

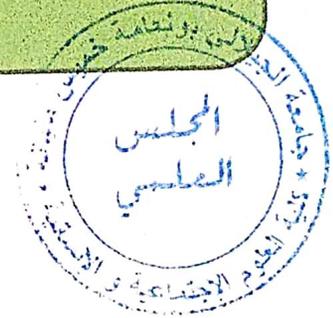


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجيلاي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية



مطبوعة بيداغوجية ضمن مقياس مدخل إلى وسائل الاعلام
والاتصال (أعمال موجهة)

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة أولى تكوين أساسي
علوم انسانية (ل.م.د)



إعداد الأستاذ:

أستاذ محاضر "ب"

طفياني زكرياء

السنة الجامعية: 2025/2024

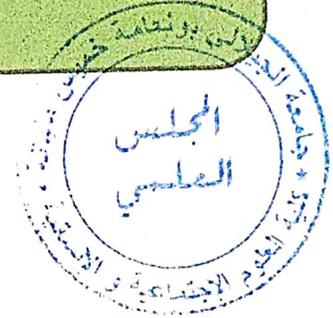


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجيلاي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الانسانية



مطبوعة بيداغوجية ضمن مقياس مدخل إلى وسائل الاعلام
والاتصال (أعمال موجهة)

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة أولى تكوين أساسي
علوم انسانية (ل.م.د)



إعداد الأستاذ:

أستاذ محاضر "ب"

طفياني زكرياء

السنة الجامعية: 2025/2024

{ ولقد آتينا داود وسليمان علما وقالوا الحمد لله الذي فضلنا على كثير

من عباده المؤمنين }

• الآية 15 / سورة النمل

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
11	مقدمة
13	1- الاتصال
20	2- الاعلام
22	3- المصطلحات القريبة من الاعلام
26	4- الاعلام المتخصص
34	5- اعلام العولة
39	6- وكالات الانباء
43	7- الصحافة المكتوبة أو المقروءة
49	8- الاذاعة أو الاعلام المسموع
53	9- التلفزيون كظاهرة اعلامية
57	10- الاعلام الجديد
63	11- مواقع التواصل الاجتماعي
67	خاتمة
68	قائمة المراجع

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
11	مقدمة
13	-1 الاتصال
20	-2 الاعلام
22	-3 المصطلحات القريبة من الاعلام
26	-4 الاعلام المتخصص
34	-5 اعلام العولمة
39	-6 وكالات الانباء
43	-7 الصحافة المكتوبة أو المقروءة
49	-8 الاذاعة أو الاعلام المسموع
53	-9 التلفزيون كظاهرة اعلامية
57	-10 الاعلام الجديد
63	-11 مواقع التواصل الاجتماعي
67	خاتمة
68	قائمة المراجع

برنامج المقياس

- 1-1 مفهوم الاتصال
- 2-1 عناصر الاتصال
- 3-1 أنواع الاتصال
- 2- الاعلام**
- 1-2 مفهوم الاعلام
- 2-2 أنواع وسائل الاعلام
- 3-2 وظائف وسائل الاعلام
- 4-2 المصطلحات القريبة من الاعلام
- 3- الاعلام المتخصص**
- 1-3 مفهوم الاعلام المتخصص
- 2-3 وظائف الاعلام المتخصص
- 3-3 مقومات الاعلام المتخصص
- 4-3 الإعلام الجماهيري (العام) والإعلام المتخصص والاتصال الجماهيري
- 4- العولمة و الاعلام**
- 1-4 مفهوم العولمة
- 2-4 اعلام العولمة
- 3-4 خصائص اعلام العولمة
- 5- وكالات الأنباء**
- 1-5 نشأة وكالات الأنباء
- 2-5 مفهوم وكالات الأنباء
- 3-5 أنواع وكالات الأنباء
- 4-5 وكالة الانباء الجزائرية

6- الصحافة المكتوبة

1-6 نشأة الصحافة وتطورها

2-6 أنواع الصحافة

3-6 وظائف الصحافة المكتوبة

7- الاذاعة

1-7 اكتشاف الراديو

2-7 مزايا الاذاعة

3-7 أهداف الإذاعة

8- التلفزيون كظاهرة اعلامية

1-8 لمحة تاريخية حول ظهور التلفزيون

2-8 خصائص التلفزيون

3-8 التلفزيون في الجزائر

9- الاعلام الجديد

1-9 مفهوم الاعلام الجديد

2-9 أقسام الاعلام الجديد

3-9 خصائص الاعلام الجديد

10- مواقع التواصل الاجتماعي

1-10 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

2-10 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

3-0 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

4-10 ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

5-10 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

بطاقة تقنية للمقياس

الأستاذ	طفياني زكرياء
الرتبة الوظيفية	استاذ محاضر ب
البريد الإلكتروني	z.tafiani@univ-dbkm.dz
المؤسسة	جامعة جيلالي بونعامه خميس مليانة
الكلية	العلوم الإنسانية والاجتماعية
القسم	العلوم الانسانية
المستوى	السنة الأولى تكوين أساسي
عنوان الوحدة	وحدات التعليم الأساسية
المقياس	مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال
طريقة التقييم	بحث وامتحان

أهداف التعليم

- التعرف على أهم مبادئ عمل وسائل الاعلام .
- التعرف على أسس البحث العلمي في مجال علوم الاعلام والاتصال
- التعرف على أهم الوسائل الاعلامية الكلاسيكية والجديدة.
- مساعدة الطلبة على اكتساب قاعدة علمية حول المفاهيم الأساسية المتداولة في تخصص علوم الاعلام والاتصال.

المكتسبات القبلية

- وصف تفصيلي للمعرفة المطلوبة والتي تمكن الطالب من مواصلة هذا التعليم.
- اهتمام الطالب بعمل وسائل الاعلام واطلاعه على الوسائل الاعلامية الجديدة
- الاطلاع والدراسة والتفكير بمعنى استخدام القدرات العقلية التي يمتلكها الطلبة من حيث القدرة على التخيل والربط.
- امتلاك الطلبة لمهارات التفسير والتحليل والاستنباط واستشراف الظواهر الاجتماعية المرتبطة بمواضيع الاعلام والاتصال .

الخارطة الذهنية

شكل رقم (1) يمثل الخارطة الذهنية لمقياس مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال



مقدمة:

نتناول في هذه الورقة العلمية جملة من المواضيع المهمة التي يدرسها طالب علوم الإعلام و الاتصال ضمن مقياس مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال، حيث يتمحور الموضوع الاول حول الاتصال ومستلزماته و يندرج ضمن هذا الموضوع دراسة مفهوم الاتصال و تطوره و أهم عناصره و متطلباته و شروط نجاحه فضلا عن المعوقات التي تمنع نجاحه، بالإضافة إلى دراسة موضوع الإعلام أيضا و ما يحيط به من عناصر بحثية كدراسة مراحل تطور الإعلام و خصائصه و أهميته، فضلا عن دراسة المفاهيم المشابهة للاتصال و الإعلام كالدعاية و الاشهار والعلاقات العامة و معرفة الفرق بين كليهما، كما أن الموضوع الثالث يتمحور حول وسائل الإعلام و انواعها بين وسائل الإعلام المكتوبة أو المقروءة و وسائل الإعلام السمعية و وسائل الإعلام السمعية البصرية، أما الموضوع الرابع الذي تم تناوله ضمن طيات هذه المطبوعة هو موضوع الإعلام المتخصص و ما يرتبط به ثم تم التطرق إلى موضوع اعلام العولمة و خصائصه و شكل هذا الإعلام في عصر العولمة و ما فرضته من تغيرات جديدة على الساحة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و الإعلامية ثم تم التطرق إلى موضوع الصحافة المكتوبة و ما يرتبط بشأنها و خصائصها و أهميتها و انواعها بالإضافة إلى موضوع الإذاعة و ما يرتبط بنشأتها و خصائصها وأهدافها ثم تم التطرق إلى موضوع التلفزيون كظاهرة إعلامية ، و هذا كله مرتبط بوسائل الإعلام التقليدية أو الثقيلة التي تعد بمثابة الجانب الكلاسيكي للإعلام و الاتصال... بعد ذلك تم الانتقال إلى جانب آخر مرتبط بوسائل الإعلام الجديدة ، ابتداء بالإعلام الجديد اساس الوسائل الإعلامية الجديدة ، حيث تم التطرق إلى مفهومه و خصائصه و أقسامه، ثم تم ختم هذه الورقة العلمية بالتركيز على موضوع مواقع التواصل الاجتماعي و ما يرتبط بتطويرها و خصائصها فضلا عن إيجابياتها و سلبياتها .

إن إحاطة الطالب بهذه المواضيع المهمة في مجال علوم الإعلام و الاتصال تجعله على فهم و دراية اوسع بالمواضيع الأساسية في حقل الإعلام و الاتصال إذ تعتبر بمثابة المدخل نحو استكشاف هذا التخصص و بالمقابل تفتح المجال أمامه للتعمق أكثر في مواضيع أخرى في ذات التخصص .

تمهيد :

يعد الاتصال ظاهرة اجتماعية ذات أهمية بالغة في حياة الأفراد والمجتمعات لذلك حرص العلماء والفلاسفة والمنظرون على تقديم أطروحات فكرية عميقة تشرح الاتصال الانساني وما يرتبط به داخل النسق الاجتماعي الذي يعيش فيه الانسان و جاءت هذه الدراسات لتفسر السلوك الاتصالي تفسيراً علمياً يبعد الاتصال من كونه مجرد عادة اجتماعية فطرية الى نظريات علمية سوسولوجية دقيقة.

التمرين الاول

- ما هو تعريف الاتصال في سياق العلاقات الإنسانية؟
- ما هي أهمية الاتصال في الحياة اليومية ؟
- كيف يختلف مفهوم الاتصال من ثقافة إلى أخرى؟
- ما هي العناصر الأساسية لعملية الاتصال؟
- كيف يؤثر كل عنصر من عناصر الاتصال على نجاح عملية التواصل؟
- اذكر مثلاً على موقف تواصل يتضمن جميع عناصر الاتصال.
- ما هي أنواع الاتصال المختلفة (مثل الاتصال الشفهي، الكتابي، غير اللفظي)؟
- كيف يمكن استخدام الاتصال غير اللفظي لتحسين فعالية التواصل؟
- قم بوصف موقف اتصالي حدث معك في العمل أو في حياتك اليومية.
- حدد جميع عناصر الاتصال الموجودة في هذا الموقف (المُرسل، الرسالة، القناة، المستقبل، والتغذية الراجعة).
- قم بتحليل كيفية تأثير كل عنصر على فعالية التواصل في هذا الموقف.
- قم بإعداد جدول يقارن بين الأنواع المختلفة من الاتصال (مثل الشفهي، الكتابي، غير اللفظي).

1- الاتصال :

1-1 مفهوم الاتصال:

لماذا يحتاج الأفراد الى الاتصال؟ الافتراض هو أننا نقوم بالاتصال لأننا بحاجة اليه ماديا وفزيائيا، ويتعلم الفرد هويته من خلال الاتصال ولأننا كائنات اجتماعية نحتاج الى الاخرين.¹

حاول العديد من الباحثين تقديم تعريف شامل للاتصال، لكن المصطلح في حد ذاته يعود الى الأصل اللاتيني communis وهذا ما وافق عليه Lunenberg في تعريفه للاتصال، كما أكد على أنه يعني عام أو مشترك "commun" مما يوحي أنه يجب أن يكون هناك فهم مشترك للرسالة بين المصدر والمتلقي.² الاتصال هو فن التعبير و تلقي الرسائل حتى يتم فهمها بشكل صحيح.³ ويتضح جليا من خلال هذا التعريف الذي ورد في القاموس الدولي للتسويق والاتصال أنّ الاتصال هو فن يحتاج الى ابداع والى ممارسة احترافية حتى يؤدّى الغرض منه وتحقق أهداف القائم بالاتصال.

لقد عرف الاتصال بأنه هو العملية التي يتم من خلالها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع سواء كان صغيراً أو كبيراً وتبادل الأفكار والتجارب فيما بينهم. وهناك اتفاق بين العلماء بأن الاتصال هو كل ما يتعلق بانتقال الأفكار والمعلومات من فرد لآخر أو من جماعة لأخرى سواء كانت ذات طبيعة اجتماعية أو ثقافية أو علمية وسواء كانت تتصل بالناس أنفسهم أو بالبيئة التي يعيشون فيها.⁴ لذلك فالاتصال هو عملية حيوية لتحقيق التواصل بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة والحضارات المترامية بما يقوم عليه من نقل للتراث والتقاليد والفنون والآداب والعادات والقصص والروايات والأحاديث والتجارب التي توارثتها ونشأت عليها الأجيال المختلفة.

¹ - R.B Adler, and R.F Proctor, "Looking out looking in", wads worth cengage learning, Boston,2014.

² - F. C lunenberg, "communication; the process, barriers and improving effectiveness", schooling 1.1.

³ - Frank jefkins, "international dictionary of marketing and communication", british library cataloguing in publication data, 1987, P52.

⁴ - علي فلاح الزعبي وفتحى عبد الله الشرع، "إدارة الاعلان: مفاهيم واستراتيجيات معاصرة"، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر، 2022، ص17

1-2 عناصر الاتصال:

توجد عدة عناصر تشكل العملية الاتصالية وتعتبر هذه العناصر مكونات للعملية الاتصالية و يمكن تحديدها باختصار - حسبما ذهب أشار اليه الباحث " مدحت أبو النصر" في ستة عناصر لعملية الاتصال، هي كالتالي¹:

- هدف : Aim يجب أن يوجد هدف محدد وواضح لعملية الاتصال.
- مرسل : Sender وهو باعث أو مصدر الرسالة للمستقبل.
- مستقبل : Receiver وهو من يتلقى الرسالة من المرسل.
- رسالة : Message وهو المعنى أو المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو القرارات التي يريد المرسل توصيلها إلى المستقبل. وقد يعبر عن الرسالة بالاتصالات اللفظية- سواء شفوية أو مكتوبة - أو بالاتصالات غير اللفظية.
- وسيلة : Mean وهي الأداء أو القناة أو الطريقة التي تتم من خلالها عملية الاتصال مثل: المقابلات والاجتماعات والزيارات والاتصالات الهاتفية والتقارير.....
- التغذية العكسية أو المرتدة أو إرجاع الأثر : Feedback وهي المعلومات التي يحصل عليها المرسل من المستقبل، والتي تتمثل على سبيل المثال في ردود أفعاله ودرجة فهمه ودرجة استجابته ... وبناء على هذه التغذية العكسية يقوم المرسل بعمل بعض التعديلات اللازمة سواء في أسلوب اتصاله أو طريقة عرضه أو استخدام وسيلة اتصال أخرى حتى يطمئن إلى أن المستقبل متجاوب معه في عملية الاتصال، وأن الرسالة المطلوب توصيلها تصل بالشكل المناسب والمتوقع للمستقبل، وأن المستقبل يفهم الرسالة....
- مصادر التشويش أو الضوضاء أو الضجة: Noise التي قد تصدر عن البيئة الداخلية (المنظمة) أو البيئة الخارجية (المجتمع) لها تأثير سلبي على جميع عناصر الاتصال السابق ذكرها.

1-3 أنواع الاتصال:

يوجد نوعين من الاتصال وهما: الأول من حيث اللغة المستخدمة، والثاني من حيث مستوى الاتصال وحجم المشاركين فيه:²

¹ - مدحت مُجد أبو النصر، "مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين"، ط2، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2009، ص 24.

² - فتحي حسين عامر، "وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك"، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص25.

أولاً من حيث اللغة المستخدمة فهو ينقسم الى نوعين: الاتصال اللفظي والاتصال غير اللفظي:

1-3-1 الاتصال اللفظي: ما دام الاتصال يعتمد على ألفاظ اللغة ورموزها التي تشير قطعاً الى أشياء محددة،

فإنه من الضروري للقائم بالاتصال أن يقدم رسالته في رموز يفهمها المتلقي، أي أن تصاغ الرسالة مستخدمة

الكلمات الشائعة المألوفة familiar words للجماهير مع ضرورة إدراك النقاط التالية:¹

▪ يجب أن تعني الكلمات والعبارات نفس الشيء للمرسل والمتلقي.

▪ يجب أن تكون الرسالة مرتكزة على الخبرة المشتركة

▪ أنّ الجماهير المختلفة ربما تحتاج كلمات مختلفة.

