

جامعة العربي التبسي – تبسة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
ميدان التكوين: العلوم الإنسانية والاجتماعية

مطبوعة بيداغوجية

# مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال

موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس إعلام واتصال

من إعداد الدكتور

منير طبي

السنة الجامعية

2021/2020



جامعة العربي التبسي – تبسة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
ميدان التكوين: العلوم الإنسانية والاجتماعية

مطبوعة بيداغوجية

# مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال

موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس إعلام واتصال

من إعداد الدكتور

منير طبي

السنة الجامعية

2021/2020

## تقديم

هذه المطبوعة موجهة إلى طلبة السنة الثانية إعلام واتصال، حيث قدمنا من خلالها حيثيات مادة مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، كمادة من أهم مواد الوحدة الأساسية المبرمجة في السداسي الثالث والسداسي الرابع (مادة سنوية).

### الأهداف:

تقدم هذه المادة مجموعة من المعارف المتعلقة بعلوم الإعلام والاتصال، وبمختلف أنواعها وأشكالها، واكتساب معارف نظرية وتطبيقية حول مفاهيم عامة ومداخل نظرية خاصة بهذه المادة، إلى جانب التعريف بتاريخ وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة)، نشأتها وتطورها في العالم.

### المتطلبات:

أن يكون الطالب على اطلاع عام بأوليات علوم الإعلام والاتصال، مجالات دراستها وتخصصاتها.

### الوسائل:

- مدرج مجهز.
- قاعات تدريس.

## الفهرس

رقم الصفحة	المحتوى	الترقيم
6	مقدمة	-
	<b>الفصل الأول</b>	-
8	مفاهيم عامة	1
10	مفاهيم مشابهة	2
11	عناصر العملية الاتصالية	3
16	عوامل نجاح العملية الاتصالية	4
18	معوقات العملية الاتصالية	5
19	أنواع الاتصال	6
21	نماذج الاتصال	7
24	وظائف الإعلام والاتصال	8
25	مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم وفي الجزائر	9
-	<b>الفصل الثاني</b>	-
28	الصحافة المكتوبة	1
33	الإذاعة	2
38	وكالات الأنباء	3
40	السينما	4
44	التلفزيون	5
48	الأقمار الصناعية	6
51	شبكة الأنترنت	7
56	الإعلام الجديد	8
61	الصحافة الإلكترونية	9
70	المدونات الإلكترونية	10
74	مواقع الفيديو الإلكترونية	11
76	مواقع التواصل الاجتماعي	12
79	النظام الإعلامي وعلاقته بالسلطة السياسية في العالم	13
84	الهوامش	-
91	خاتمة	-
92	قائمة المراجع	-

## مقدمة

يعيش العالم الآن نمواً وازدهاراً عظيمين في مجال الإعلام والاتصال بكل أشكاله، السمعية والبصرية والمكتوبة وحتى الإلكترونية، وأصبح لكل وسيلة إعلامية جمهورها الخاص، ولكن للإحاطة بهذا المجال وجب التعرف على أهم المفاهيم والمبادئ والعناصر والأشكال والوسائل الخاصة بمختلف علوم الإعلام والاتصال.

وفي هذه المطبوعة حاولنا الإحاطة بكل جوانب مادة مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال من خلال فصلين اثنين، خصصنا الفصل الأول للمفاهيم العامة في علوم الإعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة، إلى جانب شرح عناصر العملية الاتصالية وعوامل نجاحها ومعوقاتهما، إضافة إلى أنواع الاتصال ونماذجها، ووظائف الإعلام والاتصال، وأخيراً مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم وفي الجزائر.

وفي الفصل الثاني الذي خصصناه أولاً لوسائل الإعلام التقليدية، متمثلة في الصحافة المكتوبة والإذاعة ووكالات الأنباء والسينما والتلفزيون والأقمار الصناعية، وثانياً وسائل الإعلام الحديثة متمثلة في شبكة الأنترنت والإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية والمدونات الإلكترونية ومواقع الفيديو الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً النظام الإعلامي وعلاقته بالسلطة السياسية في العالم (المفهوم والأنواع).

# الفصل الأول

## 1- مفاهيم عامة

### مفهوم الاتصال والإعلام والفرق بينهما:

يطلق على العصر الحالي الكثير من المسميات منها عصر الاتصال، وأصبح العالم الآن يعيش ثورة حقيقية في مجال الاتصالات، مهدت لها الثورة التكنولوجية التي تبلورت معالمها واتضحت في منتصف القرن العشرين، ويمثل الاتصال لب العلاقات الاجتماعية، وبقدر نجاح الفرد في الاتصال مع الآخرين بقدر نجاحه في الحياة، حيث ينعكس ذلك على صحته النفسية والاجتماعية، وبقدر نجاح الأمم في تواصلها مع ماضيها بتراثه وثقافته وفي الاتصال مع الأمم الأخرى، بقدر نجاحها في البقاء والاستمرارية والتطور، فالاتصال عملية أساسية لأن المجتمع يقوم على مقدرة الإنسان على نقل نواياه ومشاعره ومعلوماته وخبراته من فرد إلى فرد، والاتصال هام لأن المقدرة على الاتصال مع الآخرين تزيد من فرص الفرد في البقاء، في حين أن عدم القدرة على الاتصال تعتبر نقصا خطيرا في التفكير أو في المشاعر.<sup>1</sup>

يعرف الاتصال بأنه العملية التي بها يتفاعل المرسلون والمستقبلون للرسائل في سياقات اجتماعية معينة، فهو أن تستمع إلى غيرك وتفهمه، وذلك لكي يفهمك بشكل أفضل، فهو عملية تبادل بين طرفين ولكل طرف شيء ما يقدمه للآخر، وكلمة اتصال وفقا لـ"جورج لندبيرج" تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.<sup>2</sup>

ويعرف الاتصال كذلك على أنه عملية إنشاء المعاني ومشاركة الآخرين فيها من خلال استخدام الرموز، ويحدث الاتصال عندما يقوم الشخص بإرسال أو استقبال المعلومات والأفكار والمشاعر مع الآخرين، وهذا الأمر لا يشمل اللغة المنطوقة أو المكتوبة فحسب، ولكنه يشمل كذلك لغة الجسد، وأسلوب الشخص في طريقة تعبيره للآخرين.<sup>3</sup> ويقوم الاتصال Communication على عملية تناقل المعاني، وتستخدم الكلمة بصيغة المفرد للإشارة إلى عملية يتم عن طريقها نقل معنى، وأما صيغة الجمع فتشير إلى الرسائل نفسها أو مؤسسات الاتصال، وهي عملية تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس، داخل نسق اجتماعي معين، ويتم تبادل المفاهيم بين الأفراد باستخدام نظام من الرموز بقصد المشاركة.<sup>4</sup> وعرف عالم الاتصال "ولبر شرام" عام 1977 الاتصال: بأنه المشاركة في المعرفة عن طريق استخدام رموز تحمل دلالات، وعرفته "جيهان رشتي" أستاذة الاتصال والإعلام في كلية الإعلام في جامعة القاهرة عام 1975، بأنها العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة\_ كائنات حية



أو بشرا أو آلات\_ في مضامين اجتماعية معينة، حيث يتم خلال هذا التفاعل نقل أفكار ومعلومات ومنهات عن قضية معينة أو معنى مجرد أو دافع معين.<sup>5</sup>

ومن هنا يمكن القول إن الاتصال نتاج التفاعل بين الأفراد والمجتمعات، وبناء على ذلك فهو يشير إلى العلاقة بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم والنوع والنشاط السائد فيه، بمعنى أن الاتصال قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو بين جماعتين فأكثر... الخ.<sup>6</sup> فيم ذكر "إبراهيم إمام" أن مصطلح الإعلام يفيد النقل الموضوعي للمعلومات وبصورة صحيحة، بغية التأثير الواعي على الفرد، حتى تتاح له فرصة تكوين رأي حر مستقل تجاه الواقع له في شكل حقائق، من أجل أن يتم التفاهم والمشاركة بين المرسل وبين المرسل إليه على أساس الثقة المتبادلة، ويقول "فرنان تيرو" أن الإعلام هو نشر الوقائع في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات، وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور، ويجمع التعريف بين ثلاثة أمور هي الخبر والوسيلة والبناء أو الصيغة.<sup>7</sup>

ويتضح مما سبق أن الإعلام information يختلف عن الاتصال أو التواصل communication، فإذا كان الإعلام يتمثل في نقل الأخبار والمعلومات المختلفة من المرسل إلى المرسل إليه، ولا يكون هنا انتظار لرد فعل مباشر، لأن الاتصال يتجاوز الوظيفة النقلية الإخبارية إلى الوظيفة التفاعلية بين المتخاطبين، وينحصر الإعلام في الاتصال الجماهيري الذي يتم التركيز فيه على المعادلة الإعلامية، التي تعالج قضايا المتلقي الذي هو الجمهور، إذ الإعلام هو بث مادة معينة له.<sup>8</sup> فمفهوم الاتصال أوسع وأشمل من مفهوم الإعلام، ويقع الإعلام في إطار دائرة الاتصال، فللاتصال أشكال كثيرة يأتي الإعلام كشكل من تلك الأشكال، وإن كان أكثرها أهمية وتطوراً.<sup>9</sup> إذن فالإعلام إذن هو جزء من الاتصال ومصطلح الاتصال أشمل من الإعلام، وسيظهر الفرق أكثر بين المصطلحين بشكل أوضح عند التطرق لعنصري عناصر العملية الاتصالية ونماذج الاتصال.

## 2- المفاهيم المشابهة

### ■ الدعاية

تختلف الدعاية عن الإعلام من عدة أوجه، إلا أنهما يتفقان في كونهما نشاطا اتصاليا وإن اختلفت أهدافهما ومسلكهما، وقد اجتهد عديد الباحثين في وضع تعريفات مختلفة للدعاية، منها أن الدعاية هي الجمهور الاتصالية المقصودة والمدبرة التي يقوم بها القائم بالاتصال، مستهدفا نقل معلومات ونشر أفكار واتجاهات معينة، تم إعدادها وصياغتها من حيث المضمون والشكل وطريقة العرض، بأسلوب يؤدي إلى إحداث تأثير مقصود ومحسوب ومستهدف على معلومات فئة معينة من الجمهور، وآرائهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم وسلوكهم، وذلك كله بغرض السيطرة على الرأي العام والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير، بما يخدم أهداف القائم بالاتصال، ودون أن ينتبه الجمهور إلى الأسباب التي دفعته إلى تبني هذه الأفكار، واعتناق هذه الآراء والاتجاهات والمعتقدات، ودون أن يبحث عن الجوانب المنطقية لها.<sup>10</sup>

### ■ الإشاعة

الإشاعة هي رواية تتناقل عن طريق الاتصال الشخصي، دون وجود مصدر يؤكد صحتها، إذ إنها اختلاق لقضية أو خبر ليس له أساس في الواقع، وقد يعبر عن هذا الخبر بالكلمة أو الرسم الكاريكاتوري أو النكتة، وتظهر الشائعات وتنتشر في الأوقات التي تزداد فيها رغبات الجماهير واهتماماتهم، كما أن الإشاعة هي معلومات أو أخبار شفوية أو كتابية غير مؤكدة المصدر، وتظهر الإشاعة لتفسر موقف يكتنفه الغموض نتيجة لغياب الأخبار الدقيقة والموضوعية والشاملة، ويدور موضوع الإشاعة حول شخص أو فكرة أو شيء ما، ويعتمد مدى انتشار الإشاعة على أهمية موضوعها في حياة الناس ووجود وضع غامض يحتاج إلى تفسير.<sup>11</sup>

### ■ الإعلان

الإعلان هو عملية اتصال غير شخصي للمعلومات الخاصة بالسلع والخدمات بقصد الاقناع بها، من خلال رسائل يتم بثها من خلال قنوات ووسائل الإعلان المتنوعة، وذلك في مقابل يدفعه معلن معروف، والإعلان يجب أن يكون خبرة ممتعة يجدد النشاط بمشاهدته ويمتدح بالسماع إليه، ويجب أن يعكس الجودة بأن يكون ذا مستوى جودة عال.<sup>12</sup> كما عرف "أوكسيفلد" الإعلان بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من البائع إلى المشتري على أساس غير شخصي، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة، ولكن التعريف الأكثر اتفاقا بين المختصين في هذا

المجال هو ما جاءت به جمعية التسويق الأمريكية: الإعلان وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.<sup>13</sup>

### ■ العلاقات العامة

يعرف كل من Center & Cutlip في كتابهما Effective Relations Public العلاقات العامة بأنها العلاقة مع الجمهور العام، من خلال استخدام وسائل الإعلام والإشهار لاطلاعهم بأعمالها وأنشطتها، وهي التأقلم مع البيئة المحيطة وترجمة الأعمال للمجتمع، فهي وظيفة إدارية متميزة تستفيد منها المؤسسة في إيجاد التفاهم والتكيف بينها وبين جماهيرها الداخلية والخارجية، يستخدم فيها وسائل وأدوات الإعلام استخداما علميا، بهدف تحقيق الفائدة المشتركة للمؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي، وتعتمد على قاعدة أساسية في ممارستها هي الاهتمام أولا بالجمهور الداخلي وثانيا بالجمهور الخارجي، فالعلاقات العامة تبدأ من داخل المنظمة ونجاحها في الخارج هو نتاج نجاحها في الداخل، وعرفت جمعية العلاقات العامة الفرنسية نشاط العلاقات العامة بأنه: صورة من السلوك وأسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة، والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادلين بين المؤسسة وجمهورها التآثر بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة.<sup>14</sup>

### 3- عناصر عملية الاتصال

تتكون العملية الاتصالية من خمسة عناصر أساسية هي:<sup>15</sup>

#### ● المرسل (المصدر)

وهو القائم بالاتصال، وقد يكون فردا كما في الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي، كما قد يكون أكثر من فرد في الاتصال عام والاتصال الجماهيري، والمرسل هو أول أطراف العملية الاتصالية وهو صاحب الفكرة، يقوم بوضع أفكاره في رموز معينة (كود)، ولا بد أن تكون الفكرة واضحة في ذهنه أولا، وأن يحسن التعبير عن هذه الفكرة، وأن يختار أفضل الرموز لتوصيلها، وأن يراعي طبيعة الوسيلة التي سيستخدمها، وأهم من هذا كله مراعاة ظروف وخبرات المستقبل، وأن يضع نفسه مكان الآخرين حتى يتفهم مشاعرهم واتجاهاتهم، وبناء عليه يستطيع أن يضع فكرته بطريقة مناسبة، يستطيع المستقبل استيعابها بسهولة والتفاعل مع مضمونها، وهنا تأتي أهمية الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل، فكلما اتسع مجال تلك الخبرة كلما كانت العملية الاتصالية أكثر فاعلية:

ولا نحتاج في هذا المجال إلى التأكيد على أهمية صدق الرسالة، فالصدق أكثر الطرق وصولاً إلى الاقناع، وهناك عدة مراحل لتصديق المصدر، فهناك المرحلة الأولى وهي "التصديق المبدئي"؛ أي التصديق المسبق الذي نشعر به قبل أن يبدأ المصدر في تقديم الرسالة، ويتحدد هذا التصديق بالتجارب السابقة والمظهر الشخصي، والمرحلة الثانية هي "التصديق النابع من الظرف الاتصالي"؛ ويتحدد بناءً على خصائص المصدر التي ندرکها أثناء الحدث الاتصالي، والمرحلة الثالثة هي "التصديق النهائي"؛ والتي تتم في نهاية الاتصال، وفيها يكون المتلقي صورة نهائية عن المصدر، بعد الإدراك الإجمالي أو الشامل للموضوع والمصدر، ويتوقف نجاح القائم بالاتصال في توصيل رسالته على عدة مهارات هي:

- المهارات الأساسية: وهي خمس مهارات أساسية، اثنان منها متعلقتان بوضع الفكر في كود وهما الحديث والكتابة، واثنان متعلقتان بفك الكود وهما القراءة والاستماع، أما المهارة الاتصالية الخامسة فهي القدرة على التفكير ووزن الأمور وزنا صحيحا، وتؤدي هذه المهارات الاتصالية إلى التعبير الصحيح، كما تؤثر في كفاءة توصيل الأفكار والمعلومات؛
- المهارات القابلة للتنمية: حيث على القائم بالاتصال أن ينمي دائما مهارات الاتصال لديه ومن هذه المهارات القابلة للتنمية:

➤ فهم الذات: والذي يمثل أساسا لفهم الآخرين، ويدخل ضمن فهم الذات معرفة قدرات الفرد وإمكانياته، ويرتبط بفهم الذات القدرة على تنميتها؛

➤ فهم الآخرين: ويتطلب ذلك أن يضع الفرد نفسه مكان الآخرين، والاحتكاك بالمجتمع الذي يعيش فيه وتمثل قيمه وأفكاره، ويرتبط بذلك المقدرة على فهم الحالة الذهنية للآخرين، والتي تتيح التعرف على توقعات الآخرين، والتنبؤ برد فعلهم على ما يقدم لهم من رسائل؛

➤ القدرة على التعبير: إذا أحسن القائم بالاتصال فهم ذاته وفهم الآخرين، أصبح من السهل عليه فهم واستيعاب الفكرة المراد توصيلها، وعليه أن يكون قادرا على التعبير عنها، وأن يتخير رموز رسالته بحيث تكون مناسبة للمتلقي يسهل فهمها واستيعابها، وأن يعبر عن فكرته بشكل واضح ومختصر وسهل؛

➤ القدرة على الاستيعاب والتلقي: فالقائم بالاتصال لا يقوم دائما بالإرسال، وإنما يكون متلقيا في أحيان كثيرة، وعليه أن يستمع جيدا إلى الطرف الآخر؛

- اتجاهات المصدر: اتجاهات المصدر تؤثر على اتصاله بشكل مباشر، وعلى الباحث المهتم بدراسة الاتصال أن يحدد منذ البداية، ما إذا كانت اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه أو نحو الرسالة أو نحو الجمهور سلبية أم إيجابية؛
- مستوى معرفة المصدر: ويقصد به معرفته للموضوع، فهو لا يستطيع أن ينقل بفاعلية مضمونها لا يفهمه، كما أنه من ناحية أخرى إذا كانت معرفة المصدر عالية المستوى أو متخصصا جدا، فقد لا ينجح في نقل المعاني المطلوبة لعدم قدرته على التبسيط، واستخدام تعبيرات فنية لا يستطيع المتلقي أن يفهمها؛

### ● الرسالة

وهي المضمون والفكرة المراد توصيلها إلى المتلقي، وهي جوهر عملية الاتصال، ويجب أن تصاغ الرسالة بطريقة يفهمها المتلقي ويستطيع فك رموزها بسهولة، ويتطلب ذلك دراسة الجمهور دراسة واعية للتعرف على خبراته واحتياجاته، وأيضا دراسة الجوانب النفسية للجمهور، ويجب أن تحتوي الرسالة كمية من المعلومات تتناسب وموضوع الرسالة، وأن تجيب على أسئلة المتلقي أو معظمها، وقد يكون الهدف من الرسالة ظاهرا وواضحا، وقد يترك الهدف ليستخلصه المتلقي ويكون هنا هدفا ضمنيا، وهناك عدة اعتبارات تتعلق بفاعلية الرسالة وهي:

- الوضوح مقابل الضمنية: تشير نتائج الدراسات إلى أن الاقناع يصبح أكثر فاعلية إذا حاولت الرسالة أن تذكر نتائجها أو أهدافها بوضوح، بدلا من أن تترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بنفسه، كما تتوقف فاعلية الرسالة على ظروف أخرى مثل مستوى ذكاء وتعليم المتلقي، ودرجة صلة الموضوع بالذات أو أهمية الموضوع ونوع القائم بالاتصال؛
- تقديم الرسالة لأدلة وشواهد: تشير بعض الدراسات إلى أن تقديم القائم بالاتصال أدلة وشواهد تدعم رسالته يزيد من تأثير الرسالة، في حين وجدت دراسات أخرى أن الرسائل التي تستخدم شواهد وأدلة لا تختلف في قدراتها الاقناعية عن تلك التي لا تقدم شواهد وأدلة، فاستخدام الأدلة في الرسالة متصل عن قرب بإدراك المتلقي لصدق المصدر، وكلما زاد صدق المصدر كلما قلت الحاجة لمعلومات تؤيد أو تدعم ما يقوله، كما أن بعض الموضوعات تحتاج لأدلة أكثر من غيرها، والتقديم الضعيف للرسالة يقلل من وقع أي دليل، ومعرفة أو اعتياد الجمهور للدليل سيقبل من وقعه؛

○ ترتيب الحجج: بمعنى أي حجج ستقدم في بداية الرسالة وأيها سيقدم في نهايتها، فليس هناك رأي قاطع في هذا الموضوع، فبينما أظهرت نتائج بعض الدراسات أن الحجج التي تقدم في بداية الرسالة تترك تأثيرا أكبر من تلك التي تقدم في نهاية الرسالة، وأظهرت دراسات أخرى عكس هذه النتائج، ويتوقف ترتيب الحجج على عوامل عدة منها طبيعة الجمهور ونوعية الموضوعات، وليس هناك قاعدة عامة في ترتيب الحجج؛

○ تأثير استخدام الاتجاهات الجديدة والاتجاهات الموجودة: تشير الدراسات إلى أن الرسالة تصبح أكثر فاعلية وتأثيرا عندما تعمل مع الاتجاهات الموجودة بالفعل، بعكس الرسالة التي تعمل على خلق اتجاهات جديدة وتحس الجماهير على اتباع أساليب جديدة لإشباع احتياجاتهم؛

○ تأثير رأي الأغلبية: يميل الفرد إلى تصديق الرسائل التي تتفق مع رأي الأغلبية، بينما يتنافر مع الرسائل التي تتفق مع رأي الأقلية؛

○ تأثير التكرار: يؤدي تكرار الرسالة إلى افناع الجماهير، ويراعى أن يكون التكرار متنوعا وليس مملا حتى لا يؤدي إلى نتيجة عكسية، إلا أن التكرار وفاعليته ليس عملية مطلقة، فبعد عدة مرات محددة يقل أثر التكرار؛

○ تأثيرات المصدر على الرسالة: مصداقية المصدر عامل أساسي في فاعلية الرسالة، كما أن ثقة الجمهور في المصدر تحدد فاعلية الرسالة، ويثق الجمهور في المصدر إذا أحس بالأمن والطمأنينة تجاهه، كما أن مؤهلات المصدر وخبراته تؤثر على مدى الثقة فيه؛

#### ● الوسيلة

يحتاج أي اتصال إلى وسيلة لتوصيل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وقد تكون الوسيلة طبيعية كما في الاتصال الشخصي والجمعي، وقد تكون صناعية كما في الاتصال الجماهيري الذي يعتمد على وسائل تكنولوجية، ولكي تستحوذ أي وسيلة اتصالية على الجمهور وتشد انتباهه، تمر دورة الاتصال بست مراحل هي:

○ التهيؤ: بمعنى تحضير الجمهور ذهنيا وعاطفيا، فنشرات الأخبار تقدم مواجيز للأخبار، والبرنامج التلفزيوني يبدأ بمقدمة (تتر)، والكتاب يركز على الغلاف الجذاب، والصحيفة تستخدم عناوين مثيرة؛

○ الانتباه: بمعنى الأخذ بيد الجمهور إلى الفعل والمشاركة، ولا يقصد بالانتباه مجرد الإثارة والانهمار فقط؛

- العاطفة: بمعنى إثارة العواطف، ويتم هنا التركيز على الأسلوب الدرامي، والذي يساعد على التقمص الوجداني للفرد؛
- المعلومات: بمعنى تجميع المعلومات عن الموضوع أو الحدث، ويراعى في تقديم المعلومات أن تشبع بقدر الإمكان حاجات الجمهور؛
- الاستنباط: فلا يتوقف الإنسان عند مجرد الحصول على المعلومات، بل يذهب إلى أبعد من ذلك حيث يستنبط ويحلل ويستنتج ويكون الآراء؛
- الفعل: بمعنى استعداد الجمهور لأداء الفعل، حيث تتطلب الدوافع التي توظف في الجمهور وسائل الاتصال التعبير عنها بالفعل، ويمكن ملاحظة ذلك على الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون، وتقليدهم لبعض الأبطال في الأفلام والمسلسلات؛

### ● المستقبل

المستقبل أو المتلقي عنصر هام من عناصر الاتصال، وهو الذي يتلقى الرسالة ويقوم بفك رموزها ويحللها ويتفاعل معها ويتأثر بمضمونها، والمتلقي قد يكون فردا كما في الاتصال الشخصي، والاتصال الذاتي الذي يكون الفرد فيه مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد، كما أن المتلقي قد يكون أكثر من فرد كما في الاتصال الجمعي والاتصال العام والاتصال الجماهيري، وتحديد المتلقي يعد أمر سهلًا في الاتصال الشخصي والجمعي، ولكن يصعب تحديد المتلقي في الاتصال الجماهيري، وصعوبة التحديد هذه تشكل عقبة في نجاح العملية الاتصالية، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور الذي سيوجه إليه رسالته، وإذا لم يكن على دراية كاملة بخصائصه الأولية، فلن يتمكن من إحداث التأثير المطلوب عليه، مهما كانت رسالته معدة جيدًا ومنقولة بوسيلة مناسبة، وهناك أربعة احتمالات تتوقع من المستقبل للرسالة:

- فهم الرسالة فهما كاملاً: بمعنى مشاركة المستقبل للمرسل في الأفكار والإحساسات التي تنقلها؛
- فهم الرسالة فهما غير كامل: كأن يفهم أجزاء منها دون الأخرى، كالمستمع الذي يفهم بعض النقاط من محاضرة ما؛
- فهم الرسالة فهما خاطئًا: بسبب تفسير المستقبل للرموز المستخدمة في ضوء خبراته غير المشابهة لخبرات المرسل، ومثال ذلك الأفكار الخاطئة التي يخرج بها بعض المشاهدين لأفلام سينمائية تختصر حدوث الأشياء، فيفهمون أن الأحداث قد وقعت في وقت مماثل لذلك الوقت الذي استغرقت في أثناء عرض الفيلم؛

○ عدم فهم الرسالة تماما: بسبب استخدام المرسل لرموز غير مألوفة للمستقبل، كأن يستخدم المرسل كلمات صعبة فوق المستوى اللغوي للمستقبل؛

#### • رجع الصدى

رجع الصدى عنصر هام من عناصر الاتصال، فهو الذي يحقق دائرة الاتصال، حيث يصبح المتلقي مرسلًا، ولذلك يسميه البعض التغذية المرتدة أو التغذية الراجعة أو رد الفعل، فالمقصود برجع الصدى أي شيء يصدر عن المتلقي نتيجة لتعرضه للرسالة، وقد يكون هذا الشيء معلومات أو تعبيرات حركية، وهناك نوعان من الاستجابة أو رد الفعل للرسالة، هما الاستجابة العلنية وهي التي يمكن ملاحظتها واكتشافها وهي استجابة عامة، والاستجابة المستترة أو الخفية والتي لا يمكن ملاحظتها بسهولة ويصعب اكتشافها وهي استجابة خاصة، ويجب التفريق بين التأثير ورجع الصدى، فالتأثير يتمثل في النتائج المترتبة على العملية الاتصالية، وهل أدى إلى تحقيق الهدف منه أم لا، أما رجع الصدى فيتعلق بمضمون هذه العملية ومدى استجابة الجماهير واقتناعهم بمضمونها، وهل وصلت الاستجابة للمرسل أم لا، فالتأثير أبعد من رجع الصدى ويتعلق بحدوث الاستجابة، فرجع الصدى لا يعني سوى استمرار عملية الاتصال أو استمرار التفاعل بين كل من المرسل والمستقبل. إذن هذه هي العناصر الأساسية للعملية الاتصالية، فيما يوجد من يضيف عناصر أخرى مثل التأثير والسياق والظرف الاتصالي والخبرة المشتركة والتشويش.

