

جامعة الجزائر-3-
كلية علوم الإعلام والاتصال
قسم علوم الاعلام

مطبوعة محاضرات مقياس مدخل إلى وسائل
الاعلام والاتصال

المستوى: سنة أولى LMD

اعداد الدكتورة: زينب ياقوت
استاذة محاضرة قسم ب

السنة الجامعية

2018-2017

البرنامج

مقدمة

المحور الاول: مفاهيم متعلقة بالإعلام والاتصال

أولاً- مفهوم الاعلام والاتصال

1- الاعلام

2- الاتصال

3- الفرق بين الاتصال والاعلام

ثانياً- مفهوم الاعلام الجديد

1- مفهوم الإعلام الجديد New media

2- أقسام الاعلام الجديد

3- بعض المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت في الواقع الإعلامي الجديد

المحور الثاني: المفاهيم المشابهة للإعلام

أولاً- الإعلان

1- تعريفه

2- أنواع الاعلان

3- الاعلام والاعلان

ثانياً- الدعاية

1- تعريفها

2-أنواعها

3- أساليب الدعاية

4- الدعاية والاعلام

ثالثا- الاشاعة

1- مفهومها

2- أنواع الاشاعات

3- دور الاعلام في ترويج الشائعات

4- أهمية الاعلام في مكافحة الاشاعات

رابعا- التضليل الاعلامي

المحور الثالث: الوسائل المطبوعة

أولا- الكتاب

1- ظهور الكتابة

2- تعريف الكتاب

3- ظهور الكتاب

ثانيا- الصحيفة

1- الظروف التاريخية لظهور الصحافة في الغرب

2- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة (القرن التاسع عشر)

3- ظهور الصحافة في الوطن العربي

المحور الرابع: الوسائل المسموعة المرئية

أولا- المسرح

1- تاريخ المسرح ومراحل تطوره

2- أهم أشكال المسرح المعاصر

3- ولادة المسرح العربي

ثانيا - السينما

1- تاريخ السينما وتطورها

2- خصائص السينما

3- مولد السينما العربية

ثالثا - الاذاعة

1- تاريخ الاذاعة

2- أهمية الاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية

3- الاذاعة في الوطن العربي

رابعا - التلفزيون

1- تاريخ ظهور التلفزيون

2- الخصائص المميزة للتلفزيون

3- ظهور التلفزيون في الوطن العربي

المحور الخامس: الوسائل الالكترونية الحديثة

أولا- الاقمار الصناعية

1- ظهور الاقمار الصناعية

2- أنواع الاقمار الصناعية

3- استخدامات الأقمار الصناعية

ثانيا - الانترنت

1- نشأتها وتطورها

2- ظهور شبكة الواب

3- التطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب

ثالثا - المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي

رابعا - مستقبل وسائل الإعلام

المحور السادس: وظائف الاعلام في المجتمع

أولا- التصورات الغربية لوظائف الإعلام في المجتمع

ثانيا- السياسة والإعلام

ثالثا- الأخلاق والإعلام

خاتمة

مقدمة:

يعد مجال وسائل الاعلام والاتصال مجالاً واسعاً يصعب ضبطه، لكونه يتضمن شقين أساسيين هما الاعلام والاتصال ووسائل الاعلام والاتصال. لان هذا المجال يعتبر العمود الفقري لشعبة علوم الاعلام والاتصال لذا أخذ منها التسمية.

لذا على الطالب الدارس لهذه الشعبة الالمام بهذا المجال بشقيه سواء ما تعلق بالمفاهيم أو ما تعلق بالوسائل، حتى تتشكل لديه معرفة ورؤية عن مفهوم الاعلام والاتصال، والفرق بين الاعلام والاتصال، أنواع الاتصال، الاعلام الجديد، وأبرز المفاهيم المشابهة. بعد هذه الفكرة الاولية ننتقل الى ظهور وسائل الاعلام والاتصال وتطورها بدء بظهور الصحافة المكتوبة، المسرح، السينما، الاذاعة، التلفزيون، ثم الوسائل الحديثة كالأقمار الصناعية والانترنت.

الهدف من تدريس المقياس:

كان مقياس وسائل الاعلام والاتصال يسمى في النظام الكلاسيكي تاريخ وسائل الاعلام والاتصال وهو يدرس في السنة الاولى للطالب، مما يحيل اذهاننا الى التركيز على الجانب التاريخي لظهور الوسائل دون الخوض في المفاهيم، أما في نظام ل. م. د فتحول المقياس الى مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال الذي يشير الى ضرورة ضبط بعض المفاهيم المتعلقة بهذا المقياس حتى تتضح الرؤية لدى الطالب لكن بنوع من الاختصار، ثم الخوض في الجانب التاريخي لهذه الوسائل.

تتلخص أهم الاهداف المتوخاة من تدريس هذا المقياس في بعض النقاط أهمها:

- تكوين فكرة واضحة عن مفهوم الاعلام والاتصال والفرق بينهما، وكذا مفهوم الاعلام الجديد وأبرز المفاهيم المشابهة.

- محاولة تلقين الطالب كيفية التفريق بين المفاهيم وأهمية ذلك في شعبته.

- توجيه الطالب الى معرفة أبرز وسائل الاعلام والاتصال، وأبرز المحطات التاريخية التي مرت بها. وذلك من خلال مجموعة من المحاور الرئيسية.

المحاور الرئيسية للمقياس:

المحور الاول: مفاهيم متعلقة بالإعلام والاتصال

المحور الثاني: المفاهيم المشابهة للإعلام

المحور الثالث: الوسائل المطبوعة

المحور الرابع: الوسائل المسموعة المرئية

المحور الخامس: الوسائل الالكترونية الحديثة

المحور السادس: وظائف الاعلام في المجتمع

طريقة التقييم:

التقييم كتابي بالدرجة الاولى فيما يتعلق بالمحاضرة، وتركز الاسئلة على الاستيعاب والفهم والتحليل.

أما الاعمال الموجهة فيقيم الطالب على الجهد المبذول، حيث يطالب بإجراء بحوثه ميدانيا على مستوى وسائل الاعلام الجزائرية الخاصة والعمومية (وكالات الانباء الجزائرية، الصحف الوطنية الخاصة، الصحف الوطنية العمومية، السينما الجزائرية، المسرح الوطني، الاذاعات الوطنية والمحلية، التلفزيون العمومي والقنوات الخاصة).

نتناول في هذا المحور أبرز المفاهيم المتعلقة بالإعلام والاتصال، وذلك من أجل تسهيل تناول المحاور القادمة، ومن بين هذه المفاهيم مفهوم الاعلام والاتصال والمقارنة بين المفهومين، ومفهوم الاعلام الجديد.

أولاً: مفهوم الاعلام والاتصال:

1- الاعلام:

1-1 - مفهوم الاعلام:

كلمة إعلام هي كلمة ذات أصل غربي (L' information) ترجع إلى كلمة مشتقة من الفعل أعلم، ويأتي استخدامها لكلمات أخرى تعطي نفس المعنى مثل: أخبر، وأنبأ، وجميعها ترمي إلى تقديم المعلومات والأخبار إلى شخص.

اصطلاحاً: يقصد بالإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي. كما يعني الإعلام تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة¹.

والمدلول اللغوي أو المعنى السائد لكلمة الإعلام هو: "التعبير العملي لتكوين المعرفة والاطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه، وفي كل مرفق من مرافق حياته، وفي كل ركن من أركان طموحه وهمومه وحاجاته"². وعرفه العالم الألماني

1 محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، الأردن، دار أسامة المشرق الثقافي، 2010، ص 27.

2 المرجع نفسه، ص 28.

(أوتوجروت) نقلاً عن الدكتور عبد العزيز شرف أنه: "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت".¹

ويعتبر الدكتور محمد منير حجاب أن الإعلام يستخدم للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداهما الأخرى، فهو يشير من جهة إلى عملية استقاء واستخراج المعلومات والحصول عليها من خلال التواجد السريع والفوري في مكان الحدث، أو الغوص في أعماق صاحب المعلومة طويلاً وعرضاً لاستخلاص المعلومات. ومن جهة أخرى يشير إلى إعطاء وبث هذه المعلومات على الآخرين، أي نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر من خلال الوسيلة المناسبة التي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة.²

إن الإعلام هو عملية نشر الأخبار والحقائق، وتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة. كما يمكن ان نتعرف على مفهوم الاعلام من خلال المفاهيم التالية³:

الاعلام هو "تزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم". وهو "نوع من الاتصال يتم بين متصل ومتصل به، أو مرسل ومستقبل بقصد توصيل أخبار أو معلومات أو حقائق"، ويكون عادة الهدف احداث تأثير في المتصل به، هذا التأثير يكون بمثابة رد فعل أو استجابة فورية أو نهائية اذا ما جاءت حسب توقعات المتصل، يكون الاعلام قد حقق أهدافه في التأثير في سلوك الآخرين بناء على المعلومات والافكار والحقائق التي وصلت اليهم⁴.

1 عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الكتاب المصري، 1980، ص 16.

2 محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر، 2004 ص 61.

3 محمد جمال الفار، نفس المرجع السابق، ص 51.

4 فاروق خالد، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، (د.ت)، ص 09.

1-2- المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام:

- الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.
- التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.
- الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.
- التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام، والثقة فيما يقدم من تقارير إعلامية، وهذا يعني أن الإعلام الذي لا يقوم على أساس مع الواقع ينتفي عنه مفهوم الإعلام. وأن رجل الإعلام الذي يضفي وجهة نظره الشخصية التي تملئها عليه أهواؤه على المعلومات التي يزود بها الجمهور، ويكوّن هذه المعلومات حسب ما يراه يفقده صفته كرجل إعلام.
- الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق.
- التمييز بوضوح بين ما هو خبر وما هو رأي أو استنتاج، ونشير هنا إلى هذا المبدأ الذي يعتبر من المبادئ المقدسة ويتصل بعدم خلط الخبر بالرأي.
- حق المواطن العادي في المعرفة.
- إذا لم يأت الإعلام معبرا تعبيرا صادقا وأميناً عن تراث الأمة وعادات وتقاليده الجماهير التي يتوجه إليها، وأن لا يناسب ثقافات وتفكير هذه الجماهير، وروح هذه الأمة فإن هذا الإعلام سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا تستطيع الجماهير فهمه أو التجاوب معه. فالإعلام يجب أن يقوم على الوضوح والصراحة ودقة الأخبار، وتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة.

1-3- خصائص الإعلام:

هناك مجموعة من الخصائص يتميز بها الإعلام، وهي:

- الإعلام نشاط اتصالي تتسحب عليه كافة أوجه ومقومات النشاط الاتصالي ومكوناته

الأساسية، وهي :

أ- مصدر المعلومات.

ب- الرسالة الإعلامية.

ج- الوسائل الإعلامية: التي تنقل هذه الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة

الإعلامية وترجيح الأثر الإعلامي.

- يتسم الإعلام بالدقة والصدق والصراحة، وعرض الحقائق الثابتة، والأخبار الصحيحة دون

تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية.

- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.

- تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدينة وارتفع المستوى التعليمي

والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

2- الاتصال:

2-1- مفهوم الاتصال:

مصطلح الاتصال له مفهومات عدة أقربها إلى الوضوح: " أن الاتصال هو الطريقة التي

تنتقل بها المعرفة والأفكار من شخص (أو جهة)، إلى شخص آخر (أو جهة أخرى) بقصد

التفاعل والتأثير المعرفي أو الوجداني في هذا الشخص، أو إعلامه بشيء أو تبادل الخبرات والأفكار معه، أو الارتقاء بمستواه الجمالي والقيمي أو إقناعه بأمر ما، أو الترفيه عنه"¹.
 جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية أن الاتصال هو "انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي فهل يمكننا من نقل معارفنا ويسر التفاهم بين الأفراد".
 وعرفه إبراهيم إمام،² "بأنه العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته، ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.

2-2- عناصر عملية الاتصال:

إن مفهوم الاتصال بين اللغة والإعلام له مجال، أو أكثر غير مفهوم وهو "الوسيلة"، إذ يتفق علماء اللغة على ضرورة وجود معنى، حتى يمكن لدائرة الاتصال أن تتم، وتؤدي دورها في الإبلاغ.³ ففي الجانب الاتصالي قدم "ديلبور شرام" أنموذجاً لعملية الاتصال ذكر فيه:
 أولاً- المصدر أو صاحب الفكرة.

ثانياً- التعبير عن الفكرة وصياغتها في رموز لتكوين الرسالة.

ثالثاً- المستقبل الذي يفك رموز الرسالة.

رابعاً- الاستجابة، ورجع الصدى الذي قد يصل إلى انتباه مرسل الرسالة الإعلامية، فإذا وصل وفُسر تفسيراً صحيحاً فإنّ الدورة الاتصالية تكتمل.⁴

1 سمير روجي الفيصل، مهارات الاتصال في اللغة العربية، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص13.

2 إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجمهير، القاهرة، دار المعارف، 1971، ص 5.

3 محمد البكاء، الإعلام واللغة، سورية، دار نينوى، 2009، ص ص 17- 18.

4 شرف عبد العزيز، الإعلام ولغة الحضارة، مجلة اللسان العربي، المغرب، العدد 01، المجلد 11، 1974، ص 357.

وهذا التقسيم على الرغم من حداثة إلا أنه لا يختلف كثيراً عن تقسيم الموقف الاتصالي عند أرسطو، وهو كالتالي:

- الخطيب، أو المرسل.

- الجمهور، أو المستقبل.

- الخطبة، أو الرسالة، مع ضرورة فهم الخطيب لرسالته وجمهوره على السواء¹.

ويتوقف نجاح عملية الاتصال على اختيار المحتوى المناسب للرسالة موضوع الاتصال، وكذلك على اختيار القناة أو الوسيلة المناسبة لنقلها، والواقع أن قيمة أية رسالة تتوقف عند مدى فاعلية هذه الرسالة وتأثيرها، ولا يمكن التأكد من ذلك إلا إذا عرفنا أثر الرسالة على الشخص المستقبل لها. وقد حصر عالم السياسة "هارولد لا زويل" العملية الاتصالية في الإجابة عن الأسئلة التالية: "من؟ يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟". وعملية الاتصال ماهي إلا عملية ترمز، حيث يوجد دائماً مصدر يرسل الرموز بوسيلة من الوسائل ليستقبلها آخر فيحل رموزها ويفسرها.

إن عرض المكونات الأساسية لعملية الإعلام وتقسيمها إلى مجموعة من العناصر يستهدف الشرح والتبسيط، وتعتمد عملية الإعلام والاتصال على مجموعة من العناصر المتصلة والمتداخلة والمتشابكة، مع ظروف نفسية واجتماعية تؤثر في النهاية على انتقال الأفكار، والمعلومات بين الأفراد والجماعات وتشمل هذه العملية:

أ- المرسل:

يعد المرسل العنصر الأول والأساسي في عملية الإعلام والاتصال، والحلقة الأولى في دورتها ومسيرتها. ويسمى أحياناً المصدر أو مصدر المعلومات، ويسمى أيضاً المتصل.

1 شرف عبد العزيز، الإعلام ولغة الحضارة، مجلة اللسان العربي، مرجع سبق ذكره، ص 347.

والمرسل هو منشئ الرسالة الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته المتمثلة في إيصال الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور¹.

ويُعرف على أنه الطرف الذي يتولى بث المعلومات، وقد يكون فرداً واحداً كما في الاتصال المباشر، وقد يكون مجموعة صغيرة كما في الاتصال الجماعي. والمرسل أو المصدر أو القائم بالاتصال، سواءً كان فرداً أم منظمة هو الطرف الذي يتعامل مع الأفكار والمشاعر، ويحولها إلى رموز لغوية تمهيداً لنقلها إلى الآخرين². ويأخذ المرسل أشكالاً أو أدواراً كثيرة، منها: الأستاذ، الكاتب أو المؤلف، والمتحدث عبر الإذاعة أو التلفزيون سواءً كان مديعاً أو ضيفاً.

تجدر الإشارة إلى أنه ليس بالضرورة أن يكون المصدر هو القائم بالاتصال، فالمراسل على سبيل المثال قد يحصل على خبر ما من موقع الحدث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه مقدم البرنامج إلى الجمهور، وهناك بعض الدراسات تذهب إلى أن القائم بالاتصال هو مقدم البرنامج فقط. هذا يعني أنه في الوقت الذي يُوسَّع فيه البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى، فإن البعض الآخر يُضيِّق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي.

ب- المتلقي (المستقبل):

هو الشخص أو الجهة التي توجه إليها الرسالة، ويجب عليه أن يقوم بفك رموزها بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها، وينعكس ذلك عادة في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل. ويمكن للمستقبل أن يأخذ صوراً وأشكالاً مختلفة منها: القارئ،

1 رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، الجزائر، عالم الكتب الحديث، 2008، ص14.

2 محمد جمال الفار، نفس المرجع السابق، ص 299.

المستمع، المشاهد سواءً للتلفزيون أو للسينما، أو لأي مادة تعبيرية أخرى، والمستقبل هو شخص له سماته وكيانه ومشكلاته، لهذا فإن المستقبل قد:

- يفهم الرسالة بسهولة ويسر.

- يفهم الرسالة بعد أن يبذل جهداً معيناً.

- لا يفهم الرسالة على الإطلاق¹.

ويشكل المستقبل العنصر الثاني من عناصر العملية الاتصالية، ويعد أهم حلقة فيها، فالقارئ هو الشخص المهم عندما نكتب، والمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، لذا يجب على المرسل أن يضع في اعتباره طبيعة المستقبل، ويتفهمها حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة.²

ج- الرسالة:

الرسالة هي سلوك المضمون الاتصالي، فالإنسان يُرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل، بعضاً من هذه الرسائل يتسم بالخصوصية، مثل: الحركة، والإيماءة، والإشارة، والابتسامة، والنظر، وبعضها الآخر يتسم بالعمومية، مثل: الندوات، المحاضرات، المؤتمرات، ووسائل الاتصال من صحف، وراديو، وتلفزيون، وسينما.

تجدر الإشارة إلى أن بعضاً من هذه الرسائل يتم نقله بقصد، وبعضها يتم التعرض له بالمصادفة، وكل ما كان هناك تفاعل، وفهم مشترك بين المرسل والمستقبل، كلما اكتسبت الرسالة فعالية أكبر. وتعد الرسالة الركن الثالث في العملية الإعلامية والاتصالية، وتتمثل في المعاني والكلمات والمشاعر التي يرسلها المصدر إلى المستقبل. والرسالة هي الناتج المادي والفعلي للمصدر من خلال وضعه فكرة في رموز. فحينما نتحدث يكون الحديث هو الرسالة،

1 محمد جمال الفار، نفس المرجع السابق، ص306.

2 رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص 56.

وحيثما نكتب تكون الكتابة هي الرسالة، وحيثما نرسم يكون الرسم أو الصور هي الرسالة، وحيثما نلوح بأيدينا فإن حركة ذراعنا هي الرسالة.

وتُعرّف الرسالة بأنها "المحتوى المعرفي الذي يريد المرسل نقله إلى المستقبل". وهي: "محتوى فكري معرفي يشمل عناصر المعلومات باختلاف أشكالها سواءً كانت مطبوعة أو مسموعة أو مرئية"¹. ويقصد بها المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وهي تتضمن المعاني من أفكار وآراء تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزياً سواءً باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع، واللغة التي يُقدّم بها. ومضمون الرسالة هو مادة الرسالة التي اختارها المصدر لتُعبّر عن أهدافه، فالمضمون هو: العبارات التي تُقال، والمعلومات التي تُقدّم، والاستنتاجات التي تخرج بها، والأحكام التي تقترحها.²

إذن الرسالة هي شكل لغوي أي رمزي ينطوي على معنى، لذلك عندما نتقصى عن مضمون الاتصال نعتمد على إجراء تحليلاً لمحتوى الرسالة. والرسالة وليدة عملية ترميز يقوم بها المرسل، حيث يُطلق على الرمز كلمة (كود) أي شفرة، وهي التابع الرمزي الفعلي الذي يتم توصيله من المصدر إلى الجمهور، وتتخذ الرسالة أشكالاً مختلفة تبعاً للقناة المتاحة، فهي على شكل خطبة في تجمع ما عندما يكون الاتصال مباشراً، وهي خبر صحفي كالتقرير أو التحقيق عندما تكون الوسيلة الصحفية، وهي خبر إذاعي أو برنامج إذا كانت القناة هي التلفزيون....إلخ.

1 رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص ص60-61.

2 خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، القاهرة، دار الأمين، 2007، ص 12.

د- الوسيلة:

هي الوسيلة التي يتم بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل. ووسائل الاتصال هناك من يحصرها في الصحافة، المذيع، التلفاز، السينما¹. وهناك من يتوسع في ذلك فيضيف وكالات الأنباء، المعرض، المؤتمرات الصحفية، الزيارات الرسمية، والعلاقات العامة.² ويمكن تصنيف أهم وسائل الاتصال المستخدمة إلى:

1- الوسائل المكتوبة أو المطبوعة: كالكتب بأنواعها وتخصصاتها المختلفة، والصحف والمجلات (الدوريات)، المنشورات والكتيبات، الوثائق الإدارية والتاريخية، وغير ذلك من الوسائل.

2- الوسائل الشفوية المباشرة: أي الكلام والحديث المباشر بين المرسل والمستقبل، كالمحاضرة التي يلقيها الأستاذ ويضمّن رسالته التدريسية، أو الحديث المباشر بين شخص وآخر بخصوص فكرة، أو وجهة نظر يريد المرسل إيصالها إلى المستقبل.

3- الوسائل المسموعة والمرئية: وتتمثل بصورة رئيسية في المذيع، التلفزيون والسينما.

4- الوسائل الإلكترونية الحديثة: وتشمل هذه الوسائل المحطات الطرفية للحواسيب والناسخ (الفاكسميلي)، البريد الإلكتروني، وبنوك الاتصال المتلفزة (الفيديو تكس)، أو ما شابه ذلك من الوسائل والقنوات الإلكترونية الحديثة كالإنترنت.³

هـ- رجع الصدى:

يقصد برجع الصدى، أو التغذية الراجعة إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه، ويُطلق على التغذية الراجعة عدة مصطلحات

1 عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 27.

2 عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1958، 87.

3 رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص 56.

مثل: "ردة الفعل"، "التغذية المرتدة"، و"رجع الصدى" وغيرها. وهي عملية تعبير متعددة الأشكال، تبين مدى تأثر المستقبل بالرسائل التي نقلها المرسل إليه بالطرق أو الوسائل المختلفة، وهي عنصر مهم في الاتصال لأنها عملية قياس وتقويم مستمرة لفاعلية العناصر الأخرى، كما أن لها دوراً كبيراً في إنجاح عملية الاتصال.

فالمستقبل في تفاعله وتأثره مع الرسالة يتخذ موقفاً معيناً من الأفكار، والخبرات والمعلومات التي يستلمها". وهذا الموقف يؤثر غالباً في تعديل الرسالة من المرسل، أو تبديلها وإرسالها إلى المستقبل نفسه، أو إلى مستقبلين آخرين.¹ أما الأشكال التي تتخذها التغذية الراجعة فيمكن تحديدها بالصور الآتية:²

- انعدام وجود تغذية راجعة في حالة فهم المستقبل للرسالة ومضامينها والاكتفاء بذلك.
- فهم الرسالة والتأثر بها والعمل بمضمونها، وتشجيع المرسل بإعادة إرسال الرسالة إلى مستقبلين آخرين، وكسب تأييدهم، أو إغنائهم بالأفكار والخبرات والمعلومات التي تحتوي عليها الرسالة. وهناك أربعة طرق للنظر إلى رجع الصدى هي:
- 1- قد يكون رجع الصدى إيجابياً أو سلبياً، فرجع الصدى الإيجابي يشجع المرسل على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة، فهو يقوي ويدعم السلوك بشكل مطرد. أما رجع الصدى السلبي لا يشجع على توجيه رسائل مشابهة، لكنه يتطلب تعديل شكل أو محتوى الرسائل.
- 2- رجع الصدى قد يكون داخلياً ينبع من إحساس المرسل بفاعلية الرسالة وتأثيرها، وقد يكون خارجياً ينبع من المستقبلين أنفسهم.

1 رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص ص 69-70.

2 عامر قنديلج، الاتصالات، بغداد، الجامعة المستنصرية، 1988، ص ص 67 و68.

3- قد يكون رجع الصدى فورياً كما في الاتصال المواجه أو الشخصي، أو مؤجلاً كما في الاتصال الجماهيري¹.

4- رجع الصدى يمكن أن يكون حراً، فيصل من المستقبل إلى المرسل مباشرة، ودون عوائق أو تنقية، وقد يكون مقيداً بضرورة المرور على حراس البوابة الإعلامية، ويستغرق ذلك وقتاً أطول حتى يحقق أهدافه. ويعد الافتقار إلى رد الفعل الحر المباشر والفوري أحد عيوب وسائل الاتصال الجماهيري.

ولرجع الصدى وظائف مفيدة يُتَحَمَلُ لكل من المرسل والمستقبل على السواء، فهو يتيح للمرسل فرصة قياس مدى فهم الرسالة واستيعابها، ويتيح للمستقبل التأثير في عملية الاتصال. فعلى سبيل المثال إذا أشار رجع صدى الجمهور إلى أن الرسالة غير مفهومة بالفكر المناسب، فإن المرسل يستطيع إعادة تقديم الرسائل بأساليب مختلفة، أو عبر قنوات أخرى لكي تحقق الرسالة أهدافها بشكل أفضل².

2-3- أنواع الاتصال وأنماطه.

2-3-1- أنواع الاتصال من حيث العدد:

هذا التقسيم يعتمد على العنصر البشري المشارك في عملية الاتصال، وهذا التقسيم هو السائد عند دراسة عناصر العملية الاتصالية خاصة فيما يتعلق بعنصر الجمهور أو المتلقين.

- الاتصال الذاتي:

هو الذي يحدث داخل الفرد، وهو العملية التي تحدث بين الفرد ونفسه، ويرتبط بالسمات الشخصية والنفسية للفرد مثل الإدراك والبناء المعرفي والتعليمي وغيرها، ويحدث داخل عقل

1 رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص 70.

2 المرجع نفسه، ص 71.

الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه، وتؤثر خبرات الفرد وبشكل واضح في هذا الاتصال، ويتحول الفرد في هذا النوع من الاتصال تلقائياً الى مصدر ومتلقي في آن واحد¹.

- الاتصال الشخصي:

يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأشخاص بالطريقة المباشرة وجها لوجه، وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية.

يعني هو الاتصال الذي يحدث بين فردين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، وهو شائع فيما بيننا، ونستخدمه يوميا حينما نتبادل التحية أو المناقشة أو نعطي أو ننتقى أوامر. والاتصال الشخصي يحدث حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر².

- الاتصال الجمعي:

وهو ذلك النوع من الاتصال الذي يقوم فيه المرسل بمواجهة أكثر من شخص قد يكون شخصين أو ثلاثة أو مجموعة من الجماهير، ومثال له الخطب والندوات والمحاضرات. وهو اتصال مواجهي مباشر، يتم في مكان معين وزمن معين ومحدد، ويمكن للمرسل ان يتعرف الى حد كبير على ردود فعل رسالته من خلال انفعالات الحاضرين، وما توحى به علامات وجوههم، ومدى استحسانهم لما يقال³.

1 سليمان درويش عامر، نظرات في الإعلام، القاهرة، دار الهدى للطباعة، 1988، ص 163.

2 جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص 120.

3 محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص 77.

- الاتصال الجماهيري:

ويقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والافكار والاتجاهات الى عدد كبير نسبيا من الافراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية¹.

ويتميز جمهور وسائل الاعلام بالضخامة وعدم التجانس والانتشار، ولذلك اطلق عليه "جماهيري"، كما يتميز بتنوع وتعدد رسائله، من تثقيفية وترفيهية واقناعية... الخ، وهو اتصال مصنوع يستخدم وسيطان. والمرسل في الاتصال الجماهيري لا يعرف تحديدا مستقبليه ولا يستطيع التعرف على رد فعلهم بصورة فعلية أو مباشرة، وأهم مزياء قدرته على انتاج رسائل متعددة، وتوصيلها الى أفراد كثيرين في أماكن متباعدة في وقت واحد².

2-3-2- أنواع الاتصال تبعاً للغة المستعملة:

إن كلمة لغة لا تقتصر فقط على اللغة اللفظية وحدها، بل يُعتبر من وجهة نظر المهتمين بالاتصال الإنساني، أي منهج ثابت يُعبر به الإنسان عن فكرة تجول بخاطره، أو إحساس يجيش في صدره هو لغة قائمة بذاتها. وعلى ذلك يمكن تقسيم الاتصال الإنساني حسب اللغة المستخدمة إلى مجموعتين:

أ- الاتصال اللفظي (اللغة):

إن اللغة نسق من الإشارات، موجود في أي مجتمع ومن أجل هذا المجتمع، فهي من أهم وسائل الاتصال والتفاهم بين الأفراد، وقد اعتنى بها علماء الاجتماع مبينين نشأتها وتطورها، ومقارنين بين اللغات البدائية واللغات المتحضرة، معلنين أن اللغة ظاهرة اجتماعية تخضع لما تخضع له الظواهر الاجتماعية من عوامل ومؤثرات.

1 سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية: رؤية نظرية وعملية وواقعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص 128.

2 جيهان رشتي، نفس المرجع السابق، ص 64.

ويذكر الدكتور عبد العزيز شرف نقلا عن إبراهيم مذكور: "أن اللغة جزء من التاريخ يسجل الماضي ويحكي الأحداث، بل هي نفسها قطعة تاريخية متحركة يجب دراستها وبحث معالمها. هذا ما أصبحت بحاجة إليه اللغة في وسائل الإعلام، الأمر الذي نتج عنه في السنوات الأخيرة نظرية تُعنى بذلك تدعى نظرية الإعلام، التي انبثقت عن مشكلات عملية محضة، حيث وضع العالم الأمريكي "كلود شانون" في عام 1948 أساس نظرية الاحتمالات في الإعلام، بعدها بدأ العديد من الباحثين تطبيقها في مجالات واسعة من العلوم أبرزها اللغة.

وتأسيسا على هذا الفهم، تنظر نظرية الإعلام إلى اللغة على أنها نظام من العلامات الصوتية، ينشأ ويتطور مرتبطا بتاريخ الناطقين بها، ويستخدم وسيلة للتواصل اللغوي على شكل عبارات، أو تعبيرات شفوية أو كتابية، تتبادلها الأطراف في موقف معين، لغرض معين عن واقعة معينة¹.

أما الاتصال فيعني استعمال الرموز اللغوية، والمعاني التي تحملها الألفاظ في علاقات الناس بعضهم ببعض، إذ أن المجتمع الإنساني يتميز بأنه يستعمل اللغة للتفاهم فيما بين أفرادها، حتى أن لفظ الاتصال أصبح يرادف في الكثير من الأحيان لفظ التفاعل، مهما يكن تفاعلاً من نوع خاص ومنظور إليه من وجهة نظر الفرد، ويفسر بالتالي على أنه تنبيه واستجابة، أي التفاعل بين الأفراد عن طريق الكلام من حيث ما يقصده المتكلم (التنبيه)، وما يفهمه المستمع، أو المخاطب (الاستجابة)².

تعتبر اللغة أوضح أنماط السلوك الاتصالي، ولا نحتاج لتعريفها هنا إلا على أنها تتكون في كل الحالات المعروفة من أداة كاملة للتعبير بالرموز الصوتية، التي تتميز بالقدرة على تحديد كل المضامين الاجتماعية المعروفة، والتي تشتمل على كل ما يُدرك عن طريق

1 عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 173-174.

2 محمد سلامة محمد، الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1991، ص52.

الحس، أي الخبرات التي اكتسبها المجتمع عبر تاريخه، فاللغة بهذا هي محور الاتصال الأول في كل المجتمعات، سواء كانت هذه المجتمعات لا تزال في أطوارها الأولى، أم قطعت أشواطاً بعيدة عن طريق الحضارة. ويدخل ضمن هذه المجموعة كل أنواع الاتصال التي يُستخدم فيها (اللفظ) كوسيلة لنقل الرسالة من المصدر إلى المستقبل. سواء كان هذا اللفظ منطوقاً أو مكتوباً، بحيث يصل إلى المستقبل فيدركه.

