manager-Job-Description-1.pdf>,
- 3) Workable’s Boolean.2018 , description SEO Manager,<https://resources.workable.com/seo-manager-job-description>
- 4) workable.2018 ، Brand Ambassador job description , <https://resources.workable.com/brand-ambassador-job-description><sup>1</sup> - د