1-3-2 الاتصال غير اللفظي: هو ذلك النوع من الاتصال الذي نجده لدى البشر بطرق غير منطوقة أو

مكتوبة، يندرج ضمن لغة الجسد وهو عبارة عن نظام رمزي للاتصال.² وبالتالي فالإتصال غير اللفظي هو عبارة

عن اتصال تستخدم فيه الوسائل الحسية والشعورية، المادية والمعنوية باستثناء استخدام الكلام الملفوظ أو المكتوب،

فقد يستخدم الفرد فيه حركات اليدين و تعابير الوجه وإيماءات الرأس أو حتى الصمت كرد فعل على رسالة ما .

أوجه الاختلاف بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي:

يظهر من خلال تحديد المفاهيم المتعلقة بالاتصال اللفظي وغير اللفظي أنّ هناك اختلاف بين المفهومين ويمكن

تحديد أوجه الاختلاف بينهما من خلال الجدول التالي الذي يوضح ذلك:³

¹ - عمر عبد العزيز هلال، "وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الاسلامي"، دار الكتب العلمية، 2019، ص ص 59، 60

² - محمد حسن اسماعيل، "مبادئ علم الاتصال" الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص 67.

³ - أحمد العبد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، "مهارات الاتصال و فن التعامل مع الآخرين"، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن،

2014، ص 36.

الاتصال غير اللفظي	الاتصال اللفظي
1- تتحكم ضرورات أو عوامل بيولوجية في الاتصال غير اللفظي.	1- تتحكم قواعد اللغة في الاتصال اللفظي.
2- لغة الاتصال غير اللفظي عالمية، فالإبتسامة مثلاً تعني الشيء نفسه لكل الناس في العالم، ولكن هناك بعض الرموز يختلف معناها من ثقافة إلى أخرى.	2- الاتصال اللفظي مقصور على ثقافة واحدة ويحمل معاني محددة للجماعة الداخلية.
3- نتعلم الاتصال غير اللفظي في مرحلة مبكرة أو متقدمة من الحياة بعد الولادة مباشرة عن طريق التنشئة الاجتماعية، فالطفل يتعلم الإشارات مثل الإبتسامة والعبوس قبل أن يتكلم أو يكتب، فالإتصال غير اللفظي يسبق الإتصال اللفظي في عملية التنشئة الاجتماعية.	3- نتعلم الإتصال اللفظي في مرحلة متأخرة من الحياة عن طريق التنشئة الاجتماعية. فالطفل السليم يتكلم الكلام والكتابة بعد أن يكون قد تعلم لغة الإشارات أولاً. أي أن الإتصال اللفظي يأتي بعد الإتصال غير لفظي.
4- يعتقد عدد كبير من العلماء بأن الإتصال غير اللفظي مغمم بالعواطف أو يمكن أن يناشد العواطف بقوة فهو أصدق تعبيراً عن المشاعر والأفكار من الإتصال اللفظي.	4- يعتقد عدد كبير من العلماء بأن الإتصال اللفظي يمكن أن يناشد العواطف.

ثانياً: من حيث حجم المشاركين: ويقسم هذا النوع الى ستة أنواع وهي: الإتصال الذاتي، الإتصال الشخصي، الإتصال الجمعي، الإتصال العام، الإتصال الوسطي، الإتصال الجماهيري.¹

1-3-1 الإتصال الذاتي:

يوجد تاريخ طويل عبر السنوات من الأدب النفسي الذي يدعم وجود علاقة بين إدراك الذات والاتصال ويعود الفضل في أوائل القرن 19 الى العلماء في وضع صلة بين إدراكات الذات أو مفهوم الذات والاتصال بوضع نظرية الذات، مرآة النظر Looking glass : self theory وقد بسطت هذه النظرية فكرة أنّ الذات تعتبر محصلة للعالم الاجتماعي الذي يعيش الفرد داخله أي أنّ الذات تنتج عن تفاعل الكائنات البشرية في البيئة الاجتماعية.² لذلك يعرف **Bonald** الإتصال الذاتي بأنه ذلك الإتصال الذي يحدث داخل الفرد حين يتحدث الفرد مع نفسه " يُعرفه **مكاوي** بأنه اتصال يحدث داخل عقل الفرد، ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته،

¹ - فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، ص30.

² - حورية مجّد الزبادات، " تقوية مهارات الإتصال وتحسين مفهوم الذات لدى أطفال القرى" مركز الكتاب الأكاديمي، 2015، ص56.

فضلا عن الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك، أي الأسلوب الذي يتبعه الفرد في إعطاء معنى وتقييم للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به، أو هو العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل ذات المرء نفسه، فهي إذا عملية ذهنية شخصية يحته يتم فيها مخاطبة الإنسان لذاته، والذي يتمثل بالشعور والوعي والتمثيل والتفكير وغير ذلك من العمليات النفسية الداخلية، فهو اتصال لا يحتاج إلى شخص مرسل ومستقبل) لتتم عملية الاتصال لان كلا من المرسل والمستقبل يكون شخصا واحداً.¹

1-3-2 الاتصال الشخصي: يعد الاتصال الشخصي على حد تعبير R.Birdwhistell نسقا سلوكيا مدججا يقوم بتصنيف وضبط السلوكيات ومنه يجعل هذا الاتصال العلاقات بين الناس ممكنة.² وقد عرفه جيرالد ميلر على أنه جلسة تعقد من عدد صغير نسبيا من القائمين بالاتصال (غالبا ما يكون شخصين)، ويتوافر فيه اتصال الوجه للوجه والحد الأقصى من قنوات الاحساس مع وجود الفرص المتاحة لحدوث رجوع صدى السريع، كما أنه حسب ميرتون Merton عبارة عن اتصال يتضمن مواجهة مباشرة بين القائم بالاتصال والمتلقي، تؤدي الى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته.³

1-3-3 الاتصال الجمعي: الاتصال الجمعي أو المجتمعي و يتم هذا النوع من الاتصال بين شخص ومجموعة محددة أو صغيرة أو مألوفة بشكل مباشر وتتصف المجموعة الصغيرة عادة بأن أفرادها غالبا ما يتقابلون و يتباحثون في الأمور المختلفة و لديهم معايير و مصالح مشتركة على الرغم من اختلاف الأهداف و يكون بالطرق الآتية: الدروس المحاضرات الخطب الندوات المؤتمرات اللقاءات الجماعية و الاجتماعات والحفلات الاجتماعية و برامج التدريب.

1-3-4 الاتصال الجماهيري: توجه الرسائل في هذا النوع من الاتصال إلى جماهير واسعة من المستقبلين، ويشير الاتصال الجماهيري إلى تلك العمليات التي تقوم بها هيئات ومؤسسات كبيرة تستخدم الأجهزة والآلات التي يمكن بواسطتها إنتاج الرسائل العامة ونقلها إلى جماهير غفيرة متعددة.⁴

¹ - محمد عبد حسن العامري، علي صادق الساعدي، "الاتصال المواجهي: الحملات الانتخابية وتأثيرها في الجمهور"، دار العربي للنشر والتوزيع 2021، ص 41.

² - مريم رحاني، " علاقة حالات الأنا بسيرورات الاتصال الشخصي : تناول نظري في اطار نظرية التحليل التبادلي"، العدد25، مجلة التراث جامعة الجلفة، 2017، ص 202.

³ - بومالي أمينة، " أثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري"، العدد التاسع، المجلة العلمية لجامعة الجزائر3، 2017.

⁴ - سامية عواج، " الاتصال في المؤسسة: المفاهيم- المحددات- الاستراتيجيات"، مركز الكتاب الأكاديمي، 2020، ص 56.

1-4 أهمية الاتصال:

يلعب الاتصال دوراً هاماً في تحسين الروابط الاجتماعية بين الأفراد و صرف كل الخلافات التي من شأنها أن تؤثر سلباً على علاقات أفراد المجتمع. لذلك يقول كل من "هربرت جي هيكس" G.Hicks و "سيرى جليت" C. Ray Gullet ربما كان صحيحاً أن قلب مشكلات العالم هو عدم القدرة على الاتصال رغم اعتقاد الإنسان بأنه يجيد الاتصال بالآخرين بفعالية، ويشير Red Luthans في كتابه السلوك التنظيمي Organizational Behavior إن الاتصال سبب في ترجع أهمية الاتصال إلى أن المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء الأفكار والمعلومات تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، ويرى الدكتور بلال خلف السكرانة أن الاتصالات أساس حياتنا اليومية فنحن نتبادل كميات ونوعيات ضخمة من البيانات والمعلومات، فمن السؤال عن الأحوال إلى تبادل المشاعر ونقل الأفكار واستعراض الأخبار وتناقل وجهات النظر وتوفير المعلومات، ويرى جون ديوي بأن وجود المجتمع و استمراريته متوقف على النقل الشامل للعادات و الأفكار والمشاعر من جيل إلى آخر وإن استمرارية المجتمع تتم من خلال نقل الخبرات والاتصال بين الأفراد فهم يكتسبون ذلك من خلال الاتصال ، وتمثل أهمية الاتصال فيما يلي :

الإعلام والتعليم والترفيه و الإقناع هذا من وجهة نظر المرسل بينما المستقبل فإنه ينظر إلى أهمية الاتصال من الجوانب الآتية : فهم ما يحيط به من ظواهر وتعلم مهارات وخبرات جديدة ، وكذا من أجل الراحة و المتعة والتسلية وكذا الحصول على المعلومات الجديدة التي تساعد في اتخاذ القرار و التصرف المناسب اجتماعياً.¹

الخلافات التي تحدث بين المحبين وسبب في التعصب ضد بعض الأعراف والأقليات البشرية والتمييز العنصري والاتصال سبب فيما يحدث بين الشعوب، وهو السبب في ما يسمى بالفجوة بين الجيلين والخلافات العمالية والصراع داخل المنشأة. فالاتصال يلعب دوراً هاماً في حياة الإنسان ومستقبله. ولذلك فإن توفر مهارات الاتصال أمر ضروري، ليس للموظف فحسب بل للإنسان عامة. وتشير بعض الدراسات إلى أن الإنسان يقضي من 70% إلى 85% من وقته في الاتصال بالآخرين؛ إما عن طريق الإنصات لهم، أو الحديث معهم، أو القراءة، أو الكتابة للآخرين، كذلك فإن الاتصال يلعب دوراً هاماً في حياة المنظمات، فمن خلاله على سبيل المثال يتحقق الفهم المتبادل بين أعضاء العلاقة، ومن ثم تمثل عمليات الاتصال الشرايين التي تربط بين أعضاء المنشأة، وبين وحداتها، وأنشطتها المختلفة، وبين الوظائف الإدارية المختلفة لتحقيق الترابط والانسجام بينها.²

¹ - سامية عواج، "مرجع سابق الذكر"، ص 13

² - مدحت محمد أبو النصر، "مرجع سبق ذكره"، ص 18.

التمرين الثاني

- ما هو تعريف الإعلام وكيف يختلف عن الاتصال؟
- كيف تطور مفهوم الإعلام مع التقدم التكنولوجي وتطور المجتمعات؟
- ما الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي؟
- ما هي أنواع وسائل الإعلام المختلفة (مثل الإعلام المطبوع، المسموع، المرئي، والرقمي)؟
- اذكر مثلاً لكل نوع من أنواع وسائل الإعلام وكيف يمكن استخدامه لنقل المعلومات.
- ما هي الفروقات بين الإعلام الاجتماعي والإعلام الجماهيري من حيث الجمهور المستهدف وطريقة التفاعل؟
- ما هي الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام في المجتمع؟
- كيف تؤثر وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام؟
- اذكر أمثلة على كيفية استخدام الإعلام لأغراض التثقيف، الترفيه، والإعلام الإخباري.
- ما الفرق بين "الدعاية" و"الترويج" و"الإعلام"؟
- كيف يختلف مفهوم "التواصل الإعلامي" عن "التسويق الإعلامي"؟
- ما هي العلاقة بين العلاقات العامة ووسائل الإعلام؟

2- الاعلام:

2-1 مفهوم الاعلام:

هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع او مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ، ويعني ذلك أن الغاية الوحيدة من الاعلام هي التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والاحصاءات ونحو ذلك.¹

ويعتبر الإعلام جزء من الاتصال، لذلك يمكن تعريف الإعلام بأنه تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها إذن لابد من وجود شخص أو هيئة أو فئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها، ويكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات وبين ميدان نشرها أو بثها.²

لذلك فالإعلام يقوم على نشر المعلومات والأخبار وعرض الاحداث التي تم الجمهور باستخدام مجموعة من الوسائل التي نسميها بوسائل الاعلام، وبالتالي تحديد مصطلح الاعلام يأخذ على عاتقه الاعتماد على الوسائل المستخدمة في الاعلام والنشر والعرض .

2-2 أنواع وسائل الاعلام:

توجد عدة أنواع لوسائل الاعلام ولعلّ أبرز هذه الأنواع و أشهرها و أكثرها شيوعاً لدى الجماهير هي الوسائل الاعلامية التالية:³

- الوسائل المقروءة (الصحافة والمطبوعات بشكل عام)

- الوسائل المسموعة (الراديو)

- الوسائل المسموعة - المرئية (التلفزيون والسينما)

¹ - مختار مفتاح السنوسي، " الاعلام الدولي: الأسس والمفاهيم"، زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص13.

² - نجلاء محمد جابر، " دراسة تحليلية في الاعلام الجماهيري"، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2015، ص 7.

³ - علي عبد الفتاح، "الاعلام الاجتماعي"، اليازوري للنشر والتوزيع، 2016، ص 6.

2-2-1 الوسائل المقروءة:

هي الوسائل الإعلامية القديمة - الجديدة المتجددة في الحياة الإنسانية التي يمكن للإنسان أن يعرف أو يتعرف من خلالها على الأخبار والنشاطات والفعاليات العسكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية وغيرها إلا أنها أصبحت في العصر الحاضر تحتل أهمية من الدرجة الثالثة بعد الإعلام المرئي والمسموع، وذلك كونها وسيلة إعلامية مقروءة تنشر الخبر في اليوم التالي على الأغلب، إلا أنها تمتاز بميزة لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى أن تتمتع بها وهذه الميزة تتمثل في إمكانية الاحتفاظ بالصحيفة أو المجلة أو النشرة لدى الإنسان العادي لفترة زمنية أطول وتعتبر وثيقة يعتد بها للتوثيق والمراجعة.

2-2-2 الوسائل المسموعة:

الأهمية حاسة السمع عند الإنسان وتلفيه المعلومات أو الخبرات عبرها، ولما له من تأثير ووقع على الأذن، أسرع زمنياً وأقوى معلوماتياً من الصحف والمجلات، كون هذا النوع من الإعلام يمكنه الوصول إلى مساحة أوسع ليشمل الدولة التي يتم البث من أراضيها والدول المجاورة، وبهذا فإن له السبق والأولوية في النشر والأخبار، وهذا يتحدد من طول أو نوع الموجة الإذاعية التي يتم البث من خلالها، هل هي موجة : متوسطة، أو طويلة أو قصيرة، أو البث على كافة أطوال الموجات الإذاعية السابقة، كما إن الخدمة الإذاعية يمكنها الوصول إلى المستمع المفترض أو المستهدف بأقصر فترة زمنية محددة بكلفة أقل للفرد والجماعة على السواء.

2-2-3 الوسائل المسموعة المرئية:

هذا النوع سمعي وبصري، لأنه يجتذب العين والأذن في الآن ذاته، وله قوة تأثير أقوى من كافة وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والمجلات والإذاعات في عصرنا الحاضر وخاصة بعد امتداد البث التلفزيوني وشموله مساحات واسعة من العالم عبر الأقمار الصناعية فيما يعرف بالقنوات الفضائية، وتعود زيادة قوة التأثير في الإعلام المرئي إلى كونه ينقل الصوت والصورة المرافقة له وكأن المشاهد يرى ما يحدث عن قرب. فالفضائيات تخترق الحدود الطبيعية والجغرافية دون رقيب.¹

2-3 وظائف وسائل الاعلام:

يرى "عصام سليمان موسى" أن وظائف وسائل الاتصال الجماهيري هي: الاعلام والتنشئة الاجتماعية، والتحفيز والمناقشة والحوار والتعليم، والثقافة والترفيه والتقارب الاجتماعي. وتنقسم وظائف وسائل الاعلام والاتصال الى ثلاث وظائف اساسية هي الاعلامية والدعائية والتربوية. ويرى باحثون أنه توجد تسع وظائف لوسائل الاعلام في

¹ - ماجدة أحمد الصرايرة، " الاعلام التربوي"، ط1، دار الخليج، الاردن، 2011، ص 12-13.

المجتمع وهي: وظيفة الاخبار، والربط والتفسير والترفيه والتنشئة الاجتماعية، والتسويق، والتغيير الاجتماعي، وخلق المثل الاعلى والرقابة والتعليم¹.