ومن الأمثلة على استخدام اللغة اللفظية، استخداماتها في المحاضرات والندوات والمناقشات والمناظرات، والمؤتمرات والمقابلات الاجتماعية وغيرها، ومن أمثلة الوسائل التي تستخدم فيها اللغة اللفظية المكتوبة: الكتب والمجالات، الصحف، التقارير وغيرها¹.

أما الوسائل التي تستعمل اللغة اللفظية المنطوقة: فهي التلفزيون، والإذاعة، والسينما وغيرها من الوسائل التي تعتمد على هذا النوع من اللغة.

ب- الاتصال غير اللفظي:

يشمل هذا النوع من الاتصال على اللغة غير اللفظية، حيث تتمثل هذه اللغة في الإشارات والحركات التي يستخدمها الإنسان، لنقل فكره أو معنى إلى إنسان آخر. ويقسم بعض العلماء اللغة غير اللفظية التي يستخدمها الإنسان في التعبير عما يجول في ذهنه من معاني إلى ثلاث لغات هي:

- لغة الإشارة:

وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره.

- لغة الحركة أو الأفعال:

وتتضمن هذه اللغة جميع الحركات التي يقوم بها الإنسان، لينقل إلى غيره ما يريد من معاني أو أحاسيس، ومن أمثلة ذلك ما يؤديه الممثل من حركات على المسرح دون أن يصاحبها

1 محمد سلامة محمد، نفس المرجع السابق، ص 59.

ألفاظ، ورغم ذلك بإمكانها إيصال المعنى، فإذا ما كان يمسك بيده شبكة ويقوم بأداء حركات بها، يمكن أن نفهم منها أنه يقوم بدور أحد صيادي السمك،... إلخ من الأمثلة.

- لغة الأشياء:

ويقصد بالأشياء ما يستخدمه مصدر الاتصال من إشارة وحركة للتعبير عن معاني، أو أحاسيس يريد نقلها إلى المستقبل¹، فارتداء اللون الأسود في كثير من المجتمعات، يقصد به إشعار الآخرين بحزن يعيشه الشخص الذي يرتدي ملابس سوداء.

يتضح مما سبق أن اللغة اللفظية سواء كانت المنطوقة، أو المكتوبة كأداة من أدوات الاتصال، ليست سوى طريقة واحدة من طرق أخرى متعددة لنقل الأفكار، والاتصال بين الأفراد والجماعات والمجتمعات، وليس كما يعتقد البعض مسألة كلمات فحسب. فقد تمثل صرخة الطفل الرضيع رسالة لأمه يعبر بها عما يحس به من الجوع، حيث إن الإنسان استخدم في العصور الأولى، وقبل نشأة اللغات اللفظية كل ما في حوزته من إمكانيات، ووسائل لنقل الرسائل إلى الآخرين، فقد استخدم خلال الفترات الأولى من تطوره الإشارات الصوتية، واستعمال النار والدخان، وتعبيرات الوجه ودقات الطبول، وغيرها من الوسائل التي يفهمها جميع الأفراد في الجماعة، لتدل على أشياء معينة كالجوع أو العطش، أو التنبيه إلى خطر معين، أو غير ذلك من الأفكار والإحساسات المختلفة، بعدها استخدم الإنسان الرموز البصرية كوسيلة للتسجيل والنقل والاتصال، وقد مهدت هذه الرموز البصرية لنشأة الكتابة الأبجدية، كما استخدم الإنسان الرموز واللغة اللفظية.

1 محمد سلامة محمد، نفس المرجع السابق، ص 60.

2-3-3- أنواع الاتصال من حيث اتجاهه:

يصنف الخبراء الاتصال من حيث اتجاهه الى نوعين:

1- الاتصال في اتجاه واحد:

ومضمون هذا النوع ان المعلومات أو الافكار تنتقل من مركز ارسال الى مركز استقبال، وغالبا ما يطلق على هذا النوع من الاتصال بالاتصال الناقص لأنه يسير في اتجاه واحد من المرسل الى المستقبل دون ان يصاحبه ردود فعل من المستقبل أو تغذية عكسية توضح مدى وصول الرسالة ومحتواها.

2- الاتصال في اتجاهين:

ويطلق على هذا النوع الاتصال الكامل برودود الافعال لكل من المرسل والمستقبل للمناقشة والتعبير عن رأيهم والاختذ¹ والعطاء، يعني ان هذا النوع يتوفر فيه عناصر عملية الاتصال جميعها خاصة رجع الصدى².

2-4- نماذج العملية الاتصالية.

من أبرز نماذج الاتصال ما يلي:

2-4-1- نموذج لاسويل عن الاتصال:

من بين التطورات التي حدثت كان ظهور عدد من الكتابات التي بحثت في وصف طبيعة الاتصال، فمن أشهر أمثلة³ تشخيص الاتصال ما طوره "هارولد لاسويل" العالم السياسي عام 1948م نتيجة لعمله في مجال الدعاية.

1 سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، نفس المرجع السابق، ص126

2 المرجع نفسه، ص127

3 المرجع نفسه، ص 49.

قدم لاسويل منظرا عاما للاتصال تجاوز حدود العلوم السياسية، فقال أن عملية الاتصال يمكن توضيحها بالعبارة اليسيرة التالية: "من يقول؟ ماذا يقول؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي أثر؟". وركز "لاسويل" كما فعل أرسطو من قبله بألفي عام على الرسالة اللفظية واهتم بعناصر الاتصال ذاتها، وهي: المتحدث والرسالة والمستقبلون، غير أنه استخدم مصطلحات أخرى، وكلاهما عد الاتصال عملية ذات اتجاه واحد يؤثر فيها الفرد على غيره عن طريق الرسائل التي يبثها.

وقدم لاسويل تعريفا أعم وأشمل للقناة فشملت الوسائل الجماهيرية، بالإضافة الى الحديث اللفظي بوصفه جزء من عملية الاتصال، وقدمت طريقته أيضا منظورا أعم لهدف أو تأثير الاتصال مما قدمت طريقة أرسطو، فالاتصال عنده يمكن ان يحقق الاعلام والتسلية والاثارة والافناع¹.

2-4-2- نموذج "شانون" و"ويفر":

بعد عام من ظهور طريقة لاسويل نشر كلود شانون نتائج البحث الذي أجراه لشركة بل للمهاتف لدراسة المشكلات الهندسية لإرسال الاشارات، وكانت هذه النتائج هي أساس نموذج شانون² وويفر للاتصال، ففي كتابهما "النظرية الرياضية للاتصال" يصف المؤلفان طبيعة عملية الاتصال بقولهما:

"سوف يستعمل مصطلح الاتصال هنا بصورة واسعة ليشمل جميع الطرائق التي يمكن ان يؤثر بها عقل على آخر، وهذا بالطبع لا يشمل الكلام المكتوب والمنطوق فحسب لكنه يشمل أيضا الموسيقى والفنون التصويرية والمسرح والباليه، ويشمل في الحقيقة كل السلوك". ويشمل الاتصال عند شانون وويفر على ستة عناصر هي:

1 محمد صبري فؤاد النمر، أساليب الاتصال الاجتماعي، الاسكندرية، المكتب العلمي للكمبيوتر، 1996، ص 42-43.

2 سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، نفس المرجع السابق، ص50

- مصدر المعلومات - مرسل - قناة - مستقبل - هدف - مصدر الضوضاء.¹

وفي توضيحهما لنظريتهما أدخل شانون وويفر مصطلح ضوضاء الذي كان يرمز لأي تشويش يتداخل مع ارسال الاشارة من مصدرها الى هدفها كالتشويش في جهاز الراديو أو الضباب الكثيف أو صفحات الجريدة المبتلة غير الواضحة، وطورا أيضا فكرة قناة التصحيح واعتبراها وسيلة للتغلب على المشكلات التي يخلقها الصوت.²

2-4-3- نموذج كاتز ولازارسفلد:

في عام 1955م قدما عالما العلوم السياسية "الياهو كاتز" و"بول لازارسفلد" مفهوما عن تدفق الاتصال على مرحلتين في كتابهما "التأثير الشخصي"، وقد بنيا النموذج على بحث سابق وجدا فيه ان المعلومات المقدمة من الوسائل الجماهيرية للاتصال لا يكون لها أثر على المستقبلين كما تزعم وجهات النظر السابقة عن الاتصال. وقد أوضح بحثهما ان الرسائل السياسية المذاعة والمطبوعة تبدو ذات تأثير ثانوي ضئيل على قرار الناخبين في عملية التصويت. وخلال دراستهما اللاحقة وجدا ان الناخبين المترددين في اتخاذ قرار الترشيح يتأثرون عادة بما حولهم من الناس أكثر من تأثرهم بالمعلومات التي تقدم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية.³

3- الفرق بين الاتصال والاعلام:

يخط الكثيرون بين الاتصال والاعلام، رغم ان كلاهما يختلف عن الاخر وان اتفقا في أمور كثيرة.

1 سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، نفس المرجع السابق، ص51

2 محمد سيد فهمي وهناء بدوي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، الطباعة الحرة، 1995، ص 29-30.

3 سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، نفس المرجع السابق، ص56-57.

فمفهوم الاتصال أوسع وأشمل من مفهوم الاعلام ويقع في اطار دائرة الاتصال، فالاتصال أشكال كثيرة يأتي الاعلام كشكل من تلك الاشكال، وان كان أكثرها أهمية وتطورا. والاعلام مثل الاتصال نشأ كحاجة انسانية تطورت مع الوقت فانطلقت من علم فردي الى مؤسسة متخصصة.

والاعلام ملاصق للاتصال وتابع له وهو يتطور ويتوسع كلما تطورت وتوسعت البنى التحتية للاتصال في المجتمع¹.

وفي الحقيقة فان الاعلام هو ذلك الجوهر الذي يحويه الاتصال والذي يستخلصه القارئ أو المستمع أو المشاهد، والذي استطاع الصحفي ان يوصله الى الجمهور، ويمكن تسمية الجوهر الذي يحويه الاتصال "بالإعلام الكامن" أو "الفعال" الذي يعني الاعلام الحقيقي².

ثانيا - مفهوم الاعلام الجديد

1- مفهوم الإعلام الجديد New media :

ظهر مصطلح الإعلام الجديد New media ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية.

ومن المهم الإشارة إلى أن (الجدة) التي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جدة نسبية، بمعنى أنه ربما يكون جديدا اليوم ولا يكون جديدا في الغد، أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديدا بالأمس.

1 اسكندر الديك ومحمد مصطفى الاسعد، دور الاتصال والاعلام في التنمية الشاملة، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1993، ص 63.

2 بروخوف أ. ب، الصحافة الاشتراكية، ترجمة: أديب خضور، بيروت، دار ابن خلدون، 1986، ص12.

ومن هنا ندرك أن بعض منظري مفهوم الإعلام الجديد مثل جينتلمان وبنجري قد أصلا لظهور الإعلام الجديد ابتداء من ظهور التلغراف عام 1740 م، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام. فالمفهوم بالرغم من دقة وصفه بالجدة إلا أن هناك خلافا لفظيا ولغويا على مدلولاته، وهذا لا ينفي أن هناك واقعا جديدا للإعلام ظهرت فيه أشكال متعددة من الرسائل الاتصالية والوسائل الإعلامية التي تختلف تماما عن مرحلة ما قبل الانتشار الجماهيري لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).¹

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الاعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". وبحسب ليستر: "الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو"²

2- أقسام الاعلام الجديد:

يمكن تقسيم الاعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية³:

- الاعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات، ومميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.
- الاعلام القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو ينمو بسرعة، وتنشأ عنه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

1 رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مملكة البحرين، جامعة المملكة، 2009، ص 516-517.

2 د عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الاردن، الشروق، (د.ت)، ص 31.

3 المرجع نفسه، ص 33.

- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي اضيفت اليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

- الاعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر، ويتم تداول هذا النوع بوسائل إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها.

3- بعض المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت في الواقع الإعلامي الجديد:¹

3-1- الإعلام الشبكي:

قدم بعض الباحثين أشكال الإعلام المتوفرة على الإنترنت باعتباره إعلاما شبكيا Network Communication أو صحافة شبكية Online Journalisme، وذلك نسبة إلى الوسيط الذي يحمل المضمون الإعلامي قياسا على الإعلام الإذاعي والتلفزيوني وغيرهما. والإعلام الشبكي في تعريف قدمه محمد عبد الحميد هو: "العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات، لإتاحة المحتوى في روابط متعددة، بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله، ويحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع".

ويلاحظ أن هذا المفهوم لا يزال يستخدم مفردات إعلامية ذات صلة وثيقة بالصحافة الورقية مثل (القارئ) الذي يرمز إليه في الإعلام الجديد بالمستخدم user، وذلك لأن المستخدم لشبكة الإنترنت ربما يكون قارئاً لنصوص أو مستمعا لملفات صوتية أو مشاهدا للقطات فيديو ومواد فيلمية.

1 رضا عبد الواحد أمين، نفس المرجع السابق، ص 517-518.

3-2- الإعلام الإلكتروني:

يأتي مفهوم الإعلام الإلكتروني *Electronique Communication* ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة، بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة، المتمثلة في استخدام الحواسب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الإنترنت، وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام.

3-3- الإعلام الرقمي:

ويشير مفهوم الإعلام الرقمي *Digital Communication* إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب *Web sites*، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها، وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي، أو التلفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية.

هناك الكثير من المفاهيم المشابهة لمفهوم الاعلام، والتي يصعب على البعض التفريق بينها ولكن في هذا المحور اخترنا أربعة مفاهيم فقط رأينا ضرورة تناولها وتميزها عن الاعلام، وهذه المفاهيم هي: الاعلان، الدعاية، الاشاعة، والتضليل الاعلامي.

أولاً- الإعلان:

1- تعريفه

1-1- لغة: جاء في القاموس المحيط للشيرازي: "الإعلان هو المجاهرة"، أما المعلم بطرس البستاني فيرى أن الإعلان هو الإظهار والنشر والتشهير. فيما يقول باريك أن الإعلان هو " الاخبار عن السلع والخدمات".¹

1-2- اصطلاحاً: عرفته دائرة المعارف الفرنسية بأنه: " مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية، وإقناعه بامتياز منتجاتها والإيعاز لشراء ما يحتاجه إليها".²

فيما يرى شاوندر صاحب كتاب "علم نفسك الإعلان" أنه الوسائل المستخدمة لوضع رسالة معينة تحت بصر الجمهور.

وفي العالم العربي يرى مجموعة من الكتاب المصريين في كتاب تحت عنوان " فن البيع والإعلان" أنه هو الوسيلة الدافعة لخلق حالة من الرضا النفسي في الجماهير لغرض البيع، أو المساعدة على بيع سلعة أو خدمة معينة أو كسب موافقة الجمهور على فكرة ما.

وفي رأينا فإن أشمل وأوضح وأبسط تعريف للإعلان هو تعريف " الجمعية التسويقية الأمريكية" التي ترى فيه أنه: " الوسيلة غير الشخصية لتقديم السلع والخدمات من جانب جهة معلومة مقابل أجر مدفوع"، واخترنا هذا التعريف كونه يتكلم عن طرفي الإعلان ، فهو يكون

1 محمد حسن العامري، الإعلان وحماية المستهلك، العراق، العربي للنشر والتوزيع، العراق، 2007، ص77.

2 المرجع نفسه، ص77.

من طرف المعلن أو الوكالة الإعلانية، عبر أجر مدفوع تحصل عليه الوسيلة الإعلامية التي يبث عبرها هذا الإعلان.

هناك من يعرف الإعلان بالتركيز على الجانب الأخلاقي مثل الدكتور أحمد المصري الذي يرى أن الإعلان هو: "التعريف السليم والآمن بالسلع أو الخدمات أو الفرص المتاحة". وهذا ما يعني بروز تيار يناهز بالتركيز على كل ما هو أخلاقي في الإعلان، أو ما يسمى "أخلاقيات الإعلان"، وهي تعني حسب الدكتور حسن نيازي الصيفي: "الضوابط الموضوعية لاستخدام الإعلان بما يحقق الممارسة السليمة والتوازن بين أهداف المعلنين، والمستهلكين بصفة خاصة، ومصحة المجتمع بصفة عامة"¹.

2- أنواع الاعلان:

يقسم الاعلان الى عدة تقسيمات منها²:

2-1- حسب نوع الجمهور الموجه إليه:

- الاعلان الاستهلاكي: ويوجه من خلال شركات الأجهزة المنزلية وشركات الصابون، وأدوات التجميل... الخ، ويهدف توصيل معلومات معينة عن هذه السلعة أو الخدمة للمستهلك.

- الاعلان التجاري لرجال الاعمال: وهو لا يوجه إلى جمهور المستهلكين ولكن يوجه الى وكلاء والموزعين وأصحاب المعامل الذين يستخدمون المواد المعلن عنها في صناعتهم.

2-2- حسب نوعية المعلن:

- اعلان دولي: مثل الاعلانات عن الساعات والسيارات والسجاير.

- اعلان قومي: وهو على مستوى المجتمع نفسه، انتاج سيارة محلية أو صناعات وطنية.

1 حسن نيازي الصيفي، أخلاقيات الإعلان في الفضائيات العربية، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011، ص 11.

2 منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، الاسكندرية، جامعة الاسكندرية، 2001، ص 181-182.

- اعلان محلي: على مستوى نطاق جغرافي صغير بالمجتمع ويكثر لدى تجار التجزئة ودور السينما.

2-3- حسب الوسيلة الاعلامية:

- اعلان في الوسائل المسموعة.

- اعلان في الوسائل المقروءة.

- اعلان في الوسائل البصرية.

2-4- حسب الهدف:

- اعلان لترويج سلعة معينة أو فكرة معينة.

- اعلان مؤسسي لإحداث تغيير في السلوك نحو مؤسسة معينة وفي وقت معين.

3- الاعلام والاعلان:

إذا كان الاعلام يعتبر مجهود مقصود يعتمد على الجهود الشخصية، ويتم القيام به دون مقابل مدفوع فان الاعلان يعتبر جهودا غير شخصية، ومدفوعة لعرض الافكار والآراء وتفسيرها بجانب استخدامه بشكل واضح في الجهود الترويجية للسلع والمنتجات من خلال وسائل الاتصال المختلفة معتمدة في ذلك على استمالة العواطف والغرائز بالدرجة الأولى، لتوجيه الافراد الى السلوك المؤيد للفكرة أو الرأي، أو المنتج والسلعة باعتبارها هدف المعلن من الاتصال الاعلاني¹.

ثانيا- الدعاية:

1- تعريفها: الدعاية هي التأثير المتعمد على أفكار وسلوك أناس آخرين فيما يتعلق بالقيم والمعتقدات، والسلوك عن طريق الرموز والكلمات والاشارات والصور والموسيقى، وتركز

1 محمد عبد الحميد، الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص40.

على عامل التعمد في التأثير على الآخرين حتى يمكن تمييزها عن الاتصال أو التبادل المتحرر للأفكار وعن التعليم أيضا، فرجل الدعاية يعرض وجهة نظر معينة، بينما المعلم يعرض كافة وجهات النظر ويترك للآخرين حرية اختيار ما يراه أصدق¹.

أما الدعاية في تعريف الدكتور حامد ربيع انها صورة من صور الاتصال التي تفترق عن الاتصال العادي الذي يقتصر على نقل الحقيقة الاخبارية فهي تخلق جوا مشحونا من العواطف والانفعالات فيسيطر نوع من الضبط على المنطق الذاتي دون وعي، من جانبه يخفي الرؤية الحقيقية ويقود الى نتائج غير صحيحة، هذا التطور المنطقي لا بد وان يؤدي الى استجابة مختلفة عن تلك القائمة من قبل².

2-أنواعها

تصنف الدعاية إلى ثلاث أنواع، وهذا تبعا لأهدافها ودوافعها المخطط لها:

أ-**الدعاية البيضاء:** وتسمى كذلك الدعاية العلنية أو المكشوفة. وفي هذه الحالة يكون الجمهور التي توجه إليه الرسائل الدعائية عن طريق الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية مدركا لحقيقة خضوعه لتأثير ما، نجد هذا النوع من الدعاية في فترة الحملات الانتخابية، تخاطب العقل والعواطف، تعتمد على المنطق في عرض الحقائق، تكشف عن هويتها.

ب-**الدعاية السوداء:** غير معلنة أو خفية ونقصد بها الدعاية المستورة، ويقوم بها عادة رجال المخابرات السرية تؤثر في الناس حتى وإن كانوا يجهلون أن جهة ما تحاول أن تسيطر على أفكارهم. تستند هذه الدعاية على بعض الحقائق التي لا يمكن إنكارها وتضيف

1 International Encycloedia of the social Sciences U.S Macmillan and press Vol. 12. 1968.pp 579-588.

2 نادية حسن سالم، التحليل العلمي للدعاية، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، العدد 02، المجلد 12، 1984، ص 67-43.

إليها بعض الحقائق يصعب على المتلقي غير المدقق اكتشاف ما فيها من تظليل وخداع، لا تكشف مطلقاً عن مصدرها الحقيقي، تستخدم هذه الدعاية كوسيلة لتصفية العناصر المنافسة، وقد تعمل هذه الدعاية في بعض الأحيان على تظليل المسؤولين الكبار بحيث تعرض عليهم ملفات مزورة لتصفية بعض الأشخاص الذين هم من وجهة النظر القضائية أبرياء.

ج- الدعاية الرمادية: هي الدعاية التي لا تخشى الجهة المنتجة لها من أن يقف الناس على مصادرها الحقيقية ولكنها تختفي وراء هدف من الأهداف، ومن الأمثلة المعروفة تلك الممارسات التي كانت سائدة أثناء الحرب الباردة من طرف بعض الإذاعات التي تسمى نفسها إذاعات حرة وهي موجهة للحد من المد الشيوعي في العالم. والدعاية الرمادية غالباً ما تكون في محتواها غير مباشرة، فهي أخطر من الدعاية المباشرة، فتأثير الدعاية المباشرة سريع ويزول بسرعة، إلا أن تأثير الدعاية غير المباشرة بطيء لكنه يستمر مع الوقت¹.

3- أساليب الدعاية

أ- أسلوب النكته: للنكته تأثير كبير في الرأي العام، فهي في بعض الأحيان أثرها أكبر من تأثير بعض المقالات الصحفية، لذلك تهتم بعض البلدان بجمع النكت ذات المحتوى السياسي واستغلالها في تظليل الرأي العام أو رفع من مستوى التذمر الاجتماعي.

ب- أسلوب التكرار: هو من أهم أساليب الدعاية، فالتكرار وسيلة من وسائل تثبيت المعلومات في عقول الجمهور.

ج- الأسلوب الديني: هو أسلوب يستغل العاطفة الدينية لتبرير ممارسات اجتماعية والدليل على ذلك ما تقوم به بعض الحركات الإسلامية تحت غطاء الدعوة والجهاد.

1 فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2011، ص45.

د- أسلوب الكذب وافتعال الأحداث: للدعاية أساليب غير مشروعة أخلاقيا منها أسلوب التحريف والتزييف، والكذب وافتعال الأحداث.

هـ- أسلوب الاستعفاف: يهدف هذا الأسلوب إلى التأثير في النفوس لجلب عطف أفراد المجتمع واستمالتهم وكسب تأييدهم للمشروع السياسي، وهذا باستخدام قيم انسانية كالتعاون، العدل، الرحمة والتضامن. تعتمد عليه الصهيونية في نشر دعايتها ضد العرب.

و- الأناشيد والأغاني: يستخدم هذا الأسلوب لتحريك العواطف العميقة وترسبات الماضي لدفع الناس لتبني مواقف معينة سواء تعلق الأمر بحماية السيادة الوطنية أو تعلق الأمر بالأغاني والأهازيج التي تستخدم في مناصرة الفرق الرياضية.

ز- الشعارات: تستخدم من قبل السياسيين والزعماء الذين لهم قوة كاريزماتية، وقد تطورت هذه الشعارات وأصبحت تستخدم من طرف الأحزاب السياسية والمؤسسات التجارية.

4- الدعاية والإعلام:

تختلف الدعاية عن الإعلام في كون الإعلام هو التعبير الموضوعي عن الواقع الفعلي، بينما لا يشترط في الدعاية ان تخاطب هذا الواقع، بل يمكن ان تخلق واقعا جديدا من خلال التأثير في عقول وعواطف الجمهور¹، يؤدي الى التأثير في آرائهم أو اتجاهاتهم، لذلك فان الدعاية تحاول ان تصل الى أهدافها بطرق أخرى غير التابع المنطقي لعرض الافكار أو الآراء، وهذا التابع كان يمكن ان يصل الى أهداف أخرى غير الاهداف الدعائية، لذلك فانه كثيرا ما لا يتم الكشف عن الاهداف الدعائية بصراحة، ولفترة طويلة كان يتم الخلط بين مفهومي الدعاية والدعوة، الا ان الممارسة الفعلية أثبتت التباين الواضح بين المفهومين، فالدعاية في سبيل الوصول الى أهدافها يمكن ان تلجأ الى تشويه الحقائق، وتزييف الوعي والمعرفة، أما الدعوة فهي تتجه الى العقل في اعلانها عن المبادئ السامية والتعبير عن

1 منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق، ص 92.

العقائد والافكار، وتستهدف الايمان بها بتقديم الحقائق والاعتماد على التواصل المنطقي في عرضها والاقناع بها والتمسك بها.

لذلك ارتبط مفهوم الدعوة بالحقائق الدينية، والافكار الاصلاحية التي تتجاوز مجرد تغيير الاتجاه الى التمسك بهذه الحقائق والافكار ودعمها، واعتبارها مرشدا للسلوك الانساني ودليلا لتقويمه¹.

ثالثا - الاشاعة:

1- مفهومها: هي عبارة نوعية أو موضوعية مقدمة للتصديق تتناقل من شخص لأخر، وهي تعتمد على المبالغة في أخبار معينة والترويج لها ونشرها على نطاق واسع، أو خلق أخبار لا أساس لها من الصحة.² كل ذلك بهدف التأثير على الرأي العام تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية. ولذلك فإن الاشاعة قد لا تكون معتمدة على الخيال كلية، وإنما قد تعتمد على جزء من الحقيقة من أجل امكانية تصديقها وتقبلها من قبل الناس. وقد تظهر أحيانا الاشاعة في الصحف والمجلات أو تجد طريقها الى موجات الاذاعة والتلفزيون. وتستخدم الاشاعة وتنتشر في وقت الازمات الاجتماعية والوطنية لذلك فإن زمن الحرب هو أنسب وقت لتلك الاشاعات ونشرها حيث يكون الافراد في حالة استعداد نفسي لتصديق كثير من الاخبار والاقاويل التي يسمعونها نظرا لحالة التوتر النفسي التي يعيشونها. ولذلك فإن كثيرا من الدول أدركت ذلك وأخذت تستخدم الاشاعات كأحد وسائل الحرب النفسية المهمة.

1 حنفي عوض، العلاقات العامة، الاتجاهات النظرية والمجالات التطبيقية، مصر، دار المعارف، 1983، ص 46.

2 جوردو اوليورت وليو بوستمان، سيكولوجية الاشاعة، ترجمة: مخيمر ورزق، مصر، دار المعارف، 1964، ص 15.

2- أنواع الإشاعات:

والإشاعات التي تستخدم في الحرب نوعين إشاعات الخوف وإشاعات الرغبة:

- **إشاعات الخوف:** بما تتطوي عليه من انذار بالخطر تهدف الى الكف من ثقة الشخص بالنهاية المظفرة لمجهوداته الحربية، فهي اذا كانت تولد قلقا لا لزوم له كانت أحيانا تؤدي الى نظرة انهزامية.

- **إشاعات الرغبة:** من ناحية أخرى تحتوي على تفاؤل ساذج اذ تؤدي الى القناعة والرضا عن الحال والخنوع وقبول أي حال ممكن، والامثلة للإشاعات لا تعد ولا تحصى، فعلى سبيل المثال انتشرت في الحرب العالمية الاولى الإشاعات والقصص التي تقول ان الألمان يقطعون أيدي الاطفال، وانهم يغلون جثث الموتى ويصنعون منها الصابون، وانهم يصلبون أسرى الحرب، وفي الجانب الالمانى كانت تنتشر اشاعات تقول ان الحلفاء يستخدمون الغوريلات والناس المتوحشين من إفريقيا وآسيا في حرب الناس المتحضرين¹.

3- دور الاعلام في ترويح الشائعات:

تلعب وسائل الاعلام دورا كبيرا في نشر الشائعات وترويجها بمختلف الاساليب والانماط، وان الشائعات التي تنتقل بصورة صريحة أو مجازية عبر الهمسات سرعان ما تنتقل الى وسائل الاعلام التي تقوم بنشرها على نطاق واسع.

4- أهمية الاعلام في مكافحة الإشاعات:

مثلما يقوم الاعلام بنشر الإشاعات على نطاق واسع، كذلك يستطيع مكافحة تلك الإشاعات والقضاء عليها اذا ما استطاع القائمون على شؤون الاعلام بتوجيه الاخبار توجيهها صحيحا من خلال استخدامها كأداة للتأثير وخلق الانطباعات الايجابية.

1 احمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والدعاية والتنمية، الكويت، وكالة المطبوعات، 1982، ص39.

ومن هنا يمكن للأخبار ان تكون سلاحا ذو حدين: تقوم بنشر الاشاعات في حالة تحريفها أو التعتيم عليها أو ايراد نصف الحقيقة من خلالها أو تفسيرها تفسيراً مغرضاً، كما يمكن لها ان تكون أداة لمكافحة الاشاعات عندما تحافظ على معايير الصدق والموضوعية والدقة في ايراد المعلومات.

رابعاً - التضليل الاعلامي:

اذا كان تضليل العدو أسلوباً معروفاً منذ القدم، اذ تحدث عنه (Sun Tzu) الصيني في سياق "فن الحرب" ثلاثة قرون قبل الميلاد، وتم استعماله ببراعة من طرف (الكسندر المقدوني) و(جانكز خان) واشتهر به عمر ابن العاص.

الا ان مصطلح التضليل الاعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية (Désinformation) مع بداية العشرينات من القرن الماضي، وشاع استعماله في الاتحاد السوفيتي سابقاً بعد الحرب العالمية الثانية لينعت به "الممارسات الاعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة الى استعباد الجماهير الشعبية"¹.

ولم ينقل المصطلح الى اللغة الانجليزية (Désinformation) الا في الستينات ليشير الى "التسريب المقصود للمعلومات المضللة". أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974م، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي ويتضمن دلالات سياسية أساساً، أي النية المبيتة لتغليب الرأي العام وابقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة³².

أما التضليل الاعلامي فهو الذي يتم عن طريق وسائل الاعلام الجماهيرية أساساً. وعليه فان القاموس الفرنسي (Le Grand Robert) يحدده، على النحو التالي: "استعمال الاعلام

1 Guy Durandin, l'information la désinformation et la réalité, Paris, Presses Universitaires de France, 1993, p 16-17.

2 السعيد بومعيزة، التضليل الاعلامي وافول السلطة الرابعة، الجزائر، جامعة الجزائر، (د.ت)، ص 3.

وبالتحديد تقنيات الاعلام الجماهيري من أجل التغليف واخفاء الوقائع أو تحريفها". في نفس الاتجاه يحدد (F.ENCEL) التضليل الاعلامي على انه "التلاعب بالرأي العام لأهداف سياسية بمعلومات معالجة بوسائل ملتوية"¹. ويشير نفس الكاتب الى ان التضليل الاعلامي يفترض ثلاثة عناصر:

- التلاعب بالرأي العام وإلا أصبح تسميم العقول.
- وسائل ملتوية وإلا أصبح دعاية.
- أهداف سياسية داخلية وخارجية وإلا أصبح اشهارا.

1 السعيد بومعيزة، نفس المرجع السابق، ص4.

هناك الكثير من وسائل الاتصال المطبوعة مثل الكتب، الصحف والمجلات، المنشورات والكتيبات، الوثائق الادارية والتاريخية...الخ، لكن أردنا في هذا المحور ان نتناول وسيلتين مطبوعتين فقط وهما الكتاب والصحيفة باعتبارها الابرز في هذا الحقل.