#### 4- عوامل نجاح العملية الاتصالية

من بين عوامل نجاح العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل نجد:<sup>16</sup>

- الوضوح: لا بد من توفر عنصر الوضوح كي يستطيع الطرف الآخر وهو المستقبل، فهم رسالة الشخص المرسل، يجب أن تكون رسالة الأخير واضحة، ولا تحتمل الكثير من التأويلات الصعبة، لأن ذلك سوف يشكل حجر عثرة في طريق نجاح العملية الاتصالية، أو أن إتمامها سيأخذ وقتًا أكثر من المطلوب؛
- عدم الإطالة: قد يراعي الشخص مسألة وضوح رسالته وبساطة المعنى الذي تحمله، لكنه قد يتناسى أو يتجاهل مدى أهمية اختصار كلامه، فيكثر من التفاصيل المملة، والحشو غير الضروري، وهذا ما يضطر الطرف الآخر لتجاوز بعض السطور، إن كان الاتصال من خلال رسالة مكتوبة، وإن كان مباشرًا وجها لوجه فإن المرسل إليه سينسحب من الحوار، أو يشغل



نفسه بأي أمر آخر غير الاستماع للمرسل إليه، كما يجب أن يكون موضوع المضمون الاتصالي مُتمحورا حول الهدف الأساس من إجراء الاتصال؛

- البراهين: يجب أن يكون كلام المرسل أو ما يقدمه مدعوما بالدلائل والبراهين الواقعية، لأن أي ذكر لمعلومات لا تمت للواقع بصلة، سيتم تجاهلها بكل بساطة، كما أن تقديم الإثباتات تحفز الطرف الآخر لتبني الرسالة أو الحوار وهذا حسب الوسيلة الاتصالية، وبالتالي دفعه لاتخاذ سلوكيات إيجابية؛

- مراعاة الأسلوب اللغوي والصياغة: من الضروري أن يحرص الشخص على استخدام الألفاظ المناسبة عند التواصل مع الطرف الآخر، وعند الكتابة مثلا مراعاة أن يتم استخدام اللغة المناسبة أيضا، وصياغة المحتوى الاتصالي بصورة لائقة، من شأنها إنجاح العملية الاتصالية، كما من الضروري تفادي كتابة الكلمات العامية، في أشكال التواصل الرسمية خاصة؛

- القدرة والثقة بالنفس: إن الكلمات التي تصدر عن أي شخص هي بالضرورة تعبر عن شخصيته وقناعاته الداخلية، لذا من الضروري أن يعبر الشخص عن نفسه بطريقة صحيحة، وإن وجد نفسه مُفرغا من الكلمات اللبقة، أو أنه غير قادر على التصرف والتعبير برقي، عليه أن يقوم بمراجعة شاملة لنفسه، قبل الشروع بأي عملية اتصالية محكوم عليها بالفشل مسبقا؛

- التكامل: ما العبرة من أن يرسل أحدهم رسالة منقوصة للآخرين، أو ربما يبدأ حديثه معهم دون أن يتمكن من إيصال ما يريد، ليعود بعد انتهاء الحوار بدقائق معبرا عن رغبته في استئناف الحوار، وغالبا ما سيقابل هذا التصرف بكثير من فتور الآخرين، وقناعاتهم بأن المرسل لا يملك السيطرة على أفكاره، وخير دليل أنه لم يتمكن من توضيح ما يريد، في أول فرصة للنقاش مثلا؛

- اللطف والاحترام: إن مراعاة اللطف أو اللطافة والاحترام في الحديث أو الكتابة، أمر ضروري لمنح الآخر فرصة التفاعل مع الرسالة الاتصالية بكل أشكالها المعروفة، أما إن تمسك الشخص بشرح المصطلحات والمفاهيم بطريقة توحى للناس بالفوقية والتعالي، ناهيك عن تقزيم الطرف الآخر وتخطيئه، فحتما سوف يفشل في اتصاله مع الآخرين؛

- استعداد الطرف الآخر لتلقي المعلومات: قد تتم مراعاة كل ما سبق في العملية الاتصالية، لكن الشخص المرسل إليه لا يود الاستجابة أو الاستماع للشخص المرسل، ما يعرقل نجاح الاتصال بين الطرفين.

## 5- معوقات العملية الاتصالية

من بين معوقات نجاح العملية الاتصالية بين المرسل والمستقبل نجد:<sup>17</sup>

- **المعوقات الشخصية:** هي مجموعة المؤثرات والعوامل التي تعود إلى المرسل والمستقبل، وتحدث فيها أثرا عكسيا، ومنطلق هذه المعوقات هو مدارك الطرفين العقلية، نتيجة وجود الفروق الفردية، التي تجعل الأفراد يختلفون في حكمهم على الأمور وفي عواطفهم ومدى فهمهم للاتصال والاستجابة له، وعدم وجود القدرة على التعبير السليم، واختيار ألفاظ غامضة ومدى توفر الثقة بين الأفراد، حيث يؤدي ضعف الثقة بينهم إلى عدم التعاون، وبهذا يحدث هناك حجب للمعلومات عن بعضهم البعض، مما يجعل من عملية الاتصالات عملية معقدة؛
- **قنوات الاتصال:** يسبب سوء اختيار قناة الاتصال المناسبة في إعاقة وصول الرسالة، على سبيل المثال، الرسالة التي تتعلق بالأراء والمشاعر والميول يفضل أن تكون شفوية ووجها لوجه، ومنها إظهار التقدير أو عدم الرضا وغيرها، وفي المقابل الرسالة التي تحتوي التعليمات والإرشادات يفضل أن تكون مكتوبة أو مكتوبة وشفوية معا، إذا كانت هناك تغذية فورية للتوضيح؛
- **اللغة والألفاظ:** تتمثل مشكلة اللغة والألفاظ بسوء تفسير الكلمات، والتي تسبب مشكلات عديدة عند نقل الرسالة، وهذا يحدث نتيجة لاختلاف الخلفيات الثقافية والخبرات عند الطرفين، لذلك على المرسل أن يتأكد من أن الرسالة قد وصلت بالمعنى المطلوب، وذلك عن طريق التغذية الراجعة؛ لأن الكلمات الشائعة لها أكثر من تفسير، مثال على ذلك، أعلن أحد مديري الشركات ضرورة العمل بأقصى كفاءة إنتاجية، وقد يفسرها البعض بضرورة زيادة الإنتاج مهما كانت التكلفة، وآخرون قد يفسرونها على ضرورة ضغط نفقات الإنتاج، في حين يفسرها البعض الآخر بضرورة زيادة عدد العاملين لزيادة فرص الإنتاج؛
- **معوقات بيئية:** هي مجموعة العوامل التي توجد في المجتمعات الذي يعيش فيها الأفراد وتؤثر عليهم، وهذه العوامل هي: اللغة المستخدمة والتفسير لمعاني بعض الكلمات في ضوء القيم،

والعادات والتقاليد، وعدم كفاءة أدوات الاتصال المستخدمة، ودرجة الحرارة والإضاءة وسوء التهوية، ووجود الضوضاء، جميعها عوامل تحد من عملية الاتصال الفاعلة، كذلك الحيز المكاني الضيق يعرقل الاتصال الفعال ويؤدي للتوتر أحيانا.

## 6- أنواع الاتصال

يتنوع الاتصال إلى عدة أنواع حسب اللغة المستخدمة ومستوى الاتصال ومستوى الاتجاه من خلال:

1- حسب اللغة المستخدمة: نجد نوعين أساسيين الاتصال الشفوي (اللفظي) والاتصال غير الشفوي (غير اللفظي):<sup>18</sup>

✓ الاتصال الشفوي (اللفظي): هو الاتصال الذي يتم عن طريق الألفاظ والكلمات والعبارات وأيضاً الأصوات، لذلك يستخدم المرسل في هذا النوع من الاتصال الفم واللسان، بينما يستخدم المستقبل الأذن، ولنجاح الاتصال اللفظي، يجب مراعاة ذلك: المجاملات والتشجيع، الإنصات والاستماع الجيد للمستقبل، والوضوح والإعادة؛

✓ الاتصال غير الشفوي (غير اللفظي): وهو الاتصال الذي لا تستخدم فيه الألفاظ والكلمات، بل تستخدم فيه الحركات باليد أو الجسم (مثل تعبيرات الوجه والعينين)، وتستخدم فيه أيضاً الوسائل البصرية كلها، مثل الملصقات وأشرطة الفيديو وغيرها، وكذلك الألوان، إن كل ما سبق يستقبل المتلقي عن طريق العينين، ولنجاح الاتصال غير اللفظي يجب مراعاة ذلك: الابتسامة والإنصات والاسترخاء والتلقائية وإظهار الاهتمام بالمستقبل.

2- حسب مستوى الاتصال: نجد أنواع عديدة: اتصال ذاتي، اتصال شخصي، اتصال جمعي، اتصال عام، اتصال جماهيري:<sup>19</sup>

✓ الاتصال الذاتي: وهو الاتصال الذي يحدث بين الشخص ونفسه (عملية التفكير)؛

✓ الاتصال الشخصي: وهو الاتصال الذي يحدث بين شخص وآخر، وتنتج عنه علاقات الزمالة والصداقة...؛

✓ الاتصال الجمعي: وهو الاتصال الذي يحدث بين مجموعة من الأفراد (جماعة)، مثل جماعة الأسرة، الزملاء، الأصدقاء...، بهدف النقاش والجدال وإيجاد الحلول لمواضيع ومشكلات معينة؛

- ✓ **الاتصال العام:** وهو الاتصال الذي يحدث بين فرد ومجموعة كبيرة من الأفراد، مثل الندوات والمؤتمرات والملتقيات العلمية، والعروض المسرحية المختلفة وخطبة الجمعة؛
- ✓ **الاتصال الجماهيري:** وهو الذي يتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، ويصل إلى جمهور عريض، متباين الاتجاهات والمستويات، والأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة، مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك، والمقدرة على نقل الأفكار والمعارف والترفيه، والاتصال الجماهيري هو التسمية العلمية للإعلام.

3- **حسب الاتجاه:** نجد نوعين أساسيين اتصال رسمي واتصال غير رسمي يتضمن كل منهما ثلاث أشكال (اتصال صاعد، اتصال نازل، اتصال أفقي):<sup>20</sup>

الاتصال الرسمي هو الذي يحصل من خلال الأشكال الرسمية والمعتمدة بموجب اللوائح والقرارات المكتوبة، وقد تكون داخلية (داخل المؤسسة) وقد تكن خارجية (مع مؤسسات أخرى)، والاتصال غير الرسمي هو الذي ينشأ بوسائل غير رسمية ولا تتضمنها اللوائح والإجراءات الرسمية وإنما تحددها الصلات الشخصية والعلاقات الاجتماعية، ويمتاز هذا النوع من الاتصال بسرعه قياسا بالاتصال الرسمي، وكلا النوعين بصفة عامة يظهران في ثلاث أشكال على النحو التالي:

✓ **الاتصال النازل:** وهو الاتصال الذي يتدفق من أعلى التنظيم إلى أسفل (مثلا من مدير المدرسة إلى مختلف العاملين في المدرسة من معلمين وموظفين ومستخدمين...)، ويهدف إلى نقل الأوامر والتعليمات والتوجيهات والقرارات، ويتم عادة بالعديد من الصيغ المألوفة في الاتصال، مثل المذكرات والتعاميم والمنشورات واللقاءات الجماعية، وغالبا ما تكون التغذية العكسية في هذا النوع من الاتصال منخفضة:

✓ **الاتصال الصاعد:** وهو الاتصال الصادر من أسفل التنظيم إلى أعلى (مثلا من العاملين في المدرسة إلى المدير)، ويضم نتائج تنفيذ الخطط وشرح المعوقات والصعوبات في التنفيذ والملاحظات والآراء، ولا يحقق هذا الاتصال الأهداف المطلوبة إلا إذا شعر العاملون بوجود درجة معينة من الثقة بينهم وبين المدير، واستعداده الدائم لاستيعاب المقترحات والآراء الهادفة إلى التطوير، ويعزز هذا الاتصال عن طريق صناديق المقترحات وغيرها؛

✓ **اتصال أفقي:** وهو الاتصال الذي يتم بين الأفراد أو الجماعات في نفس المستويات (مثل اتصال مدير المدرسة بمدير آخر أو المدرسين ببعضهم البعض)، ويعزز هذا النوع من الاتصال

العلاقات التعاونية بين المستويات الإدارية المختلفة، خصوصاً إذا ما ركز على تنسيق العمل وتبادل المعلومات وحل المشكلات والإقلال من حدة الصراعات والاحتكاكات، ودعم صلات التعاون بين العاملين.

## 7- نماذج الاتصال

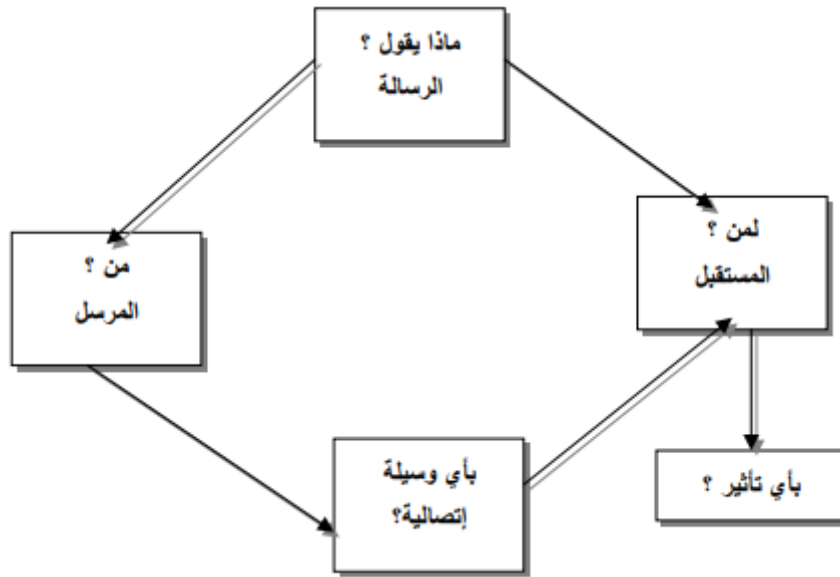
نماذج الاتصال هي نماذج تشرح وتفسر عملية الاتصال وكيف تتم هذه العملية، حيث تبدأ بالقائم بالاتصال الذي يضع المعاني التي يريد إيصالها للآخرين في قالب رمزي، ثم يضمها رسالة، مستخدماً الوسيلة ليصل بالمعاني المطلوبة إلى المتلقي أو المستقبل، ثم ما يأتي بعد ذلك من ردود أفعال أو رجوع صدى، أو ما تتعرض له الرسالة من تشويه أو تحريف، كل هذه العمليات تشرحها نماذج معينة توصل إليها علماء الاتصال.<sup>21</sup> ولنماذج الاتصال عدة وظائف هي:<sup>22</sup>

- تنظيم المعلومات: أول هدف للنموذج هو المعاونة على فهم الأحداث والعلاقات بينها، وذلك عن طريق تنظيم المعلومات المتوافرة؛
- تطوير الأبحاث العلمية: فالنموذج يصور أو يقدم أفكار الشخص الذي قام ببنائه، عما يعتقد أنه المتغيرات الهامة في العملية الاتصالية، في شكل يمكن القارئ من تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه الك المتغيرات، بمعنى آخر يساعد النموذج الباحث على أن يحدد الأمور التي يريد دراستها بدقة، كما أنه يظهر الافتراضات التي قد لا يلاحظها أو يهتم بها؛
- التنبؤ أو التوقع: هناك علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ، فالتنبؤ مبني على الفهم، كما أن الفهم هو نقطة البداية التي ننفذ منها للمجهول؛
- السيطرة على الظواهر والتحكم بها: بعد الفهم والتنبؤ نصل إلى الوظيفة الأخيرة من وظائف إقامة النماذج وهو التحكم، ذلك لأنه عن طريق المعرفة سيعمل الإنسان للسيطرة على الظواهر بحيث يستخدمها في صالحه، والوظائف الثلاثة الأولى تخدم الوظيفة الأخيرة، لأن التحكم معناه معالجة الظروف التي تحدد حدوث الظاهرة بشكل يحقق لنا الوصول إلى هدف معين، فالعلاقة بين التحكم والفهم هي علاقة وثيقة، كما أن العلاقة بين التحكم والتنبؤ هي علاقة حتمية، فلكي يتحقق أي تنبؤ مهما كان بسيطاً يجب أن نتحكم في الظروف التي تحدد الظاهرة التي نتنبأ بها.

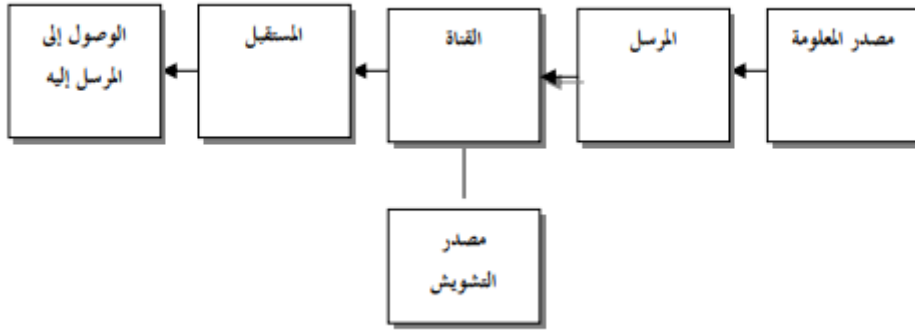
كما أن هناك مجموعة من الصعوبات تواجهنا عند صنع نماذج لعملية الاتصال وأهمها:

- أننا نضطر إلى تجميد العملية الاتصالية التي نصف عناصرها أو مكوناتها؛
- أننا قد ننسى أو نغفل بعض العناصر ونحن نجمد العملية الاتصالية، أو قد نفصل العناصر التي لا تقبل الفصل؛

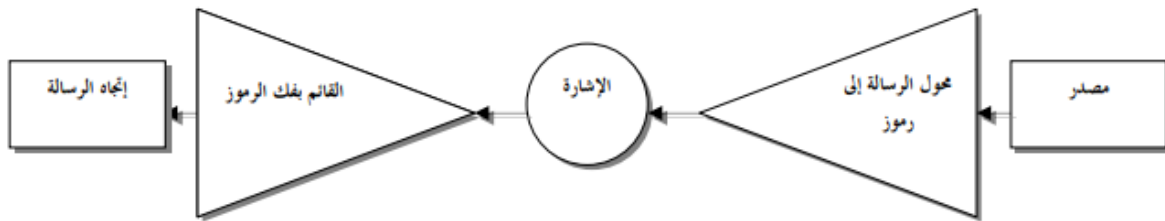
- أننا قد نضطر إلى استخدام اللغة في الوصف، واللغة هي نفسها عملية تتغير من وقت لآخر.<sup>23</sup> والنماذج الاتصالية نوعان؛ نماذج خطية (أحادية الاتجاه) وهي التي تكون في خط واحد أو اتجاه واحد، أي من المرسل إلى المستقبل دون رجوع صدى أو استجابة، ونماذج تفاعلية (ثنائية الاتجاه) وهي التي يكون فيها رجوع صدى أو استجابة بين المرسل والمستقبل، أي أن العملية الاتصالية تكون بشكل تفاعلي بين طرفي العملية الاتصالية (المرسل والمستقبل). وهذه بعض النماذج الاتصالية التي حاولت تفسير العملية الاتصالية:<sup>24</sup>



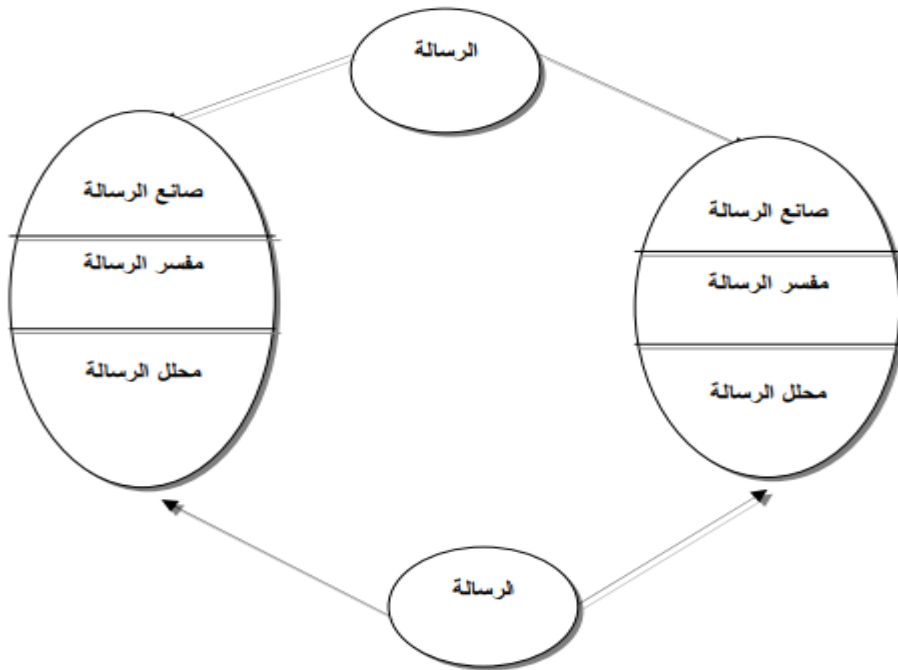
نموذج لاسويل



نموذج شانون وويفر



نموذج ولبر شرام



النموذج الدائري للاتصال

## 8- وظائف الإعلام والاتصال

هناك مجموعة من الوظائف التي تضطلع بها وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على مستوى الأفراد والمجتمعات، وهي:<sup>25</sup>

### ■ الإخبار

وهي وظيفة تتمثل بنقل الأخبار سواء أكانت محلية أو إقليمية أو دولية، ومهما كان نوعها اقتصادية أو اجتماعية أو فنية...، وذلك لمتابعة ما يجري المرء في عالمه، وتهدف الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي وتزويده بما يستجد من أخبار؛

### ■ الإعلام والتعليم

الإعلام والتعليم وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى، فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها وتوفر له مادة يستفيد منها المرء في حياته، ماديا أو فكريا أو اجتماعيا، فإن التعليم في حقيقته وظيفة تقدم له نوعا من المعلومات المنهجية، التي تستخدم إما لتدعيم عملية التعليم الرسمي، أو تقدم معلومات تكسب المرء مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي؛

### ■ ترابط المجتمع ونقل تراثه

إن الاتصال هو السبيل الوحيد إلى ترابط المجتمع، فهو الذي يربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض، وهو الذي يربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض الآخر، ومن خلال نقل تراث الشعب - قيمته وعاداته وتقاليده ولغته - يقوم الاتصال بأهم وظيفة له، إذ تمكن الشعوب والأمم من أن تمتلك خصائصها المميزة، وتجعلها كذلك قادرة على حفظ تماسكها ووحدتها، إن قنوات الاتصال ضرورية لتحقيق آمال وأهداف هذه الشعوب والأمم، ومن ثم فإنه عن طريق الاتصال تتم التنشئة الاجتماعية للأفراد والمجتمعات؛

### ■ الترفيه

لا تقل الوظيفة الترفيهية للاتصال أهمية عن الوظائف الأخرى، إن المرء لا يمكنه أن يعيش حياته حياة عمل جادة، بحيث لا يجد فيها ما يسري عنه ويخفف متاعبه، إن وظيفة الترفيه أساسية لتحقيق بعض الإشباع النفسية والاجتماعية، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان، ولكن هذا يستدعي أن يكون هناك توازن بين وظائف الاتصال فلا يغلب الترفيه على الوظائف الأخرى؛



## ■ الإعلان والترويج

يعتبر الإعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة، والإعلان هو الوسيلة الحديثة لترويج السلعة، التي عرفت أشكالاً مختلفة منذ كانت التجارة والمقايضة، ويقوم الإعلان بتقديم خدمات على مستويات عدة: فهو يخدم المستهلك ويخدم المعلن صاحب السلعة، ويخدم الوسيلة الإعلامية التي أعلن فيها، ويقدم خدمة لتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية القومية والعالمية:

## ■ تكوين الآراء والاتجاهات

من الوظائف العامة والرئيسية التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية، وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب، إذ أن لها دورها الهام في تكوين الرأي العام، وإذا كانت هذه الوظيفة لا يمكن عزلها عن بعض الوظائف الأخرى مثل وظيفة الإخبار، ووظيفتي الإعلام والتعليم، إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن في الهدف من هذه الوظيفة، والتي تُعنى بتشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثم تدخل الدعاية والعلاقات العامة وتكوين الرأي العام ضمن هذه الوظيفة.

## 9- مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم وفي الجزائر

تمثل أبحاث الإعلام والاتصال بعداً مهماً ومجالاً أساسياً في الدراسات الاجتماعية والإنسانية المختلفة، باعتبار أن علوم الإعلام والاتصال جاءت بالأساس نتيجة لالتقاء جهود الباحثين من ميادين متعددة، وبحكم تنوع الأصول التاريخية والفلسفية الفكرية لهذا العلم، تعددت بطبيعة الحال الاتجاهات والمجالات البحثية التي انعكفت على دراسة الظواهر المتعلقة به.<sup>26</sup> وفي هذا الأمر هناك العديد من مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال منها:<sup>27</sup>

- بحوث تستهدف توفير معلومات وبيانات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الإعلام والاتصال بالجماهير، والكشف عن الدور الاجتماعي والثقافي والتعليمي والتربوي للإعلام، هذه البحوث تستهدف الكشف والتعرف على المتغيرات البيئية والمجتمعية والثقافية والاقتصادية، التي تؤثر في النشاط الإعلامي والعلاقات التركيبية بين هذه العوامل والمتغيرات من جهة، والخطط الإعلامية العامة التي تؤثر في النشاط الإعلامي والعلاقات التركيبية بين هذه العوامل والمتغيرات من جهة، والخطط الإعلامية والاتصالية وأساليب وطرائق تنفيذها من جهة أخرى؛

- بحوث تستهدف التعرف على اتجاهات جمهور المستخدمين من الخدمات الإعلامية وخصائصهم وأنماط استفادتهم من هذه الوسائل، ويشمل هذا النوع من البحوث المجالات التالية: بحوث الرأي العام، بحوث خصائص الجمهور، بحوث أنماط التعرض للرسالة الإعلامية (القراءة، الاستماع، المشاهدة)؛
- بحوث تستهدف التعرف على خصائص الوسائل الإعلامية والقائمين بالاتصال وأساليب الممارسات الإعلامية، وتستهدف هذه البحوث الكشف أو التعرف على نوع الوسيلة الإعلامية وخصائصها؛
- بحوث تستهدف دراسة المواد الإعلامية وتحليلها وتشمل نطاقين أساسيين هما: النطاق الخاص بالدراسات القبلية التي تستهدف التعرف على حدا توافر معلومات معينة لدى الجماهير، وبحوث تحليل المضمون والتحليل السيميولوجي؛
- بحوث قياس عائد الجهود الإعلامية وتقييم أثر الإعلام، وهي البحوث التي تقيس التأثيرات التي تحققت نتيجة الجهود الإعلامية كمخرجات اتصالية، باعتبار أن غاية الإعلام تتمثل في تحقيق الأهداف المحددة سلفاً للبرنامج أو لمجموعة البرامج الإعلامية؛
- بحوث تستهدف تقييم أثر الجهود الإعلامية غير المحلية الإقليمية والدولية على الأوضاع الإعلامية المحلية في المجتمعات المختلفة.

# الفصل الثاني

## 1- الصحافة المكتوبة

### مفهوم الصحافة المكتوبة

الصحيفة هي كل مطبوع، يصدر بصفة دورية، تحت اسم ثابت، بصفة منتظمة أو غير منتظمة، ويتحدث في موضوعات متنوعة، ويحررها أشخاص عديدون.<sup>28</sup> ويظهر في هذا المفهوم عدة شروط هي:<sup>29</sup>

- مطبوع: تميزا للصحيفة عن الصحف المنسوخة؛ التي كانت تصدر قبل اختراع الطباعة، ووسائل الإعلام الأخرى السمعية والبصرية كالراديو والتلفزيون والسينما؛
- دوري: أي أن يفصل فاصل زمني ثابت بين كل عدد وآخر، فتكون الصحيفة يومية أو أسبوعية أو شهرية ... الخ، تميزا للصحيفة عن الكتاب، الذي هو مطبوع أيضا ولكنه غير دوري؛
- تصدر تحت اسم ثابت: فالصحيفة طالما كانت دورية، فلا بد أن يكون لها نفس الاسم ولا يتغير من عدد إلى آخر، بحيث يتواصل القارئ مع الأعداد المتوالية من نفس الصحيفة؛
- بصفة منتظمة أو غير منتظمة: فالأصل في إصدار الصحيفة أن تصدر بصفة منتظمة، بمعنى ألا يتوقف أحد أعدادها عن الصدور، ولكن قد تمر بالصحف أزمات أو ظروف طارئة لم تكن في الحسبان؛ كعطل في آلات الطباعة أو انقطاع التيار الكهربائي، أو حريق في مبنى الصحيفة، وهنا فالصحيفة قد تتوقف، أي لا تنتظم في الصدور، ولكن عدم الانتظام في هذه الحالة لا ينفي كون الصحيفة صحيفة.