وتسهم وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية في المجتمعات الديمقراطية في عملية التنمية السياسية، وذلك من خلال أفرادها مساحات جيدة تخصصها الرسالة الاعلامية للتنمية السياسية والثقيف السياسي والإعلام السياسي ذي الطابع الشمولي على المستوى النظري والتطبيقي المحلي والوطني والقومي والاقليمي والعالمي وكذلك تبصير الجمهور بأهمية المشاركة الواسعة والفاعلة في العملية السياسية على أن يكون الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام على هذا الصعيد على اساس وفي اطار العلاقة الوثيقة بين البنيان الاعلامي وبنيان المجتمع وتطوره من خلال تعميق الشعور بالمسؤولية لدى الأفراد والجماعات وتجسيد أهمية تواجدهم على الساحة السياسية حرصاً على مصالح الجماعة ومشاركة في صنع القرار السياسي وتحقيقاً للتلاحم بين الحكام والمحكومين ومنه، فانه يقع على عاتق وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية في المجتمعات الديمقراطية مهمة المساهمة في بناء الثقافة السياسية الديمقراطية التي تستند على المقومات التاريخية والثقافية والقيمية لكل مجتمع ديمقراطي حسب خصوصيته، وبما يؤدي الى تنظيم التفاعلات السياسية داخل النظام الاجتماعي العام.²

وان وظائف وسائل الاتصال الجماهيري تعكس طبيعة النظم السياسية والاقتصادية ففي الانظمة المتقدمة الرأسمالية تؤدي وظيفة تنوير الجمهور وخدمة النظام السياسي وضمان الحريات المدنية، والتسليية والترويج وحماية النظام الاقتصادي ورؤوس الاموال الاجتماعية، والعكس في الدول الشيوعية.³

2-4 المصطلحات القريبة من الاعلام:

توجد العديد من المفاهيم القريبة والمشابهة لمصطلح الاعلام ويتم تداولها بشكل كبير في سياق وسائل الاعلام والاتصال والدراسات التي يتم انجازها في مجال علوم الاعلام وقد اخترنا بعض المفاهيم التي نشير اليها كالتالي:

2-4-1 الدعاية:

كلمة الدعاية تقابل اصطلاح Propaganda ، وهو اصطلاح واحد في معظم لغات العالم دون تغيير يذكر أصلها التاريخي يعود إلى العصور الوسطى، وعلى وجه الدقة عام 1633 م عندما أنشأ أحد الباباوات إدارة باسم

¹ - فؤاد علي أحمد، "وسائل الاعلام والمشاركة السياسية"، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017، ص35.

² - حسين علي ابراهيم الفلاح، "الديموقراطية والاعلام والاتصال"، المنهل للنشر والتوزيع، 2014، ص 217.

³ - فؤاد علي أحمد، "نفس المرجع السابق"، ص36.

"Congregation of Propaganda" والتي كانت إدارة من كبار الأساقفة تتناول عملية تنظيم وتخطيط المهام الخارجية للكنيسة الكاثوليكية.¹

و الدعاية هي فن الإقناع أو المحاولة العائدة لإقناع الناس بكل الوسائل المتاحة بأن يفكروا ويسلكوا بأسلوب يرغبه المصدر وعلى الرغم من أن الحرب قد لقيت الاعتراف عبر التاريخ باعتبارها نشاطا مقبولا فان الكثيرين ما يزالون يعتبرون الدعاية شيئا مختلفا تماما بوصفها عملية مرفوضة كليا، وتعتبر الدعاية عبر التاريخ حلقات متصلة تستخدم في كل عصر من العصور للسيطرة على العقول من خلال مخاطبة الغرائز وهي في العصر الحديث استمرار للدعاية في مختلف العصور ولم تختلف من حيث أهدافها وأسبابها فهي سعي حثيث من قبل أصحاب السلطة للسيطرة على المحكومين ودفعهم باتجاه تحقيق الأهداف التي يسعى إليها صاحب السلطة وقد استخدم البابا اوريان الثاني - على سبيل المثال- قضية إحراق كنيسة القبر المقدس كسبب رئيس لدفع الناس لحرب المسلمين وهو يتشابه بشكل أو بآخر مع الحجة التي استخدمتها الولايات المتحدة الأمريكية (تدمير برج التجارة تجارة العالمي لتبرير هجومها الشرس على العالم الإسلامي)²

ويلاحظ من تعريفات الدعاية التي حددها مختلف الباحثين في مجال دراستها ولوحظ أن جميع الاعمال الاعلامية والنفسية، الموجهة لجميع الأعمال الداخلية والخارجية، كان لها مفهوم واحد وإن اختلفت تسمياته من مرحلة زمنية الى أخرى وأن هناك نتيجة واحدة وهي " تنفيذ وتحقيق الهدف المطلوب أو المخطط له ".³

2-4-2 الاشاعة:

وتعرف الإشاعة بأنها عن رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة أو دولة، يتم تداولها شفهيًا أو إعلاميًا، وهي مطروحة لكي يصدقها الجمهور، دون أن تتضمن مصادرها، ودون أن تقدم دلائل مؤكدة على كونها واقعية، وبعضها يشتمل على نواة من الحقيقة، لكن معظمها مختلق ودوافعها إما أن تكون نفسية أو سياسية أو اجتماعية، أو اقتصادية، وأهدافها غالباً سلبية، وتعرض أثناء تداولها التحريف بالزيادة والنقصان، غير أن معدل الزيادة غالباً أكثر من معدل النقصان، فالإشاعة مثل كرة الثلج التي تنزلق على سطح جليدي، وتنشأ الإشاعة وتنتقل من خلال عدة وسائل حيث يقوم بفبركتها شخص أو مجموعة أشخاص، ثم تتوسع طرق انتشارها، واستخدامها مع التقدم الحضاري والتقني، والتكنولوجي، لتنتشر على صفحات المجلات والصحف ثم على أثير الاذاعات، لتنتقل

¹ - حامد ربيع، " دراسات في الظاهرة الصهيونية: فلسفة الدعاية الاسرائيلية " ، مركز الحضارة للدراسات والبحوث، 2022، ص 24.

² - عبد الرزاق الدليمي، " الدعاية والشائعات والرأي العام: رؤية معاصرة "، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، ص 13.

³ - عبد المنعم كاظم الشمري، " الدعاية الصهيونية وأساليبها في عمليات تهجير اليهود في العالم "، أجد للنشر والتوزيع، 102

عبر شبكات التلفزيون، فالرسائل الالكترونية، فشبكات Windows الانترنت فأجهزة الاتصالات الثابتة والنقالة باختلاف أشكال عملها واستخداماتها.¹

2-4-3 الإشهار:

تعرفه الجمعية الأمريكية للتسويق والإشهار بأنه شكل من أشكال تقديم الأفكار، أو السلع أو الخدمات غير الشخصية والمدفوعة الأجر بواسطة معلن محدد ومعروف، وبشكل آخر يمكن تعريف الإشهار على انه عملية اتصال غير شخصية لحساب المؤسسة المشهورة التي تسدد ثمنه لصالح الوسائل المستعملة لبثه ويكون هذا الإشهار في غالب الأحيان من إعداد وكالات الإشهار، ويكون الإشهار عن السلع والخدمات لأغراض اجتماعية وسياسية أما فيليب كوتلر فيعرف الإشهار أنه شكل غير شخصي، مدفوع القيمة لتقديم فكرة أو سلعة أو خدمة ويكون بواسطة جهة معلومة.² كما أنه يمكن تعريف الإشهار بأنه كافة الأنشطة التي تقدم كمجموعة بطريقة غير شخصية - مرئية أو شفوية - عن طريق رسالة معلومات المعلق تتعلق بسلعة أو بخدمة افكر معينة".³

2-4-4 العلاقات العامة:

يعرفها المركز الأوربي للعلاقات العامة بأنها وظيفة أو نشاط إدارة مؤسسة، أو هيئة عمومية أو خاصة، لفرد أو لجماعة، تهدف إلى خلق وإقامة واستمرار أو تحسين الثقة والتفاهم والود من جهة، ومن جهة اخرى إقامة علاقات مع جماعات، عادة ما تسمى جماهير، التي سواء وجدت داخل أو خارج المؤسسة فإنها تؤثر على وجودها وتطورها.⁴ و عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة العلاقات العامة بأنها " وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم والحفاظ على ثقتهم، عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من اجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان، ومن اجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن اجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها." وهناك تعريف آخر للجمعية الدولية حول العلاقات العامة بأنها "وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المنظمة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة وفي سبيل هذه الغاية على المنظمة أن تستقصي رأي الجمهور إزائها وان تكيف معه بقدر الإمكان سياستها

¹ - منذر عاطف جرادات، " الاستقرار السياسي في ظل الاشاعة والاعلام "، الأردن، 2018، ص 38.

² - فريد كورتل، " مدخل للتسويق "، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، 2012، ص 148.

³ - فتحي عبد الله الشرع، علي فلاح الزعبي، " إدارة الاعلان: مفاهيم واستراتيجيات معاصرة "، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019، ص 71.

⁴ - رضوان بلخير، سارة جابري، " مدخل للاتصال والعلاقات العامة "، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 169.

وتصرفاتها وان تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة.¹

التمرين الثالث

- ما هو تعريف الإعلام المتخصص؟ وكيف يختلف عن الإعلام الجماهيري العام؟
- ما هي المجالات التي يمكن أن يشملها الإعلام المتخصص (مثل الإعلام الطبي، الرياضي، الاقتصادي)؟
- كيف يساعد الإعلام المتخصص في تلبية احتياجات جمهور محدد؟
- ما هي الوظائف الأساسية للإعلام المتخصص في المجتمع؟
- كيف يساهم الإعلام المتخصص في توعية و تثقيف فئات محددة من الجمهور؟
- اذكر مثالاً على إعلام متخصص يقوم بتغطية حدث أو قضية تهم شريحة من الناس.
- ما هي المقومات الأساسية التي يجب أن تتوفر في الإعلام المتخصص لتحقيق أهدافه؟
- كيف تلعب المصداقية والموثوقية دوراً مهماً في نجاح الإعلام المتخصص؟
- ما هي المعايير التي تحدد جودة وسائل الإعلام المتخصصة؟
- ما الفرق بين الإعلام الجماهيري العام والإعلام المتخصص من حيث الجمهور المستهدف والمحتوى المقدم؟
- في أي الحالات يكون استخدام الإعلام المتخصص أكثر فعالية من الإعلام الجماهيري العام؟
- اذكر مثالاً على كيف يمكن للإعلام المتخصص أن يؤثر في قطاع معين بشكل أكبر من الإعلام الجماهيري العام.

¹ - مروان بدر السمعيات، علي الزعبي، " إدارات العلاقات العامة " ، دار البيزوري للنشر والتوزيع، الاردن، 2019، ص 25.

3 الاعلام المتخصص:

1-3 مفهوم الاعلام المتخصص:

يعرف الإعلام المتخصص على انه نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي جل اهتمامه المجال معين من مجالات المعرفة ، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص ، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى ، ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية، وبهذا يستخدم الإعلام المتخصص مختلف عناصر الإعلام العام كالتشويق وأساليب العرض والتقديم من سرد ودراما وندوة وحوار وتمثيلية ومسلسل، ومقالة، وتحقيق وتقرير، وأفلام تسجيلية وما إلى غير ذلك لتلبية متطلباته.¹

ويعرف الإعلام المتخصص على أنه الإعلام الهادف لتحقيق نتيجة معينة قد تتمثل بهدف سياسي أو تأول موضوعاً معيناً ذا أهمية فائقة لمجتمع معين أو بضع مجتمعات في الوقت ذاته). أو هو نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة ويعطي اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص مستخدماً مختلف فنون الإعلام معتمداً الحقائق والأفكار المتخصصة). ويعرف أيضاً بأنه الإعلام الذي يقع ضمن مجال محدد من مجالات الحياة السياسية او الثقافية أو الإعلامية او الاقتصادية أو العلمية او الأمنية او الرياضية والذي يتركز اهتمامه الأساسي على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المحدد.²

من هذا المنطلق يفتح باب الإعلام على مصراعيه للتعامل مع كل التخصصات لتتسع قاعدته، وتنوع أشكاله فيقدم من المواد ما يشبع رغبة كل فرد في أي مجال يشاء، فيستخدم في الإعلام لطرح قضاياها عن طريق علوم ومعارف كثيرة ومتعددة، ليستفاد الإعلام من العلوم الأخرى فظهر الإعلام الاقتصادي بالاعتماد على علم الاقتصاد والإعلام السياسي بالاعتماد على العلوم السياسية، والإعلام الديني بالاعتماد على العلوم الدينية والشرعية، والإعلام الاجتماعي بالاعتماد على علم الاجتماع والإعلام البيئي بالاعتماد على علم البيئة ، الإعلام السياحي والإعلام الزراعي والإعلام الرياضي والإعلام العلمي، وغيرها من مختلف التخصصات الأخرى، وصار الإعلاميون يجمعون في دراساتهم بين فنون الإعلام المختلفة وتخصصات أخرى وصار المتخصصون في مجالات علمية مختلفة يدخلون إلى ساحات الإعلام دارسين لفنونه وحرفياته ليجمعوا بين فنون وعلوم الإعلام وبين

¹ - نورهان سليمان، " تكنولوجيا الاعلام المتخصص"، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2020، ص 222.

² - محسن جلوب الكناني، " قنوات الجنس الفضائية: تغزو نسقنا القيمي"، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص111.

تخصصاتهم الأخرى ، فظهر تبعاً لذلك الصحفي السياسي ، والصحفي الرياضي ، والإعلامي الاقتصادي، ورجل الإعلام الديني¹.

لذلك وبناء على التعريفات السابقة، فالإعلام المتخصص هو "ذلك النوع من الاعلام الذي يتخصص في مجال واحد معين من مجالات المعرفة الانسانية كالمجال السياسي، أو الثقافي، أو الاقتصادي، أو الرياضي، أو الديني... و يقدم برامج الاعلامية بناء على تفضيلات جمهوره النوعي الذي لديه اهتمامات خاصة".

3-2 وظائف الاعلام المتخصص:

إن للإعلام المتخصص وظائف عديدة، منها:²

- **الوظيفة الروحية:** إذ يسعى الإعلام المتخصص إلى إشاعة القيم الجمالية بين الجماهير، وهنا تصبح الفنون في إطار الإعلام المتخصص بالراديو أو التلفزيون أو الصحافة وسيلة من وسائل التطهير النفسي، ومواجهة الأزمات النفسية التي يعاني منها الإنسان المعاصر.
- **الوظيفة الاجتماعية:** أنه يخلق من مشاهديه والمعجبين به وحدة اجتماعية متماسكة، فهو وسيلة لخلق التضامن بين الناس في الهيئات والمجتمعات. خاصة بعد أن دخل الإعلام مرحلة جديدة من مراحل تطوره وأتاح العديد من الإمكانيات وتوفرت العديد من القنوات التي تستطيع أن تتناول كل مجال من مجالات الحياة الاقتصاد السياسة، الرياضة الدين، التربية البيئة، الفن، المرأة... الخ). الوظيفة التعليمية يعمل على اكتساب الناس المعرفة والثقافة العلمية الصحيحة.
- **وظيفة المعالجة:** إذ يقوم بإثارة القضايا الهامة والمصيرية التي تجذب اهتماماً واسعاً من الجماهير، وذلك بالتركيز حول هذه القضايا والتخصص فيها مما يجعل أمر متابعتها جدياً، حيث يقوم بلفت النظر إلى المشاكل الملحة والمهمة في المجتمع بدعوة الخبراء والعلماء إلى المشاركة في حلها مما يحفز الكوادر في مختلف الاختصاصات على التعاون المثمر لحل هذه المشاكل وتطوير ما هو موجود.
- **الوظيفة التوعوية:** فالإعلام المتخصص يعمل وبشكل مستمر بتوعية الناس بواقعهم وإثارة الاهتمام بضرورة التغيير والإصلاح والتطوير.

¹ - نورهان سليمان، "مرجع سبق ذكره"، ص 222.

² - عبد الرزاق الدليمي، " الاعلام المتخصص"، دار البيازوري للنشر والتوزيع، الاردن، ص 33.