أولا- الكتاب

1- ظهور الكتابة:

لقد مارس الانسان الكتابة قبل ظهور الورق، فالإعلانات أصلا كانت معروفة منذ زمن طويل وكان الاغريق يستخدمونها للتعريف بالقوانين، حيث كانت تنقش على ألواح من الخشب أو الحجارة، وابتكرت روما "الألبوم" وهي جدران مطلية بالجير ومقسمة الى مستطيلات، بداخلها مدونات، وكان الرومان أكثر اهتماما وادراكا لقيمة الاعلام في الحياة العامة، ومن ثم ابتكروا أول صحيفة حقيقية وأسموها "Acta di urna" حيث كان القيصر يطلع من خلالها على سير العمل في مجلس الشيوخ، كما كانت تحمل أبناء الاحتفالات والانتصارات.

وقد حاول الانسان تطوير الوسائل والمواد التي تساعده في عملية الكتابة والتدوين، فنجد على سبيل المثال أن قدماء المصريين استخدموا نبات البردي الذي كان يتوافر على ضفاف النيل، ثم يتم التعامل معها بطريقة معينة، وأسهمت هذه المخطوطات البريدية في التعرف على كثير من ملامح الحضارة الفرعونية، حيث ظل الكثير منها صالحا.

كما عرف السومريون الكتابة في عام 1700 قبل الميلاد، وقد ظهرت اللغة السومرية في بلاد الرافدين وبلاد شمال فارس، ولم يكن العرب أقل اهتماما أو براعة حيث عرفوا الكتابة منذ زمن طويل، وفيما يتعلق بمواد الكتابة فقد تمثلت في ورق البردي، وجلود الحيوانات، والخشب وسعف النخيل، وذلك عند القدماء المصريين. كما ظهرت في الصين وبلاد ما بين النهرين الكتابة المسمارية التي كانت تكتب على ألواح الطين الرطب وتترك كي تجف أو

تحرق، ولقد تم تطوير هذه الكتابة على يد السوريين والآشوريين والبابليين، حيث تم تحويلها من مجرد رموز أو أشكال تخطيطية بسيطة الى مقاطع أو رموز أو أحرف هجائية.

إلا ان عملية الكتابة تطورت بصورة ملحوظة بعد اكتشاف الورق وصناعته عند الصينيين، وذلك في عصر الامبراطور "هوتي" الذي حرص على تكليف أشخاص مهمتهم اكتشاف مادة يمكن الكتابة عليها، وبعد تجارب عدة استخدم فيها الحرير وألياف أخرى تم اكتشاف تركيب الورق، حتى فتح العرب مدينة سمرقند على حدود الصين العربية وتم تعليمهم، وصار هناك مراكز شهيرة لصناعة الورق في دمشق، ثم تم نقلها الى البلاد المفتوحة في الاندلس وشمال إفريقيا¹.

2- تعريف الكتاب:

الكتاب عبارة عن " أوراق مطبوعة ومجموعة في مجلد"، هذا هو التعريف الكلاسيكي للكتاب، وليس بالضرورة ان يكون الكتاب مجموعا في مجلد، فهناك كتب مسجلة على الميكروفيلم، وكتب مسجلة على أشرطة ممغنطة، وأخرى مسجلة على C.D.

تعرف اليونسكو الكتاب بأنه "مطبوعة غير دورية لا يقل عدد صفحاتها عن خمس ولا يزيد عن 48 صفحة عدا صفحات الغلاف"².

3- ظهور الكتاب:

ان الكتابة التي ارتبطت بوجود طبقة تسعى الى حفظ وتسجيل حقوقها ومعاملاتها التجارية، كان لها بالغ الأثر في ظهور الكتاب أو ما يطلق عليه "الكتب المخطوطة"، ويعد "كتاب الموتى" من أوائل الكتب لدى الفراعنة واشتمل على مجموعة من التعاويذ والقصص الخيالية التي تعبر عن الآخرة أو الحياة الاخرى بعد الموت، وقد بدأت كتابة هذه الكتب المخطوطة على قراطيس البردي في عهد الاسرة الثامنة عشر، حيث كانت توضع مع المومياء أو داخل

1 شدون علي شيبه، مذكرة في تاريخ الاعلام، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 18-19.

2 محمود حسن اسماعيل، نفس المرجع السابق، ص 139-140.

التوايبت أو فوقها، ولكن لم ترتب فصولها بتسلسل ولم تكن سهلة الفهم، وكانت توضع في جزء منها حساب الميت ووزن أعماله بالقسطاس المستقيم، فضلا عن طائفة من الصلوات والتراتيل وأدعية وكلها مصاحبة بالرسوم، ولذلك يعد أول كتاب مصور في التاريخ وان لم يحمل المواصفات الفنية أو الشكلية للكتاب. ولكن قدم الفراعنة ابداعات أدبية وقصصية متعددة مثل قصة "اولاد خوفو"، "الفلاح الفصيح"، "سنوحى" ولكن ظلت الكتب والكتابة قاصرة على طبقة معينة لما كانت تحمله من قداسة اختص بها الكهنة ورجال الدين ودعمها الحكام. كما أظهر الاغريق براعة في الفكر والعلم والفلسفة فسجلوا ابداعاتهم في كتب مخطوطة تحفظ للأجيال، فضلا عن نقل تراث مشاهير الشعراء والحكايات الشعبية، أمثال ملحمة "الالياذة والاولديسا" والتي نظمها الشاعر الاغريقي "هوميروس" وتحكي عن تاريخ الاغريق وآلهتهم في القرن الثامن عشر قبل الميلاد. أيضا اهتم الرومان بالكتاب حيث أنشأوا أماكن للنسخ اعتمدوا فيها على العبيد، وامتهنوا مهنة النشر واهتموا بإصدار مؤلفات على نطاق واسع. وإذا نظرنا الى العالم العربي نجد ان القرآن الكريم هو أول كتاب قام الناسخون المسلمون الاوائل بنشره مخطوطا وذلك للحفاظ عليه، ومع انتشار الاسلام وازدهار الحضارة الاسلامية الكبرى، وانتقال صناعة الورق الى العرب من الصينيين صاحب ذلك نهضة ثقافية واسعة وظهرت حركة ضخمة للترجمة عن اليونانية واللاتينية والفارسية والهندية والسريانية، وكان لابد من تصارع الافكار واختلاف المدارس والفرق، مما أدى الى زيادة الرغبة في قراءة أفكار الآخرين وابداعاتهم، وقد نتج عن ذلك اتساع نطاق انتشار الكتب المخطوطة، وتداولها وبيعها وشرائها، كما انتشرت محلات بيع الكتب التي اطلق على بائعيها اسم "الوراقين" وكانت هناك أسواق منتشرة لباعة الكتب تعرف بسوق الوراقين. وعرف العرب المكتبات العامة فقد كان هناك مكتبة الحكمة في بغداد والتي انشأت في عصر الخليفة العباسي المأمون (814-833هـ) والتي تعد أول مكتبة عربية.¹

1 شدون علي شيبية، نفس المرجع السابق، ص 22-23.

ثانيا - الصحيفة

تأتي الصحيفة كأقدم وسيلة اتصال بعد الكتاب، ويرجع الفضل في وجود هذه الوسيلة الى اختراع الطباعة، والفرق بين الصحيفة والكتاب هو ان الصحيفة مطبوع دوري، يهتم أساسا بنشر الاخبار بموضوعاتها المختلفة.

ويرجع الدكتور "خليل صابات" نهضة الصحافة وظهورها بالمعنى الذي نفهمه اليوم الى سببين: أحدهما تاريخي يتمثل في ظهور طبقة جديدة في المجتمع هي طبقة البرجوازية، أما السبب الثاني فهو سبب اقتصادي يتمثل في اختراع الطباعة¹.

يمكن القول ان بدايات الصحافة الحديثة ظهرت في ايطاليا في أواخر القرن السادس عشر تلتها فرنسا وانجلترا، وبدايات الصحافة الرسمية كانت في فرنسا حيث أصدرت أول صحيفة رسمية سنة 1631م هي جازيت دي فرانس.

1- الظروف التاريخية لظهور الصحافة في الغرب

1-1- ظهور الطباعة

ظهرت الطباعة خلال القرن الخامس عشر وتحديدًا في العقود التي تعاقبت من 1450م الى منتصف القرن السادس عشر، حيث كانت تلك الفترة مرحلة خصبة لتطور تقنيات الاتصال، ولتصبح الطباعة أعظم وسيلة اتصال عرفها الانسان، حيث أحدثت تطورات هائلة في الحياة الثقافية والاجتماعية لتتحول من خلالها الوثيقة المكتوبة الى أداة اتصال لا مثيل لها.

ولكن قبل ظهور الطباعة بمفهومها الحديث ظهرت محاولات شبه آلية وذلك خلال العصور الوسطى، اذ استخدم الرومان آلة خاصة للكتابة والنقش خاصة في عملية سك النقود، واهتم الرومان باستخدام الاختام، ثم تطورت الكتابة المطبوعة خلال القرن الرابع عشر، وفي عام 1440 تم اختراع المطبعة الآلية من طرف "جوتنبرج" في ألمانيا وارتبط ذلك بتطوير صناعة

1 خليل صابات، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها، القاهرة، الانجلو المصرية، 1976، ص35.

الورق، وفي القرن الثامن عشر انشئت أول مطبعة تعمل بالبخار على يد العالم الألماني "فريدريك كونيغ"، وفي عام 1863 تم اختراع المطبعة الدوارة (الروتو) لطباعة الصحافة على يد الأمريكي "وليم بالوك"، وفي عام 1866 اخترعت آلة صف الحروف أوتوماتيكيا، ثم توالى بعد ذلك عملية الطباعة الالكترونية التي أحدثت الكثير من التطور في عمليات الكتابة وصف الحروف وفصل الالوان وطبع الصور وغيرها، وتعتبر مصر من أوائل الدول التي أنشئت بها مطابع متطورة وذلك في عام 1820 وهي مطبعة بولاق وكانت مخصصة لطبع الكتب والمؤلفات العسكرية¹.

قد كان للطباعة أثر كبير في تغيير الاتصال ومفاهيمه، ويقال ان أول كتاب مطبوع تقنيا قد ظهر باثنتين وأربعون (42) صفحة كان كتاب "الانجيل"، والذي طبع في عام 1456م من طرف "جوتنبرج"، وفي عام 1476م بدأ وليم كاكستون الطباعة في إنجلترا، ثم انتقلت الى إيطاليا بجهود الدوس مانويوتوس، ومن ثم انتقلت الى المكسيك بعد اكتشاف كولومبوس البلاد الجديدة بخمسين عاما على يد جوان بابلوس، ولقد خدمت الطباعة الحديثة الاحزاب السياسية والثورات وساعدت على توزيع الكتب والنشرات، كما حملت بالكلمة المكتوبة أخبار تجارية الى التجار في أوروبا وألمانيا الشرقية وإنجلترا. ولقد أثر ظهور الطباعة على ظهور الصحافة وشكلها².

وبالنسبة للطباعة في العالم العربي يعد لبنان أول بلد عربي شهد الطباعة وذلك في منطقة "دير قزحيا" حيث طبع بها أول كتاب يعرف بالمزامير، ثم انتقلت الطباعة الى حلب في سوريا 1702، ويعود الفضل في انشائها الى البطريرك اثناسيوس دياس، وعرفت مصر الطباعة بالحروف المنقرقة والمسبوكة من المعدن خلال الحملة الفرنسية وذلك عام 1798م

1 شدوان علي شيبية، نفس المرجع السابق، ص 21.

2 المرجع نفسه، ص 29.

الى عام 1801، وعرفت العراق وفلسطين الطباعة بالحروف المتفرقة سنة 1830، وبعدها انتقلت الى اليمن سنة 1877 ثم أسست الحكومة العثمانية مطبعة في الحجاز¹.

1-2- الأشكال الأولى للصحيفة الدورية

كانت مظاهر الصحافة الأوروبية الأولى في شكل رسائل اخبارية مخطوطة باليد، ظهرت خلال القرن الرابع عشر في ايطاليا، ثم في انجلترا والمانيا، وكان يكتبها تجار الاخبار تلبية لرغبة بعض الشخصيات الغنية ذات النفوذ الكبير، والمتعطشة الى معرفة أهم أحداث العالم. وكان لهؤلاء التجار مكاتب اخبارية حسنة التنظيم، ظلت تعمل لحسابهم خلال القرن الخامس عشر، وجزء من القرن السادس عشر، وكان يوجد في مدينة البندقية مكاتب كثيرة من هذا النوع. كما انتشر هذا النشاط الاخباري في سائر العواصم الأوروبية، وكان كاتب الاخبار يستأجر العبيد الذين يعرفون الكتابة أو يشتريهم ويملي عليهم ما جمعه من أخبار ليدونوها، ويعدها للبيع والتوزيع على المشتركين².

وقد استمر نشاط الرسائل المنسوخة باليد حتى مطلع القرن الثامن عشر، أي بعد اختراع الطباعة بثلاثة قرون، فقد كانت هذه الرسائل تسد فراغا كبيرا لا يمكن ان تسده الصحافة المطبوعة في ذلك الحين، لان القيود الحكومية والرقابة الصحفية وقوانين النشر المختلفة كانت تنصب على المطبوعات فقط.

في نهاية القرن الثامن عشر قضت الصحافة المطبوعة على الرسائل الاخبارية المنسوخة فقد أدى انتشار المطابع ورخص ثمن الصحف المطبوعة وسعة انتشارها وزيادة توزيعها، الى اختفاء الرسائل الاخبارية المنسوخة نهائيا، وقد بدأ ظهور نشرات الاخبار المطبوعة عندما قامت بعض دور النشر بإصدارها بأرقام متسلسلة، ولكن بشكل غير منتظم الصدور. ثم ظهرت بعد ذلك نشرات اخبارية مطبوعة في شكل أجنادات سنوية منتظمة الصدور تعرف

1 محمد طنطاوي، الصحافة وخطرها اليوم في حياة الامم، العربي، القاهرة، العدد 121، ديسمبر 1968، ص114

2 ابراهيم امام، وكالات الانباء، القاهرة، دار النهضة العربية، 1972، ص14.

بالتقويمات، وهي مشتقة بدورها من أوائل الروزنامات المطبوعة في ماينز منذ عام 1448، ويرجع أول تقويم فرنسي معروف الى عام 1486، وعرفت أولى الوقائع المنتظمة في المانيا عام 1588. وفي عام 1597 طلب الامبراطور الالمانى (رودلف الثاني) من بعض أصحاب المطابع ان يصدروا نشرات شهرية، تتضمن أهم الحوادث التي وقعت خلال الشهر. وفي نفس السنة صدرت في فلورنسة بايطاليا نشرات مطبوعة أسبوعية اهتمت بالأخبار التجارية. ثم أخذت النشرات الاخبارية الاسبوعية المطبوعة في الانتشار، حيث صدرت في عام 1609 مجلة أسبوعية في مدينة ستراسبورغ وأخرى مثلها في مدينة اوجسبورج. وفي السنوات التالية صدرت مطبوعات أسبوعية مماثلة في بال عام 1610 وغيرها من الدول.

كانت هذه النشرات الأسبوعية تصدر بمقتضى امتياز تمنحه الدولة، أو المدينة، مقابل فرض الرقابة عليها. وكانت تنشر من دون تعليق على الأخبار الخارجية وخاصة السياسية والعسكرية منها، وكان محظورا عليها نشر الأخبار الداخلية.

1-3- عوامل ازدهار الصحافة:

من أبرز العوامل التي ساعدت على ازدهار الصحف ونهضتها اختراع الطباعة، وتطور الفن الطباعي، وكذا انشاء الخدمات البريدية وتنظيمها مما ساعد على جمع الاخبار ونقلها وتبادلها، بالإضافة الى استفادة الصحافة من الاختراعات الجديدة وخاصة السكك الحديدية والبواخر ووسائل النقل التي سهلت عملية توزيع الصحف، وأيضاً اختراع البرقية والتلغراف... الخ¹.

1-4- تطور الفكر والحريات (القرن الثامن عشر)

يعتبر القرنان السابع والثامن عشر مرحلة انتقالية في تطور حريات وحقوق الافراد ضد الدولة.. حتى اذا جاء عام 1965 كانت الحكومة الانجليزية قد سحبت آخر ألوان الرقابة

1 تيسير ابو عرجة، دراسات في الصحافة والاعلام، عملن - الاردن، دار مجدلاوي، 2000، ص 28.

الحكومية الرسمية على الانتاج الفكري، وسمع الناس في تلك الآونة أصوات ميلتون وسبينوزا وفولتير ولوك¹. ويعتبر القرن الثامن عشر عصر حرية التعبير حيث استمتعت شعوب كثيرة في المستعمرات بحرية التعبير².

أما حرية الصحافة لا تعدو ان تكون امتدادا لحرية الفكر أو الاعتقاد حينما تبرز الى العالم الخارجي، وتتجاوز مرحلة الفكرة التي يؤمن بها الشخص الى مرحلة اشراك الآخرين في هذه الفكرة أو العقيدة بعرضها عليهم.

فحرية الفكر هي حركة داخل الانسان يتولد عنها الاعتقاد بفكرة معينة. وممارسة هذه الحرية، أي التعبير عنها هو الذي يعرف بحرية الرأي. وحرية الصحافة احدى تطبيقاتها، لأن الرأي قد يعبر عنه في كتاب كما في الجريدة، وقد يعرض مطبوعا أو مصورا أو مذاعا، بل انه قد يعبر عنه في خطاب أو حديث أو في نشيد أو تمثيلية³.

مع ان الانسان قد ولد حرا ومن مظاهر هذه الحرية ان يكون له حق ابداء الرأي، الا ان هذه الحرية كثيرا ما تعرضت لضروب من التعسف، فلما ظهرت الطباعة عام 1450 بدأ السلطات تظهر تخوفها من خطر توجيه النقد اليها. وخلال أكثر من قرن ظلت الصحافة تحت رحمة السلطة الدينية في أوروبا، وتولت بعد ذلك السلطة الزمنية مهمة تكبيل الصحافة. حتى ان نشر أي مطبوع بغير ترخيص سابق من هذه السلطة كان يعاقب عليه بالموت. وقد عبر عن ذلك فولتير المفكر الفرنسي المعروف بقوله: "انك لا يمكن ان تفكر الا برضاء الملك"⁴.

1 احمد بدر، نفس المرجع السابق، ص 199-200.

2 المرجع نفسه، ص 201

3 جمال الدين العطيفي، حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية، ط2، القاهرة، مطابع الاهرام، 1974، ص 18.

4 المرجع نفسه، ص 20.

وتحت تأثير كتابات لوك في انجلترا ومونتسكيو في فرنسا بدأت عقيدة الحرية تستقر في أذهان الناس.

فما ان قامت الثورة الفرنسية عام 1789 حتى أعلنت ان حرية تبادل الافكار والآراء تعد من أقدس حقوق الانسان، وان لكل مواطن ان يتكلم ويكتب ويطلع بحرية، ولا يكون مسؤولا الا اذا أساء استعمال هذه الحرية في الحالات التي يحددها القانون.

وفي أعقاب ثورة التحرير الامريكية من الاستعمار الانجليزي نص الدستور الامريكي عام 1791 على انه ليس من حق الكونجرس ان يصدر أي قانون ينتقص من حرية الصحافة. وقبل ذلك بسنوات في عام 1734 كان القضاء الامريكي قد وضع أول حجر في بناء حرية الصحافة.

أما في انجلترا فقد ظلت حرية الصحافة مسلوبة رغم ان الرقابة على الصحف كانت قد الغيت منذ عام 1695، ولم يتقرر للصحافة حريتها الا بعد صدور قانون لورد كامبل عام 1843.¹

1-5- الصحافة في القرن الثامن عشر

كانت الصحافة في مستهل القرن الثامن عشر أبعد ما تكون عن الحرية بسبب الامتيازات، وكان تأسيس جريدة أمرا محاطا بالصعوبات التي لا يمكن التغلب عليها.

وفي عام 1746 أسس فيلدينج جريدة "كوفنت جاردن جورنال" جعل فيها بابا جديدا خاصا بمناقشة ما يجري في جلسات المحاكم التأديبية، ومازالت صحف لندن حتى اليوم تحوي عرضا للقضايا اليومية يزيد على ما تحتويه (مجلة المحاكم) الفرنسية. ثم ظهرت بعد ذلك بخمسة عشر عاما أولى المقالات التي تناولت شؤون المسرح، وكانت تضم اعلانات بسيطة عن المسرحيات وتحليل لها. وأما النقد بمعناه الصحيح فلم يظهر الا في عام 1780.

1 جمال الدين العطيفي، نفس المرجع السابق، ص 21.

وظهرت صحيفة "الملاحظ العام" بين عامي 1767 و1771 التي نشرت رسائل جنيتوس الشهيرة، وهي سلسلة من الموضوعات السياسية التي كان لها صدى كبير. وأسس والتر جريدة التايمز الشهيرة التي ما تزال تصدر في لندن حتى اليوم.

1-6- ظهور صحافة الرأي في أوروبا.

كانت الصحف حتى العصور الحديثة صحف أخبار قبل كل شيء، وكانت الاخبار العسكرية والدبلوماسية تملأ حتى نهاية القرن الثامن عشر أعمدة الصحف وتطغى على غيرها من الاخبار. وظل الخبر في القرن التاسع عشر وحتى اليوم العنصر الرئيسي في الصحف، وعندما ظهرت الديمقراطية، وبدأت تتطور في إنجلترا أولاً ثم في أمريكا الشمالية، وفرنسا تبع ذلك حرية الرأي وألغيت الرقابة، فأصبحت الصحيفة أداة لنشر الافكار والآراء ومناقشتها. وكان دور الصحف في تلك البلاد عبارة عن استفتاء شعبي مستديم.

ولكن تطور الصحافة واعتمادها على الصناعة والآليات، يؤدي بالتالي الى صعوبة استمرار بقاء صحف الرأي التي تريد ان تظل مستقلة، لذلك دار نقاش طويل وجاد بين أنصار صحافة الخبر فقط وأنصار صحافة الرأي فقط، وكل فريق يؤيد موقفه واتجاهاته بالأدلة الكافية. وظهر فريق ثالث يؤمن بصحافة الخبر الممزوجة بالرأي حتى يمكن لتلك الصحافة ان تؤدي رسالتها على أكمل وجه، خاصة ونحن نعيش في عصر القلق، والاضطرابات والثورات والانقلابات والحروب، والتهديدات بالحرب النووية كل هذه الأسباب تؤكد ضرورة تكوين صحف الخبر، ولكن يجب ان تكون ممزوجة بالرأي والتعليق¹.

1-7- الثورة الفرنسية وتأثيراتها على نمو الصحافة.

اندلعت الثورة الفرنسية مع نهاية القرن الثامن عشر، حين ثار الشعب الفرنسي على الملك المتسلط وحاشيته الظالمة، فأدى ذلك إلى دحر الملكية وإعلان الجمهورية، ما ترتب على

1 فتحي الابيارى، صحافة المستقبل والتنظيم السياسي، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص29.

ذلك من إعلان مبادئ الحرية وحقوق المواطنين، وتغيير الحياة في فرنسا بل وفي أوروبا والعالم بأكمله إن صح التعبير¹.

1-7-1- حالة الصحافة الفرنسية قبل الثورة :

كان النظام في فرنسا نظاما ملكيا مطلقا يتسم بالاستبدادية والطغيان، فمن الطبيعي أن يعتمد إلى استخدام كافة الوسائل التي تسوغ له المحافظة على أركانه من مختلف الجهات ومن بينها الصحافة، حيث فرضت الحكومة العديد من القيود على عملية الطباعة والنشر والتوزيع، ففرضت قيودا كثيرة على عملية حيازة مطبعة، كما فرضت رقابة شديدة على عملية الطباعة ومن ثم النشر والتوزيع، وعمدت الحكومة على فرض الضرائب الباهظة التي تنقل كاهل أصحاب المطابع وتجعلهم يعزفون عن عملية الطباعة والعمل الصحفي، ونتيجة لذلك كله فلقد تميزت الصحافة الفرنسية في القرن الثامن عشر وحتى قبل اندلاع الثورة بسمتين بارزتين وهما:

- ظاهرة الصحف المهاجرة التي كان يتم طباعتها خارج فرنسا ومن ثم تهرب سرا.
- ثانيا القيام بعملية الطباعة سرا داخل فرنسا ومن ثم توزيعها سرا².

1-7-2- الصحافة الفرنسية ما بعد الثورة:

ازدهرت الصحافة الفرنسية في فترة ما بعد الثورة حيث ظهرت المئات من الصحف والدوريات التي بلغ عددها 250 نشرة وصحيفة إلا أن ذلك لم يدم طويلا نتيجة للصراع بين أنصار الثورة وأنصار الملكية، حيث فرضت القيود الشديدة على عملية الطباعة، وبسيطرة نابليون بونابرت على الحكم عام 1799م قام على الفور بفرض القيود على الصحافة كما حدد عدد الصحف المسموح بها، وهي ثلاثة عشر صحيفة، وأمر بإغلاق الصحف غير المصرح لها، حتى لم يبق في فرنسا بحلول عام 1811م سوى أربعة صحف، وبعد هزيمة

1 د عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 2001، ص 29.

2 P. Albert et al, Histoire de la Presse, 3^e édition, Paris, PUF, 1979, p25-30

نابليون بونابرت عام 1815م عادت الملكية من جديد بتولي الملك لويس الثامن عشر عرش فرنسا، حيث أطلق الحريات وتعهد باحترام الصحافة وضمان حريتها، ثم ما لبث بعد أن استتبت له أمور الحكم إلا أن فرض الرقابة على الصحف، وفي عهد الملك شارل العاشر قام بالضغط كثيرا على الصحافة حتى قامت ثورة جويلية 1830م التي أطاحت به وجاءت بالملك لويس فيليب الذي ألغى الرقابة على الصحف الأمر الذي انعكس على ازدهار الصحافة في فرنسا.

وتطورت الصحافة الفرنسية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر فألغى نص الحصول على ترخيص لإصدار الصحف، كما صدر قانون المطبوعات عام 1881م، ويعتبر من أهم القوانين التي اعترفت بحرية التعبير حيث نصت مادته الأولى على حرية المطبعة والمكتبة".

1-8- تاريخ الصحافة المكتوبة في البلدان الغربية (أوروبا وأمريكا).

كانت أول جريدة رسمية صدرت في أوروبا هي تلك التي أصدرها الامبراطور يوليوس قيصر عقب توليه السلطة في عام 58 قبل الميلاد وسميت "السجل اليومي للأخبار"، وكثيرا ما سماها بعض الكتاب "سجل أخبار الشعب"، وكانت هذه الصحيفة في خدمة الشعب.

ثم اندثرت الصحف عند سقوط الامبراطورية الرومانية وحلت محلها وسائل الاخبار التي استمرت طوال العصور الوسطى، والتي كانت أول ما اعتمد عليها لرواج التجارة، وخدمة السياسة بين البلدان الاوروبية المختلفة.

وظهرت في انجلترا منذ القرن الثالث عشر صناعة حقيقية للخبر المخطوط، ثم ظهر هذا النوع من الاعلام بعد ذلك بقرنين وانتشر على نطاق واسع¹ في كل من المانيا وايطاليا، وكان النبلاء يدفعون بسخاء ثمن الاخبار المخطوطة وخاصة في البندقية، حيث كان يطلق عليها اسم المنشورات المخطوطة.

1 فتحي الايبيرى، نفس المرجع السابق، ص 19

وظهرت في فرنسا عام 1409 الى عام 1449 "جريدة بورجوازي" باريس، وكانت مليئة بأخبار الغيبة والفضائح والقصص والنشرات الجوية عن حالة المطر والطقس¹.

2- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة (القرن التاسع عشر).

كانت التطورات الاقتصادية ونهضة الصناعة لهما الاثر الكبير في تطوير الفن الصحفي وخاصة بعد الثورة الفرنسية حيث كان الناس يحفظون عن ظهر قلب المادة الثانية من اعلان حقوق الانسان التي تنص على ان: "حرية نشر الافكار والآراء من أثنى حقوق الانسان، ومن حق كل مواطن ان يتكلم وان يكتب وان يعلن رأيه بحرية". ولما ظهرت اختراعات ميكانيكية في النصف الاول من القرن التاسع عشر سمحت للصحافة لان تنهض نهضة جديدة، ففي 28 نوفمبر 1814 أدخل جون والتر الابن في جريدة التايمز آلة بخارية من اختراع ألماني يدعى "كورينج"² زادت من سرعة العمل بحيث أصبحت تطبع الفا ومائة (1100) نسخة في الساعة وانتشر هذا الاختراع في أرجاء القارة.

وفي عام 1818 اخترع "لوريلو" حبر الطباعة في باريس وساهم اختراع السكك الحديدية والتلغراف الكهربائي وغيرها في زيادة سرعة الاعلام وسهولته. وقد استخدمت جريدة "مورننج كرونكل" هذا التقدم العلمي الاخير منذ عام 1845، كما سمح استحداث الحفر على الخشب في عام 1830 بتقدم الصحافة المصورة. ولكن الثورة الحقيقية في الصحافة تحققت بصورة خاصة حين اكتشف مارينو في عام 1867 أول آلة طباعة بطريقة "الروتاتيف"، وتبع ذلك اكتشاف لا يقل عنه أهمية وهو آلة "اللينوتيب" في إنجلترا عام 1885، وهي آلة لجمع الحروف بطريقة صهر الرصاص، وهي تغني عن صف الاحرف باليد³.

1 فتحي الايباري، نفس المرجع السابق، ص20

2 المرجع نفسه، ص24

3 المرجع نفسه، ص25

2-1- الصحف الدورية.

بدأت الدوريات المطبوعة في العالم بظهور أول صحيفة مطبوعة في نهاية القرن السادس عشر في أوروبا، أي بعد ابتكار الطباعة بالحروف المتفرقة على يد جوتنبرج بنحو قرن ونصف من الزمان.

تعتبر فرنسا أول دولة تصدر صحيفة رسمية، فعندما تقلد رثليو مقاليد السلطة في فرنسا وأدرك فائدة الصحافة وأثرها على الرأي العام. أصدر في 30 ماي 1631 جريدة لاجازيت الاسبوعية شبه الرسمية، التي عالجت الاخبار الداخلية والخارجية المختلفة بعد موافقة عليها، وقد كانت الاخبار بها تكتب بأسلوب مقتضب أشبه بالأخبار القصيرة التي تنشرها بعض الصحف اليومية في الوقت الحاضر. وفي عام 1762 أصبحت هذه الجريدة أكبر حجما وصار اسمها لاجازيت دوفرانس¹.

وخذت معظم دول أوروبا حذو فرنسا، فأنشئت صحف رسمية، وظهرت في بريطانيا أول صحيفة انجليزية يومية عام 1702 وهي صحيفة ديلي كرانت، وهي أول صحيفة يومية في العالم أيضا، وقد استمرت تلك الصحيفة في الصدور حتى عام 1735. وفي فرنسا صدرت أول صحيفة يومية باسم لوجرنال دي باري وذلك في أول ديسمبر 1777م².

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد ظهرت أول صحيفة عام 1690 في بوسطن وهي صحيفة ذي بابليك أوكورنس The Public Occurrence. وفي عام 1704 ظهرت صحيفة ذي بوسطن نيوز ليتر News Lettre. وفي عام 1728 ظهرت صحيفة بنسلفانيا جازيت التي أصدرها بنيامين فرانكلين في فيلادلفيا، وفي البداية كانت الصحف الأمريكية تنقل أكثر مادتها وأخبارها من الصحف الإنجليزية، لكنها بدأت تقلل من ذلك بعد حرب

1 اميل يوفان، تاريخ الصحافة، ترجمة: محمد اسماعيل محمد، القاهرة، الدار المصرية للطباعة والنشر، (د.ت)، ص 17-16.

2 - فتحي اليبيري، نفس المرجع السابق، ص 22.

الاستقلال الأمريكية. كما شهد عام 1917 أكبر عدد من الصحف اليومية، وقد بدأ هذا العدد في التناقص في السنوات التالية. كما يلاحظ تغير محتويات الصحيفة بصفة عامة. وقد ظهر اهتمامها بالأخبار الخارجية وزادت فيها الصور والخرائط وكذلك الموضوعات العلمية والتعليمية. ويلاحظ في المرحلة الأخيرة لتطور الصحيفة في الولايات المتحدة نقص عدد الصحف اليومية التي تصدر مع زيادة التوزيع وعدد النسخ التي تطبع من الصحيفة الواحدة. وأصبح للصحف القومية دور ظاهر من حيث الانتشار والتوزيع والتحرير والايخراج بالمقارنة مع الصحف المحلية¹.