ويشمل المفهوم هنا (الصحيفة) كل من الجرائد والمجلات، لكن هناك عدة فروق بينهما يمكن عدها فيم يلي:<sup>30</sup>

- ✓ الحجم: تميل المجلة إلى الحجم الصغير، على غرار الجرائد التي تميل إلى الحجم الكبير، إضافة إلى عدد الصفحات فالمجلة أكثر من الجريدة في ذلك؛
- ✓ الدورة: المجلات مطبوعات دورية تصدر بانتظام أسبوعيا أو شهريا أو فصليا أو سنويا أما الجرائد فيومية أو أسبوعية؛
- ✓ الورق: تستخدم المجلات ورقا أكثر جودة من الذي تستخدمه الجرائد؛
- ✓ الغلاف: المجلة لا بد لها من غلاف يجمع صفحاتها الكثيرة، أما الجرائد فلا تحتاج إلى ذلك خاصة أنها قليلة الصفحات؛

✓ الصور: تعتمد المجلة كثيرا على الصور خاصة الملونة والتي تعطيها طابعا مميزا، لاسيما الغلاف باعتباره مصدر جذب الانتباه القراء، أما الجرائد فلا يصل اهتمامها إلى هذا الحد بل توجد بعض الصحف لا تنشر الصور إلا نادرا؛

✓ الإخراج: إن قصر دورة الجريدة يحول بينها وبين التوسع في العملية الإخراجية، في حين أن القائمين عن المجلات يجدون الوقت الكامل لذلك مما يجعلها أحسن إخراجا؛

✓ القراء: قراء الجريدة يغلب عليهم الطابع العام لأنهم ينتمون إلى فئات مهنية متنوعة وطبقات اجتماعية مختلفة ومتباينة، إلا أن قارئ المجلة يتميز بنوع من الثقافة والتخصص، خاصة المجلات الثقافية والعلمية منها، كما أن هناك وجود فرق في ثمن المجلة الذي في العادة يكون أغلى من ثمن الجريدة؛

إلا أن هذه الفوارق تقلصت كثيرا في الآونة الأخيرة، حيث ظهرت الصحف الملونة الكثيرة الصفحات والصور، هذه الأخيرة أصبحت تتسابق في إرضاء الجماهير بل وسعت في كثير من الأحيان في مساحات التحليل، لمواضيع محددة وأكثر من هذا ظهرت جرائد متخصصة تهتم بمجال واحد، وتخصص كل صفحاتها لخدمته وتتبع كل ما يتعلق به.

#### نشأة وتطور الصحافة المكتوبة

يرجع المؤرخون تاريخ صدور الصحف إلى عصور قديمة جدا لكنهم يختلفون فينا يخص أول ظهور للصحافة في العالم، اختلافهم هذا يقودنا إلى استنتاج ثلاثة تيارات رئيسية، كل تيار له مرجعيته الخاصة، وحججه المبررة للتأريخ المتفق عليه، ويرى أصحاب التيار الأول من مؤرخين، باحثين ودارسين في مجال الإعلام أن الصحف ظهرت أول مرة في مصر، في شكل نقش الحجر، بينما يرجع الباحثون الذين يصنفون ضمن التيار الثاني أول قدماء الجريدة إلى الصين، وهو المكان الذي عرف فيه لأول مرة الورق في عصر المسيحية، في حين ينسب أصحاب التيار الثالث إلى العرب ظهور أول الصحف في العالم حيث يعتبرون بأن المعلقات التي كانت تعلق في الجاهلية على ستائر الكعبة هي الأم الحقيقية للصحف المنشورة.<sup>31</sup>

وكان التطور الحاسم في تاريخ الصحافة المكتوبة هو اختراع الطباعة، وقد أحدثت الطباعة تغييرا مذهلا، حيث أصبح من الممكن إنتاج آلاف النسخ من الكتاب الواحد بقدر كبير من الدقة والسرعة، والنقطة المهمة في نشأة الطباعة في العالم الغربي هو أن الورق حل مكان المخطوطات "الرق parchment" في العالم الإسلامي خلال القرن الثامن الميلادي نقلا عن الصينيين، ثم انتشر الورق في أوروبا بعد فتح العرب للأندلس، ولم يفقد رجال الدين والقادة والعلماء وكتبة المخطوطات

احتكارهم للقراءة والكتابة إلا بعد اختراع المطبعة في القرن الخامس عشر.<sup>32</sup> وقد ظهرت الفكرة الأساسية للصحيفة في وقت مبكر بعض الشيء في إنجلترا وأمريكا، وقد تأسست صحافة المستعمرات الأمريكية قبل سنوات من قيام الولايات المتحدة كدولة جديدة، وعندما توفرت الوسائل الكفيلة بإصدار جريدة رخيصة الثمن للتوزيع على نطاق واسع، وعندما تم تطوير الجوانب الفنية الخاصة بسرعة الطبع والتوزيع، ظهرت الصحافة الجماهيرية التي عرفت باسم "صحيفة البنس"، إشارة إلى أن ثمنها لا يتجاوز بنسا واحدا، وقد حدث ذلك في مدينة نيويورك، وقد حققت هذه الصحافة الجماهيرية نجاحا كبيرا وخلال سنوات قليلة انتشرت في أجزاء عديدة من العالم.<sup>33</sup>

وشهدت الصحافة عوامل ساعدت على ازدهارها ونهضتها، بالإضافة إلى تطور الفن الإبداعي الذي أدى إلى اتساع حجم الجمهور القارئ المتابع لها، بعد أن كان مقصورا على فئات معينة تتعامل مع الأوراق والرسائل الخيرية المنسوخة، وتطور الخدمات البريدية وتنظيمها، مما ساعد على جمع الأخبار ونقلها وتبادلها، وكذلك الدور الذي قامت به وكالات الأنباء في توزيع الأخبار وتنويع مجالاتها وتسويقها للصحف، التي لم تكن قادرة على استخدام أعداد كبيرة من المندوبين الذين ترسلهم لتغطية الأحداث الكبيرة، وتوسيع حقل الإعلام الذي تقوم به الصحف، وزيادة حب الاستطلاع لدى قرائها.<sup>34</sup> إضافة إلى عوامل أخرى مثل تقدم التجارة والمواصلات وانتشار التعليم وتقدم الفنون والآداب والعلوم، وتطور تكنولوجيا الاتصال (كالبرقية والهاتف والفاكس....).<sup>35</sup>

### وظائف الصحافة المكتوبة

هناك عدة وظائف تقوم بها الصحافة المكتوبة تجاه قرائها، ومن بين هذه الوظائف نجد:<sup>36</sup>

- الوظيفة الإخبارية: هي وظيفة تزويد القراء بالأخبار الداخلية والخارجية بصفة عامة، ويتعين على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من هذه المعلومات حتى يستطيع الناس أن يكونوا رأيا عاما سليما في شؤونهم الداخلية والخارجية، وأن تقدم الأخبار والالتزام بمعايير الصدق والأمانة والنزاهة؛
- وظيفة الشرح والتفسير والتحليل: ظهرت هذه الوظيفة بعد تعقد المجتمعات وازدادت تخصصاتها وترامت أبعادها، فالصحافة الحديثة مسؤولة عن تقديم المعلومات إلى الجماهير بصورة مبسطة، ومألوفة للقارئ العادي وخالية من التفاصيل المعقدة، من خلال القيام بتحليل وتقديم شرح وتفسير للمعلومات، فكثيرا من الأحداث لا يمكن فهمها دون معرفة خباياها؛

- وظيفة التربية والتعليم: يساعد التعليم على تنمية الفكر وتقوية ملكة النقد وتربية الشخصية الإنسانية، ولهذا تمكنت وظيفة التربية من أخذ مكانة بالغة الأهمية، ولا سيما بفضل وسائل الإعلام التي لم تعد وسائل مساعدة للتعليم، بل صارت بمثابة إحدى الأدوات الضرورية لتربية شاملة ودائمة:
- الوظيفة التنقيفية: تتمثل هذه الوظيفة في نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي، عن طريق توسيع آفاق الفرد وخياله، وإشباع حاجاته الجمالية، وإطلاق قدرته على الإبداع، إذ تسعى الوسيلة الإعلامية إلى نشر الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمعات، كما تساعد عملية التنشئة الاجتماعية والمتمثلة في تعليم الخلق الحضاري الملائم للتقدم والتطور، عن طريق التوعية الشاملة لأهداف المجتمعات وتخصصاتها:
- الوظيفة الترفيهية: على الرغم من أن الترفيه أو التسلية يعد من الحاجات الأساسية للإنسان، إلا أن اهتمام غالبية الصحف به عادة ما يكون محدودا وتزداد نسبته في الصحف الشعبية، من خلال الألغاز والكلمات المتقاطعة والألعاب والرسوم الهزلية الساخرة، وبعض المضامين الأخرى، يمكن للصحافة أن تساهم بتحقيق عملية الترفيه للقارئ بأشكالها المختلفة على الصعيد الشخصي والجماعي، إذ تتميز بسمة الأثر النفسي الذي يساعد على التخفيف من حدة المتاعب والآلام، التي يعاني منها الفرد في حياته اليومية:
- وظيفة الخدمات العامة: تتمثل هذه الوظيفة في تزويد القارئ بأخبار صحيحة وموضوعات تخدمه في حياته، ويحصل على فائدة مباشرة منها، مثل الإعلانات، أخبار السوق، مواعيد النشرات، وكذلك في نشر مواقيت الصلاة، الاستشارات القانونية والطبية، وأشياء أخرى تدخل في نطاق الخدمات التي تقدم للجمهور:
- الوظيفة التسويقية، أو وظيفة الإعلانات: هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن غيرها بالنسبة للمستهلك والمنتج الذين يشكلان طرفي العملية التسويقية:
- وظيفة توثيق الأحداث: تعد الصحافة مصدرا للتاريخ وذلك عندما يتعلق الأمر بدراسة الحالة الاقتصادية أو الاجتماعية لمرحلة معينة من المراحل التاريخية في مجتمع ما، وبما أنها مصدر للتاريخ فهي تقوم بوظيفتين، أولهما: رصد الوقائع وتسجيلها والاحتفاظ بها للأجيال القادمة، وثانيتهما: القيام بقياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء وقائع وقضايا تاريخية معينة.

## مميزات الصحافة المكتوبة

للصحافة المكتوبة مجموعة من المميزات تميزها عن باقي وسائل الإعلام التقليدية، منها:<sup>37</sup>

- تكلفتها الاقتصادية أقل نسبياً: تعتبر تكلفة الصحافة المكتوبة رخيصة نسبياً (تكلفة الإنتاج) إذا قورنت بالإذاعة والتلفزيون، فهي لا تحتاج إلى عملية تسجيل أو تصوير، يستطيع المحرر كتابة التقرير المنشور من على طاولته دون تكبد الذهاب إلى موقع الحدث، ومن ناحية أخرى فإن تكلفة الطباعة والورق والأحبار، لا توازي تكلفة استقبال وإرسال الصورة التلفزيونية أو الموجة الإذاعية؛
- سهولة الاسترجاع والتخزين: إن قدرة مقتني الصحيفة على تخزين معلوماتها أو تخزين المعلومات منها أكبر من القدرة على تخزينها من الإذاعة والتلفزيون؛
- استخدام الصورة والرسوم والكرتون والكاريكاتير: لقد تفوقت الصحيفة على الإذاعة من حيث استخدام الصورة والرسوم، فهي تعطي صورة واضحة للحدث من خلال الصور والرسوم؛
- حرية التلقي واختيار وقته: بعكس الإذاعة والتلفزيون يستطيع المتلقي في الصحيفة أن يعرض نفسه للرسالة متى شاء وأين شاء، دون أن يحكمه وقت ويستطيع إعادة خبر وتلقيه ومراجعته كيفما شاء؛
- سهولة نقل الصحيفة وحرية الحركة والتنقل: يستطيع المتلقي أن ينقل الصحيفة معه أينما أراد، وأن يقرأها في أي مكان شاء، فالصحيفة خفيفة النقل وصغيرة الحجم.

## عيوب الصحافة المكتوبة

في مقابل هذه المميزات تعاني الصحافة المكتوبة من عدة عيوب وسلبيات نذكر أهمها فيما يلي:<sup>38</sup>

- التكلفة العالية للحصول على المعلومات الموجودة فيها؛ فلو قارنا بينها وبين التلفاز مثلاً فإن المستخدم يدفع ثمن الجهاز مرة واحدة، وينعم بالمعلومات والأخبار، ولكن يحتاج إلى شراء نسخة جديدة من الصحافة المكتوبة للاطلاع على الأخبار الجديدة؛
- اقتصار تواجد الصحف المكتوبة على مساحات جغرافية محصورة؛ لأنه لا يمكن اجتياز الحدود الجغرافية والتضاريس الصعبة لتوزيع النسخ، ولو وُضعت الخطط والمشاريع لتجاوز ذلك فإنها ستكون مبالغ باهظة جداً؛
- لا يمكن لمن لا يستطيع القراءة (الأمي) أن يطلع على مضمون الصحيفة.



### مفهوم الإذاعة

الإذاعة هي إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لا سلكيا، فكلمة الإذاعة تطلق على الاتصال بالراديو أي إرسال واستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لا سلكيا، وكلمة راديو كاصطلاح هندسي تعني الإرسال والاستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية، ويمكن تعريف الإذاعة بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو، لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة، فهي ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، وبإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية وربط مستمعها.<sup>39</sup>

### نشأة وتطور الإذاعة

تنبأ عالم الطبيعيات الإنجليزي "جيمس ماكسويل" وكان أستاذا بجامعة لندن، بوجود ما يسمى بالموجات الكهرومغناطيسية عام 1865، وجذبت هذه النظرية انتباه عالم ألماني هو "هيتريش هيرتز" فأثبت صحتها، وقام بتجارب الإنتاج لتلك الموجات وحدد سرعتها وأطوالها وخصائصها عام 1888، وحفزت هذه النتائج عالما إيطاليا اسمه "ماركوني" لإجراء المزيد من التجارب العلمية لإرسال إشارات لاسلكية، عن طريق الراديو التلغرافي عام 1894 وأنشأ شركة لتطوير المخترع، وفي سنة 1901 استمع "ماركوني" لرسالة بعث بها عبر الأطلسي، من محطة إرسال في "كورنول" بإنجلترا إلى "سان جون" في الولايات المتحدة الأمريكية، وتأكد الدور الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة عمليا عندما أنقذ الإرسال اللاسلكي سفينة الركاب الضخمة "تيتانيك" في الوقت المناسب عام 1912، وتوالت إجراءات استكمال جميع العناصر الإذاعية لإيجاد الإذاعة التي تنقل صوت الإنسان والموسيقى، و في سنة 1920 أصبحت الإذاعة حقيقة واقعة كما نعرفها الآن، وفي سنة 1922 بلغ عدد المحطات في أمريكا نحو 50 محطة ثم وصلت إلى 550 محطة في العام الذي تلاه مباشرة، وانتشرت الإذاعة بسرعة في بريطانيا وفرنسا وأستراليا، وفي عام 1952 أصبح العالم يعج بنحو 600 محطة، ارتفعت إلى 8500 محطة عام 1960 وتوالت إلى يومنا هذا انتشارا وذيوعا.<sup>40</sup>

## مميزات الإذاعة

للإذاعة عدة مميزات تميزها عن باقي وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، وهي:<sup>41</sup>

- الفورية أو الأنبية في نقل الأحداث والأخبار من مواقعها: تستطيع الإذاعة مثل التلفزيون على عكس الصحافة أن تنقل الأحداث في آن وقوعها مباشرة، بيد أن الإذاعة أسرع من التلفزيون في نقل الأحداث، فالتلفزيون يحتاج إلى نصب الكاميرا من موقع مناسب للتصوير وإعداد الأجهزة المناسبة للتصوير والنقل، بينما لا تحتاج الإذاعة الى مثل ذلك؛
- تخطي حاجز الأمية: تشترك الإذاعة والتلفزيون في مسألة تخطي حاجز الأمية، فهما لا يحتاجان من المتلقي أن يعرف القراءة والكتابة، بل يكفي منه ان يعرف كيفية تشغيل أحدهما، وهذا ما لا يحتاج إلى معلم أو علم؛
- التلقي غير المركز: إن الراديو لا يحتاج إلى تركيز كبير في لحظة التلقي، فهو يعتمد على حاسة السمع فقط ولا يحتاج إلى تفرغ تام للتلقي منه، فيستطيع المتلقي أن يستمع للراديو في آن كونه يقوم بأعمال أخرى، بينما تحتاج بقية وسائل الإعلام كلها قدرا من الانتباه والتركيز، فهي في المعظم تعتمد على أكثر من حاسة؛
- حرية الحركة والتنقل: قديما لم تكن هذه الميزة متوفرة في الراديو حيث كان حجمه الكبير يستعصي على النقل، بيد أنه ومع التطور التكنولوجي أصبح بإمكان المتلقي أن يحمل في يده جهاز لا يتجاوز راحة الكف أو أصغر من ذلك أينما ذهب، ليتلقى منه الرسالة الإذاعية بكل سهولة ويسر؛
- انخفاض تكلفة الخدمة الإذاعية بالنسبة للمستهلك: إن شراء جهاز الراديو اليوم أصبح أمرا سهلا يسيرا، فبإمكان أي شخص من أي طبقة اجتماعية كان أن يقتني جهازا إذاعيا، دون أن يتكبد مبلغا ضخما كالذي يتكبد في محاولته الحصول على التلفزيون؛
- إطلاق طاقة التخيل عند المتلقي: إن الصحافة تعتمد على الخبر المكتوب والصور المتعلقة بالخبر، والتلفزيون يعتمد على الصورة أو اللقطة المتحركة، أما الإذاعة فلا تعتمد إلا على الصوت، مما يتيح للمتلقي العنان في تخيل الأحداث أو الأشخاص أو المواقف؛
- استخدام المؤثرات الصوتية والموسيقى: وهذه الأمور التي تشترك فيها الإذاعة مع التلفزيون، بيد أن الأولى تعتمد على المؤثرات أكثر من التلفزيون، فالعصب الرئيسي للإذاعة هو الصوت ولا شيء سواه.

## وظائف الإذاعة

تظهر وظائف الإذاعة فيم يلي:<sup>42</sup>

### ■ الوظيفة الاقتصادية

وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزاً من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات وفقرات إخبارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مداخيلها، كما أنها تلعب دوراً مهماً في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها وتقدم لسكانها جملة من الإرشادات والنصائح، التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم، فهي مسئولة عن التنمية الريفية وإنعاش الزراعة والفلاحة:

### ■ الوظيفة التربوية والثقافية

وهي وظيفة ليست أقل شأنًا من باقي الوظائف، حيث تشجع الإذاعة على التعليم واكتساب المعارف، والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة، تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية والنفسية، والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية، وقد تجمع الإذاعة بين التثقيف والترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور؛

### ■ الوظيفة الاجتماعية

تلعب الإذاعة دوراً هاماً داخل المجتمعات، حيث تجعل خدمة المجتمعات من أهدافها الأساسية، فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمعات وعقيدتها وحضارتها وكذا بعث تراثها وعاداتها وتقاليدها، كما تسعى إلى الارتقاء بالفكر والسلوك، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل تهدف البرامج جميعها حتى ما كان منها للتسلية والمتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم وتقويم السلوك الاجتماعي الفردي، من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع وبما يساعد على البناء السليم للأمم والشعوب، والتأكيد على الأشياء الحسنة والتنفير من الأشياء الضارة، هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمعات.

## أنواع البرامج الإذاعية

توجد عدة أنواع للبرامج الإذاعية التي من خلالها تحاول الوصول إلى مختلف اهتمامات مستمعيها، وهي:<sup>43</sup>

### • البرامج الإخبارية

وتضم النشرات الإخبارية والتحقيقات واللقاءات الإخبارية والتحليلية، وتعتبر نشرات الأخبار من أهم المواد التي تقدمها الإذاعة أو كل وسائل الإعلام، وتهتم جميع وسائل الإعلام وفي مقدمتها الإذاعة في جميع الدول، بتزويد مستمعيها بالأنباء والأحداث الداخلية والخارجية والتعليقات عليها، وقد ارتبطت الأخبار بالإذاعة منذ نشأتها وتطورت معها، فزادت عدد نشراتها لتقدم للمستمع الخدمة الإخبارية طوال مدة إرسالها، ولم تكتفي بنقل الأخبار بل صارت تسعى لجلبها وتحليلها وتقديمها للجمهور جاهزة في لحظتها، ويجمع كثير من المفكرين على أن المهمة الإخبارية للإذاعة تعد مهمة رئيسية بالدرجة الأولى، فإذا كان التلفزيون قد أخذ على عاتقه مهمة الترفيه كوظيفة أساسية، فقد ترك للإذاعة مهمة الإخبار؛

### • البرامج التربوية التعليمية

وهي برامج تعتمد على أسلوب تعليمي تربوي، لتقدم لمتبعيها معلومات ومفاهيم في مجال تخصصه وفي إطار دراسته أو مكملته لذلك، وقد تكون معتمدة على مناهج تربوية أو بطرق خاصة، وقد تهدف هذه البرامج لمناقشة ما يتعلق بعناصر العملية التربوية، من تلميذ ومعلم ومؤسسات تربوية؛

### • البرامج الترفيهية

وهي البرامج التي يجد فيها المستمع نوع من الترويح عن النفس، حيث تهدف وتسعى إلى الترفيه عن الجمهور وإشباع رغباته وتخفيف أعباء حياته اليومية، ولا يعني ذلك ابتعادها عن المضمون الهادف، وتنوع البرامج الترفيهية بما يلي رغبات الجمهور من الحاجة إلى المتعة والراحة لكل طبقات المجتمع؛

### • البرامج الدينية

وهي برامج تدخل ضمن البرامج العامة، وهناك قنوات إذاعية متخصصة في هذه البرامج منها إذاعة القرآن، وتضم البرامج الدينية تلاوة القرآن الكريم وتفسيره، والأحاديث الدينية، وصلاة الجمعة، ومكارم الأخلاق، والآداب والمعاملات التي ينبغي أن يتعامل معها المسلم في جميع أمور حياته، وتتطرق إلى ما يرتبط بالإنسان أو المجتمع من عقائد وعبادات ومناسبات، كما تهتم بالتربية والسلوك وعادة ما يقدم هذه البرامج شخصيات دينية؛

### • البرامج الاقتصادية

وهي برامج تهتم بالأمور الاقتصادية في المجتمعات، منها التجارية ومنها الصناعية ومنها الزراعية، وتسلب هذه البرامج الضوء على تطور هذا القطاع والمشاكل التي تعترض سبل تقدمه، كما أن هذه البرامج تقدم ثقافة اقتصادية للمستمع وتعرفه بمختلف المنظمات والأنظمة الاقتصادية، وأهم المتغيرات في عالم الاقتصاد، وتناقش بعض التطورات الاقتصادية على المستوى المحلي أو الدولي؛

### • البرامج الاجتماعية

وهي البرامج التي تعالج المجال الاجتماعي كالأمر الأسرية وقضايا الشباب، كما تعالج القضايا الاجتماعية المتنوعة في المجتمعات، كالطلاق والانحراف والجريمة والآفات الاجتماعية، وتسعى للقيام بوظائف التربية في المجتمعات، وغرس لمشاعر الانتماء للمجتمعات، بحيث تتمكن مختلف فئات المجتمعات من إدراك المفاهيم، واكتساب المهارات، والتزود بالخبرات، وتنمية الاتجاهات، وتعديل السلوك الذي يرمي إلى التوافق والتماسك الاجتماعي؛

### • البرامج الثقافية

وهي برامج هادفة إلى تنمية القدرة الثقافية والمعلوماتية للمجتمعات، وتساهم في إكسابه معلومات وخبرات ومهارات جديدة، كما تعمل على تعزيز القيم الثقافية للمجتمعات وترسيخها، وإزالة الشوائب المضرة عنها، كما تعمل على إبراز كل ما هو جديد ومفيد أو ضار، كما أنها لا تهمل القديم وتبرز جماله وآثاره الحسنة، كما أنها تتنوع وتتشعب لتقدم لأفراد المجتمعات وطبقاتها أطباق من المعرفة، قد لا تفيدهم بصورة فردية أو فورية، ولكنها تدخل في التراكم المعرفي الذي يكتسبه الإنسان في مجالات مختلفة، خارج مجال تخصصه توسع آفاقه ومعرفته؛

### • البرامج الرياضية

وهذه البرامج لها جمهورها العريض خاصة من الشباب، حيث تنقل الأحداث الرياضية وما يتبعها من نقاشات وتحليلات رياضية، وهي تعد جزء من البرامج الترفيهية، كما أنها تحث أفراد المجتمعات على النشاط الرياضي وتبرز آثاره الصحية على الجسد والنفس والعقل، وهذا يعد جزء من البرامج الثقافية، فالبرامج الرياضية تجمع بين الترفيه والثقيف، وتعرض كبرامج خاصة أو ضمن البرامج الإخبارية، كما تخصصت لها قنوات تلفزيونية كثيرة وصحف وجرائد.

### 3- وكالات الأنباء

#### مفهوم وأنواع وكالات الأنباء

تعد وكالات الأنباء مؤسسات تهتم بجمع وكتابة الأخبار المحلية والدولية، ونشرها عبر الصحف والمجلات الدورية، والمذيع والتلفاز وغيرها، إذ تعتمد جميع وسائل الإعلام على وكالات الأنباء بغالبية الأخبار التي تنشرها، حتى وإن كانت تمتلك مصادر واسعة خاصة بها لجمع الأخبار، ومن الجدير بالذكر أنه بحلول القرن الواحد والعشرين قامت معظم وكالات الأنباء بحوسبة أعمالها وأساليب بثها للأخبار.<sup>44</sup> وتعرف وكالات الأنباء بأنها المؤسسات التي تمتلك إمكانيات واسعة، تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار في عدد كبير من دول العالم، كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيسي، يتولون تحرير المواد الإخبارية عالمية كانت أم محلية، وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخارج، للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الإذاعة وإلى وكالات الأنباء المتعاقد معها، والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة.<sup>45</sup> وتتنوع وكالات الأنباء إلى الأنواع التالية:<sup>46</sup>

- وكالات الأنباء العالمية: هي وكالات الأنباء التي تهتم بجمع أكبر عدد ممكن من الأخبار المرتبطة بالعديد من الدول في العالم، فتحتوي على أقسام إخبارية متخصصة في الشؤون المحلية لكل دولة، ويعمل في كل قسم فريق متخصص من الصحفيين والمراسلين الإخباريين، الذين يهتمون بمتابعة أخبار الدول بشكل دائم؛
- وكالات الأنباء شبه الدولية: وتعرف أيضا باسم وكالات الأنباء الإقليمية، وهي وكالة أنباء لا تغطي كافة الأخبار الدولية بل تخصص بتغطية مجموعة محددة من الدول في العالم؛ كتغطية أخبار دول الشرق الأوسط، أو دول أوروبا، وتسعى وكالات الأنباء هذه إلى التطور لتصبح وكالات أنباء عالمية؛
- وكالات الأنباء المحلية: هي وكالات تهتم بالشؤون والأخبار المحلية للدولة التي توجد فيها، وعادة لا تهتم بالأخبار الدولية إلا إذا كانت مهمة جدا وذات تأثير عالمي، أو كانت مرتبطة بالدولة التي توجد بها، كما تحرص وكالات الأنباء المحلية على جمع الأخبار حول كافة المجالات داخل الدولة، ونشرها باستخدام وسائل النشر الصحفية: كالصحف اليومية، والنشرات الإخبارية على المحطات التلفزيونية، وإذاعات الراديو المحلية.