3-3 مقومات الاعلام المتخصص:

يملك الاعلام المتخصص مقومات معينة مكنته من احتلال موضع متميز وحيّز خاص على الخريطة الاعلامية وهذه المقومات حسب الدكتور خضور¹:

3-3-1 المجال المتميز:

تشكل الحياة المجتمعية مركباً واحداً، يتألف من مجالات متعددة ومختلفة، وتأخذ الحياة المجتمعية خصائصها المميزة من مجمل الخصائص المميزة لمجالاتها المختلفة. ويأخذ كل مجال من هذه المجالات خصوصيته من اعتبارات متعددة أبرزها طبيعة ونوعية القوانين العاملة والمنظمة للحياة في هذا المجال، وطبيعة ونوعية القوى الفاعلة والمحركة للحياة في هذا المجال، ودرجة التطور المتحقق في هذا المجال، ووزن هذا المجال وثقله في حياة الفرد والمجتمع، ونوعية الشخصيات الفاعلة في هذا المجال، وآلية اتخاذ القرار وصنعه في هذا المجال، ونظرة المجتمع وتقييمه لهذا المجال، وحجم الشرائح الاجتماعية التي يضمها هذا المجال أو يعينها، ونوعية الحاجات وطبيعتها التي يسعى هذا المجال إلى إشباعها.

3-3-2 الموضوع المتميز:

تفرض خصوصية المجال وتميزه خصوصية الموضوع وتميزه أيضاً. والمقصود بالموضوع هنا المادة، أو القصة، أو المسألة، أو الأمر، أو الشأن، القائم والمتواجد في مجال معين، يأخذ الموضوع نسخ حياته ووجوده من السياق العام الذي يوجد فيه، أي من المجال الذي يقع فيه. إن الخصائص المميزة لمجال معين هي العامل الحاسم والمحدد لخصائص الموضوع في هذا المجال. ويمكن تحديد أهم مقومات الموضوع المتميز على النحو التالي:

- طبيعة الموضوع : مادية أو نفسية ومعنوية وروحية ملموسة أو مجردة، ذاتية أو موضوعية عامة أو خاصة، تم جمهوراً واسعاً أو جماعة ضيقة، جمهورها عادي أو نوعي؟
- مادة الموضوع: هل هي الوقائع والمعلومات والحقائق أو الآراء والعواطف والانفعالات ووجهات النظر ؟
- مصادر الموضوع: جهات رسمية أو أهلية، أفراد أو مؤسسات داخلية أو خارجية؟
- المعايير المستخدمة لتحديد الموضوع المناسب ذاتية أو موضوعية، درجة الأهمية، أو درجة النضوج، حجم الاهتمام، أو الضخامة والتأثير والنتائج المتوقعة؟
- الهدف الخاص المتوخى تحقيقه من جراء معالجة الموضوع.

¹ - عبد الرزاق احمد الشراوي، " الاعلام الرياضي"، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 17-25.

- الجمهور المستهدف الوصول إليه والتأثير عليه من خلال معالجة هذا الموضوع ونشره و مواقف هذا الجمهور واتجاهاته إزاء هذا الموضوع، ودرجة معرفته به.
- طرق المعالجة المستخدمة والمناسبة لطبيعة الموضوع والوسيلة والجمهور والهدف.
- أساليب التقديم المستخدمة والمناسبة.
- نوع الاتصال المستخدم لمعالجة الموضوع (شخصي، جمعي، مؤسسي جماهيري)
- نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة (صحيفة محلية، أم مركزية، مجلة، إذاعة تلفزيون).
- النوع الصحفي المناسب لمعالجة هذا الموضوع (خبر، تقرير، تعليق، تحقيق، مقال، حديث).

3-3-3 الحدث المتميز:

يأخذ الحدث سماته من السياق العام الذي أنتجه، أي من المجال الخاص به، ومن الموضوع العام والعريض الذي يقع ضمن إطاره، يمتلك الحدث صفات عامة بغض النظر عن المجال الذي يجري فيه. وأهم هذه الصفات يعكس الحدث التغيير الحاصل في سياق عام مستمر. يمثل الحدث لحظة أو نقطة من هذا السياق. كما أن مادة الحدث هي الجزئي والتفصيلي والمحدود لا مكان في الحدث للعام والمجرد والمطلق، وأن طبيعة الحدث هي الآنية والراهنة الحدث هو تاريخ اللحظة، والحياة القصيرة للحدث. الحدث لحظي ومؤقت. يولد الحدث عملاقاً ولكنه كالشهب يبهر نوره الأبصار، ولكن للحظة واحدة، ثم ينتهي كل شيء ليبدأ حدث جديد.

3-3-4 المصادر المتميزة:

تؤدي المصادر دوراً بالغ الأهمية في التغطية الإعلامية. وبالرغم من وحدة المصادر في المجالات المختلفة، فإن طبيعة المصادر ونوعيتها، وأساليب التعامل معها، تختلف من مجال إلى آخر. وترتبط نوعية المصادر التي تعتمد عليها التغطية الإعلامية بنوعية هذه التغطية، ومستواها وأساليب المعالجة الإعلامية التي تستخدمها في تغطية الأحداث والظواهر والتطورات، ومن أهم المصادر التي يعتمد عليها الإعلام المتخصص، والتي تميزه عن الإعلام العادي يعتمد الإعلام المتخصص في الأعم والأغلب على مصادر نوعية، تتميز بمستويات عالية من الخبرة، أو الاختصاص، أو المسؤولية، كما تعد الهيئات والجهات العلمية والأكاديمية والبحثية مصادر أساسية للإعلام المتخصص. وتعد الشخصيات العلمية في المجالات الطبية المختلفة (البحوث الاختراعات النظريات الممارسات... الخ)، مصدراً بالغ الأهمية للإعلام المتخصص ويعتمد الإعلام المتخصص على الشخصيات التي تحتل مواقع رسمية مهمة في

مختلف جوانب المجال الدوريات، والمجلات المتخصصة، والنشرات والتقارير العلمية، مصادر أساسية يعتمد عليها الاعلام المتخصصة.

3-3-5 الجمهور المتميز:

يعد الجمهور الطرف الثاني من معادلة العملية الاتصالية. المقصود بالجمهور هو تلك المجموعة من البشر الذين يشكلون الكتلة الرئيسية من الأفراد الذين يتلقون رسالة أو يتعرضون لوسيلة إعلامية معينة. وتعود أهمية جمهور الوسيلة الإعلامية إلى اعتبارات متعددة أهمها:

أ- الأهمية الإعلامية: إن تواصل الوسيلة الإعلامية مع جمهورها هو المؤشر الحقيقي لنجاحها، وبالتالي لمقدرتها على تحقيق مهامها وإنجاز وظائفها...

ب- الأهمية المادية: إن حقيقة كون الوسيلة الإعلامية المعاصرة هي أساساً مشروع فكري أيديولوجي، لا تتناقض إطلاقاً مع حقيقة ثانية موازية في الأهمية للحقيقة الأولى، وهي أن كل وسيلة إعلام جماهيري معاصرة هي أيضاً مشروع اقتصادي، يهدف لتحقيق الربح المادي، أو مؤسسة ذات طابع اقتصادي يجب أن توازن ما بين نفقاتها ودخلها.

ت- الأهمية التواصلية: تتصف علاقة الوسيلة الإعلامية بجمهورها بأنها ذات طابع حركي وديناميكي، يتسم التغيير ليس ثمة أي شيء ثابت في علاقة الوسيلة الإعلامية بجمهورها سوى حقيقة هذا التبدل المستمر في طبيعة هذه العلاقة ومضامينها وأشكالها.

3-3-6 الكادر الإعلامي المتميز:

إن الكادر الإعلامي هو القائم بالاتصال الفعلي الذي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الإستراتيجية العامة التي حددها القوى المالكة والموجهة، وبما يتناسب مع السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، إن مبرر وجود الكادر الإعلامي ومقياس مدى نجاحه أو فشله يتمثل في مقدرته على فهم هذه الإستراتيجية وتلك السياسة وتطبيقهما تطبيقاً خلاقاً ومبدعاً في كل نتاج صحفي يقدمه، وذلك عبر في إعلامي مناسب ومتطور.

3-3-7 أسلوب المعالجة المتميز:

تفرض الطبيعة المتميزة للموضوع والحدث والجمهور والكادر أساليب معالجة وتقديم متميزة. إن خصوصية الموضوع والحدث والجمهور والكادر هي التي تحدد نوعية ومستوى المعالجة الإعلامية للموضوع والحدث. ولكن، ومع احترام هذه الطبيعة الخاصة للموضوع والحدث في المجالات المختلفة، يمكن الحديث عن سمات مميزة لأساليب المعالجة في الإعلام المتخصص، ويمكن تحديدها أبرزها على النحو التالي:

- المعالجة الشاملة والعميقة: يتميز الإعلام المتخصص النوعي عموماً باستخدام أساليب معالجة للأحداث والظواهر والتطورات أكثر شمولية وعمقاً من الإعلام العام.
- هيمنة الطابع التحليلي: يعتمد الإعلام المتخصص النوعي منهج التحليل العلمي للأحداث والظواهر والتطورات.
- المعالجة المتوازنة: يسعى الإعلام المتخصص النوعي إلى تقديم رؤية متوازنة للحدث أو الموضوع أو التطور.
- استخدام الاستمالات الذهنية يهيمن في الإعلام المتخصص النوعي استخدام الاستمالات الذهنية التي تخاطب ذهن المتلقي وعقله.
- استخدام مداخل إقناعية وآليات تأثير مناسبة لمجال التخصص ولنوعية الجمهور، والاستفادة إلى الحد الأقصى من المعطيات العلمية المستخلصة من النتائج التي توصلت إليها البحوث الميدانية في هذا المجال.

3-4 الإعلام الجماهيري (العام) والإعلام المتخصص والاتصال الجماهيري:

يعني الاتصال بجماهير غفيرة وعريضة ومتباينة، تصلهم الرسالة الإعلامية ويتميز بمقدرته على الاتصال وتوصيل الرسالة للجمهور، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة، بينما الإعلام المتخصص له سماته ومحدداته المختلفة فهو إعلام محدد بمجال معين ولفتة معينة، وهدفه تلبية احتياجات هذا الجمهور وأن كان قليل من حيث العدد، ونعرض مقارنة بين الإعلام العام أو الجماهيري والإعلام المتخصص من خلال مكونات العملية الاتصالية: (القائم بالاتصال المتلقي الخبرة المشتركة - الرسالة - الوسائل أو القنوات الهدف أو الأثر رجع الصدى) أولاً: القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص لا يعرف جمهوره بشكل محدد، لأنه متباين وعريض وكبير الحجم، بينما القائم بالاتصال في الإعلام المتخصص يعرف جمهوره بشكل دقيق ومحدد، لأن القائم بالاتصال هنا يعرف احتياجات واهتمامات ومتطلبات جمهوره من خلال دراسات ميدانية تجريها الوسيلة.

ثانياً: المتلقي في الإعلام العام أو الجماهيري لا يعرف القائم بالاتصال المتلقين بشكل دقيق فبالتالي يكون مستوى نجاح الرسالة الإعلامية ضعيف في الوصول والتأثير على أفكار ومعارف الجمهور، بينما في الإعلام المتخصص يعرف القائم بالاتصال متلقيه بشكل دقيق وهم قد يكونوا أطفال أو عمال، أو ممن يهتمون بمادة إعلامية محددة كمواد الدراما وغيرها.

ثالثاً: الخبرة المشتركة لا تتوفر في الإعلام الجماهيري لأنه كما أسلفنا من قبل أن القائم بالاتصال لا يعرف جمهوره بسبب حجمة الكبير وبالتالي لا يوجد خبرات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقي، وهنا يكتفي الإعلام

الجماهيري بمعرفة العادات والتقاليد والثقافة السائدة في المجتمع ولكنه لا يعرف الجمهور بشكل متعمق، بينما تكون الخبرات المشتركة متوفرة بشكل كبير في الإعلام المتخصص لأن القائم بالاتصال على علم باحتياجات ورغبات جمهوره، وبالتالي هدفه الوصول إلى هذه الجماعات التي هو على علم بأنماط حياتها من خلال الدراسات التي يجريها .

رابعاً: الرسالة في الإعلام الجماهيري تكون معه لجمهور غير محدد لا يعرفه القائم بالاتصال بشكل جيد، بينما تكون الرسالة في الإعلام المتخصص تلبية لرغبات وأذواق واهتمامات جمهور محدد وذلك من خلال المعرفة المتعمقة بين القائم بالاتصال وجمهوره.

خامساً: الوسيلة أو القنوات في الإعلام الجماهيري الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون عامة وممكن أن تكون متخصصة من خلال ملاحق أو مواد بعينها، بينما الوسيلة في الإعلام المتخصص قد تكون تقليدية أو جديدة كوسائل الاتصال الجديدة التي أفرزتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال من وسائط متعددة ومن خلال الانترنت.

سادساً: الهدف أو الأثر يهدف الإعلام الجماهيري إلى مصلحة عامة للجمهور كالحملات الإعلامية من توعية وغيرها وخدمات للجمهور غير المتناهي، بينما يكون الهدف من الإعلام المتخصص قد تكون مصلحة عامه في بعض الأحيان ولكن هدف الإعلام المتخصص بالأساس مصلحة خاصة للجمهور محدد من خلال مضامين محددة.

سابعاً: رجوع الصدى لا ترجع المعلومات بشكل دقيق للقائم بالاتصال في الإعلام الجماهيري فبالتالي لا يستطيع القائم بالاتصال التعرف على مدى نجاح الرسالة الإعلامية بشكل جيد، بينما ترجع المعلومات بشكل دقيق وسريع للقائم بالاتصال في الاعلام المتخصص.¹

¹ - مهند سليمان النعيمي، " ألف باء تاء .. صحافة"، ط1، نشر شخصي للمؤلف، 2017، ص 191.

التمرين الرابع

- ما هو تعريف العولمة؟ وكيف تؤثر على الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، والثقافية؟
- ما هي العوامل التي ساهمت في انتشار العولمة بشكل واسع في العقود الأخيرة؟
- كيف يؤثر التطور التكنولوجي على عملية العولمة؟
- ما هو دور وسائل الإعلام في تعزيز ونشر العولمة؟
- كيف تساهم وسائل الإعلام العالمية في تشكيل الثقافة والرأي العام حول العالم؟
- ما هي التحديات التي تواجه وسائل الإعلام في عصر العولمة؟
- ما هي أبرز خصائص إعلام العولمة مقارنةً بالإعلام التقليدي؟
- كيف يساعد إعلام العولمة في بناء وعي عالمي مشترك حول القضايا العالمية؟
- ما هو تأثير التنوع الثقافي واللغوي في إعلام العولمة؟
- اختر قضية عالمية مثل التغير المناخي أو انتشار الموضة العالمية، قم بتحليل كيف ساهمت العولمة وإعلام العولمة في نشر الوعي حول هذه القضية.
- قم بإعداد جدول يقارن بين خصائص الإعلام التقليدي وإعلام العولمة، ضمن الجدول، اذكر الفروقات في التأثير، الجمهور المستهدف، التكنولوجيا المستخدمة، ومدى الانتشار.
- اختر وسيلة إعلامية عالمية (مثل شبكة أخبار دولية أو منصة تواصل اجتماعي كبيرة).
- اكتب تحليلاً حول كيفية مساهمة هذه الوسيلة في نشر العولمة والتأثير على الثقافات المختلفة.
- اكتب مقالة قصيرة تناقش تأثير إعلام العولمة على الهوية الثقافية للمجتمعات المحلية.
- قم بتضمين أمثلة على كيفية تعزيز أو تقويض إعلام العولمة للثقافات التقليدية.