وتعتبر جريدة التايمز اللندنية أم الصحف في تاريخ الصحافة بالعالم، لأنها ذات تاريخ عميق، كما كانت أول صحيفة في العالم تنظم طرق توزيعها باستعمال قطارات السكة الحديدية، وأصبح يمتلك هذه الصحيفة الناشر الاسترالي اليهودي روبرت ميردوخ منذ عام 1981 حيث اشتراها من طومسون مالكا السابق².

2-2- ظهور وتطور وكالات الأنباء.

أحدث التقدم التقني تطورات هائلة في عالم الصحافة، وحولها من أوضاعها التقليدية القديمة الى حالتها الراهنة، التي تقوم على الحركة والمرونة، والسبق الصحفي، اعتمادا على الخبر كعنصر أساسي في الصحيفة الحديثة. وعندما تحول الاهتمام من المقال الى الخبر، ارتفعت أرقام توزيع الصحف ارتفاعا كبيرا، وتعددت مصادر الاخبار لتشمل الاسواق، والبورصات والمحاكم والوزارات والمؤسسات والشركات والمنظمات الدولية، ولم تقتصر الاخبار على الجوانب السياسية والاقتصادية، وانما تجاوزتها الى الاخبار المحلية والاجتماعية والثقافية، وأخبار الحوادث والرياضة، والاخبار الانسانية والطريفة.

1 احمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والتطوع والتنمية، القاهرة، دار قباء، 1998، ص35-36.

2 ابراهيم عبده، دراسات في الصحافة الاوروبية تاريخ وفن، القاهرة، مطبعة جامعة فؤاد الاول، 1951، ص 89.

وهكذا أصبحت الاخبار هي السلعة الرئيسية التي تبيعها الصحف للقراء، ولكنها سلعة غالية الثمن باهظة التكاليف. ومن هنا نشأت ضرورة التعاون بين الصحف لمواجهة هذه النفقات بطريقة تعاونية، ووجدت الصحف ضالتها في وكالات الانباء، التي اتخذت اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف، وهي بمثابة جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف لجمع الاخبار، لان كل صحيفة بمفردها لا تستطيع ان تقوم بهذا العمل، ولا بد من المشاركة في النفقات¹.

2-2-1- تعريف بأهم وكالات الأنباء العالمية.

يعرّف أديب خضور وكالة الانباء بانها "المؤسسة التي تمتلك امكانيات واسعة تمكنها من استقبال الاخبار ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الاخبار في عدد كبير من دول العالم. كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيسي يتولون تحرير المواد الاخبارية عالمية كانت أم محلية وارسالها بأسرع وقت الى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الاذاعة والى وكالات الانباء المتعاقد معها والصحف ومحطات الاذاعة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة"²

ويعد سليمان تقي الدين وكالات الانباء "مصنع الاخبار في العالم تستخدمها الدول كافة، فهي مؤسسات كاملة واحتكارات دولية لا يستهان بها تستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها نشرًا وهجومًا ودفاعًا ودسائس فهي السلاح الرابع مع أسلحة البر والجو والبحر"³ فيما يرى معوض وبركات أن الوكالات العالمية للأنباء "تهيمن على نحو "90%" من أخبار

1 محمد فريد محمود عزت، مدخل الى الصحافة، القاهرة، مكتبة أحمد فؤاد، 1993، ص13.

2 أديب خضور، الإعلام المتخصص، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2002، ص 231.

3 سليمان تقي الدين، تحولات المجتمع والسياسة والاعلام، بيروت، دار الحدائث للطبع والنشر والتوزيع، 2004، ص156.

العالم وتسعى هذه الوكالات إلى أن تثبت وجهة نظرها (أيديولوجيتها) من خلال هذه الأخبار ويبدو ذلك واضحاً عند حدوث الأزمات".¹

وكالات الأنباء هي مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية تعمل في جمع الأخبار والمعلومات والتقارير والصور، وامتداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بها مقابل أجر.²

وتعمل وكالات الأنباء من خلال مجموعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع أنحاء العالم... وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية لا تستطيع أي صحيفة الحصول عليها بوسائلها الذاتية.

مع نمو الرأسمالية خلال سنوات القرن التاسع عشر والتوسع في الحركة الاستعمارية لقيت تكنولوجيا النقل، والاتصالات تشجيعاً هائلاً لدعم العمليات التجارية عبر الحدود.

وفي منتصف القرن التاسع عشر بدأ عصر الاتصال الإلكتروني باختراع التلغراف عام 1835، ومد كابلات الاتصال عبر البحار والمحيطات، وأمكن للمرة الأولى في التاريخ الانساني ان تسافر المعلومات بسرعة تفوق سرعة الانسان.

ومع نمو التجارة العالمية ازدادت أهمية النقل السريع للمعلومات والأخبار وأصبحت الفرصة مواتية لظهور وكالات الأنباء.

فكان ظهور هافاس الفرنسية، وولف الألمانية، وروبيرز البريطانية في القرن التاسع عشر، وهي وكالات تعمل على أساس تجاري له مغزاه، وبدأت هذه الوكالات في العمل على أساس محلي وسرعان ما تحولت الى العمل دولياً.³

1 محمد معوض، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2000، ص63.

2 عيسى محمود الحسن، وكالات الأنباء: النشأة والتطور والاهداف، الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، 2010، ص21.

3 المرجع نفسه، ص26.

وفي خمسينيات القرن التاسع عشر قسمت هذه الوكالات الثلاثة العالم الى مناطق بينها لجمع الأخبار وبيعها، وكان عملها يتم بطابع احتكاري واضح، ولم يتقلص دورها العالمي إلا بعدما يزيد على قرن من الزمن، حين ظهرت وسائل اعلام عالمية تصل الى الجمهور المستهدف مباشرة¹.

ظهرت وكالات الانباء المنظمة في العواصم الاوروبية في القرن التاسع عشر كمكاتب تجارية اهتمت بتبادل الاخبار والمعلومات التي تحتاجها الحكومات والتجار، ثم انتشرت عالميا مع التوسع الامبريالي - الاستعماري، حيث كان لتوسعها خارج أوروبا صلة وثيقة بالتطلعات الاستعمارية الاقليمية في أواخر القرن التاسع عشر،² ثم تطورت الى مؤسسات اعلامية تقدم الخدمات نفسها بإطار اعلامي كما هو معروف حالياً.

قام شارل لوي هافاس بتأسيس أول وكالة أنباء في العالم باسم "وكالة هافاس" ابتداء من عام 1835م، وأسس زميله يوليوس رويتر وكالة أنباء رويتر في لندن عام³ 1851م، وتبعهما بيرنالد وولف الذي أسس وكالة أنباء "وولف" في ألمانيا بالفترة نفسها. أما الوكالتان الأمريكيتان (اسوشيتد برس AP) و(يونيتد برس انترناشونال UPI) فقد تأسست كلتاهما في 1848م و1907م على التوالي.

مرت وكالات الانباء الدولية بمراحل معينة من التطور بدءا من استخدام الحمام الزاجل لنقل الاخبار، مروراً باختراع التلغراف والهاتف والرادار، وحتى الاقمار الصناعية وأنظمة الاتصال الحديثة المتطورة.

1 فؤاد أحمد الساري، وسائل الاعلام: النشأة والتطور، الاردن - عمان، دار اسامة، 2011، ص240.

2 Oliver Boyd Barrett, The International News Agencies, SAGA, London, 1980, p23.

3 كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام: التطور - الخصائص - النظريات، عمان - الاردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص328.

2-2-2- أهمية وكالات الأنباء كمصادر للأخبار:

تستخدم وكالات الأنباء مراسلات ذات مواصفات خاصة للوصول إلى بقع جغرافية متعددة، ويمكن لوكالة أنباء واحدة أن تغطي كل العالم بمجرد استخدام مراسلات ذات طاقة محددة، ويتوجيه البث نحو منطقة جغرافية محددة، فهذه تعطي لوكالات الانباء ميزة أقوى، وأكثر في التأثير لأن الطاقة والمرسلة التي تحتاجها الكلمة المطبوعة للبث هي أقل بكثير من الطاقة التي تحتاجها¹ الصورة أو الصوت في النقل إلى أماكن بعيدة، لذلك فمن السهل جدا استخدام مراسلات بطاقة محددة من أجل إيصال الكلمة المطبوعة إلى أي مكان في العالم.

وهذا يفسر قابلية وقدرة وكالات الأنباء على التأثير، فهي أوسع انتشارا من بقية وسائل الاعلام الأخرى، فالصحف يكون لها مراسل في بلد أو عدة بلدان أو أكثر، أما وكالات الانباء فلها أكثر من مراسل في مناطق متعددة من العالم، وسعة الانتشار هذه أيضا توفر لها معلومات اضافية، ومواد تجعل الاقبال عليها أكثر، وبذلك تستطيع الوكالة ان تؤثر بشكل فعلى في ذهنية المواطن في الداخل وفي الخارج لأنها توفر له كامل الاهتمامات التي يمكن ان توفرها له وسائل الاعلام الأخرى.

وبهذا تساهم هذه الوكالات في جعل المواطن في قلب الحدث، بل تساهم في تنويره، وتعريفه بسياسة بلده الداخلية والخارجية، وتجعله مواكبا للتطور الذي يحصل في محيطه بجميع النواحي التنموية أو السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية، وكذلك تعريفه بما يحصل من تطور في هذه البلدان وليس بالضرورة ان يتلقى المواطن المادة الخبرية من الوكالة نفسها، وإنما تتسرب اليه تلقائيا من الاجهزة الوسيطة الأخرى الناقلة للخبر من الوكالة كالإذاعة والتلفاز والصحيفة والانترنت.

1 كامل خورشيد مراد، نفس المرجع السابق، ص329.

وينظر إلى وكالات الأنباء أيضا على أنها وسيلة غير مباشرة من وسائل الاعلام، تصل الى الجمهور المتلقي من خلال وسائل الاعلام الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة، والصحافة المسموعة، والصحافة المسموعة المرئية، وشبكة الانترنت وغيرها.

وفضلا عن ذلك فهي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسائل الاعلام، وتقتبس منه المادة الاخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها،¹ ناهيك عن دورها العالمي في نقل وتبادل الانباء عبر القارات، بفضل قدراتها المادية والتكنولوجية، والبشرية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم، وتشكيل التصورات الذهنية والنمطية عن الاشخاص والشعوب والثقافات، والوصول الى كل انسان بسهولة ويسر.²

ويمكن وصف وكالات الانباء بانها بمثابة مصانع للأخبار تستقيها من مصادرها الاساسية، وتعيد تحريرها أو صياغتها وفق الفلسفة أو المنهج الفكري الذي تتبناه الوكالة، فهي اذن مؤسسات عالمية احتكارية متكاملة، لا يستهان بإمكاناتها وتستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها نشرا وهجوما ودفاعا.

وتقدم وكالات الانباء خدمات متنوعة فمنها الخدمات العامة التي تغطي الاحداث الكبيرة، الى الخدمات المتخصصة المختلفة مالية، رياضية، علمية، وطبية، كذلك فهي تعد أهم المنابع الخيرية من حيث جمع الاخبار ونشرها فور ورودها.

تعد وكالات الانباء العالمية الكبرى، ومعها الوكالات الاخبارية الاخرى التي انبثقت من شبكات التلفزة والفضائيات، مصدرا مهما ورئيسيا للأخبار والمعلومات.³

1 تيسير أبو عرجة، الاعلام العربي: تحديات الحاضر والمستقبل، عمان - الاردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1996، ص 17.

2 كامل خورشيد مراد، نفس المرجع السابق، ص 330.

3 المرجع نفسه، ص 331.

2-2-3- أنواع وكالات الأنباء:

تنقسم وكالات الانباء الى ثلاثة أنواع طبقا لحجمها وامكانياتها في التغطيات الدولية:

1- **وكالات وطنية:** تقوم بجمع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تحررها وترسلها الى الخارج، أما الأخبار التي تصلها من الخارج فتنتشرها فقط في بلدها وبصرف النظر عن كونها تمتلك مكاتب للمراسلين في دول أخرى.

2- **وكالات اقليمية:** هي وكالات كانت بالأساس وطنية، ثم تحولت الى مراكز لتبادل الاخبار بين عدة دول تقع في منطقة واحدة أو بين دول متجاورة.

3- **وكالات عالمية:** تجمع الاخبار من كل العالم وتعالجها وتخزنها وترسلها الى العالم كله، وساعد ظهورها على تطور الصحافة، مما جعل ظاهرة الاتصال تأخذ بعدا جديدا، فمن ناحية المكان صار العالم أكثر قربا، ومن ناحية الزمان أصبحت المعلومات أكثر حداثة من ذي قبل¹. وتعرف وكالات الانباء العالمية بانها المؤسسات الاعلامية التي تمتلك امكانيات هائلة، تمكنها من استقبال الاخبار وتحريرها واعادة نقلها باستخدام شبكة عريضة من المراسلين في عدد كبير من دول العالم، كما توظف العديد من المحررين الذين يعيدون صياغة الاخبار في مركزها الرئيسي، وارسالها بأسرع وقت الى مكاتب الوكالات في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف، ومحطات الاذاعة والتلفزة والى وكالات الانباء الأخرى المتعاقدة معها².

2-3- التصنيع الصحفي.

أصبحت الصحافة المطبوعة صناعة بمعنى الكلمة ويتجلى ذلك بوضوح في الصحف الكبرى، التي تبدو وكأنها مصانع ضخمة حديثة، لاعتمادها في الانتاج على آلات ومعدات طباعية، ووحدات تيبوغرافية صامتة، وورق وأحبار وآلات فوتوغرافية،... الخ. وهي تجارة

1 ياسر خضير البياتي، الاعلام الدولي والعربي، العراق، مديرية دار الكتب للنشر، 1993، ص 193.

2 عبد العزيز الغنام، مدخل في عالم الصحافة، لبنان، دار النجاح، 1972، ص3.

لأنها تسعى الى زيادة دخل المؤسسة الصحفية، عن طريق تأجير أو بيع مساحات منها للمعلنين مقابل أجر معين، ولأنها تقوم أيضا بإعداد المواد الصحفية المختلفة لتبيعها الى القراء الذين يدفعون الثمن مقابل الجديد في تلك المواد الصحفية، الى جانب القيام بالعمليات الطباعية التجارية المختلفة، ونشر الكتب، والتوزيع، وتحصيل الاشتراكات وغير ذلك من العمليات التي تزيد من دخل المؤسسة الصحفية لموازنة الدخل، وتحقيق أرباح في النهاية.

ان صناعة الصحافة باعتبارها تكون الجزء الأكبر من صناعة الكلمة المطبوعة، لها اقتصادياتها التي لا تقل أهمية عن اقتصاديات صناعات أخرى، لها مكانتها مثل صناعة النقل والبتروك وغيرها. فضلا عن ذلك فقد ثبت بما لا يدع مجالا للشك أثر الصحافة في ميدان التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في كافة نواحيها. ولا يقلل من ذلك حجم هذه الصناعة مقارنة بالمعيار المالي بالنسبة لصناعات كثيرة¹.

الصحافة صناعة لا تقوم الا برأس المال الضخم وهي تستهلك أطنانا من الورق ومئات البراميل من حبر الطباعة، وتحتاج الى آلات عالية الثمن معقدة التركيب.

والصحافة تجارة، وهناك من يقول ان أصحاب الصحف هدفهم الاول والاخير هو المال، فمما لا شك فيه أنهم لا يستطيعون الوقوف في الميدان الصحافي والاستمرار فيه الا بالمال الذي يأتيهم من مصادر متعددة منها التوزيع أو الاعلان أو غيره من المصادر، وتتأثر المؤسسة الصحفية بقوانين التجارة بل بقوانين البقاء من ربح وخسارة.

والمشكلة الاساسية هي في الملائمة بين ضرورات العصر الحاضر في ان تكون الصحيفة صناعة وتجارة، وان تكون رسالة كذلك تقدم للجمهور وجبات فكرية وثقافية وتعينه على تكوين الرأي السليم، والمشاركة الايجابية الوطنية².

1 خليل صابات، تاريخ الطباعة في الشرق العربي، القاهرة، دار المعارف، ط3، 1966، ص 14-18.

2 د. احمد بدر، الاتصال بالجمهور بين الاعلام والتطويع والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص 44.

تمثل التجارة جزءا كبيرا من مهنة الصحافة، حتى ان جودة أية صحيفة غالبا ما يكون الحكم عليها بلغة السوق مثل "نسبة الاعلانات". ويعتقد ان الصحف المسؤولة تخصص ما يزيد على 65 بالمائة من محتوياتها للإعلانات (والمتوسط يقل قليلا عن 60 بالمائة). وعادة ما يربط عدد العاملين في الصحف بالتوزيع، حيث يكون المعيار هو موظف واحد لكل الف قارئ. وتبعا لهذا المعيار، فان الصحيفة التي يصل توزيعها الى 50 الف نسخة ينبغي ان يعمل بها على الاقل 50 مخررا ومحرا. وفي مراجعة لاتجاهات الصناعة خلال عام 1992 اورد سكريبس هوارد المتوسطات التالية¹:

- قسمت الصحيفة النمطية بصورة أو بأخرى بالتساوي بين المادة التحريرية والاعلان.
- 72 بالمائة من اجمالي التوزيع يوصل للمنازل، في حين كان 28 بالمائة مبيعات لنسخ مفردة.

- 65 بالمائة من الصحف كان يوصلها بالغون، بينما يوصل الصبية 35 بالمائة.

2-4- التوزيع الواسع للصحافة.

يعتبر التوزيع من المصادر الاساسية لإيرادات الصحيفة، فالصحيفة تطبع ليشتريها القراء، ويدفعوا ثمنها نقدا سواء عن طريق الاشتراكات التي تدفع مقدما لمدة زمنية معينة على العنوان الذي يحدده المشترك، أو عن طريق البيع بالنسخة بواسطة الباعة في الشوارع وأكشاك بيع الصحف، واستلام الثمن في الحال².

ومن الصعب ان تبقى صحيفة في السوق دون ان يكون لها توزيع، فالتوزيع في الواقع هو الدعامة الاساسية لأية صحيفة تريد البقاء والنمو، ولا يعتبر التوزيع مؤشرا لنفوذ الصحيفة فحسب، ولكنه يعتبر أهم مقياس لقيمتها كمشروع يراد له البقاء. وقضية التوزيع هي قضية

1 جون ماكسويل هاملتون وجورج كريمسكي، صناعة الخير في كواليس الصحف الامريكية، ترجمة: احمد محمود، القاهرة، دار الشروق، 2002، ص53.

2 عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلوالمصرية، 1977، ص55.

تداول الصحيفة وبيعها في ان واحد. فلا يكفي ان تتداول الصحيفة بين القراء، ولا يكفي ان تباع دون تداول، فكلا الوجهين لازمين للصحيفة.

2-5- ظاهرة الإعلام كخدمة عامة.

ظهر مفهوم الخدمة العامة في وسائل الإعلام لأول مرة في بريطانيا بعد إنشاء مؤسسة الـ BBC في 1926. ولهذا أصبح مقرونا بالإذاعة والتلفزيون وليس بالصحافة المكتوبة. ونظام الخدمة العامة الذي نالت بفضلها BBC شهرة عالمية ومصداقية لدى جمهورها. يرتكز أساسا على المبادئ العامة التي إذا انعدمت فقد المفهوم دلالاته وهي كونه¹:

- ملكية للمجموعة الوطنية.
- يعكس الثقافة الوطنية بجميع مقوماتها وخاصة اللغة والقيم الحضارية.
- يعكس إجماعا وطنيا، ليس على كل شيء وإنما على المسائل الأساسية والجوهرية (أو كما نسميها نحن الثوابت الوطنية).
- يمول نفسه بنفسه بغرض الحماية من أي ضغوط سياسية أو تجارية.
- يتجه إلى جميع أفراد المواطنين بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو الاجتماعي.
- يقوم بوظيفة الإعلام والتربية والترفيه.
- والروح المهنية لدى المبلغين.

هذا هو المفهوم الحقيقي لنظام الخدمة العامة في وسائل الإعلام الذي نقلته بلدان عدة عن BBC، وعلى الخصوص البلدان الأوروبية، ولقد أصبح هذا المفهوم محل جدال في أوروبا، ويقترن الجدل أساسا بتغيير في مواقف الناس تجاه الحلول التي تقدمها الدولة بخصوص مشاكل الحياة الاجتماعية والطرفان في الصراع هما: فريق يرى دور الدولة كضمان وحيد للدفاع عن المصلحة العامة من خلال حماية القطاع العام في وقت تسيطر

1 السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر، العدد 8، 1992، ص

فيه الشركات المتعددة الجنسيات على الاقتصاد العالمي خاصة في مجال الإنتاج الاتصالي وما تتضمنه هذه السيطرة من انعكاسات على الثقافات الوطنية. وفريق آخر يعارض دور الدولة انطلاقاً من اعتقاد مفاده أن مبادرات المشاريع التجارية الخاصة هي القادرة على تحرير الطاقات من خلال التنافس الحر في السوق. نستنتج مما سبق ان مفهوم الخدمة العمومية يقتضي التزام القائمين بالاتصال في المجتمع بالموضوعية الإعلامية، كما أن على وسائل الإعلام أن تقوم بوظائف أساسية ثلاث تتمثل في الإعلام والتربية والترفيه. وتتلخص العناصر المشتركة لمفهوم الخدمة العمومية بشكل عام في عنصرين:¹

أ. الخدمة العمومية تتصل مباشرة بإشباع حاجة لفائدة المصلحة العامة.

ب. الخدمة العمومية بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة تصدر عن السلطات العمومية.

2-6- النفوذ الصحفي (السلطة الرابعة)

ظهر مفهوم الإعلام كسلطة رابعة مع ظهور الحكومات الدستورية وتبلور مفهوم السلطات الثلاث. أي عندما بدأ الفصل بين السلطة الدستورية والسلطة التنفيذية والسلطة القضائية واعتبارها سلطات مستقلة. ومن هذا المنطلق جاء تعريف الإعلام كسلطة أخرى في الدولة التي تتكون من السلطات المذكورة أعلاه. وتعريف الإعلام كسلطة من سلطات الدولة يعتمد بالطبع على العلاقة بينه وبين الدولة وأجهزتها. فمفهوم السلطة الرابعة غير جائز إذا كانت هنالك علاقة ما بين الدولة والإعلام أو شكل من أشكال التأثير للحكومة على الإعلام. هذه الحالة تظهر عندما تسيطر أجهزة الدولة على الإعلام وتشرف عليه وتسيره بما تراه مناسب لها. مثل هكذا إعلام لا يمكن أن نسميه سلطة لأنه تابع لجهاز الدولة المستبدة. أي أنه جزء من أجهزتها.²

1 حماد محمد شطا، تطور وظيفة الدولة نظرية المرافق العامة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1984، ص142.
2 فاضل محمد البدراني، المسؤولية الانسانية لوسائل الاعلام في الحروب، المجلة العربية للعلوم السياسية، بيروت، العدد 27، 2010، ص77.

هنالك أوجه من التباين والاختلاف بين الهيكل التقليدي لأجهزة الدولة وسلطاتها منها سلطة الإعلام. فالإعلام مثل الدولة لديه تأثير على رقعة جغرافية ولديه جمهوره، مستمعيه أو قرائه أو مشاهديه يؤثر عليهم ويسيرهم من خلال برامجه. لذا فتأثير ونفوذ الإعلام أمر واقع مقرون بوجوده. فلا يمكن للمرء أن يهرب من نفوذ الإعلام، إذ هنالك القليل من البشر ممن لا يقرأ الجريدة أو يسمع الراديو أو يرى التلفزيون. فالإعلام له حضور دائم. وكلما ازدادنا سماعاً ورؤية له كلما زاد نفوذه علينا.

إن السلطة الرابعة تلعب دوراً مؤثراً، ليس في تعميم المعرفة والتوعية والتثوير فحسب، بل في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، والإفصاح عن المعلومات، وخلق القضايا، وتمثيل الحكومة لدى الشعب، وتمثيل الشعب لدى الحكومة، وتمثيل الأمم لدى بعضها البعض. وفي العالم المتقدم تلعب الصحافة والإعلام دوراً هاماً في تشكيل الرأي العام، والتأثير على الكثير من القرارات السياسية. ولقد كانت الصحافة وراء إسقاط عدة حكومات ورؤساء دول. فقضية "ووتر غيت" التي كشفت عنها صحفياً بجريدة واشنطن بوست، أدت إلى استقالة ريتشارد نيكسون عام 1974، بعد الكشف عن عملية تجسس قام بها بعض المقربين من نيكسون ضد الحزب الديمقراطي. وحين نقل التلفزيون الأمريكي صور أكياس جثث القتلى في حرب فيتنام وهي تنزل في قاعدة "دوفر" الجوية ازدادت الاحتجاجات ضد الحرب، وتذمر الرأي العام الأمريكي، مما كان له أثر كبير على هزيمة الجيش الأمريكي في الفيتنام وانسحاب الجيش الأمريكي من هناك¹.

2-7- الصحافة والسلطة السياسية في الغرب.

شهد القرنان السابع عشر والثامن عشر في أوروبا وأمريكا بروز عدد معتبر من النظريات التي تعرضت بالتحليل لحقوق الإنسان وواجبات السلطات الحاكمة ازاء مواطنيها، وبالخصوص ما تعلق منها بحرية الرأي والتعبير.

1 فاضل محمد البدراني، الإخلاقيات والاعلام، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2012، ص 365-366.

وقد كانت الصحافة الانجليزية في تلك الفترة لا تصدر الا بعد الحصول على رخصة بموجب قانون الترخيص المسبق، وفرضت عليها السلطة الاكتفاء بنشر الاخبار الرسمية عن المملكة والامتناع عن التطرق لأخبار الخارج خلال (1632-1641). ثم قامت السلطة في وقت لاحق بمنع نشر تقارير عن جلسات البرلمان سنة 1660. لم يتم الغاء العمل بقانون الترخيص المسبق الا سنة 1695. وتمتعت الصحافة لمدة قاربت القرن من الزمن بحرية نسبية لكن السلطة واصلت ضغطها على الصحافة اذ لم يرخص البرلمان للجرائد بنشر تقارير الا سنة 1771، أي بعد أكثر من نصف قرن من الصراع بين الطرفين. من جهتها باشرت الحكومة تطبيق العديد من الاجراءات بقصد كبح الصحافة منها:

- المتابعات القضائية من الحكومة.

- دفع رشوة للصحافيين.

- فرض ضريبة باهظة على كل نسخة يتم طبعا وكذلك الاعلانات¹.

أما في فرنسا وفي القرنين السابع عشر والثامن عشر فاتصفت العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية بسعي هذه الاخيرة للجم الصحافة أساسا بفرض شرط الرخصة المسبقة، أو الامتياز، وكذلك رقابة ردت الصحف من التعرض للشؤون السياسية، مما أثر على مضمون الجرائد الفرنسية التي فضلت تسخير جل فضاءها للتركيز على الادب مع شيء يسير من الاخبار. وأبقت السلطات الفرنسية على ثلاث صحف رسمية، اثنتان منها كانت تحت وصاية وزارة الخارجية الفرنسية، واحدة احتكرت الاخبار الدولية واخبار المملكة آنذاك بينما الثانية تخصصت في الاصداء والمنوعات وانتهت بالتحول الى جريدة أدبية، أما الورقة الثالثة فكانت تابعة لأكاديمية العلوم². وفي سنة 1789 اندلعت الثورة الفرنسية التي أطاحت بالحكم الملكي والتي انجر عنها اصدار "اعلان حقوق الانسان والمواطن" الذي صادقت

1 P .Albert et al, op cit, p48.

2 P .Albert et al, op cit, p19.

عليه الجمعية الوطنية الفرنسية يوم 26 أوت 1789. وتكمن أهمية الاعلان في كونه منار في تاريخ الانسانية اذ كان مبادرة جريئة أسست لحرية الصحافة. كما تكمن أهمية هذا الاعلان في وضعه الحقوق في سياق عالمي وليس فقط في اطار محلي ضيق.¹

أما في انجلترا وفي في الفترة الممتدة الى غاية الربع الاخير من القرن الثامن عشر وقفت الرقابة الصارمة للسلطات الانجليزية حجر عثرة في طريق الصحافة المحلية للمستعمرات الامريكية ومنعتها من تحقيق أي تطور، الا ان أمريكا تمكنت من احراز استقلالها عن التاج البريطاني وبادرت بإصدار اعلان الاستقلال وتأسيس دولة الولايات المتحدة الامريكية يوم 4 جويلية 1776.

ان النظام الاعلامي في أي مجتمع ليس كيانا مستقلا عن الدولة وانما هو جزء لا يتجزأ من النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي في كل الدول مهما اختلفت مذاهبها واتجاهاتها ولان النظام الاعلامي مؤسسة من مؤسسات الدولة وافراز لفلسفتها ونظامها فمن غير المنطقي تصور وجود نظام اعلامي منفتح في اطار نظام سلطوي ومن غير المتصور ان يفرز نظام ديمقراطي نظام سلطوي ومقيد.

والواقع أن أي نظام إعلامي يأخذ دائما شكل ولون النظام الاجتماعي الذي يعمل في سياقه، لذلك معرفة العلاقة التي تربط النظام الاجتماعي والإعلام تتطلب معرفة القيم والافتراضات والمعتقدات التي يحملها المجتمع فيما يتعلق بطبيعة الإنسان والمجتمع والدولة، وعلاقة الفرد بالدولة وطبيعة المعرفة والحقيقة، وبناء على ذلك ظهرت عدة نظريات:

1- النظرية السلطوية:

سادت هذه النظرية في أوروبا في القرنين 16 و17، وارتكزت على بعض المنطلقات الفلسفية التي يطرحها بعض الفلاسفة من أمثال أفلاطون وميكيا فيلي ذلك أن الحقيقة في

1 Francis Balle, Médias et Sociétés, 5^e édition, Paris, Montchrestien, 1990, P216.

إطار هذه النظرية" ليست نتاج جماهير عريضة من المجتمع ولكن نتاج أقلية من الحكماء الذين هم في وضعية قيادة وتوجيه مواطنيهم¹ وجوهر هذه النظرية قائم على فكرة " ان الملك أو السلطة تتسم بسمة الألوهية وأن الشعب يعتبر نفسه عبدا للحاكم."²

فالحقيقة متمركزة بالقرب من سلطة القرار، والحاكم في هذه الحالة يستخدم الصحافة لإعلام الجمهور بما يريد له من معرفة، وكذا السياسات التي يراها تتطلب المساندة من طرفهم، وتتبع الصحافة عامة في ملكيتها ومراقبتها الدولة التي توجه محتوى هذه الوسائل وفق السياسة التي تنتهجها، وتمنع بالتالي عن طريق المراقبة والحجز والمنع حتى السجن كل من يحيد عن هذا التوجه على اعتبار أن الحاكم (أو الملك في تلك الفترة) يمتلك السلطة المطلقة في إدارة شؤون المجتمع.

ويقوم النظام الصحفي السلطوي على المبادئ الأساسية التالية³:

- تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها، والدفاع عن سياسات الحكم.
- يعد السماح لأي فرد للعمل في الحكومة منحة من الحاكم، وامتيازا يختص به من يشاء من رعيته، ويترتب على هذا الامتياز التزام الفرد بتأييد النظام الحاكم و سياسته.
- يمكن السماح للأفراد بملكية الصحف التي يصدرونها، ولكن يظل قيامها واستمرارها رهنا لرغبة السلطة.
- إن درجة الحرية المسموح بها للصحف يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع، وتقدير هذه الدرجة من الحريات الصحفية متروك للسلطة الحاكمة.

1 عبد الرحمان عزي، الحق في الاعلام والاتصال واستمولوجية حرية التفكير وحرية التعبير، جريدة المساء، الخميس 31 اكتوبر 1996، ص 15.

2 عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965، ص 169

3 تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 291

وقد بدأت هذه النظرية تفقد مع الزمن مبررات بقائها بفعل عدة عوامل ثقافية، سياسية واقتصادية، الشيء الذي أدى إلى بروز نظرية أخرى للصحافة، هذه النظرية ميزت المجال الإعلامي في أوروبا منذ بداية القرن 18 سميت بالنظرية الليبرالية.

2- النظرية الليبرالية:

ظهرت في بريطانيا عام 1688م ثم انتشرت إلى أوروبا وأمريكا، وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد انه صحيحا عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر.

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما انه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام، أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكمة.

وتتميز هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع¹.

هذا الطرح ينعكس بدوره على علاقة الدولة بالإعلام ذلك أنه وفي المدلول النظري للفلسفة الليبرالية فإن الصحافة " ليست جهاز الدولة ولكنها أداة تقييم الأدلة والنقاش الذي يستطيع من خلاله الجمهور مراقبة الحكومة وتكوين الرأي حول سياسة هذه الأخيرة"².