## نشأة وتطور أهم وكالات الأنباء في العالم

يعود نشوء وكالات الأنباء إلى عام 1832، حين أسس "شارل لوي هافاس" في فرنسا أول وكالة أنباء في العالم أطلق عليها اسم هافاس Havas ، وقامت الحكومة الفرنسية بشرائها من مالكها بعد ذلك، ثم استولى عليها الألمان خلال الحرب العالمية الثانية، وكانت هناك وكالة أنباء سرية تدعم المقاومة ضد الاحتلال الألماني، وإلى جانبها وكالة أنباء فرنسا المستقلة التي أسسها الأحرار في لندن، ومن هذه الوكالات مجتمعة نشأت وكالة الأنباء الفرنسية فرانس برس (AFP) Agence France- Presse عام 1944، وتغطي هذه الوكالة بمراسليها ومكاتبها معظم دول العالم ومناطقه تقريبا، وتقدم خدماتها بلغات عدة كالفرنسية والإنكليزية والألمانية والإسبانية والعربية والروسية.<sup>47</sup>

وأسس الألماني "بول جولويس رويترز" Reuters وكالة أنباء أسماها رويترز في فرنسا عام 1850، ثم انتقلت بعدئذ بعام إلى المملكة المتحدة، وتمتلك الوكالة أربعة اتحادات صحفية، شعارها «السرعة والدقة»، وتنتشر مكاتبها ومراسلوها في معظم دول العالم ومناطقه، وتقدم اليوم خدماتها إلى معظم المؤسسات الإعلامية في العالم، وهي وكالة أنباء ذات طابع دولي، وفي عام 1848 تأسست وكالة الأنباء الأسوشيتد برس الأمريكية Associated Press News Agency ، واقتصرت خدماتها على الصحف الست التي أسهمت في تأسيسها، ثم أغلقت بحكم قضائي عام 1943 لعدم قانونيتها، لكنها عادت بقوة لتقدم خدماتها داخل الولايات الأمريكية وخارجها، وتقدم هذه الوكالة حاليا خدماتها إلى معظم صحف العالم، ومحطات الإذاعة والتلفزة داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها.<sup>48</sup>

وفي عام 1907 بدأ إرسال وكالة اليونيتد برس إنترناشيونال Interational United Press ، التي كان يطلق عليها مؤسسة الاتحاد الصحفي، بعد اندماجها مع وكالة الأخبار الدولية (بعد نحو واحد وخمسين عاما) سميت باسمها الحالي، وهي وكالة أنباء ذات طابع تجاري ربحي يملكها أفراد، وتقدم خدماتها إلى الكثير من المؤسسات الإعلامية في داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، ولديها الكثير من المراسلين في مختلف مناطق العالم؛ وقد عانت في السنوات الأخيرة أزمة مالية مما دفع القائمين عليها إلى عرض أسهمها للبيع.<sup>49</sup> وأنشئت في عام 1918م وكالة أنباء روسية سميت روستا Rosta ، ثم أطلق عليها عام 1925 وكالة تاس TASS ، وهي مصدر الأنباء الوحيد في الاتحاد السوفييتي سابقا، وكانت آنذاك تختص بأخبار الحزب الشيوعي والحكومة السوفييتي، وقد ألحقت بروسيا الاتحادية بعد انهيار الاتحاد السوفييتي، غير أن قوتها من حيث التغطية والخدمات لا تضاهي وكالتي فرانس برس ورويتر، كما سادت في الاتحاد السوفييتي السابق وكالة أنباء أخرى، خاصة بالأخبار الداخلية والأخبار

المصورة وهي وكالة أنباء نوفوستي Novosti، وبعد الحرب العالمية الثانية أنشأت الكثير من دول العالم وكالات أنباء وطنية خاصة بها.<sup>50</sup>

#### أهمية وكالات الأنباء

تمثل وكالات الأنباء أنموذجا للمؤسسات الإعلامية الدولية، لما لها من سيطرة على تدفق الأخبار حول العالم، كما أن وكالات الأنباء تعد مصدرا مهما رئيسيا للأخبار ضمن مسار العملية الإعلامية، حيث تبوأَت هذه المؤسسات مركز الصدارة في التعامل مع الأحداث، ومتابعتها وتغطية مجرياتها للجمهور عبر شبكاتها ومراسليها في مختلف البلدان، وبؤر الصراعات والنزاعات حول العالم ونقلها لوسائل الإعلام، يؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة، التي يستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف أنحاء العالم، فضلا عن قدراتها المادية التي تمكنها من نقل أخبار العالم وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب، وهي مصنع الأخبار في العالم تستخدمها الدول كافة.<sup>51</sup>

#### 4- السينما

##### مفهوم السينما

السينما هي صناعة التصوير المتحرك وعرضه للجمهور عبر شاشات كبيرة في دور العرض، أو على شاشات أصغر (التلفاز والحواسيب).<sup>52</sup> ويرتبط تاريخ السينما بمفهومها الحديث بشكل أساسي بتطور التصوير السينمائي، وما اعتمد عليه من معدات خلال تلك الفترة، وحيث أن التصوير الفوتوغرافي هو عبارة عن ناتج عرض مجموعة من الصور الثابتة بشكل متتابع وسريع على شاشة عرض خاصة، حيث كان هذا المفهوم نتيجة لمساعي علمية جمّة هدفت إلى النهوض بهذا المجال باتجاه مستويات أعلى، وقد بدأت هذه المساعي خلال القرن التاسع عشر إلى أن وصلت إلى ما وصلت إليه خلال القرن الجاري من تقدم وتطور هائل، بحيث أصبحت هذه الصناعة مصدر لتوظيف آلاف الأشخاص باختلاف مجالات تخصصاتهم، كما أنها أصبحت وسيلة للترفيه الجماعي، وكذلك وسيلة للتواصل والتبادل الثقافي.<sup>53</sup>

##### نشأة وتطور السينما

بدأت السينما بشكل رسمي عام 1895 بفضل الأخوة "لوميير"، اللذان وضعوا حجر الأساس عندما صنعوا أول آلة عرض سينمائي أواخر نفس العام، والتي يمكن أن تسمى بأهم ليلة في تاريخ السينما، عرض الأخوين 10 أفلام قصيرة في باريس، حيث كانت مدتهم 50 ثانية، هذه الأفلام كانت بسيطة



كوميديّة خفيفة، وأناس بسطاء يذهبون إلى منازلهم عودة من المصانع.<sup>54</sup> ويقسم تاريخ نشأة السينما وتطورها إلى عدة مراحل أهمها:<sup>55</sup>

#### • عصر الريادة من 1895 – 1910

في هذا العصر بدأت صناعة الفيلم، الكاميرا الأولى، الممثل الأول، المخرجون الأوائل كانت التقنية جديدة تماما، ولم تكن هناك أصوات على الإطلاق، ومعظم الأفلام كانت وثائقية، خبرية، وتسجيلات لبعض المسرحيات، وأول دراما روائية كانت مدتها حوالي خمسة دقائق، وبدأت تصبح مألوفة حوالي عام 1905 مع بداية رواية الفنان الفرنسي "جورج ميلييه" Georges Melies، رحلة إلى القمر A Trip to the Moon عام 1902، وكانت الأسماء الكبيرة في ذلك الوقت هي "إديسون"، "لوميير"، و"ميلييه" بأفلامه المليئة بالخدع، وعند مشاهدة هذه الأفلام يؤخذ في الاعتبار أنها كانت تشكل المحاولات الأولى، وأن السينما كانت وما تزال أداة اتصال جديدة، فلا يجب أن يُنظر إليها على أنها تافهة، ربما تكون حقا بدائية، ولكن يجب إدراك أن الطاقة والعمل الذي بذل لإنتاج هذه الأفلام كان مهرا، وأن أخذ المنتجين على عاتقهم مهمة إنتاج هذه الأفلام كان أمرا متميزا؛

#### • عصر الأفلام الصامتة: 1911-1926

ويتميز هذا العصر عن سابقه بكثرة التجريب في عملية مونتاج الأفلام، فلم تكن هذه المرحلة صامتة بالكامل، فقد كانت هناك استخدامات لطرق ومؤثرات صوتية خاصة، بينما لم يكن هناك حوار على الإطلاق حتى المرحلة التالية، فاختلف الشكل واختفت التسجيلات المسرحية لتحل محلها الدراما الروائية، ويعد هذا أيضا بداية لمرحلة الأفلام الشاعرية ذات الطابع التاريخي الأسماء الشهيرة في هذه المرحلة ضمت "شارلي شابلن" Charles Chaplin، "ديفيد جريفيث" David Griffith وغيرهم، وتكلفت أفلام هذه المرحلة أموالا أكثر، وبدأت مسألة نوعية وجودة الفيلم تثير جدلا، كما صنعت أنواع مختلفة من الأفلام في هذه المرحلة:

#### • عصر ما قبل الحرب العالمية الثانية: 1927-1940

يتميز هذا العصر بأنه عصر الكلام أو الصوت، ولكن "فيليب كونجليتون" يرى أن هذا التصنيف غير دقيق، فذلك يعني أن هناك مرحلتين في تاريخ الفيلم: الصمت والكلام، ويبدأ هذه العصر بإنتاج أول فيلم ناطق بعنوان "مغني الجاز" عام 1927، بالإضافة إلى أفلام ناطقة أخرى متنوعة أنتجت في هذه المرحلة، كما شهدت أفلام الثلاثينيات استخداما أكثر للألوان، وبدأت الرسوم المتحركة، وفي هذه المرحلة أيضا ظهرت العروض النهارية للأفلام، وبدأت تتنامى في المسارح مع موجة الكوميديا، وبرز نجوم لفن السينما انتشرت أسماؤهم في ذلك الحين، وقد ضمت أسماء هذه المرحلة أسماء مثل

"كلارك جابل" Clark Gable، "فرانك كابرا" Frank Capra، "جون فورد" John Ford، والممثلان اللذان استمرا إلى المرحلة الناطقة بعد ذلك، وهما "ستان لوريل" Stan Laurel، و"أوليفر هاردي" Oliver Hardy، وفي هذه المرحلة أيضا بدأت نوعية الفيلم تزداد أهميتها مع ظهور جوائز الأوسكار، وحب الجمهور للسينما، من هنا أصبح يُنظر للفيلم في هذه المرحلة كمراهق بدأ ينضج، ويمكن التمييز بين الأفلام التي كلفت أموالا كثيرة عن الأفلام التي لم تكلف كثيرا، وبالرغم من أن التقنية المستخدمة في صناعة الفيلم كانت ما تزال بدائية، لكنها بهرت العديد من رواد السينما؛

#### • العصر الذهبي للفيلم: 1954-1941

أحدثت الحرب العالمية الثانية كل أنواع التغيرات في صناعة الفيلم، فخلال وبعد الحرب ازدهرت الكوميديا بشكل ملحوظ، وتربعت الأفلام الموسيقية على عرش السينما، كما انتشرت أفلام الرعب، ولكن باستخدام ضئيل للمؤثرات الخاصة بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج، فقد صنعت نفقات الإنتاج فرقا ملحوظا بين الميزانيات الكبيرة والصغيرة للأفلام، ولجأت استوديوهات السينما لاستخدام ميزانيات صغيرة لإنتاج أفلام غير مكلفة للعامة وذلك لجذب الجماهير، لذلك ظهرت الأفلام الجماهيرية في هذه المرحلة والتي يمكن تصنيفها إلى أفلام استخبارات وأفلام غابات، أما أفلام الخيال العلمي فقد ظهرت حوالي عام 1950، والأسماء الكبيرة القليلة التي ظهرت في هذه المرحلة هي "كاري جرانت" Cary Grant، "همفري بوجارت" Humphrey Bogart، "أودري هيبورن" Audrey Hepburn، "هنري فوندا" Henry Fonda، "فريد أستير" Fred Astaire؛

#### • العصر الانتقالي للفيلم: 1966-1955

يسمى "فيليب كونجليتون" هذه المرحلة بالعصر الانتقالي، لأنه يمثل الوقت الذي بدأ فيه الفيلم ينضج بشكل حقيقي، فقد ظهرت في هذا العصر التجهيزات الفنية المتطورة للفيلم من موسيقى وديكور وغير ذلك، وفي هذا العصر بدأت الأفلام من الدول المختلفة تدخل إلى الولايات المتحدة الأمريكية من خلال حوائط هوليوود السينمائية، وبدأت الأفلام الجماهيرية تستبدل بأفلام رخيصة، كما بدأت الأستوديوهات الكبيرة تفقد الكثير من قوتها في مجال التوزيع، كما ظهر لصناعة الفيلم عدو جديد يسمى التليفزيون، مما أبرز المنافسة حول نوعية المنتج وجودته، وبدأت السينما تقتحم موضوعات اجتماعية أكثر نضجا، وانتشرت الأفلام الملونة لتصبح الأغلبية بجوار الأبيض والأسود، وضمت الأسماء الكبيرة في سينما هذه المرحلة "ألفريد هتشكوك" Alfred Hitchcock، "مارلين مونرو" Marilyn Monro، و"إليزابيث تايلور" Elizabeth Taylor، وبدأت الحرب الباردة لتغير وجه هوليوود، وظهرت المؤثرات الخاصة، وبرزت الفنون الأخرى المصاحبة كالديكور والاستعراضات؛

## • العصر الفضي للفيلم: 1967-1979

يرى بعض المؤرخين أن هذه الفترة بالفعل، هي مرحلة الفيلم الحديث وكانت مرحلة جديدة وقتها، ويبدأ العصر الفضي للسينما بإنتاج فيلمي "الخريج" و"بوني وكلايد" عام 1967، وقد ظهرت عدة أفلام خالية من الصور المتحركة، وكان من جراء انتشار هذه النوعية من الأفلام الناضجة الخارجة عن الأخلاق العامة، أن ظهرت أنظمة جديدة للرقابة، وتكونت الأسماء الشهيرة التي حكمت هذا العصر أمثال "فرانسيس كوبول" Francis Coppola، و"داستن هوفمان" Dustin Hoffman، و"مارلون براندو" Marlon Brando، وانخفضت نسبة أفلام الأبيض والأسود إلى 3% من الأفلام المنتجة في هذه الفترة، فأصبحت هوليوود تعرف حقا كيف تصنع أفلاما، وأصبح هناك فارق كبير بين الميزانيات الكبيرة والضئيلة للأفلام، كما يمكن أيضا مقارنة الجوانب الأخرى الغير مادية للفيلم، لذا لا يجب أن ينظر للأفلام ذات الميزانية الضئيلة على أنها رديئة؛

## • العصر الحديث للفيلم: 1980-1995

بدأ هذا العصر عام 1977، عندما أنتج فيلم "حروب النجوم" Star Wars، الذي يعد أول إسهام للكمبيوتر والتقنية الحديثة في تصميم المؤثرات الخاصة، لكن "فيليب كونجوليتون" يبدأ هذا العصر عام 1980، لأنه يعتبر أن فيلم "الإمبراطورية تقاوم" نقطة البداية، ففي هذه المرحلة بدأ انتشار الكمبيوتر والفيديو المنزلي، التلفزيون السلكي، واعتمدت هذه المرحلة اعتمادا كبيرا على الميزانية الضخمة بدلا من النص والتمثيل، ولكنها احتفظت بالقدرة على إنتاج نوعية جيدة من أفلام التسلية الممتعة.

### خصائص السينما

تتميز السينما بعدة خصائص تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية، منها:<sup>56</sup>

- توظف السينما الحركة والصوت واللون والمؤثرات مما يؤثر على الجماهير لكونها تخاطب جميع الحواس؛
- من خلال السينما يحاول المخرج أن ينقل إلى المتفرج هذا الإحساس، كما يمكن أن يقنع بفيلمه المئات المحتشدة من الناس؛
- تختصر السينما زمن الحدث بحيث يمكن اختصار الزمن من ساعات أو أيام أو سنوات إلى ثوان أثناء عملية العرض؛
- قدرة التأثير العالية على الجماهير بحيث تعتبر السينما وعاء معرفيا ثقافيا من خلال اعتمادها على أسلوب جذب المشاهد؛

- أن عين المخرج تلتقط صوراً فنية مشوقة، وكذلك تقوم عين المتفرج بدور السيادة في فهم الصورة وتحليلها وتأويلها فنياً وفكرياً؛
- يغلب على السينما الطابع الترفيهي وتقديم القضايا بهذا الطابع عكس الأفلام التسجيلية والتعليمية؛
- تساعد السينما في إتقان عملية التعلم عن طريق إزالة غموض بعض المفاهيم، وذلك لأن الصورة أكثر إدراكاً من لغة الكلمات؛
- الصورة الفيلمية في السينما لا تساوي مجموع صور فوتوغرافية متحركة، إذ تذهب الصورة الفيلمية نحو إبداع علامات أكثر تجريدية قادرة على توليد التوتر الممتع في الفن؛
- تسعى السينما بالارتباط بالواقع من خلال عرضها لأفلام تعبر عن الواقع، وإلى التعبير بطريقة غير مباشرة تنقل أفكار معينة يقبل بها المشاهد ويتأثر بها.

#### وظائف السينما

تقوم السينما بعدة وظائف تجاه الأفراد والمجتمعات، منها:<sup>57</sup>

- وظيفة إعلامية: تعمل على تزويد الفرد بالمعلومات؛
- وظيفة اجتماعية: تستطيع السينما من خلالها أن تدعى مرآة الحقيقة للحياة، فهي تعطي لها الكثير وتقدم حلولاً للمشاكل التي كان الإنسان يجهلها، كما أنها تزيد من الشعور بالإحساس بالانتماء القومي؛
- وظيفة تعليمية: فهي تبرز من خلال الأفلام التسجيلية؛
- وظيفة ترفيهية: فهي تمثل أداة للتسلية والامتناع.

#### 5- التلفزيون

##### مفهوم التلفزيون ونشأته

إن التلفزيون *Télévision* من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين "Télé" معناه "عن بعد"، و *Vision* معناه "الرؤية"، استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900، أما اصطلاحاً فالتلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية، التي تضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة، بواسطة الكهرباء وعن بعد وبطريقة استعمال التقنيات الحديثة.<sup>58</sup> وقد مر التلفزيون بعدة مراحل تاريخية ساهمت في وصوله لما هو الآن، ومن بين أهم هذه المراحل نجد:<sup>59</sup>

- 1884: اخترع الألماني "بول جوتليب نيكوف" جهاز مسح استطاع أن يرسل الصور لمسافات قصيرة، وكان نظامه يعمل آليا وليس إلكترونيا، كما هو الحال الآن؛
- 1922: طوّر الأمريكي "فيلو فارنزورث" نظام مسح إلكتروني؛
- 1926: اخترع "جون بيرد" وهو مهندس أسكتلندي نظام تلفزيوني يعمل بالأشعة تحت الحمراء، لالتقاط الصور في الظلام؛
- 1923: شكل أهم محطة في تاريخ تطوير اختراع التلفزيون على يد العالم الأمريكي من أصل روسي "فلاديمير زوريكين"، عندما نجح في ابتكار آلة التصوير التلفزيونية المخزنة، وكذلك صمام الصورة المستخدم في أجهزة الاستقبال التلفزيونية، وكانت آلة التصوير التلفزيونية المخزنة أول صمام آلة تصوير تلفزيوني مناسب للبه؛
- 1927: نجح الأسكتلندي "جون لوجي بيرد" بعد عدة تجارب من بث إشارات تلفزيونية قادرة على عبور مسافات طويلة، حوالي 700 كيلومتر، وذلك باستخدام خط هاتف بين مدينتي لندن وغلاسكو؛
- 1927: ابتكر الأمريكي "فيلو فرانسورث" جهازا لتقطيع الصور إلى خطوط مستقيمة صغيرة، وأسماه "إيميج ديسكتور" وبعدها بعامين، صنع جهازا لإعادة دمج تلك الخطوط وسماه "فيوزر" وهو الذي مهد فعليا لصناعة التلفزيون بشكله الحالي؛
- 1928: تمكن "جون بيرد" بأول بث تلفزيوني عبر المحيط الأطلسي من لندن إلى مدينة نيويورك؛
- 1929: تمكن "زوريكين" من إنجاز أول نظام تلفزيوني عملي إلكتروني متكامل؛
- 1936: بدأت هيئة الإذاعة البريطانية BBC أول بث تلفزيوني منتظم عام 1936م، وذلك بالبث من قصر ألكسندرا، في لندن، وتعتبر أيضا أولى مؤسسات التلفزيون التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الاستوديوهات المغلقة؛
- 1939: بدأ أول بث تلفزيوني منتظم في الولايات المتحدة الأمريكية؛
- 1951: غطّى البث التلفزيوني كامل الأراضي البريطانية والأمريكية، وفي الخمسينيات حدثت زيادة هائلة في استخدام التلفزيون بظهور قنوات جديدة عمومية وتجارية في الدول الغربية؛
- 1953: ظهر أول نظام عملي للتلفزيون الملون في الولايات المتحدة، وسمي نظام NTSC، وفي الستينيات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة؛ بإدخال التلفزيون الملون في عدة دول بنظامين هما بال وسيكام؛

- 1965: أطلق أول قمر صناعي للاتصالات التجارية ولقد جعلت الأقمار الصناعية البث التلفزيوني عالمي النطاق وتجاوز العوائق الجغرافية؛
- 1966: بدأت هيئة الإذاعة البريطانية البث الملون المنتظم على القناة الثانية؛
- في الثمانينيات ازداد استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التلفزيونية لمشركي قنوات التلفزيون بالكابل؛
- 1990: شكل الانتقال إلى التلفزيون الرقمي ثورة اتصالية كبيرة في عالم التلفزيون، فتقنية التلفزيون الرقمية تعتمد على تحويل الإشارة المرئية من شكلها الأصلي التمثيلي إلى الشكل الرقمي، وقد تحولت كثير من قنوات التلفزيون ومنذ أواخر القرن العشرين إلى البث التلفزيوني الرقمي عن طريق الأقمار الصناعية.

### خصائص التلفزيون

للتلفزيون عدة خصائص ومميزات تميزه عن غيره من وسائل الإعلام التقليدية، منها:<sup>60</sup>

- ✓ الثقافة في التلفزيون تتمحور حول الجسد، الصوت والصور، فباستخدام الصوت المتحد بالجسد يفرض التلفزيون تأثيره على المشاهد، فالجسد في الثقافة التلفزيونية يمثل أحد ركائزها المادية؛
- ✓ إلزامية الحضور الكامل مجبراً الفرد على استخدام حاستي البصر والسمع ومفاعيلها في الذاكرة؛
- ✓ لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض والإثارة وأنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد، ويتملك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفوذ إلى وعي الإنسان؛
- ✓ يجمد العقل عند إحياءات معينة ولا يترك له الوقت للوقوف عند المعلومة أو التمحيص أو النقد، نظراً للسيل الجارف من المعلومات والصور المنهالة على المشاهد؛
- ✓ التلفزيون وسيلة ترفيهية تثقيفية مريحة، يقوم بتغطية إعلامية كونية مما يجعله وسيلة تقارب وتفاهم بين الشعوب؛
- ✓ يساهم في ترسيخ القيم والمعايير والتقاليد السائدة في المجتمعات أو تعديلها أو تغييرها؛
- ✓ تشكيل السلوكيات المتعددة عن طريق تقديم قوالب سلوكية جاهزة، يقلدها المشاهد أو يتباهى بها؛

✓ تحطيم الحواجز الطبقية لأنه يتوجه إلى مختلف الخلفيات التعليمية والاجتماعية والعرقية وإلى كل الفئات العمرية، فهو ينشر ثقافة الكتلة التي تفرض نفسها على جميع الأفراد، وتتحول إلى حس عام يتجلى في السلوك العملي.

### وظائف التلفزيون

للتلفزيون عدة وظائف يقوم بها تجاه الأفراد والمجتمعات، من أهمها:<sup>61</sup>

#### ■ الوظيفة الترفيهية

إن الحصول على جهاز التلفزيون أو البحث عن شراءه غالبا ما يكون بغرض التسلية والترفيه، حيث أشارت العديد من الأبحاث التي أجريت في أمريكا الشمالية والدراسات التي أجرتها -مدرسة الآباء - في فرنسا، أن ثلث الآباء قد اشتروا التلفزيون لشغل وقت الفراغ، وانطلاقا من هذه الدراسات يمكن أن القول بأن التلفزيون ما هو إلا وسيلة للتسلية والترويح وشغل أوقات الفراغ، كما أنه وسيلة استرخاء ذهني للعامل الذي يقضي عدة ساعات في عمله، كما سجل بعض الباحثين عدة أهداف لشراء التلفزيون وتتمثل في الرغبة في التسلية وكذلك الحد من الخلافات العائلية؛

#### ■ الوظيفة الإخبارية

يعد نقل الأخبار من بين الوظائف التقليدية للتلفزيون وذلك بتقديم المستجدات والأحداث الوطنية والإقليمية والدولية؛ حيث يقوم التلفزيون بتزويد الناس بالأخبار والمعلومات التي تساعد على تكوين الآراء في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، كما أنه يعمل على تحذير المجتمعات من الأخطار الطبيعية، وكل ما يتعلق بالأفراد والمجتمعات من معلومات وأخبار؛

#### ■ الوظيفة التثقيفية

يلعب التلفزيون الدور الفعال في التنشئة الاجتماعية إذ أنه يقوم ببث الأفكار والمعلومات والقيم، التي تحافظ على ثقافة المجتمعات وعلى توجيه أفرادها وتنشئتهم على المبادئ الصالحة التي تسود المجتمعات، فالتلفزيون يقوم بالتثقيف والحفاظ على مكونات الأمم من قيم وعادات وتقاليد، مما يريء للأفراد أساليب التعامل مع الناس والتكيف مع بيئتهم؛

#### ■ الوظيفة الاجتماعية

للتلفزيون قيمة كبيرة باعتباره من أهم وسائل الاتصال في العصر الحالي سواء كانت الإخبارية، التربوية أو التعليمية، فهو في متناول جميع الجماهير وفي معظم بقاع العالم بغض النظر عن مستواهم المادي التعليمي، فقد تعدى التلفزيون دور الناقل للمعلومات إلى دور اجتماعي هام.