4- العولمة و الاعلام:

4-1 مفهوم العولمة:

تعددت تعريفات مصطلح العولمة، منها ما يحددها ب التداخل الواضح في الاقتصاد والاجتماع والسياسة والثقافة والسلوك، دون اعتداء بالحدود السياسية أو الانتماء إلى وطن محدود أو لدولة معينة ودون الحاجة إلى إجراءات حكومية ، يبرئ هذا التعريف العولمة من تهمه الاعتداء على هويات الثقافات المغايرة للثقافة المهيمنة، وهذا ما لا يتفق عليه المهتمون بالعولمة وتطورها، إذ يقول علي حرب العولمة ليست مدرسة أيديولوجية بقدر ما هي حدث يجري على الأرض، يتغير معه مشهد العالم، بقدر ما تتغير خارطة القوى والسلطات والصراعات فضلا عن خارطة المفاهيم والقيم والحقوق فالأجدى إذن أن نحاول فهم ما يحدث لكي نشارك في صناعة الحدث بصورة منتجة واثمينة.¹

و العولمة هي مفهوم أو مصطلح انتشر في السنوات الأخيرة، فكرته الأساسية ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات، أو في انتقال رؤوس الأموال، أو المعلومات والافكار وسرعة تدفقها، أو في تأثر أمة بقيم وعادات وتقاليده وقواعد غيرها من الأمم، وواكب انتشار العولمة الطريق السريع للمعلومات والسماوات المفتوحة، وانتشار الفضائيات واتفاقية الجات التي ألغت الحواجز الجمركية بين الشعوب والأمم والحماية الفكرية للأعمال والأفكار والمنتجات وسيطرة القيم الغربية الأمريكية على العالم فيما يخص أساسا الديمقراطية وحقوق الإنسان والمجتمع المدني، فالعولمة ماهي الا رسمة العالم، حيث تتم السيطرة عليه في ظل هيمنة دول المركز وسيادة النظام العالمي الواحد، وبالتالي إضعاف القوميات وإضعاف فكرة السيادة الوطنية وصياغة ثقافة عالمية واحدة تضمحل إلى جوارها الخصوصيات الثقافية والنمط السائد حاليا هو العولمة.²

وتشكل العولمة محورا اساسيا في شقيها السياسي والاقتصادي، ففي الجانب السياسي قد تتحدى العولمة مفهوم سيادة الدولة الوطنية وذلك من خلال ايجاد شبكة من العلاقات فوق الوطنية، مما يؤدي الى تراجع دور الدولة القومية ووظائفها ضمن نطاق معين، فالمبادئ الليبرالية الغربية من حرية وتعددية ديمقراطية للأفراد قد توجه شعوب العالم الى دعوات أكثر مرونة من دعوات الدولة الوطنية مما يخفي سيادتها، وظهور مؤسسات عالمية فوق وطنية وفوق قومية تتحكم بمصير الدول، اما الجانب الاقتصادي فقد يدعو الى حرية انتقال الاستثمارات المالية وتركيز

¹ - هامل سمية، " المفردات العربية في ظل العولمة "، حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد 2، الجزائر، 2021، ص 1090

² - عايد كمال، " العولمة الاعلامية وأثرها على قيم المجتمع " مجلة أنثروبولوجيا، الجزائر، ص 65.

الثروات في يد فئة قليلة على حساب الأغلبية، والذي سيفرق بدوره بين طبقات المجتمعات من خلال توجه الشركات العابرة للقوميات ومنفذيها نحو استغلال السوق وثروات الدول التي تستهلكها العولمة.¹ لذلك وبناء على التعريفات السابقة يمكننا القول بأنّ العولمة هي محاولة بناء نظام ايدولوجي واقتصادي وسياسي ومؤسّساتي واعلامي على قواعد وأسس ثابتة و متشابهة تتحكم في مصادرها وتهيمن على قراراتها القوى الغربية الكبرى عبر مؤسّساتها الضخمة العابرة للقارات التي تُصدّر جملة من المنتجات والأفكار لجميع دول العالم .

4-2 اعلام العولمة:

لقد أثرت العولمة بشكل كبير في الكثير من مجالات الحياة الانسانية السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وحتى الاعلامية، لذلك أصبحت وسائل الاعلام عبارة عن منبر يشترك فيه جميع البشر باختلاف ثقافتهم وهوياتهم وانتماءاتهم، لكن السؤال المطروح من يتحكم في ذلك المنبر ومن يمتلكه ومن يسيطر على محتوياته ومضامينه؟ يجري العمل في كل أنحاء العالم على عولمة الإعلام، وتحتكر الولايات المتحدة الأمريكية - على سبيل المثال - نسبة عالية من صناعة الأخبار، وبث المعلومات عبر الفضائيات وشبكة الأنترنت ووكالات الأنباء، وتصدر عبر شركاتها ما يقارب ثلاثة أرباع البرامج التي تبثها عبر العالم، في حين لا تتعدى نسبة ما تستورده الـ 2.0% وتشير الدراسات البحثية إلى أن 98% من الأجهزة المرئية موجودة في الغرب الذي يمتلك أيضاً 87% من الأجهزة المسموعة وأن نحو 90% من مصادر الأخبار في دول العالم الثالث مستوردة من الدول الغربية ؛ والمفارقة أن أوروبا نفسها - ناهيك عن العالم الثالث - تعاني هذا الغزو الإعلامي والثقافي الكاسح، ونلمس هيمنة كاملة للغة الانجليزية التي باتت اليوم لغة الاحتكار المعرفي والاعلامي و المعلوماتي لفرض ثقافتها ونموذجها الحضاري الذي تتبناه وتؤمن به ؛ ويلاحظ أيضاً أن نحو 88% من معطيات "الانترنت" تبث باللغة الانجليزية مقابل 9% بالألمانية و 2% بالفرنسية، و 1% يوزع على بقية اللغات الغربية وأن السيطرة الأمريكية على العالم تستند إلى هيمنتها على الاتصالات؛ فثمانون بالمائة من المادة الصحفية التحريرية والمشاهد والصور التي تدور حول العالم تأتي من الولايات المتحدة الأمريكية.²

ويرى البعض أن الواقع الإعلامي الدولي يعكس درجة عالية من عدم التوازن في تدفق المعلومات بين الوحدات الأساسية المكونة للنظام الدولي، وذلك في ظل السيطرة الاحتكارية الواضحة على مصادر الأخبار وتركزها لدى وكالات الأنباء الغربية الكبرى، ويرى Jim Richstad أن قضيتي تدفق الأنباء والاختلال الإخباري وغيرها

¹ - المعتصم بالله أحمد الخاليل، "أبعاد العولمة الثقافية على الهوية العربية في عصر الاحادية القطبية"، مجلة التراث، المجلد8، العدد1، ص251.

² - خالد مُجد غازي، " ما بعد العولمة .. صناعة الاعلام وتحول السلطة"، وكالة الصحافة العربية، 2023 ص28.

ظلت محورًا للجدل الدولي الدائر على الصعيد الإعلامي منذ سبعينيات القرن المنقضي، وتؤكد الكثير من الدراسات المعاصرة - والمهتمة بحركة تدفق الأنباء أن نموذج التدفق السائد بين دول العالم يشير إلى كم غزير من المعلومات والأنباء يندفع في اتجاه معين يقابله كم هزيل في الاتجاه الآخر، مما يشير إلى وجود نوع من عدم التوازن أو الاختلال في تبادل الأنباء بين دول العالم المتقدم والنامي.¹

فتنامي الثورة المعلوماتية المعاصرة وتقنياتها ، وبلورة فكرة النظام العالمي الجديد و تشكل (form) بنيته (structure) المادية ، والفكرية ، مهدت هذه العوامل كلها ، لبداية جديدة في العلاقات الدولية ، وأدخلت عناصر غير معروفة من قبل في الصراع العالمي ، ومن ثمة الهيمنة المباشرة ، بأدوات وأساليب تختلف كلياً عن تلك التي شهدتها القرن الثامن عشر والتاسع عشر و مرحلة الامتداد الاستعماري.²

4-3 خصائص اعلام العولمة:

توجد مجموعة من السمات التي تميز اعلام العولمة وهي كالتالي:³

- إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهل للتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع بها إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المتخلفة تشكل جزء من البنية السياسية الدولية الجديدة التي تطرح مفاهيم جديدة لسيادة الدولة على أرضها وشواطئها وفضاءها الخارجي بما يعرف بالنظام السياسي العالمي الجديد.
- يشكل جزء من البنية الاقتصادية و العالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات وسعى متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكرها بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال بما في ذلك صناعة وتجارة السلاح .
- يشكل جزء من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجها وتوجهها وتتواجه بها ولهذا فأنها يسعى إلى نشر وشيوع ثقافة عالمية تعرف عند مصادرها بالانفتاح الثقافي وعند ملتقيها للغزو الثقافي.

¹ - سمر طاهر، " الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية .. كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم " ، دار نخضة مصر للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 19 .

² - تيطاوي الحاج، " العولمة الاعلامية والسيادة: نحو إلغاء الدولة الوطنية من المشهد الاقتصادي والسياسي العالمي"، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 95.

³ - علي عبد الفتاح كنعان، " الاعلام الدولي والعولمة الجديدة"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص 12.

- يشكل جزء من البنية الاتصالية الدولية التي مكانتها من تحقيق عولمتها ووعولمة رسائلها ووسائلها فهو يتنمى إلى أحد حقول التكنولوجيا الأكثر تطورا في الوقت الراهن والمحتكر بشكل مباشر للشركات المعينة تصنيع وسائلها والتي تشكل نسبة 23% من قائمة الشركات المائة الأكبر في العالم.
- لا يشكل نظام دولي متوازيا لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيها تأتي من شمال الكرة الأرضية وهذا مما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة
- عليها في مقابل تبعية الدول النامية لها لا يستند إلى فراغ فثم راغ فتم اتفاقيات دولية تدعمها منظمات وقرارات تتحدد استخدام شبكاتها توزيع طيفه وموجاته السمعية وأليافه البصرية وبثه المباشر وتعريفاتها الجمركية للصحف والمجلات والكتب والأشرطة والأسطوانات المدبلجة.

التمرين الخامس

- ما هو دور وكالة الأنباء في نشر المعلومات والأخبار؟
- كيف تضمن وكالات الأنباء دقة المعلومات التي تنشرها؟
- ما هي الفروقات بين وكالات الأنباء المحلية والدولية؟
- كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على عمل وكالات الأنباء التقليدية؟
- ما هي التحديات التي تواجهها وكالات الأنباء في عصر المعلومات السريعة؟

5- وكالات الأنباء:

5-1 نشأة وكالات الأنباء:

إن ظهور وكالة الأنباء في النصف الأول من القرن التاسع عشر، أي ما بين أعوام 1840 - 1850، واكب قصة وسائل الاتصال الالكترونية التي اختلط تاريخها. منذ ذلك الوقت بتاريخ التطور الصناعي في الدول المتقدمة إلا أننا، وقبل أن نتحدث عن نشوء وتطور وكالات الأنباء بمفهومها الحديث والعصري، لابد لنا من أن نشير إلى أن وجود وكالة الأنباء كوسيلة لالتقاط الحدث ونقل حيثياته بأسرع وقت ممكن، يعود إلى زمن بعيد وبعيد.

يعود نشوء وكالات الأنباء إلى عام 1832م، حين أسس «شارل لوي هافاس Charles Louis Havas» في فرنسا أول وكالة أنباء في العالم أطلق عليها اسم هافاس Havas، وقامت الحكومة الفرنسية بشرائها من مالكيها 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 1944م، وتغطي هذه الوكالة بمراسليها ومكاتبها معظم دول العالم ومناطقه تقريباً، وتقدم خدماتها بلغات عدة كالفرنسية والإنكليزية والألمانية والإسبانية والعربية والروسية، وأسس الألماني "بول جولويس رويترز" Reuters وكالة أنباء أسماها رويترز في فرنسا عام 1850، ثم انتقلت بعدئذٍ 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 حالياً خدماتها إلى معظم صحف العالم ومحطات الإذاعة والتلفزة داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها.¹

5-2 مفهوم وكالات الأنباء:

تعرف وكالة الأنباء والتي تسمى أيضاً وكالة الصحافة بأنها منظمة أو شركة تجمع و تكتب وتوزع الأخبار من جميع أنحاء الدولة أو العالم إلى الصحف والدوريات ومحطات الإذاعة والتلفزيون والهيئات الحكومية والمستخدمين

¹ - وليد مُجَدِّ عمشه، مقال موسوم بعنوان: " وكالة الانباء" الموسوعة العربية، <https://arab-ency.com.sy/ency/details/11171/22> تاريخ الزيارة 21-09-2024، 19:53 سا.

الآخرين، لقد كانت وكالة الأنباء بمثابة تجار جملة غير مرئيين لمنتجات الأخبار والمعلومات لمعظم مستهلكي وسائل الاعلام.¹

تعد وكالات الأنباء مؤسسات خاصة أو تعاونية أو حكومية تعمل في جمع الأخبار والمعلومات وإمداد المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية بما مقابل أجر، وقد تتخذ صفة دولية أو إقليمية أو قومية، إما لتحقيق الربح المادي أو مجاناً لتحقيق أهداف سياسية أو دعائية لمالكها ، ولقد عرفت اليونسكو بأنها: "هيئة إعلامية تستعمل شبكة من المراسلين لجمع الأنباء من الدول وتستعمل موظفين في مراكزها الرئيسية لتمرير هذه الأنباء العالمية والمحلية وإرسالها بأسرع ما يمكن إلى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع على الصحف ووسائل الإعلام والوكالات المحلية المتعاملة معها" فهي بمثابة وكيل عن المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في جمع الأخبار والمعلومات وتزودها بما تحتاجه من مواد إعلامية للقيام بعملها في مجال الاتصال الجماهيري فهي المغذية لصناعة الصحافة والإعلام، والوسيط التجاري بين الصحفيين الذين يعملون في جمع الأخبار والمؤسسات الإعلامية التي تحتاج لهذه المعلومات.²

3-5 أنواع وكالات الأنباء:

- وكالات وطنية:

وتقوم هذه الوكالات بجمع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تعالجها وإرسالها الى الخارج، أما الأخبار التي تصلها من الخارج فتنتشرها فقط في بلدها وبصرف النظر عن كونها تمتلك مكاتب للمراسلين في دول أخرى فهي بجوهرها وكالات وطنية، ومثالها وكالة الأنباء التونسية، ووكالة الأنباء السعودية.

- وكالات إقليمية:

وهي وكالات وطنية تحولت الى مراكز لتبادل الأخبار بين عدة دول تقع في منطقة واحدة أو بين دول متجاورة، تجمعها بعض السمات المتشابهة من حيث الإقليم أو اللغة أو المعتقد وما شابه ذلك، ومثالها وكالة أنباء الشرق الأوسط أو وكالة الأنباء الألمانية.

- وكالات عالمية:

فهي تجمع وتعالج وتخزن وترسل الأخبار من العالم كله والى العالم كله، معتمدة في ذلك على مكاتبها وكتيبة مراسليها في مختلف دول العالم، وساعد ظهور هذا النوع من الوكالات على تطور الصحافة مما جعل ظاهرة

¹ - K.M Shrivastava , “ news agencies from pigeon to internet ”, news dawn press, usa,2007, P1.

² «- أمينة بلحازم، بشرى غادي، "الترجمة الاعلامية وظاهرة التحكم والتعيز الاخباري في وكالات الأنباء"، مجلة المترجم، المجلد21، العدد2، الجزائر، 2021، ص72.

الاتصال تأخذ بعداً جديداً فمن ناحية المكان صار العالم أكثر قرباً، ومن ناحية الزمان أصبحت المعلومات أكثر حداثة من ذي قبل ومثالها وكالة الاسيوشيد برس الأمريكية، ورويترز البريطانية، ووكالة الأنباء الفرنسية.¹

5-4 وكالة الأنباء الجزائرية:

أنشئت وكالة الأنباء الجزائرية (وأج) في تونس العاصمة في الأول من ديسمبر سنة 1961 في غمار حرب التحرير الوطنية، لتكون صوت الثورة الجزائرية في الساحة الإعلامية الدولية كدعامة لثورة أول نوفمبر 1954 وتفرع عنها مكتبان، أحدهما في الرباط بالعاصمة المغربية، والثاني في الجزائر العاصمة ويعمل في الخفاء، وكانت تمولها في ذلك الحين الحكومة الجزائرية المؤقتة وكانت الوكالة تصدر نشرة إخبارية باللغتين العربية والفرنسية، وتكتب بالآلة الكاتبة وتتضمن أخبار العمليات العسكرية والفدائية لجيش التحرير الوطني، وشرح القضية الجزائرية للرأي العام العالمي وهذه البيانات والأخبار، كانت تصل إلى المركز الرئيسي للوكالة في تونس العاصمة عن طريق مراسليها في جيش التحرير الذين كانوا يعيشون الأحداث اليومية داخل الوطن ويشاهدون المعارك، وكانت هذه النشرة توزع على اللجان الاستشارية بالداخل، وترسل إلى الخارج لتوزع على الرأي العام العالمي وبعد الاستقلال مباشرة، انتقلت (وأج) إلى شقة متواضعة في بناية تقع في شارع كريم بلقاسم الحالي إلا أنها لم تستأنف عملها بشكل كامل إلا في أواخر عام 1962 وبدأت الوكالة في عملها باستخدام التلغراف من أول نوفمبر 1963، كما أصبحت قادرة على تغطية أخبار القطر الجزائري كله، بفضل المحررين وشبكة المراسلين المحليين، والفنيين الذين تم تعيينهم وتدريبهم على هذا العمل.² كما خصصت "وأج" - وهو الاسم المهني المختصر لوكالة الأنباء الجزائرية - منذ 1999 مبالغ مالية كبيرة لتطوير تكنولوجيات الاتصال الحديثة على مستوى المؤسسة قدرت بـ 18 مليار سنتيم خصص منها مبلغ 19 مليون دج لاقتناء التجهيزات الخاصة بالإعلام الآلي ومبلغ 49 مليون دج لاقتناء التكنولوجيا الرقمية كما خصص مبلغ 98 مليون دج خاص بتطوير الصورة في حين تم رصد مبلغ 73 مليون دج لأنظمة الإنتاج في مجال الإعلام المتعدد الوسائط فيما استخدم المبلغ المتبقي الآخر في تجهيز مجالات تقنية أخرى.³

¹ - محمد مهني البحراوي، "وكالات الأنباء في عصر الاعلام الرقمي"، دار التعليم الجامعي، مصر، 2023، ص 23.

