** المركز الجامعي – مرسلي عبد الله –تيبازة**

العلامة: / 20

**معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية - قسم العلوم الإنسانية**

**امتحان مقياس –مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال –الدورة العادية الأولى**

**السنة الأولى- الجذع المشترك - المجموعة الثانية**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **رقم التسجيل** | **الفوج:** | **الاسم واللقب :** |

* ***السؤال الأول: 03 ن/ برأيك لماذا نتحدث دائما عن الإعلام بوصفه جزءا من الاتصال؟ علل إجابتك***

يقدم الطالب مفهوما غير مفصل للإعلام والاتصال، بوصفهما عمليتين تهدفان إلى نقل محتوى ما بين طرفين ولكن عبر فروق عديدة :

الفرق في الأطراف : أطراف الإعلام أقل من الاتصال بغياب رجع الصدى

الفرق في الأنواع: للإعلام وظائف وللاتصال أنواع ومستويات

الفرق في الامتداد الزمني "الإعلام حاضرا والاتصال عابر للأزمنة ماضيا ومستقبلا

الفرق في الغاية " الإعلام حدثي خبري والاتصال يشمل ما هو لفظي وغير لفظي رأيا ومعلومة وشعورا وحتى أيقونات رقمية عبر تواصل الشبكات الاجتماعية، أي الفرق بين غير المعلوم في الإعلام، والمعلوم في الاتصال، وبين الصناعة في الإعلام، والحتمية والحاجة في الاتصال

الفرق شمولية التواصل الإنساني والحيواني والرمزي في الاتصال على عكس الإعلام "اللفظي البشري" كل فرق يقدم الطالب فيه اشتمال الاتصال على الإعلام يساوي نقطة واحدة

* ***السؤال الثاني:03ن / حتى ينجح الإشهار في بيئة ما، حول منتج ما، يحتاج إلى شروط "ثقافية ودينية واجتماعية ومالية" كيف ذلك؟***
* هنا يقوم الطالب بشرح بسيط لمفهوم الإشهار كعملية فنية واستراتيجية لترويج وتسويق وبيع "المنتجات من خدمات وسلع وأفكار وقيم" بغرض ربحي يخدمه منطق العرض والطلب ، أين تسعى المؤسسات والشركات الإشهارية، لأجل أهدافها ببقائها في السوق والدولة، وضمان زبائنها وعمر منتوجها التنافسي 01 نقطة عبر تفعيل الشروط الأخلاقية كعدم المساس أو التجريح بالسلعة المنافسة "مثل إشهار جاغوار ومرسيدس للسيارات"، وضمان وكسب ثقة الزبون بجودة المنتج ***0.5***
* احترام ثقافة المجتمع ولغته وهويته "كما تسعى كوكا كولا عبر هذا إلى تثبيت وجودها حسب الدولة "إشهارها في رمضان على الطاولة الجزائرية وغيرها... 0.5
* ملاءمته للمستوى المعيشي: كالفرق بين مجتمع الاستهلاك اليومي والاستهلاك الكمالي "مجتمع البراند brands" كالخليج 0.5
* **العوامل التحفيزية "الموسيقى – الألوان – الفكاهة والقصة والمزحة**" حسب بيئة المجتمع مثل نجاح "حمود بوعلام، نقاوس عبر الوصلات الهوياتية"0.5
* ***السؤال الثالث: 04 ن/ تتعدد عائلة الرأي العام حسب الزمن والفضاء والقوة والتأثير والوسائل؟ قدم أربعة أنواع من نفس العائلة، مع الشرح***
* ***هنا يقوم الطالب بشرح مفهوم الرأي العام*** الذي يتمظهر بين الشعب والأفراد والجمهور، حول موضوع أو قضية يثار الجدل حولها لتصل إلى إجماع واع في فترة زمنية ما، يحتاج إلى بيئة ديمقراطية من أجل إحداث تغيير ما في مسار ذلك الموضوع أو القضية: نقطة 01
* معيار الزمن : الرأي العام الدائم – الرأي العام المؤقت- الرأي العام اليومي –مثال عن كل نوع نصف نقطة 0.5 للنوع ونصف 0.5 للشرح – ملاحظة في حال وجود نوعين فقط أو ثلاثة تتضاعف علامة النوع والشرح حتى تساوي مع التعريف 04 نقاط

- معيار المكان : الرأي العام المحلي ، الرأي العام الوطني – الرأي العام الإقليمي – الرأي العام العالمي

- معيار الظهور والعلانية : الرأي العام الظاهر – الرأي العام الكامن

- معيار المستوى الاجتماعي والثقافي : الرأي العام القائد- الرأي العام المستنير – الرأي العام المنقاد

- معيار الحجم : الرأي العام الساحق – الرأي العام الجامع – رأي الأغلبية أو الأقلية

- معيار النوع : بين فئة أو طبقة مثل الرأي العام الإسلامي ، الرأي العام الطلابي

* ***السؤال الرابع:02ن / النظام الإعلامي انعكاس لهوية الدولة، كيف ذلك؟***

***.....يشرح الطالب هنا مفهوم النظام الإعلامي بوصفه*** نظاما معياريا أي وضعا مثاليا للدولة وهويتها السياسية والاقتصادية، فهو انعكاس لدستورها، وقيمها ومرجعياتها الثقافية، وتراثها، وتاريخها، ومبادئها لا يخرج عنها، ولا يخرج عن منطق التمويل والاقتصاد الذي تتباه الدولة، 01 نقطة تعكسه مؤسساتها الإعلامية عبر سياسات قطاعية تخدم هذه الخصوصية بالبرامج والمحتويات والإشهارات والإعلانات والأفلام السينمائية وكل ما يدخل ضمن الهيكلة والعمليات المحينة في إطار العلاقات الدولية 01، باعتبارها مسندة إلى إيديولوجيات فلسفية و قيم فكرية، وأشهرها النظام الإعلامي السلطوي، الرأسمالي الليبرالي، الاشتراكي الشيوعي، المسؤولية الاجتماعية، العربي الإسلامي، والتنموي.***01 نقطة***