## أهمية التلفزيون

لم يعد التلفزيون وسيلة ترفيهية فحسب في حياة الأفراد صغارا كانوا أو كبار ذكورا وإناثا، نتيجة انتشاره الواسع عند مختلف الفئات والطبقات الاجتماعية، فنتيجة الساعات الطويلة التي يقضيها الفرد أمامه، جعلته يتقمص الأدوار التي يشاهدها وهذا ما انعكس على سلوكيات الأفراد خاصة الصغار منهم، فقد أكدت عدة دراسات أن الساعات التي يقضيها الطفل أمام الشاشة أكبر من ساعات الدرس داخل القسم، وهذا ما يفسر ظهور سلوكيات وقيم جديدة في المجتمعات، ولم يتوقف التأثير عند هذه الفئة فحسب بل مس كل الفئات، رغم أنهم يؤكدون مشاهدة التلفاز بهدف الترويح فحسب، فالملاحظ المتمعن للمجتمعات يرصد عدة ظواهر وسلوكيات لم تعرفها هذه المجتمعات، بل هي من سمات مجتمعات أخرى، وهذا طبيعي مادام أن الكثير من البرامج التلفزيونية مستوردة، تعبر عن خصوصية المجتمعات التي أوجدت فيها، فهي تعبر عن هويتها وثقافتها وقيمها، والتي تتعارض أحيانا كثيرة مع قيم وخصوصية المجتمعات الأخرى، إلا أن تخصص بعض البرامج وعلميتها ومنهجيتها، في الطرح والمعالجة كالمواضيع التربوية والأسرية، جعلتها تحمل جانبا إيجابيا في محتواها، لهذا التلفزيون يعتبر سلاح ذو حدين.<sup>62</sup>

## 6- الأقمار الصناعية

### مفهوم القمر الصناعي

هو جسم آلي من صنع الانسان ذو أجنحة يدور حول الأرض في مدار محدد، يوضع فيه بواسطة صاروخ أو مركبة فضائية، وهو مزود بأجهزة إلكترونية متطورة، للقيام بوظائف مختلفة منها الإرسال والاستقبال، وله مدارات وأحجام وسرعات مختلفة، وتختلف الأقمار الصناعية في الوظائف والأحجام، حيث يصل وزنها إلى ثلاثة أطنان في أقمار الاتصالات، وقد يكون وزنها 250 كغ في أقمار الاستشعار عن بعد، وقد يصل وزنها إلى بضع عشرات من الكيلوغرامات في الأقمار التجريبية الصغيرة، ويقوم بتصنيع الأقمار إما شركات متخصصة أو مؤسسات بحثية مدعومة من دولها أو جامعات، كما تختلف مهام الأقمار الصناعية، فمنها ما يستخدم لخدمة الاتصالات، ومنها ما يستخدم للاستشعار عن بعد، ومنها ما يستخدم لخدمة الأبحاث العلمية...إلخ.<sup>63</sup>



## نشأة الأقمار الصناعية وتطورها

اعتمدت الاتصالات الإلكترونية البعيدة المدى حتى الستينات من القرن العشرين، إما على الكابلات أو على انعكاسات الإشارة الإذاعية من على الغلاف الجوي، ومن المعروف أن هذه الكابلات تتكون من عدد محدود من الأسلاك، أما الإشارات الإذاعية المنعكسة فكانت تضعف بسرعة مما يجعل الاتصال ذا كفاءة متدنية، وفي عام 1945م اقترح "آرثر كلارك" الذي كتب في مجلة الاتصالات فكرة وضع جرم على ارتفاع 36 ألف كلم، ليدور بنفس سرعة دوران الأرض، وصارت نبوءته فيما بعد بداية الطريق لاستخدام الأقمار الصناعية، التي تسبح فوق الكرة الأرضية لزيادة فعالية الاتصالات الإلكترونية، حيث أن القمر الصناعي يستطيع أن يحقق الاتصال بين عدة محطات بطرق متعددة، خلافا للكابل الذي يربط فقط بين محطتين.<sup>64</sup>

أما عصر الفضاء فقد بدأ مع إطلاق القمر الصناعي السوفيتي سبوتنك 1 عام 1957، وكان بحجم كرة السلة حيث استقر في الفضاء لمدة تسعين يوما، يرسل ويستقبل الإشارات بنجاح مؤكدا سيطرة الإنسان على الفضاء واستغلاله في الأغراض الاتصالية، وكرر الإتحاد السوفيتي التجربة بإطلاق سلسلة أقمار صناعية للاتصالات تحت اسم مولينا Molina ، وهي تدور حول الأرض كل 12 ساعة، وكان هذا القمر يبقى فوق أراضي الإتحاد السوفيتي حوالي 8 ساعات في اليوم، وفي 1958/12/18 أطلقت القوات الجوية الأمريكية القمر الاصطناعي سكور Score ، وهو يعتبر الأول في سلسلة أقمار الاتصالات، وكان يحتوي على أجهزة إرسال واستقبال، وقد تمكن من نقل رسالة وجهها الرئيس الأمريكي الأسبق "إيزنهاور" إلى العالم بمناسبة عيد الميلاد، وكان نجاح هذا القمر في تنفيذ هذه المهمة المحدودة بداية لدراسات موسعة أجرتها وزارة الدفاع الأمريكية، لاستخدام الفضاء في مجال الاتصال، وأسفرت هذه الدراسات عن إطلاق القمر ايكو 1 Echo1 في 1960/8/12، وهو قمر سلمي أي أنه يعمل كمرآة عاكسة للإشارات التي تبثها محطات الإرسال الأرضية نحوه، دون القيام بعملية التكبير والمعالجة، وأستخدم ايكو 1 في تجربة لنقل الإشارات بين الولايات المتحدة الأمريكية وكل من فرنسا وبريطانيا، ثم تلاه ايكو 2 في 1964/1/26، والذي اشترك الإتحاد السوفيتي في إنتاجه مع كل من الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وبريطانيا.<sup>65</sup> ثم توالى بعد ذلك صناعات وإنتاجات مختلف أنواع الأقمار الصناعية لكثير من الدول، ولكثير من الاستخدامات التي تصب كلها في خدمة الشعوب والأمم.

## أنواع الأقمار الصناعية

تكمن أهمية الأقمار في تنوعها وتنوع استخداماتها، ومن أهم أنواع هذه الأقمار نجد:<sup>66</sup>

### ■ الأقمار الصناعية الفلكية

تعرف الأقمار الصناعية الفلكية بأنها أقمار تستخدم لرصد الكواكب والمجرات البعيدة والأجسام الفضائية، ويطلق عليها التلسكوبات الفضائية أو المرصاد الفضائي، ويعتبر أول قمرين صناعيين فلكيين تم تشغيلهما هما المرصد الفلكي الأمريكي OAO-2 وتليسكوب Orion 1 ؛

### ■ الأقمار الحيوية

تعتبر الأقمار الحيوية أقمارا مصممة لنقل الحياة إلى الفضاء، وقد أطلقت وكالة الفضاء الأمريكية ناسا أول ثلاثة أقمار حيوية في الفترة ما بين 1966-1969م، وكانت تحمل هذه الأقمار ذباب الفاكهة، وبذور قمح، وبيض ضفادع، وبكتيريا، وقردا، وفي تاريخ 1957م كانت سبوتنيك 2 هي أول قمر صناعي يحمل حيوانا نحو الفضاء وهو كلب يدعى لايبكا؛

### ■ أقمار الاتصالات

تقوم هذه الأقمار بنقل وتضخيم إشارات الاتصالات الإذاعية من خلال أجهزة الإرسال والاستقبال، حيث يعمل قمر الاتصالات بمثابة قناة اتصال بين المرسل والمستقبل على أساس مواقع جغرافية مختلفة، كما تستخدم هذه الأقمار لأغراض التطبيقات الإذاعية والتلفزيونية والهاتفية؛

### ■ أقمار رصد الأرض

تستخدم هذه الأقمار من أجل توفير البيانات اللازمة في قرارات مكانية وزمانية وطيفية متنوعة، من أجل تلبية احتياجات المستخدمين المختلفة في البلدان وللإستعمال العالمي كذلك، وتستخدم البيانات المأخوذة من هذه الأقمار في العديد من التطبيقات التي تشمل الزراعة، والموارد المائية، والتخطيط الحضري، والتنقيب عن المعادن، والبيئة، والغابات، وإدارة الكوارث، وغيرها الكثير؛

### ■ أقمار الملاحة

يعتبر قمر الملاحة عبارة عن قمر صناعي مصمم للمساعدة في الملاحة في البحر بالإضافة إلى الملاحة الجوية، وتعتمد هذه الأقمار على التحول والتغير الذي يحدث في تردد القمر، حيث يمكن للسفينة في البحر أن تحدد بدقة خطوط الطول والعرض الخاصة بها؛

### ■ أقمار الطقس

تساعد الأقمار الصناعية الخاصة بالطقس في التعرف على الأرصاد الجوية والتنبؤ بالطقس، ويعتبر المثال الجيد على هذه الأقمار هو القمر البيئي التشغيلي الثابت بالنسبة للأرض GOES ، كما تحتوي

هذه الأقمار بشكل عام على كاميرات يمكنها تقديم صور لطقس الأرض، إما من مواقع ثابتة مستقرة بالنسبة للأرض أو من مدارات قطبية؛

#### ■ الأقمار الصناعية العسكرية

تساعد الأقمار الصناعية العسكرية في جمع الاتصالات المشفرة والرصد النووي ومراقبة تحركات العدو والإنذار المبكر بإطلاق الصواريخ، وللحصول على تصوير بالرادار الفوتوغرافي باستخدام تلسكوبات كبيرة لالتقاط صور للمناطق العسكرية المتعددة.

### 7- شبكة الأنترنت

#### مفهوم شبكة الأنترنت

إن التعريف العلمي للأنترنت الذي أقر من قبل المجلس الاتحادي لشبكة المعلومات Federal Networking Council يعرف الأنترنت بأنه نظام عالمي للمعلومات؛ مرتبط علميا بعنوان مميز مبني على مواصفات خاصة بالأنترنت والأنظمة المشتقة منه والمتفرعة عنه، ويمكن من خلاله دعم الاتصالات عن طريق استخدام مواصفات النظام أو مواصفات أخرى مطابقة، ويوفر ويستخدم أو يسمح باستخدام خدمات عالية في مجال الاتصالات بوساطة القطاع الخاص أو العام، ويغطي هذا التعريف الجوانب المتعلقة بشبكة الأنترنت من حيث المقومات أو الخدمات المقدمة، غير أن طابعه العلمي يحد من سهولة فهمه بسبب احتوائه عددا من المصطلحات العلمية التي تعني المختصين، غير أن هناك تعريفا أشمل وأسهل من التعريف السابق، وهي أن الشبكة عبارة عن مجموعة من الشبكات المرتبطة مع بعضها البعض، عن طريق أجهزة الحاسوب والموصلات الهاتفية، التي تقوم بإرسال حزم من المعلومات لطرف آخر معرف بعنوان مميز.<sup>67</sup>

إن الأنترنت هي نظام عالمي لدمج شبكات الحواسيب المتصلة به، وتتبادل الحواسيب وشبكات الحاسوب المعلومات، وذلك بالاتصال ببعضها البعض باستخدام بروتوكول (IP/TCP) بروتوكول التحكم بالإرسال وبروتوكول الأنترنت)، تتصل الحواسيب مع بعضها البعض من خلال شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية، ويمكن استخدام الأنترنت في إرسال الخطابات الإلكترونية ونقل الملفات كما أنها تمثل مدخلا للوصول للمعلومات على الشبكة الدولية.<sup>68</sup>

## محطات تاريخية لتطور شبكة الأنترنت

هناك عدة محطات تاريخية ساهمت في وصول شبكة الأنترنت إلى ما وصلت إليه اليوم ومنها:<sup>69</sup>

- 1958: شركة آبل تختراع أول مودم يسمح بنقل البيانات الرقمية عبر خط الهاتف؛
- 1961: "ليونارد كلينروك" من معهد ماساتشوستس للتقنية ينشر أول بحث عن نظرية استعمال تحويل الطرود لنقل البيانات؛
- 1962: تشريع إحدى وكالات وزارة الدفاع الأميركية في أبحاثها لتدشين شبكة "أربانت"؛
- 1964: "ليونارد كلينروك" ينشر كتابا بشأن استعمال تحويل الطرود في إنشاء شبكة؛
- 1967: أول مؤتمر حول شبكة "أربانت"؛
- 1969: ربط أوائل الحواسيب من 4 جامعات أميركية وفقا لـ 'واجهة معالجة الرسائل لصاحبها "ليونارد كلينروك"؛
- 1971: 23 حاسوبا مرتبطا بشبكة "أربانت" يرسل أول بريد إلكتروني؛
- 1972: ميلاد أول مؤسسة مكلفة بإدارة الأنترنت؛
- 1973: إنجلترا والنرويج ترتبطان بالأنترنت بحاسوب لكل منهما؛
- 1979: استحداث مجموعات (News Groups) منتديات نقاش من طرف طلبة أميركيين؛
- 1982: تعريف بروتوكول TCP/IP وظهور كلمة "أنترنت"؛
- 1983: أول خادم نطاقات (DNS)؛
- 1948: ألف حاسوب مرتبط بالشبكة؛
- 1987: عشرة آلاف حاسوب مرتبط بالشبكة؛
- 1989: مائة ألف حاسوب مرتبط بالشبكة؛
- 1990: اختفاء شبكة "أربانت"؛
- 1991: الإعلان للجمهور عن World Wide Web ، وظهور لغة كتابة صفحات الأنترنت (HTML)؛
- 1992: مليون حاسوب مرتبط؛
- 1993: ظهور متصفح الواب NCSA Mosaic؛
- 1996: 10 ملايين حاسوب مرتبط بالشبكة؛
- 2000: انتشار الأنترنت على مستوى العالم؛
- وبعد عام 2000 أصبحت البنية التحتية للأنترنت شبه ثابتة، وأصبح التطور واضحا أكثر على مستوى البرمجيات والخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنت، فتطورت صفحات الأنترنت الثابتة

- إلى صفحات ديناميكية تعتمد على لغات البرمجة المختلفة، التي مهدت إلى ظهور جيل جديد من خدمات الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في فيسبوك وتويتر وغوغل بلس.
- في المقابل توجد محطات تاريخية مهمة لمحتويات شبكة الأنترنت تبقى خالدة في تاريخ الشبكة منها:<sup>70</sup>
- ✓ قام "راي توملينسون"، صاحب فكرة البريد الإلكتروني، بإرسال أول رسالة إلى نفسه عام 1971، وقال: "لقد أصبحت الرسالة الورقية منسية على الأرجح";
  - ✓ ظهر أول "سبام" (إيميل غير مرغوب به) على شبكة الأنترنت العالمية "أربانت"، في 3 ماي عام 1979، عندما أرسل إلى 393 مستخدم؛
  - ✓ أطلق أول ويب أو نظام يعمل على ترابط المستندات ببعضها البعض، شبكة الويب العالمية، يوم 6 أوت عام 1991؛
  - ✓ نشر "تيم بيرنرز لي"، مخترع الشبكة العنكبوتية العالمية، الصورة الأولى على الأنترنت، وتظهر فيها الفرقة الكوميديية الشهيرة "Les Horrible Cernettes"؛
  - ✓ نُشر أول إعلان ترويجي على الأنترنت في أكتوبر 1994، على موقع HotWired.com، حيث روج لـ 7 متاحف فنية برعاية AT&T؛
  - ✓ نُطقت أول جملة على موقع سكايب، في أبريل عام 2003 في استونيا، وذلك من قبل أحد أعضاء فريق التطوير، وقال: "مرحبا هل تسمعي؟" باللغة الإنجليزية؛
  - ✓ أنشأ أول حساب شخصي على موقع فيسبوك من قبل "مارك زوكربيرغ"، وكان "آري هاسيت" أول المنضمين إلى الموقع (من غير المؤسسين)؛
  - ✓ نُشر أول فيديو على يوتيوب من قبل المؤسس المشارك "جاويد كريم"، من حديقة الحيوان في "سان ديبغو"، وكان ذلك في 23 أبريل 2005، حيث شوهد من قبل 10 ملايين متابع تقريبا؛
  - ✓ كتب المؤسس المشارك في موقع تويتر "جاك دورسي"، أول تغريدة في 21 مارس عام 2006.
- وظائف أو استخدامات شبكة الأنترنت

توجد عدة وظائف أو استخدامات لشبكة الأنترنت، منها:<sup>71</sup>

- إضافة الأفكار والمعارف: شبكة الأنترنت تمنح المزيد حول الأفكار والمعارف من ميادين مختلفة من جميع أنحاء العالم، فبالتركيز على الأنترنت أسهل بالنسبة للباحثين عن المعلومات المتصلة بالدراسات والأبحاث، فهي من أهم المصادر المختلفة لتبادل المعلومات وتكلفة منخفضة؛
- الاتصالات أصبحت أسرع: الأنترنت جعلت الاتصال بين الأفراد سهلة جدا وسريعة، وأيضا القدرة على الاتصال مع الأفراد من خارج البلدان والدول، وتكلفة منخفضة نسبيا،

بالإضافة إلى ذلك تستخدم العديد من الشبكات الاجتماعية للتعرف والبحث عن أصدقاء جدد، فهناك عددا كبيرا من الذين يقوم بالدردشة أو الاتصال مع أقرانهم أو أصدقائهم باستخدام الشبكات الاجتماعية؛

- سهولة التسوق على الأنترنت: مع اتساع عدد المستخدمين على شبكة الأنترنت فأكثر الناس يهتمون بالقيام بالتسوق عبر الأنترنت، في هذه الأيام والكثير من الناس يفضلون التسوق من خلال الأنترنت لأنها وسيلة سهلة وفعالة، فالتسوق على الأنترنت هو ألا نحتاج إلى المغادرة من المنزل لشراء الأصناف المختلفة التي نحن في الحاجة إليها، وأيضا فهو يعتبر من التسويق المنظم والأفضل عند شراء السلع دون إلى اتخاذ الكثير من الوقت؛
- المشاركة: مع شبكة الأنترنت يمكن مشاركة الخبرة والدروس والدراسات والأبحاث، وغيرها من خلال حساب وسائل الإعلام الاجتماعي أو مدونة شخصية أو مواقع بحثية...، فاليوم الكثير من الناس الذين يفضلون استخدام ملفاتهم الشخصية لتقاسم ما لديهم؛
- سهولة إيجاد فرص عمل: بالإضافة إلى سهولة البحث عن معلومات على شبكة الأنترنت، يمكن البحث عن وظائف على الأنترنت مع سهولة الوصول، فالإنترنت أصبحت لها مكانة مميزة للحصول على وظيفة بسهولة، وذلك من خلال المواقع التي تقدم معلومات مهمة مختلفة، وأيضا المواقع المختلفة المخصصة لعرض الوظائف المتنوعة؛
- أهمية شبكة الأنترنت في عالم الأعمال: يمكن أن تستخدم شبكة الأنترنت في مجال الأعمال التجارية، وليس بالعدد القليل من رجال الأعمال الذين يستخدمون الأنترنت لتسيير تلك الأعمال.

#### أشكال الاتصال بشبكة الأنترنت

توجد أشكال محددة للاتصال بشبكة الأنترنت هي:<sup>72</sup>

- الاتصال عن طريق الهاتف: وهو الأكثر استخداما لدى الأفراد، يحتاج إلى المتطلبات التالية: حاسوب، جهاز استقبال وإرسال modem وخط هاتفي وبرنامج ملاحاة أو وصول إلى الأنترنت، والحصول على اشتراك عند أحد موزعي خدمات الأنترنت؛
- الاتصال عن طريق الخط المتخصص: الذي يطلق عليه الاتصال الكلي الدائم أو الاتصال الكامل، وعادة ما يستخدم هذا النوع من الاتصال من طرف المؤسسات والهيئات نظرا لتكلفته المرتفعة، ويتطلب المعدات والوسائل التالية: حاسوب موزع serveur بسعة كافية مزود بنظام تشغيل، وجهاز موجه (مسير) routeur يسمح بإرسال البيانات من شبكة المؤسسة

إلى الشبكات الأخرى والعكس صحيح، فهو بمثابة منظم لحركة مرور البيانات، وجهاز ربط شبكي hub الذي يربط الجهاز المسير بالحاسب الموزع أو الحواسيب الطرفية المكونة للشبكة المحلية، وبطاقة شبكة تصل الحاسب بجهاز الربط الشبكي، وخط متخصص مؤجر من إدارة البريد يربط الجهاز المسير بالموزع، واشتراك سنوي لدى موزع خدمات الأنترنت وفقا لقدرة الخط المتخصص، وبرنامج ملاحاة أو وصول إلى الأنترنت؛

- الاتصال عن طريق القمر الصناعي: تقنية حديثة العهد بدأ تسويقها في أواخر سنة 1998، تمتاز بالسرعة ويقتصر استخدامها في المؤسسات والهيئات والمحترفين، نظرا لتكلفتها المرتفعة مقارنة بوسائل الاتصال السابقة.

### خدمات الأنترنت

توجد العديد من الخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنت منها:<sup>73</sup>

- ✓ خدمة البريد الإلكتروني؛
- ✓ منتديات الحوار ومؤتمرات الفيديو؛
- ✓ التصفح والبحث في المواقع؛
- ✓ إنشاء موقع؛
- ✓ الترفيه؛
- ✓ التجارة الإلكترونية؛
- ✓ الأخبار العالمية والمحلية من خلال وكالات الأنباء والصحف؛
- ✓ الاطلاع على آخر الأبحاث العلمية؛
- ✓ نسخ برامج الكمبيوتر؛
- ✓ التسجيل في الجامعات والدراسة عن بعد.

## 8- الإعلام الجديد

### مفهوم الإعلام الجديد وعوامل تطوره

تتعد التعريفات والأطروحات التي تناولت مفهوم الإعلام الجديد وتعددت صور المفهوم، فالبعض يسميه بالإعلام الشبكي والبعض بالإعلام الإلكتروني وآخرون بالإعلام الرقمي أو الإعلام الشبكي، ورغم الجذور التاريخية للإعلام الجديد كمضمون إلا أن مصطلح الإعلام الجديد قد ظهر بشكل واضح في الآونة الأخيرة مع الثورة التكنولوجية ووسائل الإتصال، ولقد تعددت الدراسات التي تناولت مفهوم الإعلام الجديد وانقسمت إلى محورين، يركز أولهما على إدماج الإعلام التقليدي بالوسائل الحديثة (الكمبيوتر) والشبكة المعلوماتية، بينما ينصب الثاني على تقنيات الإتصال الرقمي بالأساس، والتي أدت حتما إلى ظهور أنماط جديدة من الإتصال الإعلامي والجماهيري.<sup>74</sup>

بحسب "ليستر" Lester الإعلام الجديد هو مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال، التي تولدت من التزاوج بني الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، ويشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والأنترنت، وبدل على استخدام الكمبيوترات، فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق.<sup>75</sup>

والإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر، ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد، والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليّة وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليّة لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة، هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل، ويتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط Multimedia، وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، ويتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.<sup>76</sup>

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل عدة، منها العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات



الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الأنترنت التي تشكل وسيطا يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، والعامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسرار حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو ما يتطلب بدوره الإسرار في تدفق المعلومات، لكونها أي المعلومات . سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوما بعد يوم.<sup>77</sup>

### خصائص الإعلام الجديد

من بين أهم خصائص الإعلام الجديد نجد:<sup>78</sup>

- ✓ التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين؛
- ✓ اللانزمانية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلا أو مرسلا؛
- ✓ المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص أن يشارك اهتماماته مع الآخرين، مما جعل الإعلام الجديد أكثر انتشارا؛
- ✓ الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية؛
- ✓ الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان؛
- ✓ اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة، والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد...إلخ؛
- ✓ التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

### أشكال الإعلام الجديد

للإعلام الجديد عدة أشكال منها:<sup>79</sup>

- المدونات: تعتبر المدونات من أقدم وسائل الإعلام الجديد، إلا أنها لا تزال تواكب الوسائل الإعلامية المستحدثة مؤخرا، حيث تتم من خلالها مشاركة المحتوى المقروء والمسموع والمرئي، كما يمكن تصنيف ذلك المحتوى حسب فئات معينة، وهي أيضا بيئة تفاعلية بين المهتمين بالمحتوى المنشور عليها؛

■ تقنية الواقع الافتراضي المعزز: صممت هذه التقنية لمزيد من التفاعل الحي الذي يشعر به المتلقي عند عرض المحتوى عليه؛ فمن خلال تقنيات سمعية وبصرية متطورة، يمكن محاكاة حدث أو مكان ما؛ ليشعر المتلقي وكأنه جزء من الموقف، فهي تجربة تغمر المستخدم بتفاعل أكبر عدد ممكن من حواسه وخياله وذهنه، بالإضافة إلى تقنية الرؤية الشاملة 360 درجة، وتستخدم هذه التقنيات في الفيديوهات والألعاب، كما ينظر إليها على أنها المستقبل الواعد في تطور وسائل الإعلام الجديد، الذي ينقلها إلى مرحلة جديدة تشكل تجربة مختلفة بكل مستوياتها؛

■ وسائل التواصل الاجتماعي: تعتبر من الوسائل الأكثر شيوعاً؛ لما تتمتع به من خصائص تتيح للمستخدم المشاركة، والتفاعل اللحظي مع ما يستجد من أحداث ومواقف، في مشهد يمكن المستخدم من أن يكون المرسل والمتلقي في الوقت ذاته وفقاً للبنية التفاعلية التي صممت على أساسها تلك المواقع؛ ومن المحتمل أن يرتبط مستقبل وسائل الإعلام الجديد بشكل أوثق مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة إذا تم دمجها مع وسائل أخرى، كتقنية الواقع الافتراضي، أو ما شابهها؛

■ الصحف الإلكترونية: تتشابه مع المدونات في طبيعة تكوينها وآلية التفاعل فيها، وشكل ومضمون المحتوى المعروض عليها، إلا أن التركيز فيها يكون على الأخبار بأنواعها، وقد ساهم المستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي في تفوقها على الصحف التقليدية في انتشارها، ومدى الإقبال عليها، وكذلك في توجيه المعلنين إلى مضاعفة تركيزهم على الميدان الإلكتروني؛ بهدف الترويج لمنتجاتهم، الأمر الذي ساهم في انخفاض إيرادات الإعلانات في الصحف الورقية، وضاعفها في الصحف الإلكترونية، وهذا مؤشر على تحول اهتمامات الجمهور؛

■ ألعاب الفيديو: تلك الوسيلة التي ينظر إليها على أنها مصممة للمرح والتسلية، هي بشكل أو بآخر عامل مؤثر ومؤسس لثقافة إعلامية يومية، تجعل المستخدمين ضمن عالم افتراضي، له ثقافته وأعرافه.

■ محركات البحث: هي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الأنترنت المختلفة، وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها، ومن هذه البرامج برنامج العنكبوت Program Spider الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة الأولى من الموقع المستهدف بل يتابع البرنامج الروابط Links الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى، ومن البرامج الأخرى المستخدمة في

محركات البحث برنامج المفهرس Program Index، الذي يعد قاعدة بيانات base Data ضخمة نصف صفحات الويب.<sup>80</sup>

■ الهاتف الشبكي أو الخدمة الهاتفية عبر الأنترنت: تقنية معدة للاتصال السريع باستخدام الأنترنت، وغالبا ما تستخدم بنفس الطريقة التي يستخدم بها الهاتف العادي، وفي استثمارها من خلال حاسب واتصال بالشبكة ومودم (إن لم تكن الشبكة رقمية) وبرنامج خاص، وهذه الخدمة أكثر فاعلية عند الحاجة إلى رد مباشر، وعند وجود معدات ملائمة (سماعات، بطاقات صوت، لاقط صوتي)، وعندما تكون المعلومات التي نريد إيصالها ذات طبيعة صوتية، وفي حالة إرسالها نصا كتطبيق التعليم في اللسانيات والشعر...<sup>81</sup>

■ التدوين المصغر: يعتبر التدوين المصغر من الفنون الجديدة وهو مشتق من التدوين، ولكنه لا يسمح بالعدد اللا محدود من المدخلات خلافا للتدوين الطبيعي، يقتصر التدوين في هذا النوع المصغر على إرسال رسائل أو تحديثات بحد أقصى 140 حرف فقط للرسالة الواحدة، وبشكل أكثر تلخيصا يمكن أن نقول أن التدوين المصغر عبارة عن تحديثات كتابية، تصف الأحداث التي تعاصر في اليوم على مدار الساعة، عرف التدوين المصغر مع تقديم خدمة تويتر رسميا في أكتوبر 2006، وكذلك موقع jaiku المملوك لجوجل، كما ظهر منذ أشهر موقع Plurk الذي يقدم نفس الخدمة، وتعد خاصية status update الموجودة في الفيس بوك جزءا من هذا التدوين المصغر.<sup>82</sup>

■ مجتمعات المحتوى: هي مواقع على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات، أشهر المجتمعات تهتم بالصور كموقع Flickr وحسب إحصائية لشركة Intel أن هناك 20 مليون صورة تعرض في الدقيقة على موقع Flickr، وحفظ الروابط Bookmark Links كموقع Del.icio.us، والفيديو كموقع You tube.<sup>83</sup>

■ المنتديات: هي عبارة عن مساحات للنقاش على الشبكة، وتدور حول مواضيع معينة واهتمامات مشتركة، حيث تعتبر المنتديات أحد أشهر أشكال " الإعلام الجديد" وأكثرها انتشارا.<sup>84</sup>

■ الويكي: هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة (جماعية)، وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم، وأشهر هذه المواقع موقع Wikipedia الذي يمكن المتصفح من تعديل وتحرير وإنشاء مقالات جديدة وإضافتها لمحتويات الموقع، الذي يشكل موسوعة كبيرة من

المعلومات حول العالم، وحسب إحصائية لشركة إنتل Intel أن هناك 6 مقالات جديدة تنشر على ويكيبيديا خلال دقيقة.<sup>85</sup>

■ البودكاست: هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة لزيارته في كل مرة وتحميل المحتوى يدويا، فالمستخدم الذي يملك تطبيقا على جهازه كتطبيق Tunes I Apple مثلا، يمكنه الاشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة، ثم يقوم الـ Tunes I بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا في حال توفرها.<sup>86</sup>

### وظائف الإعلام الجديد

للإعلام الجديد عدة وظائف يوجد منها الإيجابي والسلبي، ومنها:<sup>87</sup>

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته؛
- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها؛
- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي، نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الأنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها؛
- غياب المصادر وتحري المصدقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية، التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية؛
- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة؛

- التوسع في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدما ملموسا للاستفادة من شبكة الأنترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية، وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم؛
- أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيرا لدى المعلنين، وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول إليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلا إلى اتخاذ القرارات الشرائية، بجانب أنها تحقق تمويلا لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة؛
- مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الأنترنت أو في البرامج الرقمية، التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه، التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة.