- باديس سعودي، "وكالات الأنباء بين الخضوع لهيمنة الدولة والاستقلالية: دراسة حالة الجزائر والمغرب"، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 8، العدد 3،² أم البواقي، الجزائر، 2021، ص 72.

- عبد القادر دريدي، "تاريخ الاعلام الوكالاتي في الجزائر من خلال وكالة الأنباء الجزائرية"، مجلة الساور للدراسات الانسانية والاجتماعية، المجلد 7،³ العدد 1، الجزائر، 2021، ص 236.

التمرين السادس

- متى وأين ظهرت أولى أشكال الصحافة في التاريخ؟
- ما هي المراحل الأساسية التي مرت بها الصحافة في تطورها حتى وصلت إلى شكلها الحالي؟
- كيف أثرت التكنولوجيا والابتكارات في تطور الصحافة عبر العصور؟
- ما هي الأنواع المختلفة للصحافة (مثل الصحافة الإخبارية، الصحافة الاستقصائية، الصحافة الرياضية، الصحافة الفنية)؟
- كيف تختلف الصحافة المطبوعة عن الصحافة الرقمية من حيث المضمون وطريقة التوزيع؟
- ما هي الفروقات الرئيسية بين الصحافة الموضوعية والصحافة الرأي؟
- ما هي الوظائف الرئيسية التي تقوم بها الصحافة المكتوبة في المجتمع؟
- كيف تساهم الصحافة المكتوبة في تشكيل الرأي العام والوعي الجماهيري؟
- ما دور الصحافة المكتوبة في نقل الأخبار والمعلومات مقارنةً بوسائل الإعلام الأخرى؟
- اختر حقبة زمنية محددة في تاريخ الصحافة (مثل القرن الـ19 أو فترة الحرب العالمية الثانية)، ثم قم بتحليل كيف أثرت الأحداث السياسية والاجتماعية خلال هذه الحقبة على تطور الصحافة.
- قم بإعداد جدول يقارن بين الأنواع المختلفة من الصحافة (مثل الصحافة الإخبارية، الاستقصائية، والرياضية)

6-1 نشأة الصحافة وتطورها:

في العصور القديمة خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان، وخلق معه غريزة حب الاستطلاع، والبحث والتطلع لمعرفة كل ما هو جديد في الحياة، من أجل الاطمئنان إلى البيئة، التي يعيش فيها داخليا وخارجيا، ومنذ وجد الإنسان وعرف اللغة والكلام، نشأت عنده حاجة لأن يقول للآخرين ما يعمل، وما يفكر فيه ويعرف منهم كذلك، ما يعملونه وما يفكرون فيه، لأن طبيعة الإنسان الاجتماعية، تجعله يهتم بما يدور حوله، ولا يستطيع الحياة وحده فكان لابد من إيجاد وسيلة للتعبير عن آرائه، وآماله وآلامه وحاجاته، إلى غير ذلك والصحافة، بمعنى نقل الأخبار، قديمة قدم الدنيا وليست النقوش الحجرية في مصر والصين وعند العرب الجاهليين، وغيرهم من الأمم العريقة، إلا ضربا من ضروب الصحافة في العصور القديمة. ولعل أوراق البردي المصرية من أربعة آلاف عام، كانت نوعا من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة، كانت الأخبار في هذه العصور الأولى خليطا من الخيال والواقع، تمشيا مع رغبات السامعين، بغية التسلية، الإشادة بالبطولة والقوة، وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمر طويلا، وينتقل من جيل إلى جيل، على صورة القصص الشعبي، الفولكلور ولو صح ما قاله المؤرخ يوسف لافيوس أنه كان، للبابليين، مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث التي اعتمد عليها نيروز في القرن الثالث قبل الميلاد في كتابه تاريخ الكلدانيين، لتبين أن الصحافة، كظاهرة اجتماعية قديمة جدا عرفت في العصور السحيقة. ويقال أن الصحافة بدأت في صورة الأوامر، التي كانت الحكومات توفد بها رسلها مكتوبة على ورق البردي، إلى كل إقليم، وكان هؤلاء الرسل محطات معينة يتجهون إليها، بما يحملون من الرسائل لهم جياذ في كل محطة. ومتى وصلت رسالة إلى حاكم الإقليم أذاع ما فيها على سكان إقليمه، وقد يلجأ في بعض الأحيان، إلى إطلاق المنادين ينادون بما فيها استخدمت الحكومات كذلك النقش على الحجر، وكان لابد لها حينئذ من أحجار عدة تنقش على كل واحد منها نسخة من التبليغ الذي تريده، ثم تبعث بها إلى حيث توضع في المعابد التي يكثر تردد الناس عليها، ومن هذه الأحجار، حجر رشيد المشهور¹. ظهرت في إنجلترا منذ القرن الثالث عشر صناعة حقيقية للخبر المخطوط، أصل التعبير الحديث الذي يطلق على "الأبناء المكتوبة باليد" ثم ظهر هذا النوع من الإعلام بعد ذلك بقرنين وانتشر على نطاق عملي واسع في كل من ألمانيا وإيطاليا، وكان النبلاء يدفعون في سحاء ثمن الأخبار المخطوطة وخاصة في البندقية حيث كان يطلق عليها اسم المنشورات المخطوطة avvisi وظهرت في فرنسا من عام 1409 إلى عام 1449 "جريدة بوجوازي" باريس وكانت مليئة بأخبار الغيبة والفضائح والقصص

¹ - علي كنعان، "الصحافة: مفهوما وأنواعها"، ط1، دار معتر للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 7-8.

والنشرات الجوية عن حالة المطر والطقس، وأحدث اكتشاف المطبعة في عام 1436 ثورة في وسائل نشر الأنباء وإذاعتها.¹ ويعد الإعلام الوظيفة الأساسية التي بررت ظهور الصحافة وصاحبها منذ نشأتها الحديثة في أوروبا في القرن السادس عشر، بعد اختراع المطبعة بما لا يقل عن قرن من الزمان، وظهور القوى الاجتماعية الجديدة التي قامت على أشلاء النظام الاقطاعي وحملت عبء بناء الرأسمالية الصناعية في العالم الغربي، وبمرور الزمن تعددت الوظائف التي أقيمت على عاتق الصحف والصحافة وتباينت صورها طبقاً لاعتبارات عديدة أهمها طبيعة السلطة السياسية الحاكمة ونوعية القوى الاجتماعية، التي تسيطر على مصادر النفوذ السياسي والاقتصادي علاوة على التركيب الحضاري، والثقافي للمجتمع ككل هذا وقد تفاوتت وظائف الصحافة من مجتمع إلى آخر، وتراوحت ما بين الإعلان والتثقيف والترفيه في المجتمعات الرأسمالية، والتعبئة والتوعية، والتنظيم الجماعي، والنقد الذاتي في المجتمعات الإشتراكية، ومساندة قضايا التحرر الوطني والتنمية المستقلة في دول العالم الثالث، وقد بقيت الوظيفة الأولى؛ أي الإعلام هي القاسم المشترك للصحافة، في ظل الأنظمة الاجتماعية، والسياسية المختلفة.²

6-2 أنواع الصحافة:

يمكن تقسيم الصحافة بالنسبة لدوريتها إلى عدة فئات:

منها اليومية وهذه إما تكون صباحية أو ظهرية أو مسائية ومنها نصف الأسبوعية والأسبوعية، ونصف الشهرية والشهرية، والفصلية التي تصدر كل ثلاثة أشهر مرة، والشرط الأساسي في الصدور هو الانتظام في المواعيد، ومن أكبر عيوب الصحافة الإخلال بهذا الانتظام أما من حيث الموضوع فيمكن تقسيم الصحافة أيضاً إلى عدة فئات منها:³

الصحف الجامعة: من سياسية وغير سياسية وغالباً ما تكون يومية أو أسبوعية. الصحف الاختصاصية كالمجلات الخاصة بعلم النفس أو الزراعة أو التجارة أو العلوم على مختلف أنواعها، والتي تنطق بلسان النقابات والعمال، وتلك التي تختص بشؤون النساء أو الأطفال أو التربية أو التعليم الخ.

الصحف الأدبية: وهي أكثر الصحف الاختصاصية نشاطاً إذ تكون ميداناً لنشر إنتاج الأدباء والشعراء والفنانين والقاصين وهي تتناول نشاط إنتاج الكتب والمسرح والرواية الخ....

الصحف المسلية الخفيفة: التي تتضمن أنواع المسليات والحكايات والمضحكات التي ترفه وتخفف عن القارئ أعباءه اليومية وغالباً ما تقوم قصصها وفكاهتها على الانتقاد الاجتماعي أو الفردي أو الرسم الكاريكاتوري

¹ - إميل بوفان " تاريخ الصحافة" تر: محمد اسماعيل، وكالة الصحافة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص12.

² - عواطف عبد الرحمان، نجوى كامل " تاريخ الصحافة المصري: دراسة تاريخية ومعاصرة"، العربي للنشر والتوزيع، 2020، ص7.

³ - أديب مروة، " الصحافة العربية: نشأتها وتطورها " دار مكتبة الحياة للنشر والتوزيع، 2021، ص 20.

الصحف الفنية: التي تتناول شؤون الفنون الجميلة من سينا ومسرح وغناء وتصوير وموسيقى وتمثيل ومعارض وحفلات وغالباً ما يكون الجمهور ولوعاً بهذه المعلومات حين تبدو صريحة.

وبالإضافة إلى ذلك يمكن تقسيم الصحافة أيضاً من حيث أمكنة صدورها إلى: مركزية تصدر في العواصم، وإقليمية تصدر في الملحقات، وغالباً ما تكريس الأخيرة اهتمامها بشؤون المنطقة التي تصدر فيها وتكون موجهة إلى قسم معين من الشعب.

6-3 وظائف الصحافة المكتوبة:

تؤدي الصحافة المكتوبة عدة وظائف ذات أهمية بالنسبة لجمهورها وبالنسبة للمجتمع الذي تنشط داخله ويمكن أن نلخص وظائف الصحافة في النقاط التالية:¹

أولاً: وظيفة الإعلام والإخبار:

تأتي هذه الوظيفة في مقدمة وظائف الصحافة، وتعد القاسم المشترك لوظائف الصحافة في المجتمعات جميعها بدرجة أو بأخرى، وحسب أنماط وطبيعة هذا الإعلام استهلاكي / توجيهي تنموي، رغم إتاحة الأخبار بشكل فوري عبر وسائل جماهيرية متعددة مطبوعة وإلكترونية، وعبر القنوات الفضائية، وخدمات بعض الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية، ووكالات الأنباء على أجهزة الموبايل وغيرها؛ إذ نشأت الصحافة في بواكيرها في العالم كله في المقام الأول - بهدف الإخبار.

ثانياً: وظيفة الشرح والتفسير:

تعاظمت أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للصحافة، وتأكدت، وأصبحت مطلباً مهماً بالنسبة للصحافة الورقية بشكل خاص، بعد أن احتلت محتويات شبكة الإنترنت والخدمات الخاصة الإخبارية والقنوات التلفزيونية، ومحطات الراديو مكان السبق والمقدمة بالنسبة للأخبار، وتقديم الأحداث النوعية للمشاركين بالتزامن أحياناً مع وقوعها ودخول الخدمة الإخبارية الشخصية على أجندة أغلب وكالات الأنباء والقنوات التلفزيونية، والإذاعات والخدمات التي يقدمها ناشطون على الإنترنت؛ إذ تستطيع الصحافة أن تتميز في جانب الشرح والتفسير والتحليل والتعليق، وتقديم رؤى مستقبلية بالنسبة للأخبار ومجريات الأمور قوانين قرارات ظواهر / أحداث... إلخ على نطاق واسع لا يستطيع التلفزيون ولا الإنترنت تقديمها بالمساحة ولا بالتفصيل أو التوسع نفسه الذي تقدمه به الصحافة الورقية إضافة إلى إمكانية هذه الصحافة استخلاص دروس من الماضي وتقديم رؤى مستقبلية تعجز عن تقديمها مثلاً كاميرات التلفزيون.

¹ - مرعي مدكور، " الصحافة : الامكانيات، التجاوزات، الافاق " ، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2013، ص 71-86.

ثالثا: وظيفة التوعية والتثقيف:

الصحافة أصبحت - بجانب الإخبار والشرح والتفسير - مؤسسة تثقيفية لا غنى عنها سواء الصحافة الورقية بانتشارها، ورخص ثمنها نسبيا، والاعتقاد على قراءتها، أو الصحافة الإلكترونية بفوريتهما على شبكة الإنترنت وتحديثها المستمر للمضمون، والنشر على نطاق عالمي دون حدود واستخدامها وسائط متعددة وتفاعلية متصفحها، فهي وسيلة أساسية لتوعية وتثقيف الأفراد، بما تقدمه على صفحاتها من مقالات ودراسات وأشكال صحفية متعددة، تهدف إلى التعليم والتثقيف والتوعية وحتى التعليم غير المقصود، سواء تم ذلك بشكل غير مباشر أو بشكل مباشر خلال الأزمات.

رابعا: وظيفة الاندماج والتماسك الاجتماعي:

هذه الوظيفة تعمل على تحقيق الاندماج في المجتمع باعتبار أن القائمين على الصحافة من أفراد المتأثرين به والمؤثرين فيه، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق الترابط والتماسك بين أفراد المجتمع الذي تصدر فيه المطبوعة صحيفة مجلة، وأن يتعدى ذلك إلى المجتمع الدولي؛ حال كون الصحيفة أو المجلة تتعدى نطاق مجتمعا إلى المجتمع الدولي وذلك باعتبار أن الصحافة وسيلة إعلامية مؤثرة لدى قارئها.

خامسا: وظيفة تقديم الخدمات:

التحديات التي تواجهها الصحافة في العالم في السنوات الأخيرة بضرورة التوسع في مجال الخدمات جعلتها تهتم بتقديم ما يعرف بـصحافة الخدمات، حيث أصبحت الصحافة العامة والنوعية والمتخصصة والمجانية تهتم بتزويد القارئ إلى جانب مجريات الأحداث بأخبار موضوعات تخدمه في حياته.

سادسا: وظيفة الترفيه والتسلية:

تكاد تتفق الصحافة جميعها في أنها تفرد مساحات على بعض صفحاتها للتسلية والترفيه والترويح بما في ذلك الصحافة الجادة صحافة النخبة، رغم ارتباط نشر الأشكال الصحفية الخاصة بالتسلية في الصحافة بظهور الصحافة الشعبية، التي تركز على الإثارة والتوسع في نشر الغرائب والطرائف..

سابعا: وظيفة الإعلان والتسويق:

يُعد الإعلان اليوم مكونا أساسيا في النظام الاقتصادي في العالم، ومعظم الاقتصاديين تتفق وجهات نظرهم، على أن التحضر لا يمكن أن يستمر بدون الإعلان بأتماطه الحديثة ووسائله المتعددة. وفي الصحافة، تُعد وظيفة الإعلان إحدى الوظائف المهمة المنوطة بها .

ثامنا: وظيفة التوثيق والتاريخ:

أصبحت الصحافة وبخاصة الصحف اليومية في عصرنا الحاضر مرجعا وثائقيا رئيسًا ومهما بالنسبة لكتابة التاريخ بشكل عام، وللتأريخ لفترة تاريخية معينة، أو لإلقاء الضوء على حادث أو قرار أو قانون أو ظاهرة ما في مجتمع من المجتمعات، باعتبار أن المواد الإعلامية والمعلومات التي تنشرها الصحف اليومية حول مجريات الأمور بالنسبة لدولة أو المجتمع - تُعد العمود الفقري للمادة التاريخية التي يمكن من خلالها تجلية التاريخ الوطني والتطور الاجتماعي والسياسي والثقافي لذلك المجتمع، بشرط أن تكون هذه الصحافة تتمتع بقدر من الحرية عبر المناخ الذي تصدر فيه في اطار القوانين التي تحكم عملها.