***.***

* **السؤال الخامس: 08ن/** **من الملاحظ أن إعلام المقاومة الفلسطينية في دفاعه عن حقه في فلسطين، ومنذ السابع من أكتوبر 2023 تجددت أساليبه الدفاعية ضد "التضليل الإعلامي" الذي يمارسه المحتل الصهيوني، هل تعتقد أن "إعلام المقاومة" نجح في حربه الإعلامية والرقمية والنفسية؟ حلل وناقش على ضوء إسقاط النقاط التالية:**
* **الدعاية السوداء – التضليل الإعلامي والرقمي – الحرب النفسية -ثقافة الشعارات-دعم إجاباتك بأمثلة، مبرزا استراتيجية الطرفين**

**أولا – نقطة على سلامة الأسلوب** واللغة

ثانيا : شرح السياق الذي حدثت فيه أحداث السابع من أكتوبر 2023 التي تأتي كرد فعل طبيعي نتيجة ماض استدماري من الكيان الصهيوني منذ معاهدة سايكس بيكو إلى التطبيع اليوم، نقطة 01

ثالثا: شرح استراتيجية إعلام المقاومة الفلسطينية ردا على التضليل الإسرائيلي وتحالفه عبر :

1 - شرح الدعاية السوداء كمحتوى تتبناه وسائل الإعلام التابعة لدولة ما أي **له مصدره**، وغايته مغرضة وتخريبية عبر المضامين الإعلامية، تعمل على التلاعب بالعقول باستراتيجيات عديدة مثل التعتيم والتهويل والكذب "أعطني إعلاما بلا ضمير أعطيك شعبا بلا وعي" وخاصة استراتيجية التكرار وكبش الفداء "كحالة اليمن" "نقطة" في دعمها لفلسطين، وشرح مبسط لمفهوم التضليل الإعلامي الذي يهدف إلى تزوير وتزييف الحقيقة، والفرق بين الدعاية التي تضم جزءا من الحقيقة والتضليل الذي يبنى على الكذب، ونشر معلومات مضللة وأخبار كاذبة ومن أهم تقنياتها:

* ***إثارة الرعب panic mongering*** الاسلاموفوبيا***، والتقتيل الهمجي والإبادة لأهل غزة والرغبة في تهجيرهم***
* ***فبركة المناظرات التلفزيونية***: مع شخصيات غرضها شرح الحدث من زاوية الدولة الدعائية
* ***العمالة مع مؤسسات معادية: التطبيع الإعلامي***
* ***السرعة في تغطية الأحداث- التركيز على يوم السابع من أكتوبر ونسيان بقية الماضي الاستدماري***
* ***تحريف التاريخ وإعادة صباغته rewriting history حذف المدن الفلسطينية وتغييرها بأسماء الكيان العبرية***
* ***التلاعب بالمفاهيم " الشهيد يصبح قتيل والمقاومة إرهاب***
* ***خلط المقبول بالمرفوض: التضليل بالفتوى " فلسطين فتنة"***
* ***التلاعب بالأولويات: نظرية ترتيب الاولويات agenda setting تقديم برامج غير مهمة في وقت الأحداث المهمة: الالهاء الإعلامي كموسم الرياض***
* ***التضليل البصري: الكذب في قضية الأنفاق والمستشفيات 02 نقطة كل تقنية من أصل أربعة 0.5 أي مثال مشابه مقبول***

**هنا يمكنك إسقاط أي تقنية على القضية الفلسطينية**

**أما إعلام المقاومة فقام بدعاية مضادة عبر الإعلام العسكري لصفحاته في تيليغرام، ولكن لم يقم بدعاية سوداء ولم يكذب عبر التضليل الإعلامي والرقمي بل قدم حقائق مصورة وهنا تدخل الحرب النفسية تسمى بحرب الأذكياء وغرضها حسب كروسمان :**

1. تحطيم الروح المعنوية للخصم : الجيش الذي لا يقهر – أصبح خرافة

2 إرباك نظريته السياسية وقبر كافة معتقداته ومثله التي يعتنقها: زوال الدعم الشعبي العالمي للكيان عبر المظاهرات والمقاطعة

3فرض التصورات الجديدة: فلسطين للفلسطينيين – المفهوم والأغراض 02 نقطة حسب الشرح

من شعارات الاستفزاز " وصلتم متأخرين، جهز الكاميرا ثم قاتل، وإنه لجهاد نصر أو استشهاد " الشعارات 01 نقطة

نعم نجح طبعا في تحويل الأسطورة إلى خرافة نقطة 01

*– ملاحظة01: يمكنك قلب الصفحة في حال عدم وجود مساحة للإجابة*

*- ملاحظة 02: كثرة الأخطاء "النحوية واللغوية" تضعف العلامة* ***- بالتوفيق- الأستاذة مريم ضربان***