## 9- الصحافة الإلكترونية

### المفهوم والنشأة

الصحف الإلكترونية هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط multimedia، تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الأنترنت بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة، وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي؛ سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.<sup>88</sup>

اتفقت الكثير من المصادر على أن تسعينات القرن العشرين هي البداية الحقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية، إذ يرجع الباحث "سيمون باينز" S.bains نشأة الصحافة الإلكترونية كثمرة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية وأندبندنت برودكاستنغ أوثوريتي IBA، وأن أول صحيفة في العالم تنشر إلكترونيا بالكامل على شبكة الأنترنت هي صحيفة هلزنبورغ داجبلاد السويدية helzen burg de gabled في عام 1990، وأن أول صحيفة ورقية تخرج إلى شبكة الأنترنت وتؤسس لها موقعا صحفيا هي

صحيفة شيكاغو تريبيون Chicago tribune عام 1992، وهو العام ذاته الذي قدمت فيه شيكاغو أونلاين Chicago online أول صحيفة إلكترونية على شبكة أمريكا أونلاين، وبعدها بعام انطلق موقع الصحافة الإلكترونية على شبكة الأنترنت في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري من جامعة فلوريدا الأمريكية تحت مسمى يالتو أونلاين yalto online.<sup>89</sup> وبعدها بدأ انتشار الصحف الإلكترونية شيئاً فشيئاً في كل أنحاء العالم.

### عوامل الظهور والتطور

من بين أهم عوامل ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية نجد:<sup>90</sup>

- ✓ الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقت الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعطيات؛
- ✓ التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات رقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها؛
- ✓ تطور تقنية ضغط البيانات وإزالة ضغطها والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة، بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله؛
- ✓ ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح بفضلها يمكن الاطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية؛
- ✓ مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبات كبيرة، بسبب غلاء مادة الورق والطباعة وقلّة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون والأنترنت.

### بيئة عمل الصحافة الإلكترونية

تختلف بيئة عمل الصحافة الإلكترونية عن بيئة عمل الصحافة التقليدية، في عدة عناصر هي:<sup>91</sup>

- تعدد الوسائط: من المعروف أن المذياع يقدم الصوت والتلفاز يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص، إلا أن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاث صفات معا بشكل مترابط ومنسجم، ويعود ذلك إلى أن أدوات الصحافة الإلكترونية تعتمد أساساً على التعامل مع المحتوى رقمياً، الذي يحدث فيه جمع جميع أشكال المعلومات وتخزينها ونشرها، بغض النظر عما إذا كانت صوتاً أو صورة أو نصاً، والتحدي الأكبر أمام الصحفي هو امتلاك مهارات التعامل هذه الوسائط (سمعية وبصرية ونصية)، وقدرته على تكوين رؤية لمادة صحفية تخدم الجمهور من خلال تلك الوسائط المختلفة؛

- التفاعل والمشاركة: في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تستهويه ثم القراءة، وتقليب الصفحات للأمام والخلف، وكذلك الأمر بالنسبة للتلفزيون يجلس أمامه المشاهد ويتلقى كل ما يشاهد، وإن كان هناك ما يسمى بالتلفزيون التفاعلي، لكن بالنسبة للصحافة الإلكترونية فهي تسمح بالتفاعل والمشاركة، من خلال إمكانية التعليق على المواد الصحفية ومشاركتها والتواصل مع كتابها؛
- التمكين: في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من محتواها، من خلال الاختيار ما بين الصورة والصوت والنص الموجود مع المحتوى الصحفي، فالقارئ ليس أمامه مادة صحفية واحدة فقط، بل لديه كل المواد التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية.

### أنواع الصحافة الإلكترونية

تعدد أنواع الصحافة الإلكترونية إلى الآتي:<sup>92</sup>

- الصحف الإلكترونية الكاملة: وهي صحف قائمة بذاتها، وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم)، ويتميز هذا النوع من الصحف الإلكترونية بتقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنولوجيا النص الفائق، مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الأنترنت، وخدمات الربط بمواقع أخرى، وخدمات الوصول إلى الأرشيف، وإمكانية تقديم خدمات شريط الأخبار المتحرك، مع تقديم الخدمات الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور، وكذا تقديم خدمات الوسائط المتعددة النصية والصوتية والمصورة؛
- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية النصية على شبكة الأنترنت، والتي تقتصر خدماتها على تقديم الصحيفة الورقية أو بعضها، وخدمة تقديم الإعلانات لها والربط بمواقع أخرى.

## خصائص الصحافة الإلكترونية

للصحافة الإلكترونية مجموعة من الخصائص نذكرها أهمها فيم يلي:<sup>93</sup>

- ✓ التفاعلية: كما ذكرنا سابقا من خلال إمكانية التعليق على المواد الصحفية ومشاركتها والتواصل مع كتابها؛
- ✓ الجاذبية: الناتجة عن التعامل مع أكثر من مادة صحفية، إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث ومشاهدتها والاستماع إليها في آن واحد؛
- ✓ السرعة: في تلقي الخبر العاجل في وقته مرفقا بفيديو معزز بصور حية مما يدعم مصداقية الخبر، وذلك بدلا من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية؛
- ✓ الاقتصاد: في النفقات بالاستغناء عن أطنان الورق ومستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية، وإعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها، بينما لا يحتاج من يرغب التعامل مع الصحافة الإلكترونية، سوى لجهاز كمبيوتر ومجموعة من البرامج التي يتم تركيبها لمرة واحدة؛
- ✓ حماية البيئة: من الكميات الهائلة من الصحف المقروءة المطبوعة بالأحبار السامة، ومن ضجيج مطابعها وفضلات صناعتها؛
- ✓ إمكانية الاطلاع: على عدد من الصحف بدلا من الاكتفاء بالصحيفة الواحدة، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي؛
- ✓ الأنية: أجبرت الصحافة الإلكترونية الصحفي على المعيشة المستمرة للأحداث والمتابعة الآنية، لما يستجد من معلومات وسهلت عملية التدخل لتجديد المحتوى؛
- ✓ المقر: عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين، إنما يمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق.

## صعوبات الصحافة الإلكترونية

تعاني الصحافة الإلكترونية من عدة صعوبات من أهمها:<sup>94</sup>

- المقروئية: فهي لا تزال صعبة نسبيا، فالكمبيوتر ليس جماهيريا خاصة في المجتمعات والدول الفقيرة، كما تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة؛
- ضعف الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية مثلها مثل معظم الخدمات الإلكترونية الأخرى كالتقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني؛
- تعاني صحف إلكترونية كثيرة من صعوبات مادية تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها؛



- ضعف وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن لا يزال يشعر بعدم الثقة بالصحافة الإلكترونية.

### الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية

أدت شاشة الحاسوب الآلي (الكمبيوتر) دورا كبيرا في تغيير الشكل الإخراجي للصحف الإلكترونية عنه في الصحف التقليدية (الورقية)، فالشكل العام لإخراج الصحيفة يعتمد على وحدة الصفحة، ويختلف الوضع في حالة استقبال المادة الصحفية على الشاشة، إذ يصبح الموضوع وحدة إخراج الصحيفة، ذلك أن التصور هو أن الموضوع سيملاً شاشة واحدة، أما في حالة امتداده على أكثر من صفحة شاشة، فإن الوحدة الإخراجية ستختلف، إذ ستصبح الشاشة المعروض عليها جزء من المادة الصحفية هي الوحدة الإخراجية، ولمعرفة كيفية التعامل مع الشكل الإخراجي الحديث للصحف الإلكترونية، ينبغي للمستخدم فهم كيفية فتح الأيقونات والعودة إلى الصفحة الرئيسية لقراءة مزيد من تيمات الخبر، إضافة إلى ذلك هناك صعوبات أخرى لا تساعد على انتشار الصحف الإلكترونية، منها صعوبة القراءة على شاشة الحاسوب الآلي التي تصعب لدى الكثيرين.<sup>95</sup>

### تصميم واجهات الصحف الإلكترونية

تصميم واجهات الصحف الإلكترونية هي طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة، وهناك واجهة بين حركة العين ومبادئ التصميم أو الثبات في الشكل للإصدارات الصحفية وتحديثها، ولا تتغير إلا عند فترة زمنية طويلة نسبياً لأن المستخدم يكون قد اعتاد أن يرى واجهة الصحيفة بشكل معين، والذي يقصد بواجهة الصحيفة المساحة التي تظهر للمستخدم عند مطالعته للصحيفة الإلكترونية، متضمنة ترويسة الصحيفة وأسلوب عرض الموضوعات والتصميم الثابت والمتغير وتتضمن:

- 1- ترويسة الصحيفة: والتي تحتوي على مجموعة من العناصر الرئيسية هي: اسم الصحيفة، شعار الصحيفة، تاريخ صدور الصحيفة (اليوم والشهر والسنة)، رقم عدد الإصدار، وقت تحديث الصحيفة؛



صورة رقم 1: ترويسة صحيفة البيان الإماراتية

مثال ذلك: ترويسة صحيفة البيان الإماراتية، والتي تقع في أعلى الصحيفة وتتميز ببساطتها، والتي تحتوي على اسم الصحيفة (على أقصى اليمين) الذي يحمل شعارها (القارئ دائماً) متبوع وبشكل صغير لاسم دولة الإمارات ومجسم لخريطتها بالألوان الوطنية، وعلى أقصى اليسار نجد تاريخ صدور الصحيفة (اليوم والشهر والسنة بالتأريخ الهجري والميلادي)، إلى جانب خدمات أخرى مثل الساعة ومواقيت الصلاة وروابط أخرى للصحيفة، فيم لا نرى وجوداً لرقم عدد الإصدار، ووقت تحديث الصحيفة.

2- أسلوب عرض الموضوعات: وهي الطريقة التي تسلكها الصحيفة في تقديم موادها المتغيرة عبر صفحاتها، وقد يكون هذا أمام أفقية العرض ورأسية العرض، وتشمل على أسلوبه الأفقي والذي يتم عرض الأخبار وموضوعات الصحيفة بشكل أفقي، وأسلوبه العمودي وهو أسلوب يعرض من خلال الموضوعات والأخبار بطريقة عمودية، والتي تسمح بعرض العديد من الأخبار والموضوعات متجاورة مع بعضها البعض، والأسلوب المختلط وهو الذي يجمع بين العرض الأفقي والعمودي في تقديم الأخبار والموضوعات الصحفية؛



صورة رقم 2: مواضيع ومواد صحفية أفقية العرض

مثال ذلك: نرى في صحيفة العرب القطرية (الصورة رقم 2) عرض موضوعات ومواد صحفية بالشكل الأفقي .



صورة رقم 3: مواضيع ومواد صحفية عمودية العرض

مثال ذلك: نرى في صحيفة الدستور الأردنية (الصورة رقم 3) عرض موضوعات ومواد صحفية بالشكل العمودي.



صورة رقم 4: مواضيع ومواد صحفية مختلطة العرض (عمودية وأفقية)

مثال ذلك: نرى في صحيفة الوطن القطرية (الصورة رقم 4) عرض موضوعات ومواد صحفية بالشكل الأفقي على يسار الصورة، وبالشكل العمودي على يمين الصورة (مختلط عمودي وأفقي).

3- التصميم الثابت والمتغير: يمكن تقسيم مساحة الواجهة إلى عدد من الأعمدة يتراوح بين عمودين وأربعة أعمدة طويلة، تضع فيها الصحيفة موادها الثابتة والمتغيرة وشبه المتغيرة من عدد إلى آخر.<sup>96</sup>

### مظاهر استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي

توجد عدة مظاهر من استفادة التحرير الصحفي الإلكتروني من التطور التكنولوجي، منها:<sup>97</sup>

✓ تقليل التكلفة: حيث يقوم المحرر الصحفي الإلكتروني بإجراء التعديلات التحريرية التي يرغب فيها على شاشة الكمبيوتر، باستخدام برامج معالجة الكلمات والنصوص، التي توفر إمكانية التصحيح اللغوي أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها؛

✓ الحصول على نسخة محررة خالية من الشطب باستخدام الكمبيوتر بعد كل تعديل أو تغيير في المادة الصحفية، مع العلم أن المادة الصحفية المحذوفة ربما تترك في الكمبيوتر حتى يمكن استدعاؤها مرة أخرى عند الحاجة؛

✓ تراجع احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي مما يسهل عمل المراجعين، إلى جانب تراجع احتمالات الأخطاء المتعلقة بالأسماء والأماكن والبيانات الأرشيفية، لسهولة التأكد من صحتها إلكترونياً؛

✓ السرعة في إنجاز العمل الناتجة عن السرعة في الجمع، والسهولة في الاستدعاء والعرض، مما يتيح نتيجة أفضل لزمن التخزين خاصة للعناوين والنسخ التي تأتي متأخرة؛

✓ الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي، حيث إنه عند الانتهاء من الموضوع الصحفي في شكله النهائي، يمكن إرسال نسخة منه في الملف الخاص به بصورة مباشرة إلى أرشيف الصحيفة.

### مراحل إعداد المادة الصحفية الإلكترونية

تمر عملية إعداد المادة الصحفية الإلكترونية بعدة مراحل هي:<sup>98</sup>

1- التخطيط: تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة الصحفية، واختيار العناصر الأساسية التي ستضمها، وتعتمد الصحف الإلكترونية في هذه المرحلة على فريق متكامل يتكون من المحرر وفريق فني متخصص في الوسائط المتعددة، فالمحرر الصحفي يتولى بناء قالب الكتابة الإلكترونية، وما يتضمنه من استخدام الوصلات لربط محاور الموضوع ببعضها البعض، وربطها بالمواقع الخارجية أو مصادر المعلومات المختلفة من ناحية ثانية إذا تطلب الأمر، أما فني الوسائط المتعددة فيسند إليه تحديد شكل استخدام الوسائط المتعددة في عرض الموضوع الصحفي بالتعاون مع المصمم؛

2- جمع المعلومات: يتعين على المحرر الصحفي الإلكتروني في مرحلة جمع المعلومات أن يراعي ثلاث مستويات أساسية في تقديم المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية هي: المستوى السطحي؛ وفيه يتم الاهتمام بالإيجاز والاختيار، والمستوى المتعمق؛ وفيه يتم الاهتمام بالتفاصيل والخلفيات ووجهات النظر المختلفة، ومستوى التحديث؛ وفيه يتم جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول؛

3- تنظيم المعلومات: تظهر أهمية تنظيم المعلومات في الصحافة الإلكترونية في ضوء استخدام الوسائط المتعددة، خاصة أن المستخدم يمكنه الرجوع إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، وتعد هذه المرحلة هي مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي، ويتعين على المحرر الصحفي أن يراعي فيها ثلاثة عوامل أساسية، هي تحديد العناصر الأساسية داخل الموضوع الصحفي التي تأتي على درجة كبيرة من الأهمية للقراء، وبناء الموضوع الصحفي بشكل ينقل ويبرز العناصر الصحفية بفعالية أكبر، وعرض الموضوع الصحفي بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة (الصحيفة الإلكترونية) بأقصى شكل ممكن.

### خصائص التحرير الصحفي الإلكتروني

يتميز التحرير الصحفي الإلكتروني بعدة خصائص منها:<sup>99</sup>

- ✓ استخدام الجمل القصيرة في الصياغة، لأن قارئ الصحف الإلكترونية متعجل، ويريد أن ينتهي من القراءة بسرعة، ولا يوجد لديه وقت لقراءة الجمل الطويلة؛
- ✓ طريقة عرض التفاصيل: لا تعني هذه الخاصية الاختصار والتركيز لأن الخبر على الصحف الإلكترونية يعطي تفاصيل كثيرة جداً، ولها علاقات بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحف المطبوعة، ويتحقق ذلك على الأنترنت من خلال الروابط التي توضع أسفل الموضوع الصحفي، والتي يفتحها من يرغب في الاستزادة من المعلومات؛
- ✓ تتيح الصحف الإلكترونية إمكانية وضع صورة معبرة مع الموضوع الصحفي، ويتم وضع باقي الصور في رابط يمكن لمن يريد أن يقوم بزيارته؛
- ✓ إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الموضوع الصحفي؛
- ✓ تتيح الصحف الإلكترونية عمل مقاييس لعدد الزيارات لمواقع الصحف ولعدد القراء لكل موضوع صحفي على حدا.

## مهارات الصحفي في الصحف الإلكترونية

على الصحفي في الصحافة الإلكترونية أن يمتلك عددا من المهارات الصحفية، منها:<sup>100</sup>

- تنمية الحس الصحفي لدى المحرر الصحفي الإلكتروني: بحيث يتمكن من اختيار القالب المناسب للموضوع الذي سيعرضه على الموقع الإلكتروني، وقد يتطلب منه ذلك تفكيراً عميقاً، ومن الأهمية بمكان أن يفكر ويحدد المحرر الصحفي الإلكتروني مجموعة أمور، منها: مدى حاجة الموضوع إلى استخدام الصوت أو الفيديو، ومدى وجود ضرورة لأن يكون النص المكتوب هو العنصر الرئيسي في الموضوع ويساعده الصوت والفيديو أو العكس، وهل من المناسب أن يعرض الموضوع في شكل تفاعلي (نص وصورة وصوت)، أم يكفي بعرضه بصورة نصية تقليدية؛
- امتلاك عدد من الأدوات الفنية الأساسية، ومنها: القدرة على التعامل مع الكاميرا الرقمية منذ التقاط الصورة، وحتى نقلها إلى جهاز الحاسوب، والقدرة على التعامل مع أجهزة التسجيل الرقمية، منذ بداية التسجيل بشكل متقن وحتى نقل ملفات الصوت إلى جهاز الحاسوب، والقدرة على التعامل مع بعض البرامج الأساسية للحاسوب، واستخدام البريد الإلكتروني؛
- رفع الكفاءة المهنية في التجاوب السريع مع الحدث؛
- القدرة على الكتابة، وإعادة الصياغة على الجهاز، والاستفادة من الإمكانيات التي يوفرها برنامج معالجة النصوص في التعامل مع المادة الصحفية المكتوبة.

## 10- المدونات الإلكترونية

### المفهوم والنشأة

المدونات هي عبارة عن صفحة ويب تظهر عليه تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيباً زمنياً تصاعدياً، تصاحبها آلية الأرشفة للمدخلات القديمة، يكون لكل منها عنوان دائم، لا يتغير منذ لحظة نشره، يمكن للقارئ الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.<sup>101</sup> كما تعرف المدونات على أنها عبارة عن مواقع إلكترونية يملكها ويديرها أشخاص أو جماعات، يقومون بنشر يومياتهم واهتماماتهم على هذه المواقع، ويتم هذا باستخدام تقنية النص العادي أو النص الفائق الذي يمكن أن يتضمن إشارات إلى روابط ومواقع إلكترونية أخرى، كما يمكن

إضافة الصور والملفات الصوتية، وتتم إضافة الموضوعات مع توالي الأيام بحيث تتحول إلى أرشيف خاص بالمدون، كما يمكن لأي متصفح شبكة الأنترنت قراءتها والتعليق والتعليق عليها.<sup>102</sup> يعود أصل المدونات الإلكترونية إلى قائمة الروابط والتعليقات التي كان ينتجها العلماء، ويستخدمونها في أبحاثهم، وتعود أول مدونة إلكترونية إلى الصفحة الرئيسية لموقع Tim berner lee في سنة 1989؛ حيث كان في كل مرة يضيف له روابط جديدة، وتعليقات مختصرة، وفي تلك الفترة كان يعرف بالموقع، ولم يطلق عليه بعد اسم مدونة، وقد بدأ ظهور المدونات على شبكة الأنترنت بالشكل الذي تظهر عليه اليوم في الرابع من أكتوبر 1994، عندما ظهرت مدونة ديف وينر Dave Winer مبرمج البرنامج الإلكتروني مانيل، وكان يهتم من خلال مدونته بكتابة الأخبار وتسجيل ردود الأفعال والتعليق على مجموعة من القضايا.<sup>103</sup>

وكان أول ظهور لاصطلاح واب بلوغ Weblog أواخر سنة 1997، من طرف جون بارغر John Barger بموقع Robot Wisdom ، بينما ابتدع بيتر مارهولز Peter Merholz مصطلح "بلوغ" سنة 1999، وذلك بفصل المصطلح "Weblog" إلى العبارة We Blog ، وفي تلك السنة سجل Jesse James Carret وجود 23 مدونة على الشبكة، ويرى البعض أن الولادة الحقيقية للمدونات الإلكترونية كانت بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 بخلق مدونات تسمى بمفكرات الحرب Warblogs.<sup>104</sup>

### المصطلحات المتعلقة بالمدونات الإلكترونية

توجد مصطلحات متعلقة بالمدونات الإلكترونية وهي:<sup>105</sup>

O المدون أو المدونون: يشير مصطلح Blogger مدون أو Bloggers مدونون، إلى الأشخاص الذين يكتبون المدونات؛

O قراء المدونات: جمهور محدد من مستخدمي الأنترنت يتفاعل مع المعلومات وكافة المواد المنشورة على المدونة بمشاهدات أو تعليقات مكتوبة؛

O فضاء المدونات: أو عالم المدونات والذي يشير إلى المجتمع الذي يربط كل المدونين والمدونات المتاحة على شبكة الأنترنت في كل أنحاء العالم، ويمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث.

### هيكلية المدونات الإلكترونية

المقصود بهيكلية المدونات هو مكونات المدونة وأجزائها المختلفة، وهي:<sup>106</sup>

4- الصفحة الأولى: تظهر آخر مواضيع المدونة مرتبة زمنيا من الأحدث إلى الأقدم، عنوان معبر عن الموضوع، رابط ثابت لكل موضوع ينقل إلى صفحة مستقلة لنص التدوينة مع التعليقات الملحقة بها، وتاريخ نشر الموضوع؛

5- صفحة الموضوع: صفحة مستقلة لكل موضوع، تظهر كامل نص التدوينة، مع بيانات إضافية، وحقول نصية لإضافة التعليقات، مع الاطلاع على التعليقات السابقة؛

6- الأرشيف: الصفحة الأولى للمدونة تظهر دائما عددا محدودا فقط من المواضيع، وليس كل ما ينشر في المدونة، من هنا تظهر أهمية صفحة الأرشيف، فهي تظهر كامل محتوى المدونة حسب تصنيف الموضوعات أو حسب تاريخ النشر، مما يسهل الوصول الدائم لما سبق نشره في المدونة؛

7- السيرة الذاتية: صفحة مهمة جدا وإن كان المدونون لا يهتمون بها كفاية، وهي صفحة تقدم في العادة تعريفا موجزا عن المدون، شخصيته، اهتماماته وأهدافه من المدونة؛

8- التلقيمات مثل RSS: هي مجموعة من المعايير توفر طريقة سهلة للقراءة لتتبع جديد المدونات، عبر برنامج خارجي دون الحاجة لزيارة كل المدونات أكثر من مرة يوميا، كما يمكن أن تحتوي المدونة على روابط لمدونات صديقة، أو مواقع أخرى يفضلها المدون ويراها مهمة.

#### خصائص المدونات الإلكترونية

للمدونات الإلكترونية عدد من الخصائص نذكرها فيم يلي:<sup>107</sup>

- التفاعلية في إنتاج وتداول المعرفة: تتيح المدونات الفرصة للمشاركة بفعالية في تدفق المعرفة، عن طريق التدوينات التي توفر معلومات ومعارف للقراء، وتقاسم تلك المعارف والمعلومات؛
- السرعة والسهولة والتحديث: رغم أن غالبية المدونين متعلمون تعليما عاليا (علماء، باحثين، مؤلفين...)، إلا أن ذلك لا يعني أن يكون التدوين مشروطا بامتلاك معرفة متخصصة، فقد أتاحت بعض البرامج الجديدة التدوين بسهولة وسرعة؛
- الاعتماد الرئيسي على النصوص: تمثل النصوص أداة أساسية للتدوين، رغم وجود وسائل أخرى كالصور والفيديو والبرامج؛
- التواصل مع الآخرين: تتيح المدونات الفرصة للتواصل الفعال مع أشخاص في إطار تجمعات ذات اهتمامات وهوايات مشتركة، تسمح بالتداول المكثف فيما بينهم أو مع غيرهم.



## أنواع المدونات الإلكترونية

يمكن تحديد أنواع المدونات الإلكترونية على عدة مستويات: فعلى مستوى الهدف نجد مذكرات يومية، إنتاج أدبي، تكنولوجيا، اقتصادية، إخبارية، شخصية، تجارية، هوايات، حاسوبية، تعليمية...، وعلى مستوى التكلفة نجد مجانية، مدفوعة، مجانية/مدفوعة (جزء مدفوع وجزء مجاني)، وعلى مستوى عدد المدونين نجد فردية، جماعية، وعلى مستوى المحتوى نجد كتابية، صوتية، صوتية، فيديو.

## إيجابيات وسلبيات المدونات الإلكترونية

### ● الإيجابيات: ومنها:<sup>108</sup>

- سهولة البحث داخل المحتوى ومعالجته إلكترونياً بالقص واللصق والتعديل والإضافة، وبدلاً من تصفح كل صفحات البحث أو الكتاب المطبوع، يمكن للحاسوب البحث عن كلمة أو كلمات بشكل آلي؛
- وجود إمكانية الطباعة للأجزاء التي يرغبها المستخدم حتى يتمتع بقراءتها كنسخة ورقية؛
- استخدام الوسائط المتعددة: حيث تتوفر إمكانية تقديم المحتوى في صورة برنامج تفاعلي بالصوت والصورة والرسوم المتحركة والفيديو، مما ترتفع القيمة والفائدة الحقيقية للمحتوى بدرجة كبيرة لفائدة المستخدم، وهذه الميزة تظهر بوضوح في المدونات المتخصصة في المناهج التعليمية والموسوعات العلمية؛
- توفير الحيز المكاني: باستخدام تقنية النشر الإلكتروني يمكن الاستغناء عن المساحات التي تحتلها الوثائق المطبوعة؛
- النشر الذاتي: يستطيع المؤلف نشر عمله مباشرة على الموقع الخاص به على الأنترنت دون الحاجة للتعامل مع دور النشر أو الموزعين؛
- التفاعلية والشيوع والانتشار.

### ● السلبيات: ومنها:<sup>109</sup>

- الحاجة إلى وجود بنية تحتية في مجال الاتصالات والأجهزة والبرمجيات؛
- تكاليف أنظمة الحماية الخاصة بإدارة الحقوق الرقمية؛
- الحاجة إلى تعلم استخدام بعض البرامج للحصول على الكتب الإلكترونية ولقراءة هذه الكتب؛
- انتهاكات حقوق الملكية الفكرية للنashرين والمؤلفين؛
- ضعف الضوابط القانونية والأخلاقية والمصادقية والتأصيل العلمي.