تاسعا: الوظيفة الرقابية الاستقصائية:

يرتبط مدى قيام الصحافة بهذه الوظيفة من عدمه بضرورة وجود أجواء من الحرية في المجتمع الذي تصدر فيه الصحافة؛ حتى تستطيع هذه الصحافة أن تنقب، وتتقصى عن الفساد، وتكشف الأخطاء، وتقدم للمجتمع وثائق دامغة عن تورط المفسدين وأصحاب السلوك الشائن، الذين يضربون بالقانون عرض الحائط، وبخاصة إن كان هذا الفساد متعلقا بالمجتمع، وينال من استقراره وأمنه العام السياسي / الاجتماعي / الفكري / العلمي / الديني / التعليمي الصحي ... إلخ

التمرين السابع

- من هو العالم الذي يُنسب إليه الفضل في اكتشاف تقنية الراديو، ومتى تم ذلك؟
- كيف أثرت تطورات تكنولوجيا الراديو على وسائل الاتصال والإعلام في القرن العشرين؟
- ما هي المراحل الأساسية في تطور الراديو من اختراعه إلى انتشاره كوسيلة إعلامية؟
- ما هي المزايا الرئيسية التي تميز الإذاعة عن وسائل الإعلام الأخرى مثل التلفزيون والإنترنت؟
- كيف تساهم الإذاعة في الوصول إلى جمهور واسع في المناطق الريفية والنائية؟
- لماذا تعتبر الإذاعة وسيلة إعلامية فعالة خلال الأزمات والطوارئ؟
- ما هي الأهداف الأساسية التي تسعى الإذاعة إلى تحقيقها في المجتمع؟
- كيف تساهم الإذاعة في توعية الجمهور وتثقيفه حول القضايا الاجتماعية والاقتصادية؟
- ما دور الإذاعة في الترفيه وتقديم البرامج الترفيهية للمستمعين؟
- قم بتحليل كيف ساهم اكتشاف الراديو في تغيير طرق التواصل والإعلام في تلك الفترة.

7-1 اكتشاف الراديو:

تعد الاذاعة واخذة من وسائل الاعلام الجماهيرية التي استطاعت أن تفرض نفسها في ظل المنافسة مع وسائل الاعلام الأخرى خاصة التلفزيون وذلك بفضل الخصائص التي تتميز بها وبفضل الجمهور الوفي لبرامجها ومضامينها. فلقد توصل العالم الإيطالي "غوليلمو ماركوني" إلى فكرة رائعة غيرت وجه التاريخ. مؤداها أنه يمكن استخدام الموجات الكهرومغناطيسية في إنتاج الإشارات الصوتية لمسافات بعيدة وظل ماركوني يطور أبحاثه ودراساته حتى توصل أخيراً إلى اختراع الراديو. ونجح ماركوني في اختراع جهاز خاص وذهب إلى إنجلترا وعرض الجهاز وسجله هناك وأنشأ شركة ماركوني لتصنيع الراديو، وهو أول رجل أرسل واستقبل بنجاح الإشارات الإشعاعية على مختلف المسافات، وطور "ماركوني اختراعه وفي سنة 1901م تمكن من إرسال الموجات عبر المحيط الأطلنطي كما قام بتطوير الموجات القصيرة واكتشاف طريقة استخدام توصيلة الأرضي لزيادة مدى الإرسال في الراديو. وفي سنة 1909م حصل على جائزة نوبل في الفيزياء عن اختراعه الراديو، وقد كان هذا الاختراع هو الأساس الذي قامت عليه صناعة الراديو الإذاعي والتلفزيون فيما بعد، فكل هذه الأجهزة تستخدم الموجات في نقل الصوت والصورة عبر الأثير إلى المحطات الأرضية والتي بدورها تقوم بنقلها إلى محطات الإذاعة والتلفزيون لسمعها ويشاهدها الجمهور.¹ وعندما انفجرت الحرب العالمية الثانية ففرت بالإذاعة المسموعة إلى المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام المختلفة حيث نشأ فن الإذاعة معبراً عن عصر - السرعة إذا استطاع هذا الفن خلال عمر قصير جداً أن يصل إلى هذه المرحلة وأن يثبت كفن ناضج وأصيل وهي له مقوماته وأسسها ومنهجها، وبعد أن كانت الإذاعة تعتمد على الصحف والمسرح والحفلات الغنائية والموسيقية فيما تقدمه لمستمعيها من أحاديث سرد وخطابات وأخبار ومسرحيات وغناء وموسيقى استطاعت أن تخلق لنفسها أنواعاً جديدة خاصة من الفن إلى جانب الأنواع المختلفة وبرامج المنوعات والبرامج الموسيقية والخاصة والتمثيلية والمناقشات والدرشة، كما استطاعت أن تطور معظم الفنون وتصهرها وتخلق لنفسها منها صوراً خاصة بها، هي الصورة الإذاعية ثم بدأت تظهر الإذاعات الموجهة التي اختلف هدفها عن أهداف الإذاعات المحلية أو التي في داخل الوطن وتمثلت أهدافها في تعريف المستمع الأجنبي بالجهة التي تقوم بتوجيه تلك الإذاعة، وتبصيره بقضاياها ووجهة نظرها اتجاه مختلف القضايا الدولية والمسائل العالمية واكتسابه إلى جانب قضاياها وآرائها². وما إن انقضت سنة 1924 حتى كانت محطة إذاعية واحدة على

¹ - ميلاد ألفي جرجس، " الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية "، دار غيداء للنشر والتوزيع، ص 11

² - عيسى محمود الحسن، " العمل الإذاعي: ماهيته، طبيعته، مبادئه "، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 10.

الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم، وتشير الإحصائيات أنه في عام 1960 وصل عدد المحطات الإذاعية عبر العالم إلى سبعة آلاف وخمسمائة محطة، لعل أبرزها محطة "NBC 1922" والمحطة الدولية "CBS" 1927، ولا تكاد توجد حالياً منطقة في العالم لا يغطيها برنامج إذاعي منظم. أما على المستوى العربي فقد بدأت الإذاعة في وقت متأخر نسبياً عن دول العالم المتقدم، وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة، وكان ذلك في منتصف العشرينات عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين، وبعض المصريين على التوالي، ثم توالى ظهورها تدريجياً في باقي البلدان العربية المغرب سنة 1928، تونس 1935 المملكة العربية السعودية 1943 اليمن 1947، الكويت 1951، الأردن وموريتانيا سنة 21970. وقد كانت الإذاعة النافذة الأساسية على الأحداث محلياً ودولياً وأهم أدوات مخاطبة الجماهير، وذلك بسبب انتشار الأمية التي عملت على جعل المجتمعات العربية تتسم بـ"الثقافة السمعية"¹.

7-2 مزايا الاذاعة:

- تتوفر الاذاعة على مجموعة من المزايا والخصائص التي تجعلها فريدة عن الوسائل الاعلامية الأخرى وهي كالتالي:²
- سعة الانتشار، فالراديو من وسائل الاتصال التي يمكنها الوصول إلى جميع السكان بيسر متخطية كل الحواجز، فهو يصل إلى جماعات خاصة بالأطفال وكبار السن والمتعلمين والأقل تعليماً وغير ذلك من الجماعات التي يصعب الوصول إليها من جانب وسائل الإعلام الأخرى.
 - السرعة الفائقة التي تنقل بها الرسالة الاتصالية من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال، فالالاتصال عن طريق الإذاعة لا يحتاج إلى وسيط، فهي تصل مباشرة من القائم بالاتصال الإذاعي إلى المستمع.
 - لا يحتاج الراديو إلى أي مجهود من جانب المستمعين، وحيث أن غالبية الناس أصبحوا مشغولين وليس لديهم وقت للقراءة أو المشاهدة أصبح الراديو هو الوسيلة السهلة التي تبقوهم على علم بما يحدث
 - الرسالة المذاعة قد تكون أقوى من الرسالة التي تنقل بالاتصال المواجهي المباشر، حيث يمكن تقوية الرسالة المذاعة بالموسيقى والمؤثرات الصوتية التي تترك انطباعاً خاصاً لدى المستمعين، وقد أكدت التجارب أن المواد البسيطة التي تقدم من خلال الراديو يسهل تذكرها مما لو قدمت مطبوعة خاصة بين الأفراد الأقل تعليماً أو ذكاء.

¹ - سهيلي نوال، " البرامج الثقافية الإذاعية"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2018، ص 38

² - ياسر عبد الرحمن خلف، " وكالات الانباء ودورها الاعلامي"، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 18-19.

- رخص ثمن أجهزة الراديو، وضعف استهلاكها للكهرباء، وإمكانية تشغيلها بالبطاريات الجافة، وجعلها ذلك الأكثر انتشاراً في كل أرجاء العالم خاصة في الجزر المنعزلة، وقمم الجبال، والمساكن المتواضعة وميادين القتال حيث يوجد أناس في أشد الحاجة إلى الثقافة والعلم والترفيه.
- تحاطب الإذاعة الأذن، وبذلك فإنها ترهف الحس وتعمل على إذكاء الخيال وتنميته، ويعد ذلك أحد العناصر الجوهرية الضرورية في عملية التعلم ورفع الوعي وتنمية الشخصية.

7-3 أهداف الإذاعة:

نجد الإذاعة خاصة في الدول النامية تهدف في العادة إلى ربط الإذاعة بالتنمية الشاملة للمجتمع. ويمكن أن يكون لها جملة من الأهداف التالية: ¹

- تحفيز الجمهور لتحريك البلد سياسياً تجاه وحدة قومية أو لتثبيت الجمهور ضد عدو خارجي، أو لتحفز جماعة من أجل نشاط تنموي ذاتي.
- ترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة، وتعلن عن أحداث هامة تهم الجمهور.
- تعليم الجمهور حيث يمكن أن تقدم برامج تعليمية غير رسمية، فيما يتعلق بمحور مهارات المعرفة، أو حقول مهارات العمل.
- لتغيير السلوك وخاصة بالنسبة للأماكن السكنية الريفية المعزولة.
- الترفيه والتسلية.

¹- حسن علي محمد، " إدارة المؤسسات الاعلامية بين النظرية والتطبيق " ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص67.

التمرين الثامن

- من هو المخترع الذي يُنسب إليه الفضل في اختراع التلفزيون، ومتى تم ذلك؟
- ما هي المراحل الأساسية في تطور التلفزيون منذ اختراعه حتى أصبح وسيلة إعلامية رئيسية في القرن العشرين؟
- كيف ساهم التلفزيون في تغيير طرق التواصل ونقل المعلومات في المجتمع؟
- ما هي الخصائص الرئيسية التي تميز التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى؟
- كيف تساعد الصورة المتحركة والصوت في تعزيز تأثير الرسالة الإعلامية على المشاهدين؟
- ما دور التلفزيون في توفير تجربة تفاعلية مقارنةً بالوسائل الأخرى مثل الراديو أو الصحافة المكتوبة؟
- ما هي الوظائف الأساسية التي يؤديها التلفزيون في المجتمع؟
- كيف يساهم التلفزيون في تشكيل الرأي العام وبناء ثقافة جماهيرية مشتركة؟
- ما هو تأثير البرامج التلفزيونية على سلوك وتفكير الأفراد في المجتمع؟
- حلل كيف أثرت تطورات التلفزيون على نمط الحياة والثقافة في المجتمعات المختلفة.
- قم بإعداد جدول يقارن بين خصائص التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى مثل الراديو والصحافة المكتوبة والإنترنت، وضمن الجدول، اذكر الفروقات في التأثير، القدرة على نقل الرسائل، والتفاعل مع الجمهور.
- اكتب مقالة قصيرة تناقش الخصائص الفريدة للتلفزيون وكيف تساعد في إيصال الرسائل الإعلامية بفعالية أكبر من بعض الوسائل الأخرى.
- تخيل أنك منتج لبرنامج تلفزيوني ثقافي، وأنت مسؤول عن إعداد حلقة تتحدث عن موضوع اجتماعي مهم.
- قم بإعداد نص أو خطة قصيرة لتقديم الحلقة بحيث تركز على كيفية استخدام عناصر الصورة والصوت للتأثير على المشاهدين، وبعد الانتهاء، قم بتحليل كيف ساعدت خصائص التلفزيون في تحقيق أهداف هذا البرنامج.

8- التلفزيون كظاهرة اعلامية

8-1 ملحة تاريخية حول ظهور التلفزيون:

تتكون كلمة تليفزيون Television من مقطعين الأول (Tele) وتعني (عن بعد) والثاني (vision) وتعني (الرؤية) : أي أن كلمة تليفزيون تعني (الرؤية عند بعد) يمكن تعريف النظام التلفزيوني من الناحية العملية بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية، ولقد بدأت التجارب الأولى للتلفزيون على أيدي مجموعة كبيرة من العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية في العشرينيات من هذا القرن. واستفاد هؤلاء العلماء من التجارب والدراسات السابقة التي قام بها رواد في المجالات المختلفة للكهرباء والتصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية المتعددة، وواصل العلماء محاولاتهم لمواجهة وتذليل كل الصعوبات التي كانت تواجه بداية التلفزيون. وكان بينهم عالم روسي هاجر إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكان من أبرز الذين عملوا في هذه المجالات وهو العالم الدكتور (فلاديمير زوريكين Vladimir Zworykin) الذي استطاع من خلال عمله في شركة وستنجهاوس Westinghouse اختراع جهاز الإيكونوسكوب) أي عين كاميرا التلفزيون الإلكترونية، كذلك لعالم (فيلو فارتزورث الذي طور كاميرا التلفزيون الإلكترونية، وأيضاً العالم (البن ب دومونت) الذي قام باختراع أول جهاز استقبال تلفزيون منزلي وقام بتطوير شاشات الاستقبال.¹ في سبتمبر عام 1929 قدمت هيئة الإذاعة البريطانية BBC أول إذاعة تلفزيونية لها من استديوهات بيرد، وهكذا بدأت الهيئة تذيع الصوت والصورة من استديوهاتها في بروكمان للمرة الأولى في مارس 1930 وظهرت أول تمثيلية تلفزيونية في 14 يوليو 1930 وكانت مقتبسة من قصة الرجل ذو الورد في فمه وقد أذاعتها هيئة الإذاعة من استوديوهات بيرد. و هكذا سجل التلفزيون خطواته الأولى والفعالية في بريطانيا الأمر الطريف أنه بمجرد أن بدأ جهاز التلفزيون يعمم ويدخل بيوت البريطانيين ذاع بين الناس اعتقاد طريف مفاده أن جهاز التلفزيون كما انه ينقل للمشاهدين في بيوتهم كل الصور الحية والمتحركة فإنه يقوم في نفس الوقت بتسجيل كل حركات المشاهدين ويصورهم. وقد ذاع هذا الخبر بسرعة البرق بين الناس مما أثار تحفظا كبيرا وتخوفا واسعا من إدخال هذا الجهاز إلى البيوت، والإنجليز يتمسكون بالمثل القائل " إن منزل الرجل هو قلعته وأن ما يدور في أرجائه هو من أخص خصوصياته".²

¹ - عكاشة محمد صالح، رائد محمد عبد ربه، " المدخل الى السينما والتلفزيون " ، الجنادرية للنشر والتوزيع، ص 109

² - جازية بايو، " أسس الانتاج التلفزيوني " ، ط1، دار النشر kutub Ltd ، 2021، لندن، ص 16

8-2 خصائص التلفزيون:

لقد حاول الدكتور عاطف عدلي العبد أن يورد أهم خصائص التلفزيون، وذلك كالتالي :¹

- إن العصر الذي نعيشه أطلق عليه البعض بأنه "عصر التلفزيون". ووسيلة التلفزيون تجمع ما بين الرؤية والحركة واللون، وهذه الخاصية هي التي جعلت منه أقرب وسيلة للاتصال المباشر، بل قد يتفوق عليه؛ حينما يقرب الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة، وينقل صوراً متحركة للناس في مواطن إقامتهم فيكون إدراكاً حسياً للرأي العام.
- اكتسب التلفاز ميزة الصدق؛ لاعتماده على الصورة خلافاً عن الكلمة المسموعة. فقط - .. وأصبح المشاهد أكثر استعداداً لتصديق ما يراه في الشاشة.
- يعطي التلفاز إحساساً بالألفة والصدقة والواقعية، ويرى الدكتور عاطف أن السينما في هذا الصدد - تتفوق على التلفزيون؛ وذلك لاختلاف إمكانية الوسيطتين.
- يعتبر التلفاز من وسائل الاتصال الجماهير القوية حيث يغطي الآن جميع أنحاء البلاد.
- لا تتطلب مشاهدة التلفزيون من المشاهد استعدادات سابقة كالتردد إلى السينما حيث نقل التلفاز المشاهد إلى المنزل، فلا يتطلب الخروج من المنزل، بل مجرد الضغط على جهاز الريموت كنترول وهو مسترخٍ في سريره أو على كرسيه.
- أن امتلاك الأجهزة يتزايد عاماً بعد عام والإقبال على المشاهدة يتزايد يوماً بعد يوم.
- يجمع التلفزيون بين الاتصال الجماهيري والاتصال الإقليمي، والاتصال الفئوي يملك التلفزيون المقدرة على تلبية احتياجات ورغبات جمهوره من خلال تقديم مضامين مختلفة.
- لا يحتاج التلفزيون إلى معرفة القراءة والكتابة؛ مما يجعله وسيلة مناسبة للمجتمعات التي ترتفع فيها الأمية.
- يعتبر التلفزيون من أسرع وسائل الاتصال الجماهير ، ويتفوق في هذه الناحية على الصحافة.