إن ظهور الحقيقة في هذه الحالة يتطلب سماع كل الأفكار بعدل، أي قيام " سوق حر للأفكار والمعلومات "ومن هذا المنطلق برز مبدأ السلطة الرابعة، أي أن الصحافة تساهم إلى

1 تيسير أبو عرجة، دراسات في الصحافة والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 296 .

2 عبد الرحمن عزي، نفس المرجع السابق، ص 15 .

جانب السلطات الأخرى كسلطة مستقلة في عملية السعي إلى إظهار الحقيقة في تسيير شؤون الحكم والمجتمع. ويقوم النظام الصحفي الليبرالي على المبادئ التالية:¹

- إن حق الفرد في أن يعرف، حق طبيعي كحقه في الماء أو الهواء ولكي يمارس الفرد هذا الحق الطبيعي لا بد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة، دون أية قيود تأتي من خارجها.
- لا بد من تعدد مصادر المعرفة وذلك بتعدد الصحف ذات الاتجاهات المتباينة.
- للفرد الحق في إصدار ما شاء من الصحف، ودون تصريح من السلطة الحاكمة.
- عدم فرض أية رقابة من جانب الحكومة على الصحف، وأي تجاوز تقع فيه الصحافة يكون من شأن القضاء.

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية:

بعد ان تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، التي تقوم على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد ان استُخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية.

وتم اعتبار سلطة الوسائل الإعلامية وموقعها الاحتكاري يفرض عليها التزامات تجعلها مسئولة اجتماعياً، ومن ثم سميت هذه النظرية الجديدة المنبثقة عن النظرية الليبرالية بنظرية المسؤولية الاجتماعية، هذه " المسؤولية تلزم الوسائل الإعلامية أن تسهر على تقديم آراء ومواقف كل الجهات بإنصاف، وتمكن الرأي العام من الحصول على المعلومات الكافية

1 تيسير أبو عرجة دراسات في الصحافة والإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 296

لاتخاذ القرار"¹، كما تعني هذه المسؤولية وفي حالة عدم قيام هذه الوسائل بها، تكلف هيئة عمومية لإجبار هذه الأخيرة على الامتثال. ويلخص دينيس ماكويل المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في²:

- هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.
- تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة، والموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام بأي حال ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى أو يثير الأقليات في المجتمع.
- تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف جهات النظر.
- الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازا راقيا، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.
- يجب أن لا تقلّ مسؤولية الصحفيين أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع أو الإعلان.

1 عبد الرحمن عزي، نفس المرجع السابق، ص15

2 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، 1997، ص344

4- النظرية الماركسية: (الاشتراكية)

ظهرت هذه النظرية أثناء الفترة الممتدة من الثورة الروسية سنة 1917 إلى بداية الثمانينات من هذا القرن، وتقوم على مبدأ ملكية الدولة لوسائل الإعلام ومراقبة مضامينها، على اعتبار أن الدولة عن طريق الحزب الحاكم تمثل المجتمع.

وتعتبر هذه النظرية أن الصحافة في ظل هذا النظام حرة في الحديث عن الحقيقة كما يراها الحزب الحاكم، هذه النظرية يمكن اعتبارها امتدادا للفلسفة السلطوية التي ميزت بداية تدخل الصحافة كأداة في نظام الحكم في أوروبا ابتداء من القرن¹⁶.

ويمكن تلخيص جميع المبادئ التي يقوم عليها النظام الماركسي في النقاط التالية:²

- أن تكون الصحافة واقعية، بمعنى تصوير واقع الحياة الاجتماعية دونما تدخل لتشويه هذه الصورة بالتهويل أو التهوين.

- أن تكون الصحافة ملتزمة، أي مرتبطة بقضايا ومشكلات المجتمع والنظام السياسي القائم، وبالأيديولوجية السائدة فيه، وأن تلعب دورا في التوعية لهذا النظام الاجتماعي وتلك الأيديولوجية.

- أن تكون الصحافة جماعية، بمعنى ألا تركز على النشاطات الخاصة، وأن تهتم بالعمل الجماعي.

- أن ترفض أي شكل من أشكال الملكية الفردية للصحف، وتضع بدلا منها الملكية الاجتماعية للصحف، ممثلة في الأحزاب والاتحادات والنقابات.

1 عبد الرحمن عزي، نفس المرجع السابق، ص15

2 فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، بيروت، دار الشروق،

1981، ص99

2-8- تكوين وتطور المهنة الصحفية.

ترجع الجذور الاولى لتدريس الصحافة الى النصف الثاني من القرن التاسع عشر، مما يعطي مؤشرات الى جانب كبير من الاهمية بمدى العناية التي وجهها العالم لتدريس الصحافة والاعلام، نظرا لخطورة المسؤولية الملقاة على عاتق المشتغلين في تلك الاجهزة، وضرورة العناية بهم، والارتفاع بمستواهم العلمي والمهني، وبالتالي يؤدون رسالتهم على أعلى مستوى من الاداء والكفاءة¹. فمنذ سنوات بعيدة لم تكن الصحف تضع في اعتبارها عند تشغيل الصحفيين عامل أو شرط التعليم، ذلك لان الرأي السائد في ذلك الوقت، في كل بلاد العالم ان الصحفي "يولد وفي رأسه الفكرة، وفي فمه الكلمة، وفي يده القلم"، أي أن الصحافة موهبة أكثر منها علما يدرس.

لكن فيما بعد تظن العالم الى ضرورة تدريس الصحافة في الجامعات وأصبحت تخصص لها الشهادات، وهو ما دعا اليه جوزيف بوليتزر، لكنه لم يكن أول من دعا الى ضرورة تأهيل الصحفيين تأهيلا مهنيا، فقد عرفت الولايات المتحدة الامريكية وعرف العالم شيئا اسمه الصحافة قبل ان يعبر بوليتزر عن رأيه في هذا الموضوع، الا انه كان يقتصر على دروس أولية، ولم تكتسب هذه الدروس طابعها الجدي الا بعد ان أعلن بوليتزر في عام 1903 عزمه على تأسيس مدرسة للصحافة في جامعة كولومبيا، حيث أعارت طائفة من الجامعات في بلدان عديدة الصحافة اهتمامها، فضلا عن المدارس التجارية التي كانت تعنى بتدريس فن الكتابة لطلابها.

ويقال ان واشنطن كوليج (Washington Collage) والتي يطلق عليها الان اسم واشنطن أند لي يونيفرستي (Washington and Lee University) بولاية فرجينيا الامريكية هي أول جامعة عملت في حقل تدريس الصحافة وذلك سنة 1869، حيث أوصى مديرها ويدعى (روبرت لي Robert Lee) بتخصيص منح دراسية لخمسين شابا من الراغبين في ممارسة

1 محمود فريد عزت، نفس المرجع السابق، ص 22.

الصحافة.. ونظمت جامعة ميسوري الامريكية في سنة 1878 محاضرات في تاريخ الصحافة، وفي سنة 1884 أضافت الى برامجها دروسا في المواد الصحفية، مكونة بذلك نواة مدرسة الصحافة التي انشئت سنة 1908، وقبل عام 1900 كان عدد كبير من الجامعات الامريكية قد تضمنت برامجها دروسا في الصحافة، وفي مطلع القرن العشرين ازداد الاهتمام بالصحافة والاقبال على تعلمها.

ويلاحظ ان المدارس والمعاهد التي انشئت في الولايات المتحدة الامريكية لتأهيل الصحفيين، قد أولت النواحي العملية للمهنة اهتماما شديدا، دون اهمال لتعليم تاريخ الصحافة والفن الصحفي النظري. وبما انه لم تكن هناك كتب خاصة بهذه العلوم الجديدة فقد كان كل استاذ يسلك طريقته الخاصة في التدريس. وقد كانت الفكرة الاولى ان الصحافة هي فن الكتابة، لذلك كان معظم الذين قاموا بتدريسها في الاصل أساتذة للغة الانجليزية والانشاء، وكان هؤلاء الاساتذة يجتهدون في ان يكون تعليمهم للطلاب عمليا، ويدربونهم على كتابة الموضوعات وعرضها بحسب الاسلوب الذي كانت عليه صحافة ذلك العهد.

أما في أوروبا فالغالب ان جامعة زيوريخ في سويسرا كانت هي أول مؤسسة أبدت اهتمامها بالصحافة وتعليمها تعليما عاليا نظريا وعمليا، مع تغليب الناحية النظرية، وأنشأت في سنة 1903 كرسيًا للصحافة.. وابتداء من 1917 نظمت دروس في الصحافة في بولندا، والمانيا، وبلجيكا، والنرويج.. وبين سنة 1920 و1930 نظمت حوالي عشر جامعات ألمانية دراسات اهتمت بالناحيتين العلمية والاجتماعية للصحافة. وفي السنوات القليلة التي سبقت الحرب العالمية الثانية، ظهرت معاهد وأقسام جامعية للدراسات الصحفية في فرنسا، وإيطاليا، وإنجلترا، والمجر، وهولندا وبعض الدول الأوروبية الأخرى.

وفي آسيا بدأت بعض الدول في الفترة من 1920 و1940 تهتم بتأهيل الصحفيين وتدريبهم، حيث وضعت بعض الجامعات والمعاهد في الصين واليابان، والفلبين، والهند، وتايلاند،

واندونيسيا مناهج دراسية لإعداد الصحفيين، وطبقتها على طلابها الراغبين في ممارسة هذه المهنة، مستوحية إياها في الغالب من الجامعات الأمريكية¹.

أما في الوطن العربي إذا تفحصنا نمو الدراسات الأكاديمية للصحافة والاعلام من الناحية الزمنية، يتضح ان نقطة الانطلاق كانت من مصر ففي عام 1932 اقترح الدكتور طه حسين وكان حينئذ عميدا لكية الآداب انشاء مدرسة لتعليم فن الصحافة، يقبل فيها خريجو كليات الآداب. أما تدريس الصحافة في الجامعة المصرية فانه لم يصبح حقيقة واقعة الا بعد أخذ ورد استمر عدة سنوات، وفي شهر جوان 1939 وافق مجلس الجامعة على انشاء (معهد الصحافة العالي) الذي عدل اسمه بعد ذلك الى (معهد التحرير والترجمة والصحافة) ملحقا بكلية الآداب.

لكن قبلها وفي أكتوبر 1937 أنشأت الجامعة الأمريكية بالقاهرة قسما للصحافة، وهو أول قسم من نوعه في المشرق العربي. وكانت هذه الجامعة تعطي دروسا في التحرير الصحفي ضمن برامجها منذ عام 1935، ثم قامت في عهد مديرها الدكتور تشارلس وطسن بتنظيم برنامج دراسي مستقل يستغرق ثلاث سنوات، ينال الطالب في نهايتها درجة البكالوريوس في العلوم الصحفية.. وبعد انشاء قسم التحرير والترجمة والصحافة بجامعة القاهرة، بدأ الاقبال يقل على قسم الصحافة بالجامعة الأمريكية الى ان تقرر الغاؤه في أكتوبر 1958، وأعيد فتحه في العام الدراسي 1965/1966².

أما الجزائر فقد اهتمت بتكوين الصحفيين بعد الاستقلال مباشرة.. وبالرغم من ارسال مجموعات من الشباب الجزائري الى التدريب في الدول الشقيقة والصديقة، الا ان هذا الحل

1 خليل صابات، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط2، القاهرة، دار المعارف المصرية، 1987، ص 46.

2 محمود فريد عزت، نفس المرجع السابق، ص 29-30.

لم يف بالمطلوب. لذلك تم انشاء المدرسة الوطنية العليا للصحافة في أواخر عام 1964 ضمن نطاق جامعة الجزائر. وفي عام 1976 أنشئ معهد العلوم السياسية والاعلامية¹.

3- ظهور الصحافة في وطن العربي:

تعتبر مصر أول دولة عرفت الصحافة في الوطن العربي، وذلك على يد الفرنسيين الذين أتوا معهم بماكينات الطباعة، وأصدر نابليون صحيفة كوربيه ديلجبت سنة 1798م، وبعد ان رحل الفرنسيون وأخذوا معهم مطابعهم أنشأ محمد علي مطبعة بولاق وأصدر صحيفة الوقائع المصرية سنة 1828م، وفي بلاد الشام تزعم الحركة الفكرية السياسية هناك عبد الرحمان الكواكبي وأصدر جريدة الشهباء عام 1877م في حلب².

أما في لبنان فكانت أول صحيفة صدرت في بيروت هي "حديقة الاخبار" لخليل الخوري سنة 1858م، وهي أول صحيفة يصدرها مواطن عربي في بلد عربي³.

وفي الحجاز عرفت ولاية الحجاز الطباعة سنة 1882م، وأول صحيفة صدرت فيها هي صحيفة الحجاز الرسمية في السنة نفسها التي تأسست فيها المطبعة⁴.

وتعتبر الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب، وكان ذلك مع بداية الاحتلال الفرنسي الذي أصدر أول جريدة له في الجزائر "بريد الجزائر" (L'estafette d'Alger) في جوان 1830⁵ صدر منها ثلاثة أعداد ثم توقفت، وتلتها إصدارات أخرى في شكل منشورات ومعلقات إلى غاية بداية 1832، حيث بادرت سلطات الاحتلال إلى إصدار أسبوعية" المرشد الجزائري "بلغت عربية دارجة، ركيكة وفي نطاق ضيق لا يتجاوز مقاطعة

1- محمود فريد عزت، نفس المرجع السابق، ص 35.

2 حسن الشامي، وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1992، ص 95-96.

3 خليل صابات، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1982، ص 53.

4 المرجع نفسه، ص 60.

5 فضيل دليو، الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 103

الجزائر العاصمة، عملت على تشويش الرأي العام الجزائري في فترة المقاومة الوطنية، دعمتها سنة 1839 جريدة "الأخبار" غير الحكومية التي عمرت حتى نهاية القرن. وفي سنة 1847م أصدر الفرنسيون صحيفة المبشر العربية الرسمية التي ظلت الصحيفة العربية الوحيدة في الجزائر حتى نهاية القرن التاسع عشر.

وعرفت فترة نهاية القرن التاسع عشر نشاطا إعلاميا كثيفا للمستوطنين، حيث أصدروا حوالي 150 صحيفة، أما عن النشاط الصحفي الخاص بالجزائريين، فتذكر بعض المصادر أن أول صحيفة يصدرها "جزائري" كانت "كوكب إفريقيا" عام 1907، بينما تؤكد مراجع أخرى على أسبقية صحف أخرى مثل: الحق، النصيح، فريضة الحج، المنتخب في صالح العرب، الأخبار، المغرب، الجزائر، ذو الفقار، الإسلام، الصديق.

وبعد الحرب العالمية الأولى، صدرت صحف أخرى بأسلوب جديد، وأهمها صحف أعضاء جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقيادة الشيخ عبد الحميد بن باديس (الشهاب، السنة النبوية، الشريعة، الصراط، البصائر)، بالإضافة إلى صحف بعض الأحزاب السياسية (الأمة)، ولكنها واجهت جميعها صعوبات كثيرة نتيجة الوضع الاستعماري الصعب.

وظل أمر الصحافة في الجزائر كذلك، إلى غاية اندلاع الثورة التحريرية عام 1954، وأصدرت قيادتها جريدة "المجاهد" عام 1956 في طبعتين، بالعربية والفرنسية، وكانت بداية تصدر في الخارج، لتستقر بالجزائر بعد الاستقلال، وتتحول إلى أسبوعية تصدر باللغة العربية فقط، أما طبعتها الصادرة بالفرنسية فقد حولت إلى يومية تحمل نفس الاسم بالفرنسية (El-Moudjahid)، أما بعد الاستقلال فقد عرفت الصحافة الجزائرية نقلة نوعية،

لكنها لم تكن شاملة بسبب ما خلفه الاستعمار الفرنسي الذي حال دون تطور الصحافة المكتوبة¹.

وقد صدرت أوائل الصحف في العالم العربي على الترتيب التالي²:

السنة	الصحيفة	البلد
1828	الوقائع المصرية	مصر
1847	المبشر	الجزائر
1858	حديقة الاخبار	لبنان
1860	الرائد التونسي	تونس
1865	سورية	سوريا
1866	طرابلس المغرب	ليبيا
1869	الزوراء	العراق
1879	صنعاء	اليمن
1889	المغرب	مراكش
1889	الغازية السودانية	السودان
1908	حجاز	الحجاز
1928	مجلة الكويت	الكويت

1 زهير إحدادن، الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال، مجلة عالم الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992، ص من 121 إلى 151

2 احمد بدر، الاتصال بال جماهير بين الاعلام والتطوع والتنمية، مرجع سبق ذكره، ص 39.

نتناول في هذا المحور الوسائل التي تعتمد على الارسال والبث والتسجيل والاضاءة والتمثيل كالمسرح، السينما، الاذاعة والتلفزيون.

أولاً- المسرح

يعد المسرح من أقدم وسائل الاتصال والاعلام، حيث لعب ومازال يلعب دورا كبيرا وهاما في نقل الافكار والتراث الشعبي والثقافي. والمسرح في هذه الايام مازال امتدادا للمسرح القديم في كثير من عناصره. حيث كان الانسان البدائي يعبر عن مشاعره بالحركات الايقاعية التي استمدتها من خلال تأمله للطبيعة مثل حركات الامواج والهواء والرياح وأصوات الطيور وحركاتها وكذلك الحيوانات، وتعلم الانسان ان يستخدم الاحجار والعصا للحصول على أصوات أو ايقاعات معينة ليعبر بها عن الفرح أو الخوف ولكي يؤنس وحدته أو يحتفل في المناسبات المختلفة أو كي يعلن الحداد، أو كوسيلة للتحذير، كما وجد الانسان نفسه يعبر بالجسد رقصا للتعبير عن الفرح أو النصر أو التوسل من أجل نزول المطر. كما مارس الانسان التمثيل دون ان يشعر فكان يقص على أقرانه أو قبيلته ما حدث له من مغامرات بتمثيل وسرد ما قد واجهه.

وتبلور المسرح كظاهرة مع استقرار حياة الانسان واشتغاله بالزراعة والصيد، وجاء المسرح ليعبر عن حادثة معينة في موسم معين احياء لذكرى تلك الواقعة أو الحادث وذلك من منطق التقليد والمحاكاة.

1- تاريخ المسرح ومراحل تطوره:

1-1- المسرح الفرعوني:

يعد المسرح الفرعوني أقدم المسارح حتى من المسرح الاغريقي والدليل على ذلك مسرحية "إيزيس وأوزوريس" وهي من أقدم قصص الصراع بين الخير والشر فأوزوريس هو اله الزرع والخصب والنماء وملك الحياة والموت، وقد ولد كثمرة لزواج السماء والارض، وعلم اوزوريس

وايزيس الناس الزراعة والقوانين، ولكن اخاه ست احتال عليه¹ ووضعه في تابوت والقي به في النيل، واستطاعت ايزيس الحصول على التابوت وأخرجت جثة اوزوريس، ولكن ست قطعه اربا الى أربعة عشر قطعة ليلقيها في كل أنحاء مصر، ولكن ايزيس تتجح في جمعها وتعيده للحياة ويصبح اوزوريس اله للعالم السفلي، وأصبحت هذه التمثيلية عند الفراعنة جزء من احتفال يستمر ثمانية عشر يوما ويبدأ باحتفال يمثل الحرث والحصاد وهو رمز الاله اوزوريس، وكان المصريون القدماء يستعينون بالتماثيل ليقلدوا تلك القصة وكان ذلك نوع من التمثيل.

1-2- المسرح الاغريقي:

كانت البداية الحقيقية للمسرح في بلاد الاغريق، وجاء ارسطو ليستنبط قواعد المسرح بل ويقننها، وهو صاحب أبسط تعريف للمسرح وهو "القصة البسيطة المسرحية ذات الهدف"، ولقد لعب المسرح دور "وسيطا" في الاتصال بالجمهير ونقل الافكار اليهم، حيث تتوفر عناصر العملية الاتصالية من مرسل ورسالة ووسيلة وردود أفعال، وارتبطت الدراما بفن المسرح، وأصبحت القصص التي تحملها المسرحيات الهدف منها تسلية الناس أو تعليمهم أو ارساء اتجاهات أو أفكار جديدة لديهم.

وتدرج المسرح في مراحل عدة منذ الكلاسيكيات الاغريقية وحتى عصر النهضة الذي تبع مسرح أرسطو مضيفا اليه روح العصر والفلسفة الاجتماعية، ثم اتجه المسرح الى الرومانسية ثم الواقعية التي تربع على قمتها الكاتب النرويجي "ابسن" والذي اعتبرت مسرحيته "أعمدة المجتمع" عام 1875 بداية الدراما الحديثة، ثم تلاها مسرحية "بيت الدمية". ولقد انقسم المسرح الى عدة أنواع كالمسرح التسجيلي أو الوثائقي ومسرح الدعاية، والمسرح التعليمي، أيضا تتوعدت أشكال الدراما بين الدراما الدينية والفكرية وكلها أنماط اتصالية هادفة².

1 شدون علي شيبية، نفس المرجع السابق، ص 33.

2 المرجع نفسه، ص 34.

1-3- المسرح الحديث:

يعد تطور المسرح تطوراً وانعكاساً لظروف المجتمع ذاته، ومن هنا انبثقت المذاهب المسرحية المختلفة، الكلاسيكية والرومانسية والكوميديّة، وفي القرن الثامن عشر ظهرت طبقة الموظفين وأصحاب الأعمال الحرة والتجار والصناع أو ما عرف بالطبقة البرجوازية التي اعتبرتها الماركسية مرحلة من مراحل نمو وتطور المجتمع الاقطاعي، وهذه الطبقة البرجوازية هي التي أخذت تتقوى وأدت الى قيام الثورة الفرنسية 1789، ومع ظهور هذه الطبقة ظهرت الدراما التي عبرت عن حياة النبلاء، وكذلك الكوميديا التي عبرت عن حياة العامة.

وبعد سقوط طبقة النبلاء والاقطاعيين، تغير تقسيم المجتمع الى طبقة برجوازية رأسمالية ثم طبقة وسطى جديدة ثم طبقة عاملة، وكان لابد من ظهور الفلسفة الاشتراكية، وظهرت مذاهب وفنون مسرحية جديدة كالفن الواقعي أو ما يعرف بالواقعية النقدية الثورية. وكذلك الواقعية المتفائلة، والتي مثلها "برنارد شو" الذي استوحى أسطورة بجماليون الاغريقية في عمل مسرحي.

2- أهم أشكال المسرح المعاصر:

لعل من أبرز مميزات الدراما الحديثة هو طابعها الاجتماعي، ومن أهم أشكال المسرح المعاصر:

أ- المسرح الملحمي: وينسب الى الاديب والشاعر الالمانى "بريخت" الذي ثار على النازية وهنا يكون المتفرج جزءاً فعالاً من المسرحية.

ب- المسرح الحي: يعد المسرح من الوسائل الاتصالية الفعالة اذ يتسم بالمباشرة سواء في الاتصال بالجمهور والحصول على رجع الصدى منهم¹.

1 شدون علي شيبية، نفس المرجع السابق، ص 35.

ج- مسرح الشباب: وهو يعبر عن حركة الشباب أو حركات المقاومة للنظام الرأسمالي العسكري والقيم البرجوازية والتكنولوجيا.

د- مسرح الجنوب الحر: قد ظهر في مدينة نيو اورليانز جنوب أمريكا، حيث الكثافة السكانية السوداء، وهذا المسرح يعد صدى مباشر لحركة الحقوق المدنية، وهو مسرح سياسي جوال ينتقل بين القرى والمدن الصغيرة.

هـ- المسرح الشعبي: أو ما يعرف بمسرح السوق، ويظهر في اطارات مسرحية شديدة التنوع تتراوح بين الاوبرا والفودفيل، ورقص الباليه.

و- المسرح التجريبي: ويتمثل في مسرح الجامعات، وكذلك المسرح السياسي الصريح.

ز- مسرح العالم الثالث: من أهم أنماط مسرح العالم الثالث:³¹

- المسرح الافريقي.

- مسرح الاقليات العرقية في الولايات المتحدة.

- مسرح أمريكا اللاتينية.

- المسرح العربي.

3- ولادة المسرح العربي:

تشير بعض الدراسات الى أن العرب لم يعرفوا الفن المسرحي إلا في عهود متأخرة، وتحديدًا في بداية عصر النهضة، ويؤرخ لعصر النهضة بتاريخ حملة نابليون بونابرت على مصر (1798-1810). ذلك لأن البلاد العربية عرفت المسرح بفعل الاحتكاك والتماس بين العرب والغرب، إذ حملت حملة نابليون معها فيما حملته الشكل المسرحي المعروف، وهو ما قاله جرجي زيدان: "ان التمثيل جاءنا مع حملة بونابرت عند قدومه الى مصر في جملة ما

1 شدوان علي شبيبة، نفس المرجع السابق، ص 36.

حملة كالطباعة والصحافة، وكان بين رجال حملته العلمية رجالان من أصحاب الفنون الجميلة وكبار الموسيقيين، وقد مثلا بعض الروايات الفرنسية بمصر لتسلية الضباط، واشتغل الجنرال منو بتشبيد مسرح التمثيل سماه مسرح "الجمهورية والفنون" لكن ذلك كله ذهب بذهابهم، وليس هو في كل حال تمثيلا عربيا، وكانت مصر أسبق بلاد الشرق الى هذا الفن، لكنها تخلت عن ذلك الى أختها سورية¹.

يحدد هذا النص التاريخ الذي تعرفت فيه البلاد العربية الى المسرح، لا الى تأسيس المسرح العربي، فالمسرح الذي عرض في مصر عن طريق الحملة الفرنسية لم يكن مسرحا عربيا، لا من ناحية اللغة، ولا من ناحية التأليف، ولا من ناحية الاخراج، والرابط الوحيد الذي ربطه بالعرب انه مثل على أرض عربية، لذلك ذهب بذهابهم - كما يقول النص - وهذا ما أكده الجبرتي من قبل في معرض حديثه عن الحملة الفرنسية في مصر، اذ وصف المسرح بانه "عبارة عن محل يجتمعون به كل عشر ليال، ليلة واحدة يتفرجون به على ملاعب يلعبها منهم بقصد التسلية والملاهي مقدرا أربع ساعات من الليل، وذلك بلغتهم ولا يدخل أحد اليهم الا بورقة معلومة وهيئة مخصوصة"².

ومما لا شك فيه ان زيدان يقصد بأن مصر أسبق بلاد الشرق الى هذا الفن من ناحية المعرفة لا الممارسة، فهو يقول في موضع آخر: "لم يدخل التمثيل الحديث الى اللغة العربية إلا في أواسط القرن الماضي والسوريون أسبق المشاركة الى اقتباسه لما توفر لديهم من أسباب الاختلاط بالإفرنج واتقان لغاتهم والرحلة الى بلادهم، ومشاهدة مسارحهم ومطالعة مؤلفاتهم"³.

1 حمو حورية محمد، تأصيل المسرح العربي بين التنظير والتطبيق في سورية ومصر، دمشق، منشورات اتحاد الكتاب العرب، 1999، ص32.

2 الجبرتي عبد الرحمان، عجائب الاثار في التراجم والاخبار، مصر، المطبعة الشرقية، 1322هـ، ص 149.

3 حمو حورية محمد، نفس المرجع السابق، ص33.

إذن فقد برق الشعاع الاول في تاريخ تأسيس المسرح العربي في بلاد الشام، وذلك في منتصف القرن الماضي، ومن ثم انتشر في أنحاء الوطن العربي، وقد وضع اللبنة الاولى في هذا الاساس المبدع مارون النقاش (1817-1855)، لذا يعد تاريخ 1848 هو تاريخ ولادة المسرح العربي، وذلك عندما عرض مارون مسرحيته الاولى (البخيل) في منزله وهي أول رواية تمثيلية الفت في اللغة العربية.

إلا أن هذا المسرح الذي تمت ولادته في منتصف القرن الماضي على يد بعض المبدعين العرب كان أسير المسرح الغربي، وعلى الرغم من جهود مارون النقاش التأسيسية، إلا أنه كان سلبي التلقي، ذلك لأنه لم يحاول ان يستتبت المسرح من البيئة العربية ولو أنه زرع البذرة الاولى، وجلب المسرح جلبا من خارج بيئته¹.

أما عن المسرح الذي ولد في البيئة العربية هو ما قدمه توفيق الحكيم من وجهة نظره عن استحداث فن مسرحي عربي في كتاب أصدره عام 1967 ويحمل عنوان قالبنا المسرحي وحدد فيه الاشكال التراثية للمسرح العربي.

وتمثلت في الحكواتي والمداح والمقلداتي، كما تعرّض توفيق الحكيم للسامر الريفي في مسرحية "الزمار" عام 1930، وكذلك مسرحية "الصفقة" التي أدخل في سياق أحداثها الموسيقى والرقص والفن الشعبي.

ان محاولة خلق مسرح عربي جاد ليس وقفا على المصريين ولكن ظهرت العديد من المحاولات الجادة في المغرب² والجزائر وتونس وليبيا وفلسطين ولبنان، ففي المغرب ظهر ما يعرف بمسرح الحلقة، وهو امتداد لمسرح الراوي ويطلق عليه أيضا مسرح الحلقة أو البساط حيث يكون البطل الحقيقي هو الراوي الذي يشترك مع مجموعة من الممثلين في

1 حمو حورية محمد، نفس المرجع السابق، ص33.

2 شدوان علي شبيبة، نفس المرجع السابق، ص 37.

قالب حوارى، وكذلك المسرح السوري وهو مسرح "كلمة وجمهور" ويطبغ بالقالب السياسى، أيضا ظهر فى سوريا ما يسمى "بغرفة المسرح"¹.

ثانيا - السينما:

انطلقت البداية الأولى للسينما على أساس اختراع التصوير الضوئى، وان كان ابن الهيثم هو المؤسس الأول لمبادئ علم البصريات فان ليوناردو دافنشى هو واضع مبادئ علم البصريات الحديث، وبعد العديد من التجارب ظهرت السينما ثم تطورت الى ان وصلت الى ما هي عليه اليوم.

1- تاريخ السينما وتطورها:

يعود تاريخ السينما الى عام 1895 عندما قام الاخوان لوميير اوجوست ولويس اللذان كانا يديران مصنعا لتصنيع الادوات الفوتوغرافية فى ليون بفرنسا، بعرض أول أفلامهما "العمال يغادرون مصنع لوميير" فى 22 مارس 1895، وكانت التجربة الأولى ناجحة فى مجالها على مستوى العرض العام، ثم استأجرا غرفة فى باريس فى مقهى جراند كافيه الواقع فى شارع الكابوسين (capucines) بمدينة باريس، وقدموا فى 28 ديسمبر 1895 عرضا من عشرة أفلام مقابل تذاكر². لذلك فالعديد من المؤرخين يعتبرون لويس لوميير المخترع الحقيقى للسينما، فقد استطاع ان يصنع اول جهاز لانتقاط وعرض الصور السينمائية، ومن هذا التاريخ اصبحت السينما واقعا ملموسا.

وانتقلت سينما لوميير الى بلاد العالم منها مصر واليابان والهند واستراليا. ولم تمض سنة على أول حفلة عرض فى باريس حتى كانت العروض السينمائية تغزو العالم كله.³

1 شوان علي شيبية، نفس المرجع السابق، ص 38.

2 سماح هدايا، الرواية العربية والسينما: دراسة تحليلية نقدية، اطروحة دكتوراه فى الآداب، بيروت، جامعة القديس يوسف، 2005، ص 25.

3- ماجى الحلوانى حسين، مقدمة فى الفنون الاذاعية والسمعية البصرية، القاهرة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1999، ص 113.

ولكن السينما ظلت صامتة إلى غاية عام 1903، حيث قام المخرج الأمريكي "إدوين بورتر" بتصوير أول فيلم بكاميرا متحركة، ثم تلاه التطور النوعي الذي أحدثه الفنان الأمريكي "غريفت" (Griffith) عام 1915، عندما صور فيلمه الأول مستعملا الكاميرا استعمالا حرا وفي حركة متتابعة فاتحا بذلك عهد المونتاج السينمائي. وبهذا بدأت المنافسة الشديدة بين السينما في أوروبا وأمريكا لتفرض هذه الأخيرة سيطرتها منذ ذلك الحين. وبحلول عام 1927م، كانت جهود المخترعين قد آتت ثمارها. وهكذا تم في هذا العام تقديم أول فيلم ناطق وهو مغني الجاز الذي تم فيه تحقيق التزامن بين الشريط السينمائي وأسطوانة الصوت المسجلة. وفي عام 1929م، أصبحت عملية تسجيل الصوت على شريط الصورة عملية شائعة، وهكذا انتهت السينما الصامتة إلى الأبد.