## 11- مواقع الفيديو الإلكترونية

### تعريف الفيديو

الفيديو هو مصطلح غربي يمكن ترجمته إلى اللغة العربية بمصطلح مقابل هو الصور المتحركة، ويقصد به عادة تقنية تسجيل الصور المتحركة والذي يرافقه غالبا التسجيل الصوتي، وهو شكل من أشكال الوسائط المتعددة، ويخدم موضوعا معينا، والذي يتكون من مجموعة من الصور واللقطات المتتالية، والذي يتم معالجته باستخدام الحاسوب، ويمكن تداوله ونشره إلكترونيا عند رفعه أو تحميله كروابط أو على مواقع الفيديو الإلكترونية، وقد تتاح مجموعة من الأدوات التي تجعل الفيديو تفاعليا، مثل الدردشة المباشرة، والتعليقات، ومشاركته في مواقع التواصل الاجتماعية.<sup>110</sup>

### محرك بحث الفيديو

هو محرك بحث على شبكة الأنترنت الذي يبحث في الشبكة العالمية عن محتوى الفيديو، بعض محركات البحث عن الفيديو تفصل المحتوى المستضاف خارجيا، بينما يسمح البعض الآخر بتحميل ملفات الفيديو واستضافتها، بعض المحركات أيضا تتيح المجال أمام المستخدمين للبحث عن الفيديو من خلال نوعه (امتداده) أو طول مقطعه، وعادة ما تكون نتائج البحث مصحوبة بعرض الصورة المصغرة للفيديو.<sup>111</sup>

### مواقع الفيديو الإلكتروني وخصائصها

انتشرت في الآونة الأخيرة مجموعة من مواقع الفيديو الإلكترونية التي تمكن مستخدميها من نشر مقاطع الفيديو الخاصة بهم، والصفة الأساسية في جميع هذه المواقع هي إتاحتها لمساحات كبيرة لرفع مقاطع الفيديو، مع إمكانية نشرها وتضمينها في المواقع، ومن بين أهم مواقع الفيديو الإلكترونية انتشارا على الأنترنت نجد YouTube، Daily Motion...<sup>112</sup>

### تعريف ونشأة موقع YouTube

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وعنوانه: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)، وهو موقع إلكتروني متخصص بمشاركة الفيديوهات وتخزينها وإنشاء صفحات متخصصة داخل الموقع.<sup>113</sup> تأسس موقع اليوتيوب في فيفري سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" هم "نشاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كريم"، في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأديبي فلاش "Adobe Flash" لعرض المقاطع المتحركة، حيث إن محتواه يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة... وغيرها، يعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان (أنا في حديقة الحيوان) أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23

أفريل 2005 وبلغت مدته 19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع الكثير من مقاطع الفيديو، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الأنترنت، اشترت شركة Google هذا الموقع في العام 2006 بحوالي مليار وستمائة وخمسون مليون دولار.<sup>114</sup>

### خدمات ومميزات موقع YouTube

يعد موقع "يوتيوب" المملوك لشركة "جوجل" أحد أبرز منصات مشاهدة الفيديو في العالم، حيث يوفر الكثير من الخدمات والمميزات للمستخدمين، لكن في نفس الوقت هناك العديد من الأدوات الخفية داخل المنصة والتي لا يعرفها الكثير من المستخدمين، منها الحصول على صور متحركة من الفيديوهات، وتشغيل الفيديو من وقت محدد، ووضع التليفزيون، واختصارات لوحة المفاتيح، وحفظ الفيديوهات لمشاهدتها في وقت لاحق.<sup>115</sup> ومن أهم مميزاته أنه:<sup>116</sup>

- عام ومجاني: فمن خلال هذا الموقع يمكن رفع وتحميل مقاطع الفيديو سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط؛
- داعم لتحميل الفيديوهات: فالموقع يوفر مجاناً خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الفيديوهات من جميع الأنواع؛
- سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لرفع وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك؛
- سهل المشاهدة: فمجرد الضغط على وصلة مقطع الفيديو، فيمكن مشاهدة مقطع الفيديو من الموقع؛
- سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكن من البحث عن عنوان مقطع الفيديو ثم مشاهدته.

## 12- مواقع التواصل الاجتماعي

### مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها أدوات اتصال تعتمد على شبكة الأنترنت، تتيح للأشخاص التفاعل مع بعضهم البعض، من خلال مشاركة المعلومات، ومن أشهر هذه المواقع: الفيس بوك (Facebook)، واللينكد إن (LinkedIn)، والسناپ شات (Snapchat)، والواتس آب (WhatsApp)، وانستغرام (Instagram)، وتشير وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام إلى مواقع الويب والتطبيقات المصممة للسماح للأشخاص بمشاركة المحتوى بسرعة وكفاءة وفي وقت حدوثها الفعلي، وتعتمد وسائل التواصل الاجتماعي على الأنترنت، وهي توفر للمستخدمين تبادلا إلكترونيا سهلا للمعلومات الشخصية، والمحتويات الأخرى؛ مثل مقاطع الفيديو والصور، ويتفاعل المستخدمون من خلالها عبر الحاسوب أو الجهاز اللوحي أو الهاتف الذكي، عبر البرامج المستندة إلى الويب أو تطبيقات الويب، ويتم استخدامها غالبا للمراسلة.<sup>117</sup>

### أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

نشأت مواقع التواصل الاجتماعي في البداية كأداة استخدمها الناس للتفاعل مع الأصدقاء والعائلة، ولاحقا تم استخدامها من قبل الشركات، التي رغبت في الاستفادة من طرق التواصل الجديدة والشائعة بين الناس للوصول إلى العملاء، حيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي قدرة على الاتصال وتبادل المعلومات مع أي شخص على وجه الأرض، أو أعداد كبيرة من الناس المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي أيضا، يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد للبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة الممتدة، والبحث عن فرص عمل مختلفة، والعثور على أشخاص من جميع أنحاء العالم يتشاركون في الاهتمامات العامة، بالإضافة إلى مشاركة المحتوى وغير ذلك، أما بالنسبة للأعمال التجارية، فتعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة ضرورية تساعد في العثور على العملاء والتفاعل معهم، بالإضافة إلى المبيعات والإعلانات، والترويج للأعمال الخاصة أو الشركات، وتقديم خدمة العملاء، وتسهل مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع العملاء، وجمع المعلومات للقيام بأبحاث السوق، والترويج للمنتجات والخدمات.<sup>118</sup>

## أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما

✓ الفيسبوك: هو شبكة اجتماعية تأسست في 2004 على يد شاب عشريني أمريكي اسمه "مارك زوكبيرج"، بالتعاون مع اثنين من رفاقه بالسكن الجامعي في جامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية مقصورا على طلبة الجامعة، ثم امتد ليشمل طلبة الجامعات الأمريكية ثم خرج بعد ذلك إلى أوروبا والعالم، والفيسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته، تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل، أو نبذة من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره ونشاطاته، وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في اطلاعهم عليها.<sup>119</sup>

✓ تويتر: وهو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغر، وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة (تغريدة)، وتظهر هذه التغريدات على صفحة المستخدم لموقع تويتر، ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التغريدات من صفحاتهم الرئيسية، أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني، وظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvious الأمريكية، ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام.<sup>120</sup>

✓ انستغرام: يعد أحد تطبيقات الشبكات الاجتماعية الذي يتيح لمستخدميه إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين، من خلال مشاركة الصور ومقاطع الفيديو عبر أجهزة الهواتف الذكية، ويتوفر الانستغرام للعمل على العديد من أنواع الهواتف، كهواتف الآيفون، والهواتف التي تعمل بنظام الأندرويد أو نظام الويندوز، ويتم التسجيل عبر الانستغرام من خلال استخدام عنوان البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم، ثم اختيار اسم مستخدم (User name)، ولا يستطيع الأطفال دون سن الثالثة عشر امتلاك حساب خاص بهم عبر موقع التواصل الاجتماعي هذا.<sup>121</sup>

✓ لينكد إن: يعتبر موقع لينكد إن (LinkedIn) أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية حول العالم، ويعتبر هذا الموقع بمثابة مكان خاص للحياة المهنية، والبحث عن فرص العمل، فيمكن من خلال هذا الموقع التواصل مع أشخاص مهنيين، يمكن (LinkedIn) المستخدمين من وضع إنجازاتهم المهنية ضمن ملف تعريفهم خاص بهم عبر الموقع ليتم عرضها للآخرين، كما يمكن

التواصل مع الآخرين عبر الرسائل الخاصة، ويتم نشر أنواع مختلفة من الوظائف عبر هذا الموقع.<sup>122</sup>

✓ واتس آب (WhatsApp) هو تطبيق يقوم على استخدام الأنترنت لإرسال الرسائل النصية والصور والرسائل الصوتية وحتى مقاطع الفيديو، وتتاح إمكانية استخدامه من خلال تحميله على الأجهزة الخاصة، سواء الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر، وقد اكتسب التطبيق نجاحا كبيرا منذ إنشائه في عام 2009، على يد اثنين كانا يعملان في شركة ياهو؛ نظرا لما يتمتع به من مجانية خدمات الاتصال وإرسال الرسائل، إلى جانب كونه مدعوما من قبل العديد من منصات التشغيل مثل ويندوز، والعديد من الأجهزة المحمولة مثل الآيفون، والأندرويد، والبلوك بيري.<sup>123</sup>

### خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي

من بين أهم خصائص ومميزات وسمات مواقع التواصل الاجتماعي نجد:<sup>124</sup>

- وجود حسابات شخصية للمستخدمين: حيث يسمح الموقع الاجتماعي للزائرين بإنشاء حساب خاص بهم، ويمكنهم من تسجيل الدخول إليه؛
- صفحات ملف شخصي: تتعلق هذه المواقع غالبا بالتواصل الاجتماعي؛ لذلك يساعد وجود صفحة ملف شخصي في تقديم الفرد لنفسه، ومنحه مساحة خاصة به، وغالبا يتضمن الملف الشخصي معلومات شخصية عن المستخدم؛ مثل صورة الملف الشخصي، وبعض المعلومات الشخصية، والموقع الإلكتروني، وخلاصة المشاركات الأخيرة، وآخر النشاطات وغير ذلك الكثير؛
- الأصدقاء، والمتابعون، والمجموعات: حيث يستخدم الأفراد حساباتهم للتواصل مع المستخدمين الآخرين من خلال ما سبق؛
- أزرار الإعجاب والتعليقات والمشاركات: من أكثر الطرق شيوعا للتفاعل على المواقع الاجتماعية هي أزرار الإعجاب (like)، بالإضافة إلى قسم يتيح إضافة التعليقات حيث يمكن مشاركة الكثير من الأشياء؛
- تحديث المعلومات، أو حفظها، أو نشرها: حيث يمكن نشر نص قصير، أو تحميل صورة، أو مقطع فيديو، أو غيرها؛
- الإشعارات: يرسل الموقع الاجتماعي إشعارات للمستخدمين حول معلومات محددة، كما يتمتع المستخدمون فيه بإمكانية التحكم في هذه الإشعارات؛ من خلال اختيار نوع الإشعارات المرغوبة.

## سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

من بين سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:<sup>125</sup>

- التضليل: ليس كل ما يكتب في مواقع التواصل الاجتماعي حقيقة، فقلة هي التي تتميز بالأمانة، البعض يكتب الأكاذيب، والبعض الآخر يروجها من دون تمحيص، الكثير من المعلومات الخاطئة تجعل هذه المواقع سيئة للغاية؛

- الكسل: لا يتطلب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أي مجهود، فيمكن أن تشارك وتعلق وأنت تحمل الهاتف في سريرك، فهذه المواقع تعلم الناس الكسل، ولا تشجعهم على الحركة أو ممارسة الرياضة؛

- خطر على الأطفال: لا تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بفتح حساب للأطفال، فمواقع التواصل تحتوي على مواد لا ينبغي للأطفال التعرض لها، مثل الشتائم وغيرها؛

- خطر أثناء القيادة: الكثير من الناس من يقودون سياراتهم، بينما ينظرون إلى شاشات هواتفهم الذكية، للتعرف على آخر الأخبار أو المشاركة بتعليق في مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يشكل خطراً على السائق والآخرين؛

- لا مهارات حقيقية: يقضي الناس ساعات طويلة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يحرمهم من تعلم أو تنمية أي مهارات إيجابية حقيقية، كقراءة كتاب أو لعب الشطرنج مثلاً؛

- الهوس بالمشاركة: من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي أنها أصابت الناس بالهوس بالمشاركة بالصورة والفيديو والنشاطات، فالجميع يضع هاتفه الذكي في وضع الاستعداد من أجل الحصول على شيء ما ومشاركته للعالم.

## 13- النظام الإعلامي وعلاقته بالسلطة السياسية في العالم (المفهوم والأنواع)

إن كون النظام الإعلامي جزء من المجتمع، يطرح حتمية تأثير وتأثر هذا النظام بباقي الأنظمة الأخرى الموجودة في ذلك المجتمع، وذلك لأن النظام الإعلامي في أي مجتمع ليس كياناً مستقلاً عن الدولة، وإنما هو جزء لا يتجزأ من النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي في كل الدول مهما اختلفت مذاهبها واتجاهاتها، ولأن النظام الإعلامي مؤسسة من مؤسسات الدولة وإفراز لفلسفتها ونظامها، فمن غير المنطق تصور وجود نظام إعلامي متفتح في إطار نظام سلطوي، ومن غير المتصور أن يفرز نظام ديمقراطي نظاماً إعلامياً سلطوياً ومقيداً.<sup>126</sup>

فالعلاقة بين النظامين السياسي والإعلامي علاقة تأثير متبادل، لكن حجم التأثير يختلف بين الطرفين وفقا لطبيعة العلاقة بينهما، ووفق شكل النظام السياسي ودرجة الديمقراطية التي يتمتع بها، ودرجة الحرية السياسية المتاحة للإعلام في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية، ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات وسائل الإعلام وآرائها تجاه القضايا، وتجاه الأداء الحكومي لتلك القضايا، حيث تعد وسائل الإعلام قنوات اتصالية فعالة بين النخب السياسية الحاكمة والرأي العام، انطلاقا من تصورات النخب الحاكمة لمجريات الأحداث وعكسها للرأي العام من خلال وسائل الإعلام، كما تعكس اتجاه الرأي العام بشأن معالجة النظام السياسي للقضايا المختلفة.<sup>127</sup>

وأهم ما ركز عليه العلماء في تحليل علاقة النظام الصحفي بالمجتمع الذي يتواجد فيه، هو علاقة النظام الصحفي بالنظام السياسي وتحديد السلطة الحاكمة، وقد انجز عن تحليل علاقة النظام الصحفي بالأنظمة الاجتماعية الأخرى عدة نظريات أهمها: نظريات الصحافة الأربع التي وضعها كل من "سيبرت"، "ويلبر شرام" و"بيترسون" في كتابهم "النظريات الأربع للصحافة" سنة 1963، والذي نوقشت فيه فلسفة الصحافة، حيث رأى هؤلاء أن هذه الأخيرة تقوم على أربع نظريات هي: السلطة، الليبرالية، الشيوعية والمسؤولية الاجتماعية.<sup>128</sup> وفيما يلي شرح لأهم النظريات التي تفسر العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي في العالم:

#### ■ نظرية السلطة

سادت هذه النظرية في أوروبا في القرنين 16 و17، وارتكزت على بعض المنطلقات الفلسفية التي يطرحها بعض الفلاسفة من أمثال "أفلاطون" و"ميكافيلي"، ذلك أن الحقيقة في إطار هذه النظرية ليست نتاج جماهير عريضة من المجتمع، ولكن نتاج أقلية من الحكماء الذين هم في وضعية قيادة وتوجيه مواطنيهم، وجوهر هذه النظرية قائم على فكرة القرب من سلطة القرار، والحاكم في هذه الحالة يستخدم الصحافة لإعلام الجمهور بما يريده لهم 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، كل من يحدد 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 التالية:

- تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها، والدفاع عن سياسات الحكم؛
- يعد السماح لأي فرد للعمل في الحكومة منحة من الحاكم، وامتياز يختص به من يشاء من رعيته، ويترتب على هذا الامتياز التزام الفرد بتأييد النظام الحاكم وسياسته؛



- 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؛

وقد بدأت هذه النظرية السلطوية تفقد مع الزمن مبررات بقائها بفعل عدة عوامل ثقافية وسياسية واقتصادية، الشيء الذي أدى إلى بروز نظرية أخرى للصحافة، هذه النظرية ميزت المجال الإعلامي في أوروبا منذ بداية القرن 18 سميت بالنظرية الليبرالية.<sup>129</sup>

#### ■ النظرية الليبرالية (نظرية الحرية)

تطور الديمقراطية السياسية والحرية الدينية واتساع نطاق التجارة والرحلات وقبول مبدأ الحرية الاقتصادية، جعل الجماهير ترفض نظرية السلطة وأتاح الفرصة لظهور نظرية جديدة في الإعلام هي نظرية الحرية، وبدأت تلك النظرية تكافح للظهور في أواخر القرن السابع عشر وأصبحت حقيقة في القرن الثامن عشر، وازدهرت في القرن التاسع عشر، ولقد تطورت فلسفة الحرية في كل من بريطانيا وأمريكا في ظل دعوات الحرية التي أعلنها "جون ميلتون" و"جون لوك" في بريطانيا، وكذلك "فولتير" و"روسو" في فرنسا وغيرهم من المفكرين، فعندما قامت الثورة الفرنسية معلنة الحرية تضمن ميثاقها حق كل مواطن في أن يكتب ويطلع ما يشاء في حرية تامة، ولا يرد على ذلك قيد سوى ما هو وارد في القانون العام.<sup>130</sup>

أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد تقرر عقب الانتهاء من ثورة التحرير صدور الدستور الذي تضمن في مقدمته "أن المواطنين قدموا إلى هذه الأرض لنشر الحرية فيها وتوكيد سيادة الإنسان على الأرض"، ومن ثم نص الدستور على أنه "ليس من حق الكونغرس إصدار أي تشريع يحد من حرية الشخص في التعبير عن رأيه شفاهة أو طباعة أو بأي طريقة أخرى"، وعلى عكس نظرية السلطة فإن نظرية الحرية تعتبر أيضا الوعاء الفكري للنظام الإعلامي الحر، وعلى عكس نظرية السلطة أيضا فإن نظرية الحرية تعطي الاعتبار الأول للفرد، الذي يمتلك القدرات الفعلية الكاملة للتمييز بين الصواب والخطأ واتخاذ القرارات دون وصاية من الدولة، وبالتالي فإن الفرد يجب أن تتاح له الحرية الكاملة في أن يعمل ويفكر دون قيود مادام ذلك لا يتعارض مع حرية الآخرين، وتبلورت كل هذه الأفكار في مفهوم الحرية الفردية في جميع مجالات النشاط الإنساني وعملياته الاجتماعية.<sup>131</sup> وتقوم نظرية الحرية أو النظرية الليبرالية على عدة مبادئ منها:<sup>132</sup>

- أن حق الفرد في أن يعرف حق طبيعي كحقه في الماء والهواء، ولكي يمارس الفرد هذا الحق الطبيعي لا بد أن تتمتع الصحافة بحريتها كاملة دون أية قيود تأتي من خارجها؛
- أن حق الفرد في المعرفة يصبح لا معنى له إذا لم يكن لهذا الفرد الحق في أن يختار ما يريد أن يعرفه، وبالتالي لا بد أن تتعدد مصادر المعرفة بتعدد الصحف ذات الاتجاهات المتباينة؛
- يؤكد النظام الليبرالي على حق الفرد في أن يصدر ما يشاء من الصحف مادام قادراً على ذلك، ودون تصريح من السلطة الحاكمة؛
- عدم فرض أية رقابة من جانب الحكومة على الصحف سواء ما كان منها سابقاً على النشر أو لاحقاً عليه، وأن أي تجاوز تقع فيه الصحيفة يكون من شأن القضاء وحده.

### ■ النظرية الاشتراكية

ترى هذه النظرية أن الدور الرئيسي لوسائل الاتصال يتمثل في التربية الفكرية والأيدولوجية والتنمية السياسية، والتنظيم لجميع فئات المجتمع، وألاً تنشأ هذه الوسائل على أساس التعبير عن مصالح متعارضة، باعتبار المجتمع الاشتراكي مجتمعاً غير طبقي، ولا يوجد صراع بين الطبقات؛ فالنظام الاشتراكي يقوم على الملكية العامة لوسائل الاتصال، فيمنح مختلف القوى الاجتماعية حق إصدار الوسائل والنشرات، ويربطها بقضايا المجتمع الاشتراكي، ويتيح الفرصة لأكثر عدد من أفراد المجتمع العاديين للتعبير عن وجهات نظرهم، فالطبقة العاملة بالتحديد هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة لا بد أن تخضع وسائل الاتصال لسيطرة الحزب الشيوعي كوكلاء عن الطبقة العاملة؛ حيث تفترض هذه النظرية أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علماً بكل ما تقوم به الحكومة.<sup>133</sup>

كما تحدد النظرية دوراً إيجابياً يلتزم به الإعلاميون تجاه المجتمع، وتستخدم الرقابة والإجراءات القانونية، لمنع نشر كل ما يسيء للمجتمع؛ فوسائل الإعلام تعد جزءاً لا يتجزأ من الحكومة وأداة لتكريس سيطرة الطبقة العاملة، وتعبئة الجماهير لمساندة النظام وأهدافه، ويعتقد شران أن هذا النظام يجعل وسائل الاتصال مملوكة للدولة، ويديرها ويحدد وظيفتها الحزب الحاكم ويربطها بمبادئه الحزبية، ويقصر حرية الرأي على المؤيدين، ويفرق بين هذا النظام والنظام السلطوي من نواحي طبيعة الملكية، وعدم سعيه للربح، وعمله على انتشار وسائل الاتصال.<sup>134</sup>

## ■ نظرية المسؤولية الاجتماعية

إن على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام، وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، لقد كان للتطور التكنولوجي ثم الثورة المعلوماتية ابتداء من الفترة ما بعد الحرب العالمية الأولى أثرها البارز على النظام الإعلامي القائم، وخاصة مع سيادة الوسائل السمعية البصرية والوسائل الحديثة للاتصال، وكان من بين نتائج هذا التطور عودة بعض ميزات النظام السلطوي، والمتمثلة في تمركز وسائل الإعلام في أيادي قليلة، أو بمعنى آخر احتكار هذه الوسائل من طرف الشركات الكبرى، وترتب على هذا الاحتكار احتكار آخر يتعلق بالتحكم في نوعية الأفكار التي يمكن أن يحملها الجمهور عن واقعه والعالم حوله، هذا الواقع أثار انشغال الكتاب والمنظرين، ومن هؤلاء اللجنة التي عرفت بلجنة "هتشكن" commission Hutchins التي تأسست بعد الحرب العالمية الثانية بأمريكا، وقد أكدت اللجنة على أن "الحماية ضد الحكومة ليست ضمانا كافيا كي يكون للفرد الذي له ما يقوله الحظ في قوله"، فالملاك ورؤساء المؤسسات الإعلامية يتحكمون في الحقائق وزاوية تناول هذه الحقائق التي يتعين إيصالها إلى الجمهور.<sup>135</sup>

واعتبرت اللجنة أن سلطة هذه الوسائل الإعلامية وموقعها الاحتكاري يفرض عليها التزامات تجعلها مسؤولة اجتماعيا، 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 لاتخاذ القرار، 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 في:

- 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 وجهات النظر؛

- الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازا راقيا، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام؛

- يجب ألا تقل مسؤولية الصحفيين أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع، عن مسؤولياتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع أو الإعلان.<sup>136</sup>

#### ■ النظرية التنموية

هي عبارة عن مجموعة من الآراء التي تصف وسائل الاتصال ووظائفها في الدول النامية، وتخرج إلى حد ما عن ثنائية القيد والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالأوضاع المتشابهة في دول العالم الثالث، مثل غياب نظام اتصالي متطور، ووسائل تكنولوجية متقدمة، مهارات مهنية وموارد ثقافية وغيرها، تحد من إمكانية تطبيق النظريات الإعلامية الأربعة، إلا أن هذه الدول تعمل وفق مبادئ مشتقة من هذه النظريات، رغم الاختلاف الواضح بين المبادئ والمعايير القائمة في الدول النامية، وبين مبادئ الدول الرأسمالية والدول الشيوعية، وتكتسب النظرية التنموية وجودها المستقل عن النظريات الإعلامية الأخرى من قبولها للتنمية الاقتصادية والتغيير الاجتماعي، وإن تطبيق هذه المبادئ في دول العالم الثالث يشكل نظرية بديلة، فهي تعارض التبعية وسياسات الهيمنة الخارجية، وتعارض السلطوية المتعسفة، وتؤكد على الهوية والاستقلال الثقافي للمجتمعات، وتسمح بقدر من الديمقراطية يلائم الظروف السائدة.<sup>137</sup>

وتؤكد على الدور التنموي لوسائل الاتصال في دعم السياسات الوطنية، ومراعاة القيود التي تفرضها الأولوية الاقتصادية، كما تمنح وسائل الاتصال وفق هذا المفهوم، الأولوية للثقافة واللغة الوطنية، بالإضافة إلى الاهتمام بالأخبار والمعلومات المتعلقة بالدول النامية الأخرى، وترى أن وسائل الاتصال وأجهزتها لديها المسؤولية والحرية في جمع ونشر الأخبار والمعلومات، ما لم يتعارض ذلك مع أهداف التنمية الوطنية، التي قد يترتب على تعطيلها تقييد الدولة لأنشطة هذه الوسائل واستخدام الرقابة عليها.<sup>138</sup>

#### الهوامش

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 18-19.

<sup>2</sup> حياة مكيد، دروس في مقياس الاتصال للسنة الثانية ليسانس، 2016/2017، جامعة الإخوة منتوري، على الرابط <https://telum.umc.edu.dz/pluginfile.php/36370/course/overviewfiles/%D8%AF%D8%B1%D9%88%D8%B3.docx?forcedownload=1>

<sup>3</sup> أحمد بن سيف الدين تركستاني، مدخل إلى الاتصال الإنساني، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، على الرابط [https://www.kau.edu.sa/Files/214/Subjects/13130\\_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%88%D9%84%20.doc](https://www.kau.edu.sa/Files/214/Subjects/13130_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%88%D9%84%20.doc)

- <sup>4</sup> بدر ناصر حسين، مفهوم الاتصال: البعد النفسي والاجتماعي، مجلة مركز بابل، العدد الثاني، العراق، 2011، ص193، على الرابط [http://www.bcchj.com/papers/bchcj\\_paper\\_2014\\_61516478.pdf](http://www.bcchj.com/papers/bchcj_paper_2014_61516478.pdf).
- <sup>5</sup> بدرية عبد العزيز عبد الرحمن العبيد، مدخل لمفهوم الاتصال ووظائفه، جامعة الملك سعود، السعودية، على الرابط <http://fac.ksu.edu.sa/badalobaid/course-material/55963>
- <sup>6</sup> الطاهر أجعيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2005، ص90.
- <sup>7</sup> أحمد عزوز، الاتصال ومهاراته: مدخل إلى تقنيات فن التبليغ والحوار والكتابة، منشورات مخبر اللغة العربية والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2016، ص27.
- <sup>8</sup> المرجع السابق، ص27.
- <sup>9</sup> محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص21.
- <sup>10</sup> منى الحديدية وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص28.
- <sup>11</sup> محمد بن عائض التوم، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: توتر أنموذجا، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، المجلد الرابع، العدد الأول، جامعة الحدود الشمالية، السعودية، 2019، ص139، على الرابط [https://www.nbu.edu.sa/AR/North\\_Scientific\\_Journals/Humanities\\_Sociology/Publications/JNH%20-7-5.pdf](https://www.nbu.edu.sa/AR/North_Scientific_Journals/Humanities_Sociology/Publications/JNH%20-7-5.pdf)
- <sup>12</sup> منى الحديدية وشريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص28.
- <sup>13</sup> عتيقة بن طاعة، سياسات الإعلان ودورها في زيادة الحصة السوقية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2009/2008، ص7.
- <sup>14</sup> مفهوم العلاقات العامة، جامعة بيرزيت، فلسطين، على الرابط [https://www.birzeit.edu/sites/default/files/mfhwm\\_llqt\\_lm.pdf](https://www.birzeit.edu/sites/default/files/mfhwm_llqt_lm.pdf)
- <sup>15</sup> محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص95-134.
- <sup>16</sup> فاطمة مشعلة، شروط الاتصال الناجح، موقع موضوع، 2017، على الرابط [https://mawdoo3.com/شروط\\_الاتصال\\_الناجح](https://mawdoo3.com/شروط_الاتصال_الناجح)
- <sup>17</sup> آلاء صبح، معوقات عملية الاتصال، موقع موضوع، 2016، على الرابط [https://mawdoo3.com/معوقات\\_عملية\\_الاتصال](https://mawdoo3.com/معوقات_عملية_الاتصال)
- <sup>18</sup> الأكاديمية البريطانية العربية للتعليم العالي، أنواع الاتصال، على الرابط <https://www.abahe.uk/b/human-resources-as-a-system/human-resources-as-a-system-30.pdf>
- <sup>19</sup> فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع وسائل الإعلام، على الرابط [http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102:2010-10-19-14-08-11&catid=38:2010-10-19-13-48-30&Itemid=75](http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=102:2010-10-19-14-08-11&catid=38:2010-10-19-13-48-30&Itemid=75)
- <sup>20</sup> جامعة القادسية، العراق، على الرابط <http://qu.edu.iq/el/mod/resource/view.php?id=39741>
- <sup>21</sup> محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص196-197.
- <sup>22</sup> المرجع السابق، ص199-200.
- <sup>23</sup> المرجع السابق، ص201.
- <sup>24</sup> حياة قبالي، استراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2007/2006، ص33-36.
- <sup>25</sup> بدر ناصر حسين، وظائف الاتصال، جامعة بابل، العراق، 2018، على الرابط <http://www.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/lecture.aspx?fid=8&lcid=77281>
- <sup>26</sup> فريال أوصيف وأمال رقيبة، البحث العلمي في حقل علوم الإعلام والاتصال، مدونة فضاء أكاديمي، 2013، على الرابط [http://academic-space.blogspot.com/2013/11/blog-post\\_8244.html](http://academic-space.blogspot.com/2013/11/blog-post_8244.html)
- <sup>27</sup> بوبكر بوعزيز، محاضرات في مقياس مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2017، ص72-73.
- <sup>28</sup> عيسى محمود الحسن، الصحافة المدرسية: المنبر الإعلامي التربوي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص20.
- <sup>29</sup> المرجع السابق، ص20-21.

