المـــــــــــــــــادة : جغرافيا	التوقيـــــــــت: 1	المســـــــتوي : 3 علوم و رياضيات
المحور 1 : مجال عالمي مترابط	الدرس 3 أدافق الإعلام	

الشفاهـــــــــي :

1 – بين مظاهر تنامي أدفاق الإستثمار الأجنبي المباشر	2 – أبرز مظاهر نمو أدفاق السياحة الدولية بالعالم و عواملها	3 – بين خصوصيات أدفاق المساعدة العمومية من أجل التنمية.

الأهداف

المعرفية : أن يكون التلميذ عارفا بـ : مظاهر تنامي أدفاق الإعلام و عوامله و الأطراف المتدخلة فيه .	**المهارية :** أن يكون التلميذ قادرا على : إستقراء وثائق الدرس	**السلوكية :** أن يكون التلميذ واعيا بـ : بأهمية أدفاق الإعلام في نمو الشعوب .

عناصر الدرس : I – مظاهر تنامي أدفاق الإعلام - II – العوامل المفسرة لتنامي أدفاق الإعلام - III – الأطراف المتدخلة في ميدان الإعلام في العالم و دورها

الوثائق	التمشي البيداغوجي .	المحتوى المعرفي .
		مقدمة : سجلت أدفاق الإعلام نموا متسارعا منذ نهايات القرن العشرين و ذلك بسبب العديد من العوامل و قد كان لذلك النمو نتائج إجتماعية و اقتصادية هامة و خاصة بالعالم المتقدم على حساب العالم النامي . فما هي مظاهر ذلك ؟
1 ص 30 4 ص 31	بين مظاهر نمو الإعلام المكتوب و السمعي البصري في العالم	**I – مظاهر تنامي أدفاق الإعلام :** **1 – نمو وسائل الإعلام المكتوب و السمعي البصري في العالم :** - شهدت عدد نسخ الصحف المبيعات يوميا نموا حيث بلغ سنة 1997 : 416 مليون دولار و أصبح سنة 2001 : 436 مليار دولار ، إلا أنها شهدت تراجعا خلال سنة 2005 فبلغت 395 مليون دولار. - كما " شهدت القنوات التلفزية بأوروبا خلال سنتي 2003 و 2004 تطورا ملحوظا من حيث عددها فقد أنشأت 295 قناة تلفزية سنة 2003 ثم 277 تلفزة سنة 2004 ...
5 ص 31	أبرز تطور مكانة شبكة الأنترنات في ميدان الاعلام	**2 – تطور شبكة الأنترنات :** - تميز عدد مستعملي الأنترنات نموا متسارعا فقد بلغ عددهم سنة 1995 : حوالي 20 مليون و أصبح سنة 2005 : 1018 مليون كما شهدت نسبة نفاذ الأنترنات نفس الظاهرة فبلغت سنة 2005 : 15.2 % بعد أن كانت سنة 1995 : 0.4 % .
8 ص 32 9 ص 32	بين تأثيرات تنامي أدفاق الإعلام **الإجتماعية** و **الإقتصادية .**	**3 – التأثيرات الاجتماعية و الاقتصادية:** - تؤثر وسائل الإعلام في المجتمعات حيث يصل نفوذ لوموند الفرنسية إلى كامل المجال الفرنكفوني و خاصة إفريقيا مثل الجزائر، تونس ، المغرب الأقصى ... - كما تضاعفت قيمة سوق الإتصالات السلكلية و اللاسلكية العالمية ثلاث مرات بين 1990 و 2003 و مرت من 374 مليار إلى 1124 مليار دولار ... و قد إستفاد العالم منها العالم المتقدم بحوالي 5/4 المداخيل ...

Devoir.tn
toutes les matières, tous les niveaux

**

11 ص 33 12 ص 33 14 ص 34 15 ص 34	بين عوامل تنامي أدافق الإعلام	**II – العوامل المفسرة لتنامي أدفاق الإعلام :** - نفسر تنامي أدفاق الإعلام بـ بتطور عدد المنخرطين في الهاتف القار و خاصة القار حيث بلغ 16 مليون سنة 1991 و 2000 مليون سنة 2005 . - كما اتبع عدد من المتدخلين في ميدان الاتصالات السلكية و اللاسلكية إستراتيجية اندماج إقليمية و بين إقليمية للسيطرة على الأسواق المجاورة و البعيدة ... - كما تم بعث شبكة الألياف الضوئية ذات الطاقة العالية على نقل المعطيات المرقمنة عوضا عن الأسلاك النحاسية و التي أطلق عليها الطرقات السيارة للإعلام و أهمها خط أوروبا الغربية - الولايات المتحدة الذي يبلغ حجم طاقته 25000 جيغابايت ... - كما تم إستعمال الأقمار الإصطناعية في مجال الإتصال مثل غلوبستار (48 قمر إصطناعي) و إيرديوم (66 قمر إصطناعي) منذ 1998 ...

***

24 ص 37 17 ص 35	بين الأطراف المتدخلة في الإعلام بالعالم	**III– الأطراف المتدخلة في ميدان الإعلام في العالم و دورها :** **1 – العالم المتقدم :** - يهيمن العالم المتقدم على ميدان الإعلام حيث تسطير أمريكا الشمالية و أوروبا و اليابان على 74.3 % من مداخيل سوق الاتصالات أي ما يعادل 878 مليار دولار **2 – العالم النامي :** - يبقى العالم النامي في مراتب دنيا في مستوى الإعلام حيث لا يسيطر سوى على نسب ضعيفة من مداخيل الإتصال أي حوالي 25.7 % منها نجد 4.9 % منها بإفريقيا و الشرق الأوسط رغم مساعيه لدعم مكانته بالعالم وخاصة عبر وكالات أنبائه مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط بمصر ....

*

		الخاتمة: سجلت أدفاق الإعلام نموا سريعا و قد سيطر عليها دول العالم المتقدم مما ساهم في حدة التفاوت بين العالم النامي و المتقدم . فما هي مظاهر ذلك ؟

Devoir.tn
toutes les matières, tous les niveaux