2- خصائص السينما:

من أبرز الخصائص التي تمتاز بها السينما ما يلي¹:

- يتميز الفيلم السينمائي بإمكانية عرضه في أي وقت وكذا أكثر من مرة.
- يتميز الفيلم السينمائي بإمكانية إيقافه اثناء العرض وبالفترة الزمنية التي نريدها.
- تمتاز الشاشة السينمائية بالمساحة الكبيرة بالدرجة التي تسمح بتكبير الاجسام والصورة المعروضة عليها، وهذا ما يعطي جاذبية لهذه الوسيلة بالمقارنة مع غيرها. وكذا اضافة الاحساس بالواقعية على الصورة المعروضة.
- تعتبر دقائق الصورة السينمائية أكثر وضوحا من تفاصيل الصورة التلفزيونية لأسباب فنية.

3- مولد السينما العربية:

بعد الانتشار السريع لموجة السينما في العالم خاضت الدول العربية تجارب في السينما ولكنها كانت محتشمة في البداية إلى أن أصبحت هنالك سينما عربية قائمة بذاتها. فكانت

1 ماجي الحلواني حسين، تكنولوجيا الاعلام وفي المجال التعليمي والتربوي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1988، ص46.

مصر السباق إلى ذلك، فالتجربة السينمائية المصرية رافقت السينما منذ بدايتها، حيث شاهد الجمهور المصري أول عرض سينمائي في 5 نوفمبر 1896 بالإسكندرية بعرض شريط سينمائي فرنسي يحتوي على مجموعة لقطات متفرقة. وعند العام 1912 ظهرت أول صور متحركة مصرية على شاشة مقهى الإسكندرية، وفي العام 1928 تم عرض أول فيلم مصري من إخراج ستيفن روستي من تمثيل عزيزة أمير¹.

أما السينما في الجزائر فتتميزت من حيث الولادة والهدف والمسار عن جميع تجارب السينما في الوطن العربي، من خلال هذا التميز كانت تتخذ دائما مكانة القدوة على الرغم من أنها بدأت متناحرة نسبيا من حيث التجارب عن السينما في كل من مصر، وسورية ولبنان والعراق. فقد ولدت السينما في الجزائر ولادة سليمة، وسارت بخطوات مدروسة، وبهذا استطاعت ان تخرج بالسينما العربية الى المستوى العالمي، وان تقدم أفلاما ممتازة على الرغم من ان ولادتها كانت صعبة، اذ انها ولدت في قلب معركة التحرير.

وقبل حرب التحرير وحتى عام 1946 لم يكن في الجزائر سوى مصلحة فوتوغرافية واحدة، وفي عام 1947 أنشأ الفرنسيون مصلحة سينمائية أنتجت عددا من الافلام القصيرة أبرزها "قيصرية" سنة 1949، "الاسلام" سنة 1949، "العيد المنتظر" عام 1959.

ثالثا - الإذاعة

شهد العصر الحديث تنمية نشطة للعديد من الابحاث والدراسات التي كانت مقدمة بظهور الاذاعة المسموعة (الراديو).

1 زهير الخالدي، خطوات على طريق السينما، ط1، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1989، ص31

ويعتبر الراديو نتيجة للعديد من الدراسات التي قام بها رواد أوائل في مجالات متعددة مثل التلغراف على يد (صامويل مورس علم 1835م) وابتكار الهاتف على يد (جراهام بل عام 1876م) وغيرها من الدراسات¹.

تعتبر الإذاعة المسموعة بحق ثورة في عالم الاتصال، بل هي الثورة الرابعة بعد الكلمة المنطوقة التي تعد الثورة الأولى في عالم الاتصال، ومعرفة الكتابة وهي الثورة الثانية في عالم الاتصال، ثم اكتشاف (يوحنا جوتنبرغ) للطباعة بالحروف المتحركة في منتصف القرن الخامس عشر وذلك عام 1454م، وهي الثورة الثالثة في عالم الاتصال، واكتشاف الراديو والسينما والتلفزيون والبرق وهي الثورة الرابعة في عالم الاتصال، وذلك قبل الثورة الخامسة وهي الأقمار الصناعية، فكل هذه المخترعات من طباعة وتلغراف وهاتف كانت مقدمة فعلية وصحيحة لظهور الإذاعة الصوتية (الراديو) الذي جمع بين هذه التطورات في جوانبه المتعددة.

1- تاريخ الإذاعة:

يعود اكتشاف الإذاعة الصوتية إلى مخترع إيطالي شاب يبلغ من العمر في ذلك الوقت عشرين عاماً واسمه جوجليمو ماركوني الذي استطاع أن يظهر عملياً أنه في الأماكن إرسال إشارات كهرومغناطيسية من خلال الفضاء، واستطاع ماركوني أن يوجد طريقاً إلكترونياً يصل بين القارتين الأوروبية والأمريكية، حيث استمع في عام 1901 إلى رسالة بعث بها عبر الأطلنطي من محطة إرسال في كورنوال بإنجلترا إلى سان جون في ولاية نيو فوندلاند بالولايات المتحدة الأمريكية².

ولم تصل الإذاعة الدولية إلى ذروتها إلا خلال الحرب العالمية الثانية بالرغم من أن الاتحاد السوفياتي (سابقاً) كان قد قام ببث برامج باللغتين الإنجليزية والألمانية في خريف سنة

1 ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مرجع سبق ذكره، ص 11.

2 المرجع نفسه، ص 15-16.

1920، والواضح ان الدول التي كانت تقوم بالسيطرة المركزية الشديدة اهتمت من البداية بالإذاعة الدولية الموجهة للجماهير في دول أخرى، الامر الذي جعل الدول الغربية الاخرى تهتم بدورها بتلك الاذاعات واستخدامها في عرض وجهات نظرها¹.

وحيثما نشبت الحرب العالمية الثانية في عام 1939م كانت أكثر من 25 دولة تقدم خدمات اذاعية لجماهير خارج حدودها، من تلك الدول ألبانيا، واستراليا، وبلجيكا، وبلغاريا، والصين، والدانمارك، وفنلندا، وفرنسا، وايطاليا، والمانيا، والمجر، واليابان، وهولندا، والنرويج، وبولندا، والبرتغال، ورومانيا، والسويد، وسويسرا، وتركيا، والاتحاد السوفياتي سابقا، وقد بدأ الاتحاد السوفياتي يبث برامج باللغة العربية في عام 1943م.

وخلال الحرب العالمية الثانية كان هناك تنافس شديد بين أجهزة الدعاية في المانيا النازية، وهيئة الاذاعة البريطانية، كما اهتمت الوم بتقوية خدماتها الاذاعية الموجهة.

وكانت محطات الراديو في أمريكا الجنوبية تخضع الى حد كبير للنفوذ الامريكى، وفي منتصف عام 1944م وصلت دعاية الراديو بالنسبة لألمانيا النازية الى قمتها، وكانت تعمل من خلال 100 جهاز ارسال موجهة ضد الدول المعادية لألمانيا. وبهذا نشبت حرب اذاعية شديدة بين ايطاليا وبريطانيا والمانيا واليابان والولايات المتحدة الامريكية².

2- أهمية الاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية:

تتمتع الاذاعة الصوتية كوسيلة اتصال بعدد من الخصائص والمميزات التي تتفرد بها عن سائر وسائل الاعلام الجماهيرية ومن أهم هذه المزايا ما يلي³:

- التغطية الجغرافية الواسعة للإرسال الاذاعي.

- دور الاذاعة الصوتية في خدمة العملية التعليمية.

1 - فاروق خالد، نفس المرجع السابق، ص14.

2 - جيهان أحمد رشتي، نفس المرجع السابق، ص17.

3 ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الاذاعية والسمعية، مرجع سبق ذكره، ص 21- 25.

- السبق الاخباري للإذاعة الصوتية

- تخطي حاجزي الفقر والامية.

- الاذاعة وسيلة اعلانية هامة.

3- الاذاعة في الوطن العربي:

بدأت الاذاعة المسموعة في الوطن العربي في وقت غير متأخر نسبيا عن دول العالم الغربي، وكانت مصر أول دولة عربية تعرف محطات الاذاعة، وذلك بعد ظهور أول محطة في العالم في عام 1920 في الولايات المتحدة الامريكية.

عرفت مصر الاذاعة في 1925 وكانت هذه المحطات في البداية يملكها بعض الافراد من الهواة وتعتمد في تمويلها على الاعلانات التجارية. ثم تتابع ظهور الاذاعة في جميع أنحاء الوطن العربي سواء المشرق العربي أو المغرب العربي والخليج.

وقد برزت العديد من التطورات المجتمعية في العالم العربي عجلت بتطور الاذاعة من خلال هذه التطورات، حركات التحرر الوطني، ومستلزمات التنمية بما في ذلك ضرورة مشاركة الاذاعة في جهودها المتعددة، هذا بالإضافة الى التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال.

رابعا - التلفزيون

يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال مهمة، كونها تجمع بين الصوت والصورة، وكان لظهوره وقع كبير أدى إلى إحداث ثورة علمية كبيرة في الاتصال الجماهيري.

استفاد التلفزيون من وسائل الاعلام السابقة له خاصة السينما والراديو استفادة كبيرة، لذلك لم يستغرق اختراعه وقتا طويلا كما حدث مع السينما والراديو، فقد وضعت السينما الأسس النظرية والعلمية لتصوير الاشياء المتحركة وعرضها، كما وضع الراديو أسس نقل الاشارات الصوتية وبالتالي المرئية عبر الموجات الهوائية.

واستفاد التلفزيون أيضا من التنظيمات التي وضعتها المجتمعات للتعامل مع الراديو كوسيلة اعلام، فلم يواجه المشكلات الخاصة بإنشاء محطات للبث التلفزيوني كما كان الحال في الراديو في البداية، أو مشكلات تنظيم استخدام الموجات الهوائية أو البحث عن وسائل للتمويل أو مشكلات التفكير في طبيعة المحتوى الذي سيقدمه للجمهور اذ نقلها كلها عن الراديو وأصبح امتداداً مرئياً له.

تتكون كلمة تلفزيون Télévision من مقطعين: الاول (Télé) وتعني عن بعد، والثاني (Vision) وتعني الرؤية، أي ان كلمة تلفزيون تعني الرؤية عن بعد.

1- تاريخ ظهور التلفزيون:

تعد بريطانيا أعرق الدول من حيث تاريخ التلفزيون ولا ينافسها في ذلك سوى الولايات المتحدة الأمريكية، ويعود تاريخه بها إلى سنة 1926 عندما تمكن العالم البريطاني " جون بيرد" من تصميم إرسال بث تلفزيوني ميكانيكي، وفي سنة 1929 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية أول إذاعة تلفزيونية لها من أستوديوهات بيرد، وفي 14 جويلية 1930 أذيعت أول تمثيلية تلفزيونية من نفس الأستوديوهات. وفي سنة 1931 استطاع جون بيرد أن ينقل لأول مرة بالتلفزيون سباق الدربي الإنجليزي.

وبعدها تتابعت التجارب إلى أن تمكنت بريطانيا من إرسال بث تلفزيوني منتظم عام 1936، أما في أمريكا فاستطاع فلاديمير زوركين وفريقه المكون من أربعين مهندسا يعملون في شركة أر سي أيه (RCA) بولاية نيو جرس سنة 1939 ان يطور اختراعه، ويقدمه في المعرض العالمي الذي اقيم في مدينة نيويورك على شكل جهاز تلفزيوني بنظام الكتروني كامل، وهذا بعد الابحاث التي انطلقت منذ 1930⁴¹.

1 فؤاد أحمد الساري، نفس المرجع السابق، 2011، ص330.

وقد افتتح هذا المعرض فرانكلين روزفلت وهو أول رئيس للولايات المتحدة الامريكية تذاغ صورته بالتلفزيون. ومنها انتشر التلفزيون في العالم غير أن مستوى الانتشار يختلف من دولة إلى أخرى، وتعد الولايات المتحدة الأمريكية أبرز دولة عرفت انتشارا موسعا للتلفزيون بسبب الحرب العالمية الثانية، التي تعتبر أحد الأسباب التي جعلت الولايات المتحدة الأمريكية تتقدم في مجال التلفزيون، بحكم بعد أراضيها عن المعركة التي خاضتها الدول الأوروبية، إضافة إلى توفرها على استوديوهات السينما في هوليوود بكل إمكاناتها الفنية، والمعدات اللازمة للإنتاج خصوصا، وبعد الحرب بدأت أوروبا تستعيد نشاطها في هذا المجال.

ويعتبر عام 1948 هو العام الذي دخل فيه التلفزيون مجال الاستخدام الجماهيري على نطاق واسع، حيث كانت برامج التلفزيون الأولى تذاغ على الهواء مباشرة، وذلك قبل اختراع شرائط الفيديو الكاسيت التي مكنت المحطات من تسجيل البرامج، والمسلسلات وعرضها في أوقات مختارة، فالدراما التلفزيونية الأولى كان يتم تمثيلها على مسرح داخل المحطة، وبثها مباشرة دون مراجعة أو إنتاج¹.

2- الخصائص المميزة للتلفزيون

رغم ان الصورة المرئية الجذابة، والاستجابة الفورية للأحداث تعتبران أبرز ميزتين يتميز بهما التلفزيون، وهما ميزتان حققتا له الانتشار الواسع، والقدرة الفائقة على التأثير في الجمهور الواسع. إلا أن هناك جانب آخر في التلفزيون لا ينبغي إنكاره، وهو الكلمة المنطوقة التي تعتبر مهمة بنفس أهمية الصورة.

1 فؤاد أحمد الساري، نفس المرجع السابق، ص 331-333.

ونظراً لكون التلفزيون وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، تتوفر على عدد من الخصائص والمزايا من حيث الفاعلية، ومعالجة المضمون، يمكن تلخيص هذه الخصائص في النقاط التالية:¹

- التلفزيون وسيلة سمعية بصرية، فهو بذلك يجذب إليه أهم حواس التعلم لدى الإنسان، وهما حاستي السمع والبصر.

- إن قدرة التلفزيون على المزج بين الصورة والصوت أمكن من تقديم المعلومات، والأفكار والسلوكيات في صورة حية واقعية قريبة من مدارك المشاهد، وتعد الصورة الحية أحسن الوسائل إقناعاً، خاصة وأنها لغة عالمية تفهمها كل الشعوب.

- يعتبر التلفزيون أسرع وسائل الاتصال الجماهيري.

- لا تتطلب مشاهدة التلفزيون أي عناء، حيث إنه يقوم بنقل الأحداث إلى منزل المشاهد.

- يؤدي التلفزيون دوراً حضارياً وثقافياً في التقريب بين الشعوب وتواصلها الانساني.

- للتلفزيون تأثير نفسي ملحوظ على المشاهد اذا ما استرجعنا نظرية التراكم المعرفي أو الترسيب الثقافي، فالقضايا التي يتبناها العمل التلفزيوني سواء كانت دراما أو تقرير أو مقابلة أو تغطية أو أي فن آخر تترسب بعقول المشاهدين على المدى الطويل، وتخلق لديهم وعياً وإدراكاً جديداً تجاه الأشياء أو ترسخ فيهم مدركات سابقة أو تلغي من نفوسهم أو عقولهم تصورات سابقة، وتحل مكانها تصورات بديلة خلقها التلفزيون بحكم التراكم الطويل من التعرض.

- يساعد التلفزيون على عملية التقمص الوجداني الذي هو القدرة الذهنية على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر، وهذه العملية تتم من خلال ما يعرضه التلفزيون للمشاهد من أماكن بعيدة وشخصيات غريبة.

1 رحيمة الطيب عيساني، نفس المرجع السابق، ص 109-110.

كما يتمتع التلفزيون بمجموعة من الخصائص التي جعلت البعض يعتبره من أقوى وسائل الاتصال وأكثرها تأثيراً وفعالية، لاعتماده على أكثر من حاسة، الأمر الذي يزيد من عمق تأثيره، فهو يجمع بين خصائص ما سبقه من وسائل في استعماله للكلمة المكتوبة أو المسموعة، والصورة، والحركة واللون ومن هذه الخصائص نذكر¹:

- العالمية:

يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال استطاعت أن تصل إلى العالمية، فإشارته تنتقل عبر الهواء لتغطي الكرة الأرضية، ونادراً ما توجد بقعة في العالم لا يغطيها الإرسال التلفزيوني.

- الوصول إلى جماعات نوعية:

بالرغم من تعدد سمات الجمهور إلا أن التلفزيون استطاع أن يصل إلى شرائح خاصة منه، ويمكنه تخطي حاجز الأمية، فالصورة تصل إلى جميع المتلقين بصرف النظر عن تعليمهم، كما أنه يصل إلى جميع الأعمار.

- التواجد الدائم:

يتميز التلفزيون بتواجده الدائم بجوار الإنسان، فهو يرافق الإنسان في كل مكان، في المنزل، المقاهي، حافلات النقل، النوادي والمتاجر....إلخ.

- الفورية:

تعتبر الفورية أو الأنوية أحد الخصائص الهامة التي تميز التلفزيون، وعن هذه الفورية يرى رينيه كلير "أن التلفزيون يتمتع بميزتين هما الفورية، أي إمكانية بث حدث ما بثاً مباشراً، والمودة، أي إمكانية تقديم عرض ما يراه مشاهد واحد على أنه من أجله، بينما يراه في الحقيقة ملايين المشاهدين المتفرجين في اللحظة ذاتها. وهكذا يرى أن قوة التلفزيون تنحصر في الاتصال البصري المباشر السريع مع المشاهد في بيته".

1 طارق الخلفي أحمد، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 49-57.

- الاستحواذ على العين:

يستحوذ التلفزيون على عين المشاهد لكونه وسيلة اتصال قائمة أساساً على الرؤية والنظر، من خلال عرض مجموعة من الصور المتحركة.

لكن في الواقع هذه الصور ليست متحركة بل هي عبارة عن عرض سريع ومتوالي لعدد ضخم من الصور الثابتة، فعند عرض هذه الصور على الشاشة بصورة متلاحقة وبنفس السرعة، أي بمعدل 25 صورة في الثانية تعطي إحساس بحركة الصورة.

- الإبهار:

يتمتع التلفزيون بقدرته على جذب الانتباه، والإبهار وشدة التأثير، فهو يجمع بين مزايا الإذاعة من حيث الصوت، ومزايا السينما من حيث الصورة واللون، ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تُضفي الحيوية على المشاهد التي يعرضها.

3- ظهور التلفزيون في الوطن العربي:

ارتبط ظهور التلفزيون في الدول العربية بالأوضاع السياسية والثقافية والاقتصادية لهاته الدول، كما يرتبط بالتأثير الاستعماري الذي ظلت بقاياها واضحة في الخمسينيات وأوائل الستينيات، حيث دخل التلفزيون إلى المنطقة العربية، وكانت أولى التجارب في مصر عام 1951، ثم تلاه البث في دول المغرب العربي بما فيها الجزائر.

ومع التقدم المذهل للتكنولوجيا أصبح التلفزيون يمثل علامة بارزة في الوطن العربي في شتى المجالات، وفي المحافظة على الأمن الثقافي للأمة.

نقصد بالوسائل الإلكترونية والحديثة الوسائل أو الاجهزة التي ظهرت بعد المسرح، السينما، الاذاعة والتلفزيون، والتي كان لها دورا بارزا في الحقل الاعلامي، يتعلق الامر بالأقمار الصناعية والانترنت.

أولا- الأقمار الصناعية:

1- ظهور الأقمار الصناعية:

يعتبر استخدام الأقمار الصناعية في الاتصالات أول ثورة حقيقية تتم في هذا المجال بعد ان أرسل "ألكسندر جراهام بل" اشارته التلفونية الشهيرة الى مساعده واطسون في عام 1876م: ((واطسون... تعالى اني أحتاج اليك))¹. وفي عام 1903 اثبت الروس انه بالإمكان لجسم ما اطلق بسرعة ما ان يصل لمدار في الفضاء الخارجي، وفي عام 1945 ذكر كاتب الخيال العلمي آرثر كلارك البريطاني الجنسية السيريلانكي الاصل في مقال امكانية وجود الاقمار الصناعية، وكيفية اطلاقها، والمدارات التي يمكن ان تدور فيها حول الارض، واستخدامها في مجالات الاتصال. وفي 1948 استطاع العلماء ان يثبتوا صحة هذه النظرية ويحولوها الى فرضية واقعية، وبعد سلسلة من عمليات النقاش حول جدية وامكانية تحقيق هذا الانجاز تلمسوا الطريق لتحويل الحلم الى حقيقة، وأصبح مشروع اطلاق القمر الصناعي مسألة وقت، لا سيما بعد ان حلت معضلة الصواريخ التي يمكن ان تحمل القمر الى الفضاء الخارجي على يد العلماء الالمان، وفي عام 1957 تمكن الروس من اطلاق أول قمر صناعي الى الفضاء الخارجي، وحمل اسم سبوتنيك1، وتلاه اطلاق عدد آخر من الاقمار، وأصبح الفضاء الخارجي ميدانا جديدا للتنافس بين الاتحاد السوفيتي، والولايات المتحدة الامريكية التي عرفت حينها بالحرب الباردة. وجاء عام 1962 حيث نجح الامريكان بإطلاق القمر الصناعي سكور الذي استخدم في نقل البث التلفزيوني بين أمريكا وأوروبا، وكان

1 مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت- لبنان، دار النهضة العربية، 2005، ص 189.

بمثابة الايدان بمرحلة جديدة من ثورة الاتصال العالمية. بعد ذلك تم اطلاق العديد من الاقمار ذات الاغراض المختلفة¹.

2- أنواع الاقمار الصناعية:

تنقسم الاقمار الصناعية حسب استخداماتها الى:

- أقمار الاتصالات والتي تستخدم في نقل المعلومات.
- أقمار البث الفضائي والتي تستخدم في بث القنوات التلفزيونية والاذاعية.
- أقمار الارصاد والتي تقوم بجمع المعلومات عن الغلاف الجوي وتنبؤات الجو.
- الاقمار العسكرية واقمار التجسس والتي تستخدم في اغراض امنية دفاعية.
- الاقمار العلمية والتي تستخدم في التجارب العلمية المختلفة².

3- استخدامات الاقمار الصناعية:

منذ منتصف الستينات عندما بدأ وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الارض، الى منتصف التسعينيات، فان تكنولوجيا الاتصال عبر الاقمار الصناعية أصبحت عنصراً متضمناً في كل مظاهر الحياة العصرية من البث الاذاعي والتلفزيوني اللحظي عبر شبكات الاخبار العالمية مثل CNN، والقنوات الفضائية العربية والغربية³.

إن البث عبر الأقمار الصناعية قلل من تكاليف استقبال البث وإرساله، ووسّع نطاق التغطية، وكسر الحواجز الجغرافية في العالم كله، وهو ما أثار مخاوف بعض المجتمعات من الغزو الثقافي على ثقافتها، فيما أيدت الكثير من المجتمعات هذا الانفتاح الثقافي بين شعوب العالم.

1 عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، الاردن - عمان، اليازوري، 2015، ص 73 - 74.

2 المرجع نفسه، ص 78.

3 مي العبد الله، نفس المرجع السابق، ص 191.

إن انتشار وسائل الإعلام، وتنوعها وقدرتها الكبيرة على نقل المعلومات بشكل فوري وسريع، وتأثيراتها الكبيرة على المتلقين، وعدم اعترافها بالحدود والأقاليم، كانت من أبرز سمات القرن العشرين، "فاتسعت مدارك الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل، بحيث لم يعد في الإمكان عزل الناس عقلياً أو سيكولوجياً عن بعضهم البعض، لأن ما يحدث في أي مكان من العالم وفي أي بقعة منه، يترك آثاره على الأجزاء الأخرى، فالعالم اليوم هو قرية الأمس"¹.

وفي ظل هذا التحول يمكن القول أن " القنوات الفضائية قد أثارت من المناقشات والجدل العلمي أضعاف ما أثارته وسائل الإعلام الأخرى"². ويقول الصادق الراجح " إنه يمكن إدراك خطورة نمط الإعلام الفضائي، ذلك أن العالم يشهد ميلاد بيئة إعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني، وتجاوز الحدود، والانعتاق من الرقابة، وتعددية في قنوات الاتصال مع تفاعل بين المادة الإعلامية والمستقبل"³.

لقد كان استخدام الأقمار الصناعية في الاتصال والإعلام "استجابة لضرورة عصرية ملحة نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم على النطاقين المحلي والعالمي. فقد برز الاتصال والإعلام وأصبح إحدى أهم قنوات التواصل والتفاعل بين شعوب العالم ودوله دون أدنى اعتبار للنطاقات الجغرافية أو الحدود السياسية أو السيادة الوطنية، أو حقوق الدول في السيطرة على ما يقدم لشعوبها من معلومات عبر قنوات الاتصال المختلفة، مما أدى إلى ظهور ظاهرة عالمية الاتصال، وانتشار القنوات الفضائية الحكومية والتجارية، واحتدام المنافسة بينها في مجالي التسويق السياسي والتجاري. كما أدى إلى تجدد الدعوات لإقامة

1 راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1991، ص 173.

2 هانز بيتر مارتن وهارولد شومان، فخ العولمة، ترجمة: عدنان عباس علي، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1998، ص 43.

3 الصادق الراجح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، الامارات العربية، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص 43.

نظام إعلامي جديد على المستويين الوطني والدولي بعد أن أصبحت تحت تصرف الإنسان أنماط جديدة وقوية للاتصال"¹.

وباستخدام الأقمار الصناعية ذات القوة الاتصالية العالية أمكن إرسال كم لا حصر له من المعلومات، التي ساهمت في تأثير فهم الإنسان وقناعاته، تجاه المواقف المختلفة: إبلاغاً، وإقناعاً، وتوجيهاً، وحواراً، وبأشكالها المختلفة، صوتاً، وصورة، ونصاً، من مصدرها على الأرض إلى جهاز المستقبل مباشرة، من غير اعتبار للزمان والمكان. وعلى ذلك فكل مجتمع من مجتمعات اليوم عرضة لاختراق الفضائيات لأجوائه حاملة مضامين إعلامية شرقية أو غربية دون إذن مسبق بتجاوز الحدود، مما مثل انفتاحاً على العالم لم يسبق له مثيل. وما ذلك إلا ثمرة للرقى المتتابع في العلوم والتقنيات، وبخاصة علوم الفضاء وتقنيات الاتصال.

إن عالمنا اليوم هو عالم المعلومات والإعلام، إذ يتم "نقل حوالي 35 مليون كلمة يومياً. ويتم نقل عشرات الألوف من ساعات بث البرامج التلفزيونية من المحطات المختلفة في العالم، كما تنتشر آلاف العناوين من المجلات والصحف والكتب. إن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصالات والمعلوماتية. وهكذا نجد أن "العملية الإخبارية قد تعقدت تبعاً لعالم مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية، تركت أثرها الواضح في العملية الإخبارية، وامتد هذا التأثير ليشمل صياغات الأخبار وقوانينها ولغتها وأساليبها"².

1 توماس إل ماكفيل، الإعلام الدولي: النظريات - الاتجاهات - الملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبد الله الكندي، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2005، ص 140.

2 توم فنتون، تدهور صناعة الأخبار، (د. ب)، (د. ن)، 2006، ص 43.

ثانياً - الانترنت

يمثل ظهور الانترنت النقلة الكبرى في المستحدثات الاعلامية التي نقلت الحياة الانسانية بما فيها الاعلام الى أفق غير مسبوق، ومنتج أنواعا من التطبيقات الاعلامية التي لم تتبلور خصائصها النهائية بعد.

1- نشأتها وتطورها:

بدأت الانترنت كمشروع حكومي في الولايات المتحدة بحدود عام 1960 حيث طلبت الحكومة الاميركية من مؤسسة Rand Corporation بإنشاء نظام اتصال متطور لتبادل المعلومات والاتصال يربط القواعد العسكرية الاميركية في العالم بعضها ببعض لتحقيق أكبر قدر من السهولة في العمل ويمنح هذه الشبكات قوة الوجود في الظروف الصعبة، وهو في الحقيقة ترجمة لأمر الرئيس الاميركي ايزنهاور بضرورة بناء قاعدة بيانات وتأمين القدرة على عدم إتلافها إذا ما قامت حرب نووية، وكان أول استعمال لها عام 1972، ثم انتقلت للاستعمال الى مصالح أخرى، وفي عام 1983 تم السماح لدول صديقة للولايات المتحدة مثل النرويج وبريطانيا للاستفادة من خدمات الشبكة حتى أصبحت الوحيدة التي تستطيع ربط المستخدمين الى عدد غير محدود من مصادر المعلومات والاتصالات وبتكلفة مالية رخيصة وعملية.¹

يطلق على الانترنت اسم النت The Net، وتكتب بعض الجهات كلمة انترنت بالإنجليزية Internet كدلالة على الاسم.

تطورت الانترنت من مجموعة من المشاريع والافكار في الولايات المتحدة الاميركية، عندما قام الاتحاد السوفيتي في عام 1957 بإرسال القمر الصناعي سبوتنك الى الفضاء. فأرسلت

1 مي العبد الله، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة: نموذج جريدة النهار، مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات، الامارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة، 2005.

وزارة الدفاع الامريكية وكالة الابحاث المتقدمة، في عام 1958 للاضطلاع بالدراسات العلمية في مجالات علوم الكمبيوتر والشبكات¹.

ومن أبرز مكونات النظام الاتصالي للإنترنت نجد شبكة الوب التي تختلف عن الإنترنت في كونها مجموعة هائلة من وثائق النص التشعبي الموصولة ببعضها تعمل داخل الأنترنت، ويطلق عليها أحيانا « WWW ». أما الإنترنت فهي شبكة للأجهزة المادية من ملقمات عملاقة وأجهزة اتصال ونظم توزيع وأجهزة كومبيوتر².

2- ظهور شبكة الوب:

شهد عام 1991 تطورا مهما في مسيرة الأنترنت تمثل في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية **World Wide Web** التي ابتكرها بعد تجارب كثيرة الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرز لي **Tim Berners-Lee** في المعمل الاوربي لفيزياء الجزيئات في جنيف، وفي الستينات قام دوغلاس انجليبرت **Douglas Engelbart** بابتكار نموذج باسم **Online System** والذي أعتمد على تكنولوجيا النص التشعبي **Hypertext** بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة³، وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الإنترنت حكرا على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري أنظمة الكمبيوتر، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم الالكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها، بجانب المهام التي يضطلع بها باحثون آخرون في

1 عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، الاردن، الشروق، (د.ت)، ص 59-60.

2 المرجع نفسه، ص 91.

3 علي محمد شمو، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت، جدة، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1998 ص 236.

خدمة المؤسسة العسكرية الاميركية، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم تعد الإنترنت حكرا على هؤلاء¹.

ويعرف د. حسني محمد نصر الويب على أنه " نظام من خادمت الكومبيوتر يدعم الوثائق المكتوبة بلغة النص الفائق ويقوم بالربط بين الوثائق بعضها البعض سواء كانت وثائق نصية أو جرافيكية أو صوتية أو ملفات فيديو، وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كومبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم يتم تسليمها عبر الانترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب Web Page والذي قد يحوي نصا أو يشير إلى ملفات أخرى، وهذه الملفات قد تحوي صورا أو لقطات فيديو أو مقاطع سمعية"².

ويقول الدكتور عباس مصطفى " لقد نشأت الوب على الانترنت وهي تستفيد من آليات الانترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والأجهزة في جميع أنحاء العالم، والعناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالاتصال بالحواسيب حول العالم، بينما الوب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا ".

إعلاميا يمكن تعريف الويب على أنه " رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الأنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص التشعبي المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسة واجهة لها، ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت فيديو ...) أو وسائط متعددة

1 عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت وقواعد النشر الإلكتروني، ط1، ابو ظبي، الظفرة للطباعة، 2003، ص13.

2 حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص28

Multimedia. وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي¹.