- <sup>30</sup> ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005/2004، ص42.
- <sup>31</sup> فتحة أوهائية، الصحافة المكتوبة: قراءة تاريخية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السادس عشر، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2014، ص249، على الرابط <https://revues.univ-ouargla.dz/images/banners/ASTimages/Ssocialesimages/SCON16/S1620.pdf>
- <sup>32</sup> سارة قويدري، اتجاهات إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، 2014/2013، ص19.
- <sup>33</sup> المرجع السابق، ص20.
- <sup>34</sup> المرجع السابق، ص21.
- <sup>35</sup> عيسى محمود الحسن، مرجع سابق، ص21-23.
- <sup>36</sup> سماح دندان، الصحافة المكتوبة الرياضية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017/2016، ص21-25.
- <sup>37</sup> صبيحة صاحبي، اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2018/2017، ص82-83.
- <sup>38</sup> سناء الدويكات، خصائص الصحافة المكتوبة، موقع موضوع، 2016، على الرابط [https://mawdoo3.com/https://mawdoo3.com/خصائص\\_الصحافة\\_المكتوبة](https://mawdoo3.com/https://mawdoo3.com/خصائص_الصحافة_المكتوبة)
- <sup>39</sup> لخضر طاهري، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012/2011، ص51.
- <sup>40</sup> سارة بوشوارب، تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017/2016، ص31.
- <sup>41</sup> صبيحة صاحبي، مرجع سابق، ص88-89.
- <sup>42</sup> قدوار تسعديت، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2011/2010، ص113-114.
- <sup>43</sup> لخضر طاهري، مرجع سابق، ص68-71.
- <sup>44</sup> مجد خضر، بحث حول وكالات الأنباء، موقع موضوع، 2019، على الرابط [https://mawdoo3.com/https://mawdoo3.com/بحث\\_حول\\_وكالات\\_الأنباء](https://mawdoo3.com/https://mawdoo3.com/بحث_حول_وكالات_الأنباء)
- <sup>45</sup> صالح شاكروتوت، أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام، مجلة جامعة أهل البيت، العدد الأول، جامعة أهل البيت، العراق، 2004، ص322، على الرابط <https://abu.edu.iq/sites/default/files/journals/abu/1/1-11.pdf>
- <sup>46</sup> مجد خضر، مرجع سابق.
- <sup>47</sup> وليد محمد عمشه، وكالات الأنباء، الموسوعة العربية، دون سنة، على الرابط <http://www.arab-ency.com.sy/detail/11171>
- <sup>48</sup> المرجع السابق.
- <sup>49</sup> المرجع السابق.
- <sup>50</sup> المرجع السابق.
- <sup>51</sup> محمد عاطف عبد النعيم يمني، تحليل سياسات وكالات الأنباء الدولية إزاء قضايا الإرهاب، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد الرابع، العدد الثاني، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017، ص194، على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90440>
- <sup>52</sup> الموسوعة الحرة ويكيبيديا، على الرابط [https://ar.wikipedia.org/wiki/الموسوعة\\_الحرة\\_ويكيبيديا](https://ar.wikipedia.org/wiki/الموسوعة_الحرة_ويكيبيديا)
- <sup>53</sup> هناء زياد البزور، صناعة السينما ورسائلها وأبعاد تأثيرها على الوطن العربي، بحث مشروع التخرج تصميم جرافيكي، كلية الفنون الجميلة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2018، ص21.
- <sup>54</sup> الموسوعة الحرة ويكيبيديا، تاريخ السينما وتطورها، على الرابط [https://ar.wikipedia.org/wiki/تاريخ\\_السينما\\_وتطورها](https://ar.wikipedia.org/wiki/تاريخ_السينما_وتطورها)
- <sup>55</sup> منال أبو الحسن، السينما التسجيلية: علم وفن، تدريب وممارسة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2015، ص13-16.

- <sup>56</sup> زينة عقاب، السينما الإيرانية والخلاف السني الشيعي حول الخلافة، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، 2014/2013، ص 28-29.
- <sup>57</sup> المرجع السابق، ص 29.
- <sup>58</sup> مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012، ص 214، على الرابط <https://dSPACE.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/6128/1/S0714.pdf>
- <sup>59</sup> أمجد عمر صفوري، المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، جامعة غزة الإسلامية، فلسطين، ص 57-60، على الرابط <http://site.iugaza.edu.ps/rmazed1/files/2013/08/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86.doc>
- <sup>60</sup> المرجع السابق، ص 55-56.
- <sup>61</sup> جلال عبد الرحمن، دور التلفزيون في تثقيف المجتمع الجزائري، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2019/2018، ص 33-35.
- <sup>62</sup> نادية فرحات، التلفزيون وتأثيره على القيم الاجتماعية، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد الأول، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2016، على الرابط <https://www.univ-chlef.dz/eds/wp-content/uploads/2016/06/article-8-N1.pdf>
- <sup>63</sup> أحمد هاشم طه وآخرون، الأقمار الاصطناعية وأنواعها ونظام تشغيلها، بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس، قسم العلوم، كلية التربية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2014، ص 5-6.
- <sup>64</sup> أحمد إسماعيل حسين، أقمار الاتصالات والأخبار التلفزيونية، جامعة غرب كردفان، السودان، دون سنة، ص 16، على الرابط <http://wku.edu.sd/ar/images/books/book6.pdf>
- <sup>65</sup> المرجع السابق، ص 16-17.
- <sup>66</sup> عاتكة البوريني، أنواع الأقمار الصناعية، موقع موضوع، 2018، على الرابط [https://mawdoo3.com/cite\\_note-LIKqtr4F8-1#أنواع\\_الأقمار\\_الصناعية](https://mawdoo3.com/cite_note-LIKqtr4F8-1#أنواع_الأقمار_الصناعية)
- <sup>67</sup> عبد الله بن عبد الرحمن آل عبد الجبار، الإنترنت والتاريخ (التطور والتطبيقات)، شبكة الألوكة، 2010، على الرابط <https://www.alukah.net/culture/0/28516/>
- <sup>68</sup> منظمة الصحة العالمية، مفاهيم الإنترنت، على الرابط [https://www.who.int/hinari/training/Module%201\\_AR\\_Workbook.pdf](https://www.who.int/hinari/training/Module%201_AR_Workbook.pdf)
- <sup>69</sup> محمد جمعة جبال، الإنترنت... تاريخ من التطور المذهل، موقع قناة سكاى نيوز عربية، 2014، على الرابط <https://www.skynewsarabia.com/technology/584373>
- <sup>70</sup> ديمة حنا، تعرف على أول 9 محتويات ظهرت في تاريخ الإنترنت، موقع قناة روسيا اليوم باللغة العربية، 2017، على الرابط <https://arabic.rt.com/it/867189>
- <sup>71</sup> مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الإنترنت، القاهرة، 2016، ص 7-8، على الرابط <https://hrdoegypt.org/wp-content/uploads/2016/08/pdf>
- <sup>72</sup> إبراهيم بختي، المؤسسة الاقتصادية وشبكة الإنترنت، ص 33-34، على الرابط [http://bbekhti.online.fr/doctoart/1\\_3.pdf](http://bbekhti.online.fr/doctoart/1_3.pdf)
- <sup>73</sup> إبراهيم السنوسي نصر، مقدمة للإنترنت، البرنامج التمهيدي للتدريب على استخدام الحاسوب والإنترنت، مكتب التدريب، جامعة سها، ليبيا، 2015، ص 10.
- <sup>74</sup> أسماء عاصم أحمد، الإعلام الجديد ... الإشكاليات وأنماط التغيير، المركز العربي للبحوث والدراسات، 2020، على الرابط <http://www.acrseg.org/41551>
- <sup>75</sup> بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد الثالث، العدد الرابع عشر، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، 2012، ص 10، على الرابط <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aid=38606>
- <sup>76</sup> سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد السادس والعشرون، العدد الأول والثاني، جامعة دمشق، سوريا، 2010، ص 442-443، على الرابط <http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/edu/images/stories/435-480.pdf>

<sup>77</sup> المرجع السابق، ص 443-444.

<sup>78</sup> فهد بن عبد الله الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع وسائل الإعلام، على الرابط

[http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=119:2010-10-19-15-05-](http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119:2010-10-19-15-05-28&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77)

[28&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77](http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119:2010-10-19-15-05-28&catid=40:2010-10-19-13-51-04&Itemid=77)

<sup>79</sup> ساجدة أبو صوي، وسائل الإعلام والتواصل الحديثة، موقع موضوع، على الرابط

[https://mawdoo3.com/وسائل\\_الإعلام\\_والتواصل\\_الحديثة](https://mawdoo3.com/وسائل_الإعلام_والتواصل_الحديثة)

<sup>80</sup> صبيحة صاحبي، مرجع سابق، ص 109.

<sup>81</sup> المرجع السابق، ص 109.

<sup>82</sup> الموسوعة العالمية ويكيبيديا، على الرابط

[https://ar.wikipedia.org/wiki/تدوين\\_مصغر#:~:text=يعتبر%20التدوين%20المصغر%20\(بالإنجليزية%20Micro%20بالعدد%20اللا20%](https://ar.wikipedia.org/wiki/تدوين_مصغر#:~:text=يعتبر%20التدوين%20المصغر%20(بالإنجليزية%20Micro%20بالعدد%20اللا20%محدود%20من%20المدخلات.)

[محدود%20من%20المدخلات.](https://ar.wikipedia.org/wiki/تدوين_مصغر#:~:text=يعتبر%20التدوين%20المصغر%20(بالإنجليزية%20Micro%20بالعدد%20اللا20%محدود%20من%20المدخلات.)

<sup>83</sup> أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة

ماجستير، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول

العربية، 2013، ص 60.

<sup>84</sup> المرجع السابق، ص 60.

<sup>85</sup> المرجع السابق، ص 59.

<sup>86</sup> المرجع السابق، ص 60.

<sup>87</sup> نسرين حسونة، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة، د م ن، د س ن، ص 12-13.

<sup>88</sup> محمد سيد محمد سيد، تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، شبكة الألوكة، 2013، على الرابط

[/https://www.alukah.net/culture/0/50101](https://www.alukah.net/culture/0/50101)

<sup>89</sup> أديب أحمد الشاطري، تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام

والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2010/2009، ص 12.

<sup>90</sup> حورية بولعودات، الصحافة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي

جيغل، 2017/2018، ص 36.

<sup>91</sup> أديب أحمد الشاطري، مرجع سابق، ص 22-23.

<sup>92</sup> المرجع السابق، ص 14-15.

<sup>93</sup> صونية قوراري، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2010/2011، ص 235-236.

<sup>94</sup> المرجع السابق، ص 242.

<sup>95</sup> أديب أحمد الشاطري، مرجع سابق، ص 25.

<sup>96</sup> صونية قوراري، مرجع سابق، ص 263-264.

<sup>97</sup> علي عبد الفتاح، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 61.

<sup>98</sup> رجاء يونس أبو مزيد، تحرير الصحف الإلكترونية، ورقة بحثية، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة،

فلسطين، 2012، ص 17-18.

<sup>99</sup> المرجع السابق، ص 22-23.

<sup>100</sup> المرجع السابق، ص 28.

<sup>101</sup> شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات

المكتبات ومدونات المكتبيين، مجلة cybrarians journal الإلكترونية، العدد الثالث عشر، 2007، على الرابط

[http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com\\_content&view=article&id=536:2011-08-22-14-11-](http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=536:2011-08-22-14-11-41&catid=230:2011-07-21-09-46-0)

[41&catid=230:2011-07-21-09-46-0](http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=536:2011-08-22-14-11-41&catid=230:2011-07-21-09-46-0)



- <sup>102</sup> لمياء بن عمارة، الاستخدامات المهنية للمدونات الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2015/2014، ص 62-63.
- <sup>103</sup> سهيلة بضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009، ص 82-83.
- <sup>104</sup> المرجع السابق، ص 83.
- <sup>105</sup> نجود زعيم، التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011، ص 45-46.
- <sup>106</sup> لمياء بن عمارة، مرجع سابق، ص 64-65.
- <sup>107</sup> نجود زعيم، مرجع سابق، ص 48-49.
- <sup>108</sup> مدونة النجاح، مميزات وعيوب النشر الإلكتروني، 2011، على الرابط <http://madontey.blogspot.com/2011/11/blog-post.html>
- <sup>109</sup> المرجع السابق.
- <sup>110</sup> صورية ولهمة، تأثير مقاطع الفيديو الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة المسيلة، دون سنة، ص 49.
- <sup>111</sup> المرجع السابق، ص 49.
- <sup>112</sup> المرجع السابق، ص 50.
- <sup>113</sup> أشرف الدين بارش وصابر لعور، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2015، ص 64.
- <sup>114</sup> آمال بلعربي، تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2018/2017، ص 60.
- <sup>115</sup> مؤنس حواس، 5 مميزات لا تعرفها داخل موقع يوتيوب... الصور المتحركة أبرزها، صحيفة اليوم السابع المصرية، 2017، على الرابط، <https://www.youm7.com/story/2017/2/23/5-مميزات-لا-تعرفها-داخل-موقع-يوتيوب-الصور-المتحركة-أبرزها-3114490>
- <sup>116</sup> آمال بلعربي، مرجع سابق، ص 63-64.
- <sup>117</sup> محمد مروان، بحث عن مواقع التواصل الاجتماعي، موقع موضوع، 2020، على الرابط [https://mawdoo3.com/بحث\\_عن\\_مواقع\\_التواصل\\_الاجتماعي](https://mawdoo3.com/بحث_عن_مواقع_التواصل_الاجتماعي)
- <sup>118</sup> المرجع السابق.
- <sup>119</sup> فارس كاتب ودينا عقون، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2015، ص 45-46.
- <sup>120</sup> المرجع السابق، ص 50-51.
- <sup>121</sup> فداء ابو حسن، أفضل برامج التواصل الاجتماعي، موقع موضوع، 2020، على الرابط [https://mawdoo3.com/أفضل\\_برامج\\_التواصل\\_الاجتماعي](https://mawdoo3.com/أفضل_برامج_التواصل_الاجتماعي)
- <sup>122</sup> المرجع السابق.
- <sup>123</sup> إحسان العقلة، ما هو الواتس آب، موقع موضوع، 2018، على الرابط [https://mawdoo3.com/ما\\_هو\\_الواتس\\_آب](https://mawdoo3.com/ما_هو_الواتس_آب)
- <sup>124</sup> محمد مروان، مرجع سابق.
- <sup>125</sup> محمد حنفي وماجد المطيري، 10 سلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي، صحيفة القبس الكويتية، 2016، على الرابط <https://alqabas.com/article/19068-10-سلبيات-لمواقع-التواصل-الاجتماعي>
- <sup>126</sup> أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007/2006، ص 31.
- <sup>127</sup> شاهر إسماعيل الشاهر، في جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد السابع، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2019، ص 86.
- <sup>128</sup> أحلام باي، مرجع سابق، ص 31.

- 
- <sup>129</sup> زهير بوسيلة، الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص 20-21.
- <sup>130</sup> أحلام باي، مرجع سابق، ص 35.
- <sup>131</sup> المرجع السابق، ص 35-36.
- <sup>132</sup> المرجع السابق، ص 36-37.
- <sup>133</sup> جعفر بن صالح، الاتصال السياسي في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2013/2012، ص 57.
- <sup>134</sup> المرجع السابق، ص 92.
- <sup>135</sup> زهير بوسيلة، مرجع سابق، ص 22-23.
- <sup>136</sup> المرجع السابق، ص 23-24.
- <sup>137</sup> جعفر بن صالح، مرجع سابق، ص 58.
- <sup>138</sup> المرجع السابق، ص 58-59.

## خاتمة

حاولنا من خلال هذه المطبوعة البيداغوجية الموجهة إلى طلبة السنة الثانية إعلام واتصال، الإلمام بمختلف تفاصيل مادة مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، من خلال التعرض للمفاهيم العامة في علوم الإعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة، إلى جانب شرح عناصر العملية الاتصالية وعوامل نجاحها ومعوقاتهما، إضافة إلى أنواع الاتصال ونماذجه، ووظائف الإعلام والاتصال، وأخيرا مجالات وتخصصات البحث في علوم الإعلام والاتصال في العالم وفي الجزائر، بحيث يصبح الطالب في هذا المستوى بمقدرته استيعاب هذه العناصر (محتويات السداسي الأول)، ولديه القدرة كذلك على استيعاب محتويات السداسي الثاني.

وفي السداسي الثاني الذي يعكسه محتوى الفصل الثاني الذي خصص أولا لوسائل الإعلام التقليدية، متمثلة في الصحافة المكتوبة والإذاعة ووكالات الأنباء والسينما والتلفزيون والأقمار الصناعية، وثانيا وسائل الإعلام الحديثة متمثلة في شبكة الأنترنت والإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية والمدونات الإلكترونية ومواقع الفيديو الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وثالثا النظام الإعلامي وعلاقته بالسلطة السياسية في العالم (المفهوم والأنواع).

من خلال محتوى الفصل الأول والفصل الثاني من هذه المطبوعة البيداغوجية، سوف يتمكن الطالب في هذا المستوى من الإلمام بمبادئ وأبجديات علوم الإعلام والاتصال، ويكون قاعدة بيانات أساسية وصحيحة، تساعد في استيعاب ما سيقدم له من مقررات دراسية في الإعلام والاتصال للسنة الثالثة بتخصصاتها (إعلام واتصال) في مرحلة الليسانس، وباقي السنوات والتخصصات في مرحلة الماجستير.

## قائمة المراجع

### كتب

- عبد الله بن عبد الرحمن آل عبد الجبار، الإنترنت والتاريخ (التطور والتطبيقات)، شبكة الألوكة، 2010.
- علي عبد الفتاح، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- عيسى محمود الحسن، الصحافة المدرسية: المنبر الإعلامي التربوي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- منال أبو الحسن، السينما التسجيلية: علم وفن، تدريب وممارسة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2015.
- منى الحديدى وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- نسرين حسونة، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة، د م ن، د س ن.

### أطروحات، رسائل، منشورات ومذكرات جامعية

- الطاهر أجيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2005.
- أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2007/2006.
- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية، 2013.
- أديب أحمد الشاطري، تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2010/2009.

- جعفر بن صالح، الاتصال السياسي في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2013/2012.
- حياة قبائلي، استراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2007/2006.
- ذهبية سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2005/2004.
- زهير بوسيلة، الصحافة المكتوبة والديمقراطية في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005.
- سهيلة بضياف، المدونات الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010/2009.
- صونية قوراري، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010.
- قدوار تسعديت، أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2011/2010.
- لخضر طاهري، واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها المشكلات الاجتماعية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012/2011.
- لمياء بن عمارة، الاستخدامات المهنية للمدونات الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2015/2014.
- نجاد زعيم، التدوين الإلكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011.
- إبراهيم السنوسي نصر، مقدمة للأنترنت، البرنامج التمهيدي للتدريب على استخدام الحاسوب والأنترنت، مكتب التدريب، جامعة سها، ليبيا، 2015.
- أحمد عزوز، الاتصال ومهاراته: مدخل إلى تقنيات فن التبليغ والحوار والكتابة، منشورات مخبر اللغة العربية والاتصال، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، 2016.

- بوبكر بوعزيز، محاضرات في مقياس مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017/2018.
- حورية بولعويديات، الصحافة الإلكترونية، مطبوعة بيداغوجية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2017/2018.
- أحمد هاشم طه وآخرون، الأقمار الاصطناعية وأنواعها ونظام تشغيلها، بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس، قسم العلوم، كلية التربية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2014.
- أشرف الدين بارش وصابر لعور، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة ماستر، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015/2016.
- آمال بلعراي، تأثير استخدام اليوتيوب على الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017/2018.
- جلال عبد الرحمن، دور التلفزيون في تثقيف المجتمع الجزائري، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2019.
- رجاء يونس أبو مزيد، تحرير الصحف الإلكترونية، ورقة بحثية، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2012.
- زينة عقاب، السينما الإيرانية والخلاف السني الشيعي حول الخلافة، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، 2013/2014.
- سارة بوشوارب، تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2017.
- سارة قويدري، اتجاهات إقبال جمهور الصحافة المكتوبة للقيم الإخبارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مولاي الطاهر سعيدة، 2013/2014.
- سماح دندان، الصحافة المكتوبة الرياضية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016/2017.
- صبيحة صاحبي، اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017/2018.

- صورية ولهية، تأثير مقاطع الفيديو الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية للشباب الجامعي، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة المسيلة، دون سنة.
- عتيقة بن طاطة، سياسات الإعلان ودورها في زيادة الحصة السوقية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2009/2008.
- فارس كاتب ودنيا عقون، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2015.
- هناء زياد البزور، صناعة السينما ورسائلها وأبعاد تأثيرها على الوطن العربي، بحث مشروع التخرج تصميم جرافيك، كلية الفنون الجميلة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2018.

#### مجالات علمية

- بدر ناصر حسين، مفهوم الاتصال: البعد النفسي والاجتماعي، مجلة مركز بابل، العدد الثاني، العراق، 2011، على الرابط [http://www.bcchj.com/papers/bchcj\\_paper\\_2014\\_61516478.pdf](http://www.bcchj.com/papers/bchcj_paper_2014_61516478.pdf)
- بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد الثالث، العدد الرابع عشر، مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، العراق، 2012، على الرابط <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=38606>
- سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد السادس والعشرون، العدد الأول والثاني، جامعة دمشق، سوريا، 2010، على الرابط <http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/edu/images/stories/435-480.pdf>
- شاهر إسماعيل الشاهر، في جدلية العلاقة بين وسائل الإعلام والسلطة، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد السابع، المركز الديمقراطي العربي، برلين، 2019.
- شيماء إسماعيل عباس إسماعيل، المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين، مجلة journal cybrarians الإلكترونية، العدد الثالث عشر، 2007، على الرابط [http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com\\_content&view=article&id=536:2011-08-22-14-11-41&catid=230:2011-07-21-09-46-0](http://www.journal.cybrarians.info/index.php?option=com_content&view=article&id=536:2011-08-22-14-11-41&catid=230:2011-07-21-09-46-0)
- صالح شاكروتوت، أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام، مجلة جامعة أهل البيت، العدد الأول، جامعة أهل البيت، العراق، 2004، على الرابط <https://abu.edu.iq/sites/default/files/journals/abu/1/1-11.pdf>

- فتيحة أوهايبية، الصحافة المكتوبة: قراءة تاريخية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السادس عشر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014، على الرابط <https://revues.univ-ouargla.dz/images/banners/ASTimages/Ssocialesimages/SCON16/S1620.pdf>
- مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012، ص 214، على الرابط <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/6128/1/S0714.pdf>
- محمد بن عائض التوم، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: توتر أنموذجا، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، المجلد الرابع، العدد الأول، جامعة الحدود الشمالية، السعودية، 2019، على الرابط [https://www.nbu.edu.sa/AR/North\\_Scientific\\_Journals/Humanities\\_Sociology/Publications/JNH%20-7-5.pdf](https://www.nbu.edu.sa/AR/North_Scientific_Journals/Humanities_Sociology/Publications/JNH%20-7-5.pdf)
- محمد عاطف عبد النعيم يمى، تحليل سياسات وكالات الأنباء الدولية إزاء قضايا الإرهاب، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد الرابع، العدد الثاني، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017، على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/90440>
- نادية فرحات، التلفزيون وتأثيره على القيم الاجتماعية، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد الأول، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2016، على الرابط <https://www.univ-chlef.dz/eds/wp-content/uploads/2016/06/article-8-N1.pdf>
- محاضرات ودروس على الخط
- أحمد إسماعيل حسين، أقمار الاتصالات والأخبار التلفزيونية، جامعة غرب كردفان، السودان، دون سنة، على الرابط <http://wku.edu.sd/ar/images/books/book6.pdf>
- أحمد بن سيف الدين تركستاني، مدخل إلى الاتصال الإنساني، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، على الرابط [https://www.kau.edu.sa/Files/214/Subjects/13130\\_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%88%D9%84%20.doc](https://www.kau.edu.sa/Files/214/Subjects/13130_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%88%D9%84%20.doc)
- أمجد عمر صفوري، المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، جامعة غزة الإسلامية، فلسطين، على الرابط <http://site.iugaza.edu.ps/rmazed1/files/2013/08/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B0%D8%A7%D8%B9%D8%A9->



[%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%B2%D9%8A%D9%88%D9%86.doc](#)

- بدر ناصر حسين، وظائف الاتصال، جامعة بابل، العراق، 2018، على الرابط <http://www.uobabylon.edu.iq/uobcoleges/lecture.aspx?fid=8&lcid=77281>
- بدرية عبد العزيز عبد الرحمن العبيد، مدخل لمفهوم الاتصال ووظائفه، جامعة الملك سعود، السعودية، على الرابط <http://fac.ksu.edu.sa/badalobaid/course-material/55963>
- جامعة القادسية، العراق، على الرابط <http://qu.edu.iq/el/mod/resource/view.php?id=39741>
- حياة مكيد، دروس في مقياس الاتصال للسنة الثانية ليسانس، 2017/2016، جامعة الإخوة منتوري، على الرابط <https://telum.umc.edu.dz/pluginfile.php/36370/course/overviewfiles/%D8%AF%D8%B1%D9%88%D8%B3.docx?forcedownload=1>
- مفهوم العلاقات العامة، جامعة بيرزيت، فلسطين، على الرابط [https://www.birzeit.edu/sites/default/files/mfhwm\\_llqt\\_lm.pdf](https://www.birzeit.edu/sites/default/files/mfhwm_llqt_lm.pdf)

#### مواقع أنترنت

- الأكاديمية البريطانية العربية للتعليم العالي، على الرابط <https://www.abahe.uk>
- التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع وسائل الإعلام، على الرابط [http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102:2010-10-19-14-08-11&catid=38:2010-10-19-13-48-30&Itemid=75](http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=102:2010-10-19-14-08-11&catid=38:2010-10-19-13-48-30&Itemid=75)
- شبكة الألوكة، على الرابط <https://www.alukah.net>
- صحيفة القبس الكويتية، على الرابط <https://alqabas.com>
- صحيفة اليوم السابع المصرية، على الرابط <https://www.youm7.com>
- قناة روسيا اليوم باللغة العربية، على الرابط <https://arabic.rt.com>
- قناة سكاى نيوز عربية، على الرابط <https://www.skynewsarabia.com>
- مدونة إبراهيم بختي، على الرابط <http://bbekhti.online.fr>
- مدونة النجاح، على الرابط <http://madontey.blogspot.com>
- مدونة فضاء أكاديمي، على الرابط [http://academic-space.blogspot.com/2013/11/blog-post\\_8244.html](http://academic-space.blogspot.com/2013/11/blog-post_8244.html)
- المركز العربي للبحوث والدراسات، على الرابط <http://www.acrseg.org>
- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، على الرابط <https://hrdoegypt.org>

- 
- <https://www.who.int> منظمة الصحة العالمية، على الرابط
  - <https://ar.wikipedia.org> الموسوعة الحرة ويكيبيديا، على الرابط
  - <http://www.arab-ency.com.sy> الموسوعة العربية، على الرابط
  - <https://mawdoo3.com/> موقع موضوع، على الرابط