مما تقدم ووفقا للتعريف الإعلامي للويب فإن على من يسعى لممارسة مهنة النشر عبر شبكة الويب أن يتعامل معها كوسيلة اتصال جماهيري فعالة تتكامل فيها الرسالة (شكلا ومضمونا) مع الوسيلة والمتلقي. وعلى الناشر أن يكون على قدر كبير من المعرفة بالإمكانيات التواصلية من حيث التفاعلية والتغذية الراجعة التي يتيحها الويب، والخدمات الإضافية التي يمكن تقديمها من خلال الموقع كخدمة البحث والأرشفة والوصول إلى مواقع أخرى.

3- التطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب.

عند ظهور أية وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين اعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية، كما إن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة، نفس الإحساس والتوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الإنترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليها، وأن ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية، على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي، والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية، وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وكذلك من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية، وأسهمت

1 عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت وقواعد النشر الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 3.

منتديات الإنترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الاتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها.

واستفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود. كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الاتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة إلى تميّز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة."¹

لأجل هذا تغيرت صور الوسائل الإعلامية كثيرا بعد ظهور وانتشار شبكة الإنترنت عالميا، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد، بالإضافة إلى التطبيقات التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية. ويعلل الدكتور عباس مصطفى صادق هذا التغيير بالقول " لقد تجمعت في الإنترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية، وهي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلاميا بمعزل عن الجماعة. وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة اتصالية، تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات ومواقع داخلها على أنها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو صحف أو وكالات أنباء أو خليط من هذا وذاك "².

ويرى الدكتور السيد بخيت ان " الإنترنت أضاف وظائف أخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الاعلام، فعندما تقع أحداث إخبارية ما فإن المهتمين بها يبتثون رسائل عبر

1 شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، 2001،

2 عباس مصطفى صادق، صحافة الإنترنت وقواعد النشر الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 30.

الانترنت مباشرة للآخرين لكي يقرؤونها، وتمثل هذه الوظيفة تحولا مهما عن وسائل الاعلام التقليدية¹. ويضيف أيضا " أفرزت الثورة الاتصالية، ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية، أي بين المستقبل والمرسل، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في الفعل الاتصالي، كما أصبح بمقدوره التحكم في العملية الاتصالية، ومن خلال عمليات الانتقاء والاختيار، مما يعطيه سيطرة أكبر على عملية الاتصال، وهو ما يمكن أن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه، كما وكيفا، كما أثرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل، والقابلية للتحرك، والتوصيل، والشبوع، والانتشار، والقابلية للتحويل².

ويقول الدكتور محمد الأمين موسى أحمد أن " الأنترنت أحدث ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية، فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع Site، جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية Conventional Media إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب، صحيفة، مجلة، وكالة أنباء، سينما، إذاعة، تلفزة) ، وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون التقليل من تجربة التواجد التقليدي (الورق، الشاشة، المذياع)³.

وقبل انطلاقة الانترنت كان "الفيديوتكس أحد التطبيقات الشائعة لوسائل الاعلام التفاعلية، وسمح هذا التطبيق لمستخدميه بإرسال بيانات واستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر أو

1 السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة، العين، دار الكتاب الجامعي، 2004، ص17.

2 المرجع نفسه، ص18.

3 محمد الأمين موسى أحمد، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي، الإمارات العربية المتحدة، كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، نوفمبر 2005 ص2.

مستخدمين آخرين للفيديو تكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصورة¹.

ومع تطور انتشار شبكة الانترنت ظهرت تطبيقات جديدة توفرها جهات مختلفة مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت، كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي اهتمامات مختلفة. كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الاعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية، وهو موقع إخباري استفاد من خصائص ومزايا النشر في الانترنت². ومن نماذج التطبيقات الموجودة في شبكة الانترنت:

1- وكالات الأنباء، حيث لا تتخلف أية وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الانترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسيوشيتدبرس ووكالة الانباء الفرنسية وشينغوا ويونايتد برس توفر خدمات إخبارية بمختلف انواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجانا وبعضها بالمقابل. وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخبارية السياسية والاقتصادية والرياضية، بلغات عالمية مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسية ورويترز وشينغوا، كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات الصور والرسوم بالإضافة إلى خدمة تلفزيونية تقدم نماذج للقطات تلفزيونية.

2- إذاعة الأترنت: هي عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كومبيوترية يتم استخدامها للبحث عبر الشبكة اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات Streamig لتشغيل المواد الصوتية Audio أو الفيديو Video، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في

1 ملفين ديفلير وساندرا روكيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1999، ص 487.

2 أرنود دوفور، الانترنت، ترجمة: منى ملحيس ونيال ادلبي، الطبعة الاولى، بيروت، الدار العربية للعلوم، 1998، ص 157.

أوقات محددة، ويقول محمد عارف " إن راديو الأنترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الأنترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية.¹"

3- البث التلفزيوني عبر الأنترنت: يستخدم البث التلفزيوني عبر الأنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة النقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكوّن مجتمعة الملف المراد بثه.² ويقول بهاء عيسى "مع كل التقدم الحاصل في شبكة الأنترنت إلا أن البث التلفزيوني في الشبكة لم يصل الى النضج التكنولوجي الذي يضعه في خانة الاعتمادية، حيث أن تنزيل الصورة يأخذ زمنا طويلا وهي نفسها مازالت ضعيفة في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه"³.

4- خدمة الإخبار بالهاتف المحمول: وبالنظر لاشتراك الهاتف المحمول بالكمبيوتر وكذلك الأنترنت لذلك فقد تم الاستفادة من المشترك بين الهاتف المحمول والأنترنت فتم توفير ميزة تلقي البريد الإلكتروني. ويتم عبر خدمة الرسائل الهاتفية SHORT MESSAGE SERVICE تقديم للمشاركين طيفا واسعا من الخدمات الإخبارية تشمل خدمات وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية والمواقع الإخبارية في شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول. هذا بالإضافة إلى إرسال واستقبال وعرض

1 محمد عارف، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية، الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 1997، ص 26.

2 بهاء عيسى، شاهد التلفزيون عبر الأنترنت، مجلة أنترنت العالم العربي، (د. ب)، نوفمبر 1999، ص 76-77.

3 المرجع نفسه، ص 79.

الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف إلى آخر أو من هاتف إلى بريد الكتروني على شبكة الانترنت.

5- خدمة الواب: هو نظام كومبيوتر يحوّل صفحات الانترنت المصممة للكمبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الاجهزة الالكترونية المحمولة الأخرى. أما التطبيقات التي يمكن توفيرها عبر الواب فتتضمن الرسائل الصوتية والالكترونية، الحوار، التصفح، أو الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتقلة، الدخول على الشبكات المحلية وغيرها.

6- النشر الالكتروني: مع انتشار الأنترنت وخروجها من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة برزت ظاهرة ما يسمى بالنشر الالكتروني (للصحف والمجلات والمدونات ومواقع المعلومات.. وغيرها).

6-1- نشأة الصحافة الالكترونية:

بدءاً من تسعينات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الأنترنت بدوافع عديدة لعل من أهمها محاولة الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد في عدد قرائها وفي عائدات الإعلان¹. ويقول الدكتور حسني محمد نصر " قبل عام 1995 وتحديدًا في عام 1993 كان هناك عشرون صحيفة وعدد قليل من المجلات والنشرات الالكترونية، وكان عدد الصحف التي استطاعت أن تقيم لها مواقع الكترونية على الشبكة لا يتعدى ستة صحف كبرى وعدد من الصحف الصغيرة. وبمرور الوقت وبحلول منتصف التسعينات أصبحت غالبية الصحف لها مواقع على الشبكة بعضها يضم النسخة الكاملة من الصحيفة المطبوعة ومنتجات معلوماتية أخرى، وفي بداية 1996 كان على الشبكة 154 صحيفة الكترونية، وفي أكتوبر من نفس السنة بلغ عدد الصحف على الشبكة 1562 صحيفة. وقد

1 Boynton, R. S, NEW MEDIA May Be old media Savoir, Columbia Journalisme Review, 2000, p32.

ارتفع هذا الرقم في منتصف عام 1997 إلى نحو 3622 صحيفة ارتفع مرة أخرى في نهاية ذلك العام إلى 4000 صحيفة¹. ويوفر النشر الإلكتروني سهولة كبيرة في تحديث المعطيات.

وساعد التوسع في استخدام النشر الإلكتروني في تحديد التوجه نحو عدد أقل من النظم وتعزيز التوجه نحو الربط بين هذه النظم لتصبح قادرة على التخاطب وتبادل المعطيات فيما بينها.

ويرى محمد محمد أنه بات "من المؤلف لجوء عدد كبير من المؤسسات العاملة في مجال النشر الإلكتروني إلى استخدام الأقراص الضوئية المدمجة CD-ROM، فلقد أصبح بالإمكان استخدام تقانة الأقراص المدمجة لتخزين كميات هائلة من المعلومات وعندما يحتاج المستفيد إلى استرجاع هذه المعلومات، يستطيع أن يبحث ويقرأ ويقتبس أي جزء من المعلومات في وقت قصير جداً بواسطة برامج حاسوبية مصممة بالطريقة الملائمة. ويستطيع القرص المدمج العادي أن يخزن 600 ميغا بايت أي ما يعادل 200.000 صفحة مطبوعة"².

لقد تمكنت الصحف الإلكترونية من خلال النشر الإلكتروني تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظراً للسرعة التي تتمتع بها الشبكة، وفيما كانت تنتظر الصحف الورقية يوماً كاملاً لصدور طبعة جديدة لتحديث أخبارها فإن الصحف الإلكترونية تقوم بتحديث صفحاتها بشكل مستمر كما "تفعل بعض كبريات الصحف الأميركية New York Times التي تقوم بتحديث موقعها كل 20 دقيقة وتصل في بعض الأحيان إلى خمس دقائق"³.

1 بهاء شاهين، شبكة الإنترنت، مصر، كمبيوساينس، 1996، ص 94.

2 محمد أمان، النشر الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، (د. ب)، مج 6، 1985، ص 23.

3 السيد بخيت، الصحافة والإنترنت، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2000، ص 27.

وباتجاه الاستفادة من النشر الالكتروني أقبل العديد من المؤلفين ودور النشر على نشر إصداراتهم عبر الشبكة من خلال تقنية الكتاب الالكتروني الذي يشهد زيادة في أعداد الراغبين باقتناء الكتب من خلاله نتيجة الصعوبات التي تواجه الكتاب التقليدي والقائمين على دور النشر التقليدية وبخاصة الصغيرة منها.

6-2- مراحل تطور الصحافة الالكترونية:

مرت الصحافة الالكترونية بعدة مراحل، "أطلق عليها فان كروسبي الموجات الثلاث، وطرح رؤية خاصة بمراحل هذا التطور في المؤتمر الثالث لصحافة الانترنت لعام 2001 بجامعة تكساس بأوستن، وهي:

1. الموجة الأولى بين (1982 . 1992) سادت في البداية عدة تجارب للنشر الالكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكست، ثم آلت الأمور في النهاية إلى شبكات ضخمة مثل كيبوسيرف.
 2. الموجة الثانية بين (1993 . 2001) أخذت المؤسسات الإعلامية علماً بالانترنت فبدأت بالتواجد فيها.
 3. الموجة الثالثة التي بدأت قريباً جداً (أي المرحلة الراهنة) هي مرحلة البث المكثف التي تتبئ بالقوة في التطبيقات الإعلامية كما تتبئ بالربحية أكثر من المرحلتين السابقتين¹.
- لقد رسخت الصحافة الاليكترونية وجودها عبر هذا الزمن القصير نسبياً، وأصبح لها تقاليداً ومعاييرها الخاصة بها، والأكثر أهمية أنها استطاعت أن تستقطب جمهوراً واسعاً على حساب جمهور الصحافة التقليدية، هذا ما تعكسه العديد من المؤشرات كما اشار اليها جاسم جابر منها:

1 عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، الامارات، جامعة الشارقة، 2005، ص5.

- النمو الهائل في أعداد الصحف والمواقع الإخبارية ذات الصلة على شبكة الانترنت وكذلك أعداد زوار وجمهور هذا النوع من الصحافة.
- أغلب وسائل الإعلام والصحف التقليدية أنشأت لها مواقع على شبكة الانترنت، وراحت تقدم موادها وخدماتها لمستخدمي الانترنت وتفسح لهم مساحات واسعة لهذا الأمر.
- نزوح الصحف التقليدية (المطبوعة) إلى استعارة بعضاً من خصائص وسمات الصحافة الاليكترونية لغرض المواكبة والمنافسة، مثل النزعة نحو زيادة المادة البصرية أو ما يسمى بالصحافة البصرية، وكذلك طريقة تصميم وإخراج الصحف التي باتت تشبه منظر صفحاتها الأولى مواقع الانترنت من حيث الترتيب والمحتوى وأسلوب العرض، إذ تستخدم بعض الصحف أسلوب التنويه أو إشارات لما تتضمنه الصفحات الداخلية من مواضيع توضع في مربعات على الصفحة الأولى¹.

6-3- نشأة الصحافة الالكترونية في الوطن العربي:

في 9 سبتمبر 1995 أنشأت الشرق الاوسط موقعها في الأنترنت. وشهد فيفري 1996 دخول الصحيفة العربية الثانية في الشبكة، وهي النهار، ثم تلتها الحياة في جوان والسفير في نهاية العام نفسه. بعدها أنشأت مؤسسة التحرير للطباعة والنشر موقعاً لها على شبكة الإنترنت وذلك في فيفري 1997، حيث ضم الموقع نسخاً الكترونية من صحف الجمهورية والمساء ومصر اليوم، تلتها جريدة الشعب التي صدرت نسختها الاليكترونية منذ أكتوبر عام 1997، كما إن موقع جريدة الأهرام يعد من أكثر المواقع الصحفية المصرية الواعدة رغم إنها لم تتح من خلال الإنترنت سوى جريدة الأهرام ويكلي الصادرة باللغة الانجليزية وذلك منذ منتصف شهر جوان عام 1998 ومجلة السياسة الدولية مترجمة إلى اللغة الانجليزية، وبعدها النسخة الاليكترونية لجريدة الأهرام الصباحية التي بدأت في أوت عام 1998، أما

1 جابر جاسم محمد الشيخ، الصحافة الالكترونية العربية: المعايير الفنية والمهنية، البحرين، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، جامعة البحرين، 2009، ص394.

أول جريدة الكترونية عربية يتم إعداد مادتها خصيصاً للنشر الإلكتروني فهي المراسل المصرية التي بدأت في الصدور أسبوعياً منذ أوت عام 1997، ومن الصحف العربية التي حرصت على إنشاء مواقع لها على الانترنت جريدة الوطن الكويتية، والأيام البحرينية والدستور والبيان، والرأي الأردنية، وجريدة الحياة وأيضاً جريدة الجزيرة في افريل عام 1997 والقبس السعودية التي بدأت في وضع نسختها الإلكترونية في جويلية 1997، أما جريدة الشرق الأوسط فإنها في بداياتها لم تكن تتيح الاطلاع على نسختها الإلكترونية إلا باشتراك وهو الأمر الذي تغير بعدها¹. وبالرغم من تنامي أعداد الصحف العربية على شبكة الإنترنت، إلا أن بعض الدراسات تشير إلى "أنه رغم الحضور الواضح لهذه المطبوعات الإلكترونية فإن حضورها لا يتماشى مع النمو الهائل للمطبوعات الإلكترونية عالمياً، خاصة فيما يتعلق بالتناسب هذه الأرقام مع أعداد الصحف العربية وعدد الدول والسكان في الوطن العربي، حيث تواضع نسبة مستخدمي الإنترنت العرب قياساً إلى العدد الإجمالي للسكان في الوطن العربي، ويضاف إلى محدودية الصحف الإلكترونية العربية محدودية الاستخدام الأمثل لإمكانيات النشر الإلكتروني الذي توفره شبكة الإنترنت"².

6-4- خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية:

تتسم الصحف الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية، التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر الإلكتروني، "وأهم هذه الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية هي:

- **التفاعلية:** حيث لا تعد التفاعلية سمة للوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه، وهي في الصحف الإلكترونية بمثابة نقطة التقاء بين الاتصال المباشر، والاتصال الواسطي،

1 فهمي نجوى عبد السلام، تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، العدد 4، ديسمبر 1998، ص 16.

2 أمين رضا عبد الواحد، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص 116-117.

والاتصال الجماهيري، ويمثل هذا النمط في الاتصال المواقف الاتصالية التي ينتج عنها تبادل الأدوار بين المشتركين فيها وتأثر كل طرف بمعطيات الطرف الآخر والأطراف الأخرى. ويؤكد (هريت) على إن الصحافة الالكترونية تعد من الصحف التفاعلية لأنها تتميز بفتح المجالات للحوار والمناقشات في مختلف أنواع القضايا والموضوعات بفضل إفادتها من التقدم التكنولوجي الرقمي الذي يدعم الحوار ويثري قنواته .

- **العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الالكترونية بالعمق المعرفي والشمول، وينتهي ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الالكترونية شأنها في ذلك شأن كل المواقع الالكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة. والى جانب ذلك يتوافر في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الالكترونية قدر معرفي مناسب، حيث تعمل هذه الصحف (عبر ما تقدمه من خدمات إضافية) على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الاحداث، وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال سماح النمط الالكتروني المستخدم في تصميم الصحف الالكترونية، بانتقال القراء (بمجرد الضغط على ايقونة خاصة بذلك) إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها.

- **المباشرة أو الفورية:** ويقصد بذلك تقديم الصحف الالكترونية لخدمات إخبارية آنية، تستهدف إحاطة مستخدميها بأخر الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات لملاحظة تطورات الاحداث المتلاحقة. وهناك من يطلق على الصحيفة الالكترونية بالصحيفة الفورية إشارة لإمكانية نقل الأخبار والاحداث المختلفة فور وقوعها، كما إن الفورية التي تتسم بها الصحيفة الالكترونية يصاحبها مرونة غير مسبقة في الاستفادة من هذه الفورية وتطبيقاتها، وهو ما يظهر في قدرتها على تحديث محتواها، ونقل الأخبار المهمة فور وقوعها، مقارنة بوسائل الإعلام الالكترونية التقليدية مثل الإذاعة والتلفزيون، والتي تتسم بالفورية إلى حد ما وهو ما يجعل فورية هذه الوسائل في عرض الأخبار المهمة منقوصة، لان إضافة مادة

جديدة طارئة تقتضي وقف نقل أو عرض بقية المواد. كما انه لا يمكن تحديث المحتوى ككل في أكثر من اتجاه، لان الوسيلة التقليدية (إذاعة - تلفزيون) لا تستطيع ان تقدم للمتلقي سوى عنصر واحد في اللحظة نفسها.

- **التحديث المستمر للمضمون المقدم:** ينطوي عمل الصحف الالكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم، وذلك لمسايرة الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت التي تعد الفورية إحدى أهم سماتها، وتفترض علاقة الوقت بطبيعة المحتوى المقدم في الصحف الالكترونية نشر المعلومات، واستكمالها، وتصحيحها، وتحديثها بشكل دائم، فتتحول بذلك المادة الصحفية المنشورة إلى تاريخ متطور.

- **سهولة التعرض:** تعد سهولة التعرض إحدى أهم عوامل تفضيل الجمهور للوسائل الاتصالية، ولذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي لا تحتاج إلى بذل جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لما تتيحه الصحف الالكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها، حيث أصبح الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب، وتتحقق سهولة التعرض التي تتسم بها الصحف الالكترونية من خلال التزام مضامينها بسمات تحريرية مميزة تركز على الوضوح والاختصار، إضافة إلى إفادة هذه الصحف من الوسائط المتعددة لدعم ما تقدمه من مضامين¹.

- **استخدام الوسائط المتعددة:** هناك إمكانات هائلة توفرها شبكة الانترنت كاستخدام الوسائط المتعددة وهي بدورها ذات قيمة عظيمة لو أحسن استخدامها، لأنها توصل إلى تقديم محتوى فائق الجودة يفيد المستخدمين ويلبي احتياجاتهم بخلاف ما إذا كانت بلا هدف وظيفي، وتطبيقات الوسائط المتعددة ذات إمكانات متزايدة خاصة إذا نظرنا إلى مسألة الالتحام بين

1 عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص

تكنولوجيا الويب والتلفزيون كما هو الحال في الخدمات الجديدة التي أتاحت مسألة الاتصال بشبكة الانترنت وعرض محتوياتها من خلال جهاز التلفزيون، ومن هنا تتجاوز فكرة الصحافة الالكترونية من كونها صحافة إلى كونها عالماً تكنولوجياً مختصراً بديلاً للعالم الخارجي، وهذا يعني أن الدخول إلى الموقع الصحفي الالكتروني لا يعني مجرد الدخول إلى خبر أو تعليق أو مادة صحفية، بل يعني الدخول الى عالم خاص مهياً للمستخدم متعدد النوافذ، كلما دخل نافذة ألفت به شعبته إلى نافذة أخرى فثالثة فرابعة وهكذا، إنه عالم شخصي جداً ولكنه أيضاً عالم منفتح على الكون الخارجي بوسائل أكثر فاعلية¹.

- **الحدود المفتوحة:** يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الالكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيوداً تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف على ذلك أن تكنولوجيا الانترنت، خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات. فإذا كان قارئ الصحيفة المطبوعة يتعامل مع نص صحفي مغلق ينتهي تدفق المعلومات بداخله بمجرد وصول القارئ إلى الكلمة الأخيرة في الخبر أو الموضوع المنشور بالصحيفة، فإن قارئ الصحيفة الالكترونية يتعامل مع نص مرتبط بمجموعة متنوعة من النصوص الأخرى المتصلة به بشكل أو بآخر، والتي تتيح تفاصيل معلوماتية إضافية قد يستخدمها أو لا يستخدمها القارئ، ولكن لا بد أن تكون موجودة وقائمة².

1 فهمي نجوى عبد السلام، نفس المرجع السابق، ص 222.

2 غريب سعيد، الصحيفة الالكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الالكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، العدد 12، 2001، ص 120.

- الأرشيف الإلكتروني الفوري: تتيح الصف الالكترونية إمكانية استخدام الأرشيف الخاص بها، وهي بهذا تقدم مخزوناً وافراً من المعلومات حول نقطة واحدة وفي ثوان معدودة، بل وبمميزات أخرى تميزها عن فكرة الأرشيف التقليدي وكأنها تقدم للمستخدم حافظة في جيبه لمعلومة ترد على خاطره ينقب عنها بأيسر الطرق وأكثرها فاعلية، وبهذا يعتبر الارتداد إلى الوراء هو أسرع طريقة للسير إلى الأمام في التعامل مع الخبر أو المادة موضع التعامل والتفاعل¹.

- أحدثت تقنيات الصحافة الالكترونية تطوراً جوهرياً في ميدان الصحافة، حيث منحت عملية رجع الصدى إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام، وخصوصاً بالنسبة للصحافة، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية².

- العالمية: قدرة الصحف الالكترونية على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنت، وبذلك فان صحفاً ورقية مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الالكترونية صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة. ولأن الإرسال عبر الانترنت سيعني بالضرورة منح الصحف الالكترونية صبغة عالمية بغض النظر عن إمكانياتها ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع

1 غازي خالد محمد غازي، الصحافة الالكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، أطروحة دكتوراه (منشورة)

لبنان، كلية الإعلام، الجامعة الأمريكية، 2009، ص240-241.

2 محمود خليل، الصحافة الالكترونية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1997، ص33

هذه الصبغة العالمية، فان البعض بات يتساءل بجديّة عما إذا كان يصح إطلاق صفة (الصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات الكترونية¹.

- **التمكين:** تعمل الصحافة الالكترونية على تمكين الجمهور من تبسيط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي، سواء أكان ذلك أخباراً، أم تقارير، أم تحليلات. فالمصادر متعددة والقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى فيها معلومات متعددة ويمكنه الاختيار منها ما يشاء².

ويرى الباحث ان تقنية الصحافة الالكترونية توفر امكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، وهناك بعض البرامج تسجل اسم وعنوان أي زائر، ومثل هذه الإمكانيّة توفر للمؤسسات المعنية والدارسين إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الالكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم، حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر، ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الالكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الإمكانيّة بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً على صفحات الصحيفة الالكترونية.

1 أسامة محمود شريف، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، عمان، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، 2000، ص 69.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 232

6-5- الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية

يرى عبد الرزاق الدليمي أن الصحافة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات منها:

- تعاني العديد من الصحف الإلكترونية صعوبات مادية وتسديد مصاريفها.
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤيا المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الصحافة.
- غياب الأنظمة واللوائح والقوانين الرقابية.
- عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات لعدم الإيمان المطلق للمؤسسات والشركات بها.
- الحاجة للسرعة في الحصول على الأخبار.
- عدم القدرة على التأكد من صحة مصادر المعلومات.¹

ويرى الباحث ان العديد من الصحف الإلكترونية بدأت تتجاوز المشكلات المادية التي كانت تعاني منها وذلك من خلال تمويل ذاتها بالإعلانات والاشتراكات ضمن الخدمة الإخبارية التي تتيحها لمشتركها، وبدأت هذه الصحف تضع لنفسها نظاما واسلوبا يميزها عن الصحافة المطبوعة، حيث بدى للعديد منها مراسليها لتنفرد بالخبر الصحفي وتتفادى الاعتماد على القنوات الفضائية ووكالات الأنباء في الحصول على الأخبار.

ثالثا- المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

ان الاعلام الرقمي أو الاعلام الجديد فرض واقعا اعلاميا جديدا بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام الى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية، والتنوع اللامتناهي في الرسائل الاعلامية، بما يملكه من قدرات ومقومات الوصول

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص 104

والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة، في الفضاء الالكتروني المترامي الاطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق.

ومع تدفق التقنيات الاتصالية الجديدة أجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت، والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال معولمة هي الاخرى. ان الاعلام الرقمي استطاع ان يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت وهو ما يبرز المساحات الحقيقية للصراع بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي والمتمثل في:

- ارساء قواعد جديدة في بناء المادة الاعلامية تستند الى فضاءات وشبكات معلوماتية تفتقد الى المصدر والمعالجة الفنية والعلمية للخبر والمعلومة خاصة، وكذا الى الصياغة المؤسسة على المهنية والاحتراف ومراعاة اخلاقيات واطر العمل الاعلامي واساسياته المعرفية¹.

- زعزعة الاعلام المركزي، حيث كشف الكثير من عيوبه وأرغمه على محاولة التغيير في أساليبه ومحاولة جذب الجمهور المتوجه الى الاعلام الجديد².

ان الاعلام الرقمي أو الجديد شكل منافسة كبيرة للإعلام التقليدي نظرا لما يمتاز به من خصائص فهو اعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة، بالإضافة الى خاصية التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد، وأما الخاصية الثانية فهي تحوّل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد، وأما الخاصية الثالثة فهي أنه إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه، وأما الخاصية الرابعة فهي اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها. وأما الخاصية الأخيرة فهي

1 رحيمة الطيب عيساني، الصراع والتكامل بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي، الباحث الاعلامي، الامارات، العدد 20، 2013، ص 55.

2 المرجع نفسه، ص 57.

سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.¹

فالإعلام الجديد ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام التقليدي، إذ أسهم كونه قائماً على لامركزية المعلومات، وانتشاره بين الناس في إحداث تغير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية، وزاد من حرية التعبير لدى الافراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث، أو من خلال الرأي في إدلائهم للتعليقات حول ما يروونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم، ومقارنته لهموم الناس وتطلعاتهم.

ان انتشار المضمون المختصر المقدم من خلال " التدوين المصغر: تويتر أو فيسبوك ويوتيوب دفع القائمين على الاتصال في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي ترغب في دخول سباق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور، ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها، لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظرا لتغير طبيعة الجمهور.

وفي المجمل فقد أسهم الإعلام الجديد في صنع كثير من التغيرات للإعلام التقليدي التي كانت نتاجا وافرزا للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية، ومنها على سبيل المثال: تفتت الجماهير بين الوسائل، فتنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف الذكي من جهة أخرى، وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور نتيجة لتفتته، الأمر الذي دعا كثيرا من المؤسسات الإعلامية الى الانتشار والتواجد من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، فصارت الصحيفة الورقية - مثلاً

1 قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني، السعودية، جامعة الامير نايف العربية للعلوم الامنية، 2012، ص 12.

-توجد ورقياً وإلكترونياً بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقرائها ومتابعيها عبر الشبكات الاجتماعية وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة، من خلال عرض كثير من التفاصيل بالصورة والفيديو وتوجد أيضاً عن طريق رسائل الهاتف وما إلى ذلك، وهي إحدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي - جمهور المستخدمين - عبر إدراك خصائصهم وخريطة الاتصال الخاصة بهم والمفضلة لديهم.¹

رابعاً - مستقبل وسائل الإعلام

ان النظرة المستقبلية لوسائل الاعلام لا بد ان تضع في اعتبارها عددا من المتغيرات أهمها²:
أولاً: الثورة الإلكترونية في مجالي الاتصالات والمعلومات، حيث حدث تطور مؤهل يتضاءل امامه كل ما تحقق من تطور خلال العصور الماضية، وقد تجسد هذا التطور في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال، والمظهر البارز لانفجار المعلومات تمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما انتجه الفكر البشري في اقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن، اما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام اقمار الاتصال الصناعية وبذلك أمكن لملايين الانباء والبيانات والآراء والافكار والرموز والصور ان تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة، وبالصوت والصورة وبذلك انفتحت أمام الاتصال الدولي آفاق لا حدود لها.

ثانياً: التغير الذي حدث في النظام الاعلامي الدولي عقب انهيار الاتحاد السوفياتي والكتلة الشرقية في بداية التسعينات حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي الذي كان يقوم على سيطرة النظامين الاعلاميين:

1 قينان عبد الله الغامدي، نفس المرجع السابق، ص 13.

2 منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، الاسكندرية، جامعة الاسكندرية، 2002، ص 194 - 195.

الليبرالي الغربي، والاشتراكي الشرقي، الى الطابع الاحادي الذي يقوم على سيطرة نظام اعلامي واحد وهو النظام الاعلامي الغربي الليبرالي، وهيمنة قطب واحد وهو الولايات المتحدة الامريكية على ذلك النظام.

ثالثا: الاستثمار الهائل في مجال الاعلام والذي اصبح يحقق ارباحا طائلة وخضوع العمل الاعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المواد الاعلامية الاستهلاكية.

نتناول في هذا المحور وظائف الاعلام في المجتمع وفقا لبعض التصورات الغربية، ودور الاعلام في المجال السياسي، كما سنتناول الجانب الاخلاقي لوسائل الاعلام باختصار.

أولاً- التصورات الغربية لوظائف الإعلام في المجتمع

من أبرز وظائف الاعلام في المجتمع ما يلي¹:

- تزويد الجمهور بالأخبار.
- تفسير هذه الاخبار للجمهور متى كانت هناك حاجة الى هذا التفسير.
- التسلية وامتناع الجمهور بكل الطرق الممكنة.
- التوجيه والارشاد والتنقيف.
- التسويق والاعلان عن الحاجيات التي يحتاج اليها الجمهور او المرافق التي ينتفع بها.
- وللاتصال أبعاد اجتماعية وثقافية وتعليمية وتنموية عدة، فمنها تنبثق وظائفه التي يمكن حصرها في النقاط التالية:

- **الوظيفة التعليمية المعرفية:** وتتعلق بنقل المعلومات والخبرات والأفكار إلى الآخرين، بهدف تنويرهم ورفع مستوياتهم العلمية والمعرفية والفكرية، وتكييف مواقفهم إزاء الأحداث والظروف الاجتماعية وتحقيق تجاوبهم مع الاتجاهات الجديدة، وإكسابهم المهارات المطلوبة التي تساعدهم في حياتهم الشخصية والوظيفية.

- **الوظيفة الإقناعية:** والعرض منها مساعدة النظام الاجتماعي والسياسي في تحقيق الاتفاق أو الإجماع بين أفراد المجتمع وفئاته المختلفة عن طريق الإقناع وضمان قيام كل فرد بالدور المطلوب منه تجاه المجتمع ومؤسساته المختلفة والمقصود من كل ذلك إحداث التحولات أو التغييرات المطلوبة من وجهات نظر المجتمع حول حدث معين أو فكرة معينة تساعد النظام الاجتماعي أو السياسي أو تثبيت وجهات نظر وأفكار قائمة والتأكيد عليها.

1 عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 1963، ص 21.

- **الوظيفة الترفيهية:** يلعب الاتصال دورا في الترويج عن أفراد المجتمع وتخفيف أعباء الحياة اليومية ومتاعبها عنهم، وذلك من خلال البرامج الترفيهية التي من شأنها الترويج عن نفوس الناس من خلال برامج فنية متعددة وجذابة تستهوي جمهور المستقبلين (عبر وسائل الاتصال الجماهيري خاصة).

- **الوظيفة الثقافية:** وتتمثل في نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل آخر، ومن فرد إلى آخر، ومن مجتمع إلى مجتمع آخر. ومن أهم التصورات الغربية لوظائف وسائل الإعلام:

1- تصور هارولد لازويل

يعد هارولد لازويل أول من لفت الاهتمام إلى الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في المجتمع وقد حدد لازويل ثلاثة وظائف لوسائل الإعلام تؤديها بصورة ضرورية في أي مجتمع وهي:

- مراقبة البيئة

وتعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء في خارج المجتمع أو داخله، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات، ويعتبر المراسل الخارجي التابع لوسيلة الإعلام مراقبا مهما لما يقوم به الدبلوماسيون والخبراء بشأن البيئة الخارجية، في حين يعمل المندوب وقائد الرأي على مراقبة البيئة الداخلية.

- ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة

إيجاد الترابط بين أجزاء المجتمع أو ردود أفعال المجتمع تجاه البيئة المحيطة، يؤدي إلى تطور الرأي العام، فمن خلال الاتصال يتم تكوين الرأي العام وبدون الرأي العام لن تستطيع الحكومة أن تقوم بدورها، فلا بد أن يوجد نوع من الترابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية، وفي المجتمع يتم توحيد الرأي العام من خلال تسليط الضوء على القضايا التي

تهم المجتمع، ويرى "لازويل" إن خير من يقوم بهذه الوظيفة هم المحررون والصحفيون، والمتحدثون في وسائل الإعلام.

- نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال

كان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون التراث الثقافي الاجتماعي عبر الأجيال وأصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور أكبر في هذا المجال مثل الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون والسينما والكتب والعديد من وسائل الإعلام التي تقدم اطر مشتركة مرجعية للمجتمع، وتعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية، ويرى لازويل أن المجتمعات البدائية لم تكن في حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام بسبب العيش في نطاق العائلات أو القرى المنعزلة حيث يحدث التفاعل المباشر بين كل أفراد المجتمع، ولكن مع تطور المجتمعات وحدوث التمدن والوفرة بدا يحدث نوع من الانعزال والتناثر، وأصبح دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي وظيفة أساسية¹

وقد تفتن "لازويل" إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تصبح غير وظيفية، أي تحدث آثارا ضارة للمجتمع، حيث أن تطور المعارف المشتركة والتوافق بين أفراد المجتمع، يمكن أن يعوق التحرك الطبقي أو يؤدي إلى ظهور الحكومة التي تخيف الناس، وتحجب المعلومات، والأسوأ من ذلك وان تستخدم وسائل الإعلام لتضليل الناس، وفي مثل هذه الحالات يصعب وجود الحكومة الديمقراطية لعدم تطوير الرأي العام، ولافتقار التقاهم المطلوب في المجتمع، كذلك فإن إحداث التنوير المتكافئ سيكون مستحيلا إذا كان بعض الناس لا يجيدون استخدام وسائل الإعلام بكفاءة، فالخلل الوظيفي يمكن أن يحدث نتيجة عدم قدرة وسائل الإعلام على إرسال المعلومات بكفاءة، أو عدم استقبال هذه المعلومات من جانب الجمهور بمهارة.

1 حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرية المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص 72.

وأضاف الباحث "تشارلسن رايت" وظيفة رابعة لوسائل الإعلام في خدمة المجتمع وهي وظيفة الترفيه.

2- مفهوم "لازار سفيلد" وميرتون للوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام

حدد علماء الاتصال بول لازرسفيلد "وروبرت ميرتون" ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع هي:

- التشاور وتبادل الآراء:

في أي مجتمع لا بد من توافر وسائل للتشاور وتبادل الآراء والأفكار والقضايا، وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة في المجتمع.

- تدعيم المعايير الاجتماعية:

تساعد وسائل الإعلام في إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير، فهناك غالباً فجوة بين الأخلاقيات العامة في المجتمع، والسلوك الخاص لبعض الأفراد، فجوة بين ما نقول أننا نؤمن به، وما نفعله في الواقع، هذه الانحرافات يمكن التسامح معها معظم الوقت ما لم يتم فضحها، فالنشر يسبب التوتر، والتوتر يؤدي إلى التغيير وبالتالي لا بد من الحفاظ على المعايير والقيم الاجتماعية.

- التخدير أو الخلل الوظيفي:

أدرك لازرسفيلد وميرتون كما سبق إن أدرك لازويل أن وسائل الإعلام يمكن أن تسبب خللاً وظيفياً، أي تحدث آثاراً غير مرغوب فيها للمجتمع، ولكنها أكدوا على نوع مختلف من الخلل الوظيفي وهو ما أسماه "التخدير" ويحدث ذلك من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور، حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية، ويؤدي ذلك إلى الحيلولة دون أن تصبح نشاطات

البشر ذات مشاركة فعالة نشيطة، وبالتالي توجد اللامبالاة لان وسائل الإعلام تغمر الناس بالمعلومات وبدلا من أن توظف الجمهور فإنها تؤدي في النهاية إلى تخدير الجمهور.¹

3- مفهوم ولبشرام للوظائف المجتمعة لوسائل الإعلام:

قدم ولبشرام ثلاث وظائف عامة يرى أنها ضرورية للاتصال الجماهيري وخاصة في مجال التنمية الشاملة وهي:

- **وظيفة المراقب:** وذلك لاكتشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار والفرص التي تواجه المجتمع.

- **الوظيفة السياسية:** وتتم من خلال المعلومات التي تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، والقرارات القيادية وإصدار التشريعات.

- **التنشئة:** وذلك من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات أو لمعتقدات التي يقدرها المجتمع.

4- مفهوم ليزلي مولر للوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام:

يرى ليزلي مولر وجود تسع وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع وهي²:

- وظيفة الأخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة.

- الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه، وما يفعلونه.

- الترفيه وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغوط والمشكلات.

- التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الجماعية.

- التسويق، وهدفه ترويج السلع والخدمات.

1 حسن عماد مكاوي، نفس المرجع السابق، ص 73.

2 المرجع نفسه، ص 74.

- قيادة التعبير الاجتماعي في المجتمع.
- خلق المثل الاجتماعي، وذلك بتقديم النموذج الايجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون.
- الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه.
- التعليم.

ويرى صمويل بيكر أن الكثير مما وصفه "لازويل" و"لازسفيلد" و"ميرتون" وغيرهم بشأن وظائف وسائل الإعلام المجتمعية يمكن اعتباره عنوانا فرعيا من الفئة العامة وهي خدمة النظام السياسي.

فوسائل الإعلام تخدم النظام السياسي بطرق كثيرة ومختلفة، بعضها مباشر وبعضها غير مباشر، ففي المجتمعات الكبيرة والمركبة مثل المجتمع الأمريكي لا يستطيع القادة الاتصال بالناس بدون استخدام وسائل الإعلام، كذلك لا يستطيع المرشح السياسي الحصول على أكبر عدد من الأصوات الانتخابية بدون استخدام وسائل الإعلام.

كذلك فإن المواطن العادي لن يستطيع التعرف على القرارات الحكومية، والقادة والأوضاع السياسية والاقتصادية الداخلية والخارجية بدون استخدام وسائل الإعلام، ذلك أن وسائل الإعلام تعتبر حيوية في نشر المعلومات الجديدة من الحكومة إلى المواطنين.

كذلك يستخدم القادة وسائل الإعلام في مخاطبة الحكومات والشعوب الأخرى، ولعل حرب الخليج الثانية (1990) تعبر عن ذلك بوضوح، حيث تم تبادل الرسائل السياسية بين الرئيس الأمريكي والرئيس العراقي عبر وسائل الإعلام الدولية.

ويرصد صمويل بيكر دور وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي من خلال أربعة وظائف أساسية هي:

- تسهيل التماسك الاجتماعي من خلال تقديم المعرفة المشتركة والتقليل من فرص الصراع داخل المجتمع.

- تفسير المجتمع لنفسه والذي يتحقق عن طريق دراسة المواقف الشعبية، والمسلسلات والقصص والأغاني والأفلام السينما التي أصبحت تعبر عن الوعي الشعبي لأنها تعكس قيم المجتمع ومعتقداته.
- خدمة النظام الاقتصادي، والذي تقوم بها وسائل الإعلام من خلال ترسيخ الأوضاع الاقتصادية القائمة والترويج لها والسعي لإثبات فعاليتها.
- دمج السكان الجدد في المجتمع.

ثانيا - السياسة والإعلام.

تتعاظم أهمية الاتصال وتبرز في مساندة ودعم النظم السياسية وزيادة فعاليتها وكفاءتها، حيث يعتبر النظام السياسي مجموعة التفاعلات وتلك الشبكة المعقدة من العلاقات والروابط السياسية وعن أهمية الاتصال فهو يؤدي من خلال وسائله، ومن خلال عمليات الاعلام دور هام في عمليات التنشئة السياسية والثقافة السياسية والتي تؤثر في ممارسة حرية الرأي وحرية التعبير والوعي السياسي، كذلك تتيح نظم الاتصال تحقيق وظيفة التعبير عن المصالح وهي العملية التي يضع الافراد والجماعات عن طريقها احتياجاتهم أمام صانعي القرار، ويعتبر الاتصال أحد القنوات المؤسسة الرسمية للتعبير عن المصالح ويمكن من خلاله ان تجد المشاكل السياسية وقضايا الساعة دائرة استماع أوسع، كما يساعد نظام الاتصال المصالح الباطنة او المستترة على الظهور في دائرة اهتمام صانعي القرار، ويحقق وظيفة تجميع المصالح وطرح البدائل المختلفة أمام صانعي القرار وابرازها وبلورتها، كما يسهم في تدفق المعلومات من النخبة السياسية الى الجماهير، ونقل مشاكل وطموحات وتصورات الجماهير الى النخبة فتكتمل دائرة المعلومات السياسية التي تؤثر في كفاءة النظام

السياسي وفعاليته، فضلا عن الاعلام الخارجي الذي يرتبط ارتباطا عضويا بالجهود السياسية والدبلوماسية¹.

يعد تطور وسائل الاتصال الجماهيري جزءا من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرهما الاعلام.

ان المعلومات المهمة عن الاحداث التي تقع في أي مكان من العالم، تبتث في كل مكان في دقائق قليلة، وبذلك أصبحت أجزاء واسعة من هذا العالم بمثابة مثلث واحد، تحركه الاحداث ذاتها وتدفعه الميول ذاتها.

ويرى (الموند) ان وسائل الاعلام بدأت تؤدي دورا مهما في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة الى الامم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن الاحداث السياسية في العالم فإنها تنقل -سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة- القيم الاساسية التي يقرها المجتمع الحديث (الغربي)، اذ انها تنقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة، كما ان الاحداث التي يتم وصفها مع هذه الشعارات يكون لها لون عاطفي محدد، وهو ما جعل من وسائل الاعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية².

وتعد وسائل الاتصال الجماهيري من أفضل الادوات وأكثرها خطورة في ربط الصلة بين الحاكم والمحكوم، على وفق السياسة الاعلامية لهذه الوسائل التي تخضع عن وعي أو غير وعي، لتمثل تعكسه الممارسة السياسية، اذ تترك بنية النظام السياسي بصماتها واضحة على تحديد مضمون الخطاب الاتصالي، وهنا تظهر احدى أشكال تدخلات السلطة في الاعلام. ان وسائل الاعلام استخدمت في الحياة السياسية لأغراض منها:

1 سلوى عثمان الصديقي وهناء حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية: رؤية نظرية وعملية وواقعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، ص 249-250.

2 جابرييل إيه الموند وجي وبنجهام باويل، السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر - نظرة عالمية، ترجمة: هشام عبد الله، عمان، الدار الأهلية للنشر والترجمة، 1999، ص 66 - 67.

- استخدمت وسائل الاعلام لبيان ما هو مهم وما هو غير مهم، والذي يستحق ان يكون ذو صلة سياسية بحياة المواطنين، وترتيب الاجندة السياسية لهم.

- أداة لتحريك الرأي العام، وقد مكنت تلك الوسائل من خلق رأي عام مساند واستغلال تأييد المنتفعين من قضية ما، ومخاطبة اهتمامات الفئات المعارضة بهدف كسب تأييدهم ودعمهم للقضية، عن طريق¹:

. التتويه، الذي يتحقق بتقديم المعلومات الملائمة لتحقيق الاهداف.

. التحفيز على التغيير، وخلق الطموحات الممكنة لدى الافراد المستهدفين.

. الدعوة للمشاركة، والمشاركة هنا هي المطلب الأساس في احداث التغيير.

- استخدمت مصدرا للمعلومات لأولئك الذين لديهم خطط وطموحات، اذ ان الاعلام يقوم بدور حيوي في جذب الشركاء وتكوين جمهور من الانصار والمساندين، وانشاء اتصالات وثيقة وآليات للتنسيق بين المنظمات والافراد.

ثالثا- الأخلاق والإعلام

أخلاقيات الاعلام هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الاعلاميين خلال قيامهم بتغطية الاحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الاعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وادارة المناقشة الحرة، مع التقليل الى أقصى حد من الاضرار التي يمكن ان تلحق بالجمهور أو الافراد أو المصادر، وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين².

1 منى الحديدي وسلوى إمام، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص 114.

2 محمد الصيرفي، الإعلام، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2009، ص 230.

باستقراء المواثيق الاخلاقية يتضح ان التصور الذي قدمته المسؤولية الاخلاقية لوسائل الاعلام نحو الافراد يتمثل أساسا في احترام حق الخصوصية من خلال¹:

- . عدم انتهاك حرمة الاماكن الخاصة او الملكية الخاصة.
- . عدم نشر معلومات عن حياة الانسان الخاصة بدون موافقته.
- . عدم استخدام اجهزة التصنت والتصوير الدقيقة.
- . عدم البحث في الاوراق الخاصة للشخص او وثائقه او ملفاته الالكترونية بدون موافقته.
- . عدم وضع الاشخاص تحت ضوء زائف.
- . التمييز بين المواطن العادي والشخص العام فيما يتصل بحق الخصوصية.
- . احترام الكرامة الانسانية للفرد.
- . عدم الاساءة الى شرف الانسان او سمعته.
- . تجنب السب والقذف.
- . تجنب ما يمكن ان يزيد من معاناة الاشخاص او آلامهم او يسبب ضررا ماديا او معنويا لهم.
- . احترام حق الافراد في الرد على ما ينشر عنهم.

1 محمد الصيرفي، نفس المرجع السابق، ص 231-282.

خلاصة:

هذه هي أبرز المحاور التي يمكن الإشارة إليها بنوع من الاختصار فيما يتعلق بمدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، ونترك بعض الامور المتعلقة بعلم الاعلام والاتصال يتناولها الطالب في السنة الثانية من مساره التعليمي في مقياس مدخل الى علوم الاعلام والاتصال بنوع من التوسع والشرح من الجانبين محاضرة وأعمال موجهة مثل نظريات الاعلام وتأثيرها.

1- المراجع باللغة العربية

أولاً- الكتب:

- 1- أبو زيد فاروق، فن الخبر الصحفي دراسة مقارنة بين الصحف في المجتمعات المتقدمة والنامية، بيروت، دار الشروق، 1981 .
- 2- أبو عرجة تيسير، الإعلام العربي: تحديات الحاضر والمستقبل، عمان- الاردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1996.
- 3- ابو عرجة تيسر، دراسات في الصحافة والإعلام، عملن- الاردن، دار مجدلاوي، 2000.
- 4- أبو عيشة فيصل محمد، الدعاية والإعلام، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2011.
- 5- أرنود دوفور، الانترنت، ترجمة: منى ملحيس ونيال ادلبي، الطبعة الاولى، بيروت، الدار العربية للعلوم، 1998.
- 6- الابيارى فتحي، صحافة المستقبل والتنظيم السياسي، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000.
- 7- البدراني فاضل محمد، الاخلاقيات والإعلام، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2012.
- 8- البكاء محمد ، الإعلام واللغة، سورية، دار نينوى، 2009.
- 9- البياتي ياسر خضير، الإعلام الدولي والعربي، العراق، مديرية دار الكتب للنشر، 1993.
- 10- الجمال راسم محمد، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1991.
- 11- الحديدي منى وامام سلوى ، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006.
- 12- الحسن عيسى محمود، وكالات الانباء: النشأة والتطور والاهداف، الاردن، دار زهران للنشر والتوزيع، 2010.
- 13- الدليمي عبد الرزاق، الإعلام المتخصص، الاردن- عمان، اليازوري، 2015.
- 14- الدليمي عبد الرزاق محمد، الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.
- 15- الديك اسكندر والاسعد محمد مصطفى، دور الاتصال والإعلام في التنمية الشاملة، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1993.
- 16- الساري فؤاد أحمد، وسائل الإعلام: النشأة والتطور، الاردن- عمان، دار اسامة، 2011.
- 17- الشامي حسن، وسائل الاتصال وتكنولوجيا العصر، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1992.

- 18- الصادق الراجح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، الامارات العربية، دار الكتاب الجامعي، 2004.
- 19- الصديقي سلوى عثمان وبدوي هناك حافظ، أبعاد العملية الاتصالية: رؤية نظرية وعملية وواقعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1999.
- 20- الصيرفي محمد، الاعلام، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2009.
- 21- الصيفي حسن نيازي، أخلاقيات الإعلان في الفضائيات العربية، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2011.
- 22- العامري محمد حسن، الإعلان وحماية المستهلك، العراق، العربي للنشر والتوزيع، العراق، 2007.
- 23- العبد الله مي، الاتصال والديمقراطية، بيروت- لبنان، دار النهضة العربية، 2005.
- 24- العطيبي جمال الدين، حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية، ط2، القاهرة، مطابع الاهرام، 1974.
- 25- الغامدي قينان عبد الله، التوافق والتآفر بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني، السعودية، جامعة الامير نايف العربية للعلوم الامنية، 2012.
- 26- الغنام عبد العزيز، مدخل في عالم الصحافة، لبنان، دار النجاح، 1972.
- 27- الغنام عبد العزيز، مدخل في علم الصحافة، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلوالمصرية، 1977.
- 28- الفيصل سمير روعي، مهارات الاتصال في اللغة العربية، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2004.
- 29- اللبان شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، 2001.
- 30- النمر محمد صبري فؤاد، أساليب الاتصال الاجتماعي، الاسكندرية، المكتب العلمي للكمبيوتر، 1996.
- 31- اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
- 32- امام إبراهيم، الإعلام والاتصال بال جماهير، القاهرة، دار المعارف، 1971.
- 33- امام ابراهيم، وكالات الانباء، القاهرة، دار النهضة العربية، 1972.
- 34- اميل يوفان، تاريخ الصحافة، ترجمة: محمد اسماعيل محمد، القاهرة، الدار المصرية للطباعة والنشر، (د.ت).
- 35- بدر احمد، الاتصال بال جماهير بين الاعلام والتطوع والتنمية، القاهرة، دار قباء، 1998.
- 36- بدر احمد، الاتصال بال جماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية، الكويت، وكالة المطبوعات، 1982.
- 37- بخيت السيد، الأنترنت وسيلة اتصال جديدة، العين، دار الكتاب الجامعي، 2004.

قائمة المراجع والمصادر

- 38- بخيت السيد، الصحافة والإنترنت، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2000.
- 39- بروخوف أ. ب، الصحافة الاشتراكية، ترجمة: أديب خضور، بيروت، دار ابن خلدون، 1986.
- 40- بومعيزة السعيد، التضليل الاعلامي وافول السلطة الرابعة، الجزائر، جامعة الجزائر، (د. ت).
- 41- توماس إل ماكفيل، الإعلام الدولي: النظريات- الاتجاهات- الملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبد الله الكندي، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2005.
- 42- توم فنتون، تدهور صناعة الأخبار، (د. ب)، (د. ن)، 2006.
- 43- جابر جاسم محمد الشيخ، الصحافة الالكترونية العربية: المعايير الفنية والمهنية، البحرين، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد، جامعة البحرين، 2009.
- 44- جابرييل إيه الموند وجي، وبنجهام باويل، السياسة المقارنة في وقتنا الحاضر- نظرة عالمية، ترجمة: هشام عبد الله، عمان، الدار الأهلية للنشر والترجمة، 1999.
- 45- جورودو اولبورت وليو بوستمان، سيكولوجية الاشاعة، ترجمة: مخيمر ورزق، مصر، دار المعارف، 1964.
- 46- جون ماكسويل هاملتون وجورج كريمسكي، صناعة الخبر في كواليس الصحف الامريكية، ترجمة: احمد محمود، القاهرة، دار الشروق، 2002.
- 47- حمزة عبد اللطيف، الإعلام والدعاية، ط2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1958.
- 48- حمزة عبد اللطيف، الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 2001.
- 49- خالد فاروق، الاعلام الدولي والعولمة الجديدة، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، (د. ت).
- 50- خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، القاهرة، دار الأمين، 2007.
- 51- خضور أديب، الإعلام المتخصص، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2002.
- 52- درويش عامر سليمان، نظرات في الاعلام، القاهرة، دار الهدى للطباعة، 1988.
- 53- دليو فضيل، الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 54- رشتي جيهان، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، 1978.
- 55- سليمان تقي الدين سليمان، تحولات المجتمع والسياسة والاعلام، بيروت، دار الحداثة للطبع والنشر والتوزيع، 2004.
- 56- شاهين بهاء، شبكة الإنترنت، مصر، كمبيوساينس، 1996.
- 57- شرف عبد العزيز، المدخل إلى وسائل الإعلام، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الكتاب المصري، 1980.

قائمة المراجع والمصادر

- 58- شطا حماد محمد، تطور وظيفة الدولة نظرية المرافق العامة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1984.
- 59- شمو علي محمد، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، جدة، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، 1998.
- 60- شيبية شدوان علي، مذكرة في تاريخ الاعلام، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- 61- صابات خليل، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط2، القاهرة، دار المعارف المصرية، 1987.
- 62- صابات خليل، تاريخ الطباعة في الشرق العربي، القاهرة، دار المعارف، ط3، 1966.
- 63- صابات خليل، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها، القاهرة، الانجلو المصرية، 1976.
- 64- صابات خليل، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها، ط2، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 1982.
- 65- صادق عباس مصطفى، الاعلام الجديد، الشروق، الاردن، (د.ت).
- 66- صادق عباس مصطفى، الاعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الاردن، الشروق، (د.ت).
- 67- صادق عباس مصطفى، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، الامارات، جامعة الشارقة، 2005.
- 68- صادق عباس مصطفى، صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، ط1، ابو ظبي، الظفرة للطباعة، 2003.
- 69- طنطاوي محمد، الصحافة وخطرها اليوم في حياة الامم، العربي، العدد 121، ديسمبر 1968.
- 70- عارف محمد، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية، الامارات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 1997.
- 71- عبد الحميد محمد، الاتصال في مجالات الابداع الفني الجماهيري، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
- 72- عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الأولى، القاهرة، عالم الكتب، 1997.
- 73- عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر العربي، 1965.
- 74- عبد الواجد أمين رضا، الصحافة الالكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- 75- عبد الواجد أمين رضا، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مملكة البحرين، جامعة المملكة، 2009.
- 76- عبده ابراهيم، دراسات في الصحافة الاوروبية تاريخ وفن، القاهرة، مطبعة جامعة فؤاد الاول، 1951.
- 77- عزت محمد فريد محمود، مدخل الى الصحافة، القاهرة، مكتبة أحمد فؤاد، 1993.

- 78- عوض حنفي، العلاقات العامة، الاتجاهات النظرية والمجالات التطبيقية، مصر، دار المعارف، 1983.
- 79- عيساني رحيمة الطيب، مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، الجزائر، عالم الكتب الحديث، 2008.
- 80- فهمي محمد سيد وبدوي هناء، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، الطباعة الحرة، 1995.
- 81- قنديلج عامر، الاتصالات، بغداد، الجامعة المستنصرية، 1988.
- 82- كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام: التطور- الخصائص- النظريات، عمان- الاردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011.
- 83- محمد الأمين موسى أحمد، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، الإمارات العربية المتحدة، كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، نوفمبر 2005.
- 84- محمد سلامة محمد، الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1991.
- 85- محمود منال طلعت، مدخل الى علم الاتصال، الاسكندرية، جامعة الاسكندرية، 2001.
- 86- معوض محمد، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2000.
- 87- مكاوي عماد حسن، الاتصال ونظرية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 88- ملفين ديفلير وساندرا روكيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1999.
- 89- نصر حسني محمد، الانترنت والإعلام: الصحافة الإلكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003.
- 90- هانز بيتر مارتن وهارولد شومان، فخ العولمة، ترجمة: عدنان عباس علي، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1998.
- ثانياً- المقالات والدوريات:**
- 1- البدراني فاضل محمد، المسؤولية الانسانية لوسائل الاعلام في الحروب، المجلة العربية للعلوم السياسية، بيروت، العدد 27، 2010.
- 2- أمان محمد، النشر الإلكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، (د.ب)، مج6، 1985.

قائمة المراجع والمصادر

- 3- إحدادن زهير، الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال، مجلة عالم الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
- 4- بومعيزة السعيد، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر، العدد 8 شتاء 1992.
- 5- سالم نادية حسن، التحليل العلمي للدعاية، مجلة العلوم الاجتماعية، الكويت، العدد 02، المجلد 12، 1984.
- 6- شرف عبد العزيز، الإعلام ولغة الحضارة، مجلة اللسان العربي، المغرب، العدد 01، المجلد 11، 1974.
- 7- عزي عبد الرحمان، الحق في الاعلام والاتصال وابستمولوجية حرية التفكير وحرية التعبير، جريدة المساء، الخميس 31 اكتوبر 1996.
- 8- عيساني رحيمة الطيب، الصراع والتكامل بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي، الباحث الاعلامي، الامارات، العدد 20، 2013.
- 9- عيسى بهاء، شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة أنترنت العالم العربي، (د.ب)، نوفمبر 1999.
- 10- غريب سعيد، الصحيفة الالكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الالكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، العدد 12، 2001.
- 11- فهمي نجوى عبد السلام، تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، العدد 4، ديسمبر 1998.

ثالثا- البحوث والدراسات العلمية:

- 1- العبد الله مي، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة: نموذج جريدة النهار، مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات، الامارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة، 2005.
- 2- شريف أسامة محمود، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، عمان، بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب، 2000.
- 3- غازي خالد محمد غازي، الصحافة الالكترونية العربية الالتزام والتجاوز في الخطاب والطرح، أطروحة دكتوراه (منشورة) لبنان، كلية الإعلام، الجامعة الأمريكية، 2009.

رابعا- المعاجم والقواميس:

- 1- الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، الأردن- عمان، دار أسامة المشرق العربي، 2010.

2- حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفجر، 2004 .

2- المراجع باللغات الأجنبية:

1- Boynton, R. S, NEW MEDIA May Be old media Savoir, Columbia Journalisme Review, 2000.

2- Francis Balle, Médias et Sociétés, 5° édition, Paris, Montchrestien, 1990.

3- Guy Durandin, l'information la désinformation et la réalité, Paris, Presses Universitaires de France, 1993.

4- International Encycloedia of the social Sciences U.S Macmillan and press Vol. 12. 1968.

5 - Oliver Boyd Barrett, The International News Agences, SAGA, London, 1980.

6 - P. Albert et al, Histoire de la Presse, 3° édition, Paris, PUF, 1979.

الفهرس

الصفحة	الموضوع
06	مقدمة
08	المحور الاول: مفاهيم متعلقة بالإعلام والاتصال
08	اولا- مفهوم الاعلام والاتصال
08	1- الاعلام
08	1-1- مفهوم الاعلام
10	1-2- المبادئ والاسس التي يقوم عليها الاعلام
11	1-3- خصائص الاعلام
11	2- الاتصال
11	2-1- مفهوم الاتصال
12	2-2- عناصر عملية الاتصال
19	2-3- انواع الاتصال وانماطه
25	2-4- نماذج العملية الاتصالية
27	3- الفرق بين الاتصال والاعلام
28	ثانيا- مفهوم الاعلام الجديد
28	1- مفهوم الاعلام الجديد New media
29	2- اقسام الاعلام الجديد
30	3- بعض المفاهيم والمصطلحات التي ظهرت في الواقع الإعلامي الجديد
32	المحور الثاني: المفاهيم المشابهة للإعلام
32	اولا- الاعلان
32	1- تعريفه
33	2- انواع الاعلان
34	3- الاعلام والاعلان
34	ثانيا- الدعاية
34	1- تعريفها
35	2- أنواعها
36	3- أساليب الدعاية
37	4- الدعاية والاعلام
38	ثالثا- الإشاعة

38	1- مفهومها
39	2- انواع الاشاعات
39	3- دور الاعلام في ترويج الشائعات
39	4- أهمية الاعلام في مكافحة الاشاعات
40	رابعا- التضليل الاعلامي
42	المحور الثالث: الوسائل المطبوعة
42	اولا- الكتاب
42	1- ظهور الكتابة
43	2- تعريف الكتاب
43	3- ظهور الكتاب
45	ثانيا- الصحيفة
45	1- الظروف التاريخية لظهور الصحافة في الغرب
45	1-1- ظهور الطباعة
47	1-2- الأشكال الأولى للصحيفة الدورية
48	1-3- عوامل ازدهار الصحافة
48	1-4- تطور الفكر والحريات (القرن الثامن عشر)
50	1-5- الصحافة في القرن الثامن عشر
51	1-6- ظهور صحافة الرأي في أوروبا
51	1-7- الثورة الفرنسية وتأثيراتها على نمو الصحافة
53	1-8- تاريخ الصحافة المكتوبة في البلدان الغربية (أوروبا وأمريكا)
54	2- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة (القرن التاسع عشر)
55	2-1- الصحف الدورية
56	2-2- ظهور وتطور وكالات الأنباء
57	2-2-1- تعريف بأهم وكالات الأنباء العالمية
60	2-2-2- أهمية وكالات الأنباء كمصادر للأخبار
62	2-2-3- أنواع وكالات الانباء
62	2-3- التصنيع الصحفي
64	2-4- التوزيع الواسع للصحافة
65	2-5- ظاهرة الإعلام كخدمة عامة
66	2-6- النفوذ الصحفي (السلطة الرابعة)

67	2-7- الصحافة والسلطة السياسية في الغرب
75	2-8- تكوين وتطور المهنة الصحفية
78	3- ظهور الصحافة في الوطن العربي
81	المحور الرابع: الوسائل المسموعة المرئية
81	اولا- المسرح
81	1- تاريخ المسرح ومراحل تطوره
81	1-1- المسرح الفرعوني
82	1-2- المسرح الاغريقي
83	1-3- المسرح الحديث
83	2- أهم أشكال المسرح المعاصر
84	3- ولادة المسرح العربي
87	ثانيا- السينما
87	1- تاريخ السينما وتطورها
88	2- خصائص السينما
88	3- مولد السينما العربية
89	ثالثا- الاذاعة
90	1- تاريخ الاذاعة
91	2- أهمية الاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية
92	3- الاذاعة في الوطن العربي
92	رابعا- التلفزيون
93	1- تاريخ ظهور التلفزيون
94	2- الخصائص المميزة للتلفزيون
97	3- ظهور التلفزيون في الوطن العربي
98	المحور الخامس: الوسائل الالكترونية والحديثة
98	اولا- الاقمار الصناعية
98	1- ظهور الاقمار الصناعية
99	2- أنواع الاقمار الصناعية
99	3- استخدامات الاقمار الصناعية
102	ثانيا- الانترنت
102	1- نشأتها وتطورها

الفهرس

103	2- ظهور شبكة الواب
105	3- التطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب
120	ثالثا- المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي
123	رابعا- مستقبل وسائل الإعلام
125	المحور السادس: وظائف الاعلام في المجتمع
125	اولا- التصورات الغربية لوظائف الإعلام في المجتمع
131	ثانيا- السياسة والإعلام
133	ثالثا- الأخلاق والإعلام
135	خاتمة
136	قائمة المراجع والمصادر
143	الفهرس