8-3 التلفزيون في الجزائر:

جاء التلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية حيث أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية ويعد استحداثها اهتماماً بالجلية الفرنسية المتواجدة بالجزائر

¹ - جيرنو أحمد جالو، " دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية: دراسة تطبيقية مقارنة"، ط1، الجنان للنشر والتوزيع، 2021، ص 26.

آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر حيث أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر بـ 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة، الجزائر العاصمة، وهران .

ويعد التلفزيون الجزائري نافذة اعلامية مهمة لها دورها في تنوير المجتمع الجزائري وربطه بواقعه من خلال الأدوار التي مارسها التلفزيون الجزائري منذ سنوات طويلة في مجال التنمية والتنشئة الاجتماعية و تقوية الروابط الاجتماعية والهوياتية والحفاظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري الاصيل.

وفي جويلية 1986 تم إعادة هيكلة التلفزيون الوطني إلى أربعة مؤسسات وطنية، وانطلاقا من استوديوهاتها في الجزائر العاصمة، ومحطاتها الجهوية الأربعة وهران، قسنطينة ورقلة و بشار ينتج التلفزيون الجزائري قناة وطنية هرتزية موصولة بالقمر الصناعي في الجنوب الكبير و 4 قنوات فضائية قناة الجزائر، القناة الثالثة القناة الأمازيغية، قناة القرآن الكريم)، وباعتبار التلفزيون الجزائري تلفزيونا عموميا، فهو يساهم في التماسك الوطني ضمن احترام خصوصيات كل منطقة من مناطق الجزائر " ، وطبقا للمهام المنوطة به كمرفق عام يجب على التلفزيون بصفة خاصة أن يعلم بصفة كاملة وموضوعية وأن ضمن تعددية الإعلام واستقلاله وأن يلبي حاجات التربية والتسلية والثقافة لمختلف الشرائح الاجتماعية وأن يساهم في إنتاج الأعمال الفكرية وتطويرها.¹

¹ - سلامي اسعيداني، فقيري ليلي ، " التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الاعلام السمعي البصري .. التلفزيون الجزائري entv نموذجا " ، محلة الرواق، العذد الرابع، 2016، ص102.

التمرين التاسع

- ما هو تعريف الإعلام الجديد؟ وكيف يختلف عن الإعلام التقليدي؟
 - ما هي الأسباب التي أدت إلى ظهور وانتشار الإعلام الجديد في العصر الحديث؟
 - كيف أسهمت التكنولوجيا الرقمية في تطور مفهوم الإعلام الجديد؟
 - ما هي الأقسام الرئيسية للإعلام الجديد (مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، البودكاست، الفيديوهات عبر الإنترنت)؟
- كيف تختلف هذه الأقسام من حيث المحتوى، الجمهور المستهدف، وطريقة التفاعل مع المستخدمين؟

9- الاعلام الجديد:

9-1 مفهوم الاعلام الجديد:

مصطلح الاعلام الجديد New Media، هو اسم جامع لعدة ظواهر تقنية حديثة، أهم ما يميّزها هو إعتماها على التقنية الرقمية، و التي يتم من خلالها تحويل النصوص والمضامين الاعلامية الى شكل مّوحد يمكن معالجته بالحواسيب الآلية، ويؤدي ذلك في نفس الوقت الى ما يعرف بظاهرة الاندماج بين المحتويات الاعلامية ومعالجتها و توزيعها وتخزينها بطرق آلية، و من هذا المفهوم الذي يركّز على مجال التقنية و شكل المعالجة القائم على أسلوب " الرقمنة " تظهر تسمية أخرى للاعلام الجديد و هو الاعلام الرقمي Digital Media.¹

و يقول **Karol Jakubowicz** و هو يتحدث عن الاعلام الجديد أنّه "في عام 1980 كان يطلق لفظ الاعلام الجديد على خدمات الكابل و التلفزيون الفضائي، و مسجّل الفيديو و الان يتم استخدام المصطلح أحيانا للدلالة على المدونات، و مواقع الشبكات الاجتماعية ورسائل الهاتف الخليوي، و غيرها من تطبيقات التكنولوجيا الجديدة، و بشكل عام ينطبق مصطلح وسائل الاعلام الجديدة على وجه الدقة على الوسائط الرقمية".²

9-2 أقسام الاعلام الجديد:

و من بين التعريفات التي حاولت أن تبرز مفهوم الاعلام الجديد، نجد تعريف كلية شريدان للتكنولوجيا و Sheridan³، التي ترى أنّ الاعلام الجديد هو كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدّم في شكل رقمي و تفاعلي، و هناك حالتين يمكن أن نميّز من خلالهما الاعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بثّ مادة الاعلام الجديد، و الكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص، والصورة، والفيديو،

¹ - خالد بن عبد الله الخلود، (2012) "الاعلام الجديد و تأثيراته في تشكيل الرأي العام"، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية لعلوم الاعلام و الاتصال، الاعلام الجديد... التحديات النظرية و التطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض، ص 2.

² - Karol Jakubowicz, (2009) "**A New Notion of Media**", 1ST Council of Europe Conference of Ministers Responsible for Media and New Communication Services, Reykjavik, Iceland, , P 13.

³ - كلية شريدان للتكنولوجيا: تأسست في عام 1967، و نمت من كلية تضم 400 طالب و الان أصبحت من أشهر المعاهد متعددة التقنيات في كندا و أمريكا، تضم حاليا أكثر من 17000 طالب بدوام كامل، و نحو 35000 طالب بدوام جزئي، بما في ذلك أكثر من 2000 طالب أجنبي من 65 بلد حول العالم، و نال شهرته من المجالات ذات الصلة بالفنون التطبيقية المرئية و الاستعراضية مثل الرسوم و الصور المتحركة، والمسرح الغنائي، و السينما، و تصميم المرئيات، و بهذا الصدد فالكلية تحظى بلقب "هارفرد الفنون التطبيقية و المرئية".

والصوت مع بعضها البعض فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي التي تميّزه و هي أهم سماته، ومنه يمكن تقسيم الاعلام الجديد الى أربعة أقسام:¹

1. الاعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها: و هو جديد كليًا بصفات وميزات

غير مسبوقه، و هو ينمو بسرعة و تتوالد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها.

2. الاعلام الجديد القائم على الاجهزة المحمولة: و تدرج ضمنه أجهزة قراءة الكتب والصحف، و هو

أيضا ينمو بسرعة و تنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الادوات المحمولة المختلفة و منها أجهزة الهاتف و المساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

3. نوع من الاعلام الجديد قائم على منصة الوسائل التقليدية: مثل الراديو و التلفزيون التي أضيفت إليها

مميزات جديدة، مثل التفاعلية و الرقمية و الاستجابة للطلب.

4. الاعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline: و يتم تداول هذا النوع، إمّا شبكيًا أو

بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، و ما إليها و يشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو، و الكتب الالكترونية و غيرها.

بعد استعراض مجموعة التعاريف التي تحدثت عن الاعلام الجديد يمكن للباحث أن يعرف الاعلام الجديد تعريفا شاملا وفق ما يشتمل عليه هذا الاعلام من تقنيات جديدة و اسلوب جديد في عملية التواصل، فالإعلام الجديد هو " مجموعة التقنيات و الوسائل الاعلامية الرقمية التي أخذت شكلها بتطور التكنولوجيات الاتصالية و ظهور الانترنت، و هو دمج بين الوسائل التقليدية للإعلام في أشكال إتصالية جديدة تجمع بين استخدامات مختلفة كالصوت والصورة والفيديو، و هو ظهور لمنابر جديدة على الخطّ و فضاءات أتاحت فرص المشاركة و النشر و الاعلام والتوجيه والتأثير في عدد كبير من المستخدمين، كما انه تغيرّ في طبيعة الجمهور و موقعه من الرسالة التي كان مجرد متلقي لها ثم أصبح من صنّاعها، و لا بد أن نشير الى أنّ مسألة الجودة لا تقف عند الوسائل و التقنيات فقط فجدة الوسائل و التقنيات مستمرة دائما و هي حتمية يفرضها العلم و التطور

¹ - عباس مصطفى صادق، " الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية و خصائصه العامة "، مرجع سبق ذكره ، ص 7.

والزمن لكن ما يهم أكثر الاعلام الجديد هو الجدة في أسلوب التواصل و شكل الاتصال و طبيعة الجمهور و قيمة التفاعل، و الثقافة الجديدة التي صاحبت ظهور هذا الاعلام والسلوكيات الملازمة له ¹.

9-3 خصائص الاعلام الجديد:

- غيرت تكنولوجيا الاعلام الجديد بشكل أساسي من انماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه، فالكثير من الابحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الاعلام الجماهيري توضح أنّ معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباها كبيرا لوسائل الاعلام التي يشاهدونها او يسمعونها أو يقرؤونها، كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الامر فانهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مرورا سطحيا عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدي التلفزيون مثلا يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون و لكنها غالبا ما تكون متابعة سلبية بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإنّ قليلا منهم سيتذكر ذلك، والاعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة.

- تكنولوجيا الاعلام الجديد أدت أيضا الى اندماج وسائل الاعلام المختلفة و التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، فجريدة نيويورك تايمز مثلا أصبحت جريدة الكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الاقمار الصناعية لإرسال صفحاتها الى عدة مراكز طباعة في نفس الوقت و تستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها بل أنه يمكن قراءتها مباشرة على الانترنت ².

- التلفزيون و الانترنت اندمجا أيضا بشكل شبه كامل، فجهاز التلفزيون أصبح يستخدم لمشاهدة برامج التلفزيون و في نفس الوقت الابحار في الانترنت و ارسال و استقبال رسائل البريد الالكتروني، كما أنّ جهاز الكمبيوتر اصبح بالإمكان استخدامه كجهاز استقبال لبرامج التلفزيون و الراديو، كما أنّ شركات

¹ - طفياني زكرياء، "مواقع التواصل الاجتماعي والأزمة السياسية: أزمة العزوف الانتخابي نموذجاً، دراسة وصفية تحليلية لعينة من المنشورات على يوتيوب" رسالة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه لطور الثالث تخصص اتصال سياسي واجتماعي، الجزائر، 2019-2020، ص 46.

² - شمس ضيات خلفلاوي، " الاعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة" ، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد الخامس عشر، جوان، 2015، ص 297.

الكابل التلفزيوني أصبحت تعتمد على الاقمار الصناعية في بث برامجها، و هكذا نجد أنّ جميع وسائل الاعلام الجماهيري الحالية أصبحت وسائل الكترونية بشكل أو بآخر.

- تكنولوجيا الاعلام الجديد جعلت من حرية الاعلام حقيقة لا مفر منها، فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً و ان يوصل رسالته الى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، و هناك أيضاً عشرات الالاف من مجموعات الاخبار على الانترنت التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الاخرين في أنحاء متفرقة من العالم، كما أنّ شبكات التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك، تويتر ويوتيوب والمدونات بالإضافة الى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالإنترنت من أي مكان أدت الى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة و القدرة على الاتصال بشكل غير مسبوق.

- الاعلام الجديد هو اعلام متعدد الوسائط حيث أنّه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص و الصور و ملفات الصوت ولقطات الفيديو، هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن و كان له تأثيرات اجتماعية و سياسية وتجارية كبيرة.

- تفتيت الجمهور: فجماهير وسائل الاعلام لم تعد تلك الجماهير ذات الكتلة الضخمة الموحدة، و غير المتجانسة، بل تحولت الى وحدات صغيرة، إذ صار كل فرد يتلقى من منفذه الخاص مختلف المواد التي تناسبه، و هي صفة بدأ ظهورها في الولايات المتحدة و قد أتاحت للأفراد سيطرة أكبر على ما يتعرضون له من معلومات، كما ساعدت القائم بالاتصال على تحديد أكثر دقة لطبيعة الجمهور.¹

- غياب التزامية: تعني امكانية ارسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، و لا تتطلب من كل المشاركين استخدام النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في نظام البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.²

¹ - سعد بن محارب المحارب، "الاعلام الجديد في السعودية"، دراسة تحليلية في المحتوى الاخباري للرسائل النصية القصيرة ط1، جداول للنشر و التوزيع، لبنان، 2011 ص 68.

² - علي عبد الفتاح كنعان، "الصحافة الالكترونية في ظلّ الثورة التكنولوجية"، بدون طبعة، دار اليازوري للنشر و التوزيع عمان، الاردن، 2014، ص 58.

- الانتشار وعالمية الوصول: و يقصد بالانتشار شيوعه ووصوله الى جميع شرائح المجتمع تقريبا، اضافة الى عالميته و قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.
- قابلية التوصيل: ¹ وتعني امكانية توصيل الاجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى و بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تمّ فيه الصنع.
- رقمنة الوسائل: التكنولوجيا المستخدمة في وسائل الاعلام الجديد هي وسائل التكنولوجيا الرقمية، فأى اعلام لا يعتمد عليها في تجهيزاته الفنية الان يعدّ تقليديا والواقع أنه اختفى و لم يعد له وجود، ذلك لأنّ أنظمة الحواسيب و آلات الطباعة المستخدمة في المؤسسات الصحفية و تقنيات أجهزة البث السمعي البصري في المحطات الاذاعية والقنوات الفضائية و شبكات الهاتف الجوال و الانترنت لا تقوم الان الا على التكنولوجيا الرقمية التي أصبحت عنصرا رئيسيا يشكل واقع العصر وأصبح حضورها طاغيا و مساهما بوضوح في تطور الكثير من مجالات الحياة.²
- التفاعلية: و تطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها المشاركون في عملية الاتصال تأثير في أدورا الاخرين و باستطاعتهم تبادلها، و يطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، و هي تفاعلية بمعنيين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع فيها طرف في العملية الاتصالية أن يأخذ فيها موقع الطرف الاخر و يقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل و يرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، و يطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدل من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، و التبادل والتحكم و المشاركون.

¹ - سميرة شيخاني، "الاعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الاول و الثاني، سوريا، 2010، ص447.

² - ابراهيم اسماعيل، "الاعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته"، ط1، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، قطر، 2014، ص 23.

التمرين العاشر

- ما هي الأهمية التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي في حياتك اليومية؟
- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد؟
- ما هي المخاطر المحتملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تؤثر على الرأي العام؟
- ما هي أبرز الفروقات بين منصات التواصل الاجتماعي المختلفة (مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام)؟
- ما هي أهم إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
- ما هي أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

10- مواقع التواصل الاجتماعي

1-10 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

وتُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، ..) ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية Web، يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية و منصة انطلاق ووجود الكتروني و شخصية افتراضية Profile، لنشر البيانات والتعليقات و الوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، و من ثمّ الانطلاق لمرحلة التشبيك و التشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الاصدقاء وتكوين المجموعات أو الانتساب الى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين وتبدأ بمجموعات الاصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحيّ أو زملاء المهنة أو أفراد الاسرة و العائلة الواحدة، وتبادل التعليقات و الآراء و المواد الاعلامية معهم، وتتم عمليات التّواصل الالكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة بلحظة وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة.¹

وعرّفت شبكات التواصل الاجتماعي أيضاً على أنّها خدمات على شبكة الانترنت تتيح للأفراد امكانية انشاء ملف شخصي عام أو شبه عام داخل نظام محدد، وتوضح قائمة بالمستخدمين الآخرين الذين يشاركونهم الاتصال، وتعرض قائمة اتصالاتهم وتلك التي أنشأها الآخرون داخل النظام، وقد تتنوع طبيعة وتسمية هذه الاتصالات التي تجرى على الانترنت من موقع لآخر، وما يجعل مواقع الشبكات الاجتماعية فريدة من نوعها ليس أنّها تسمح للأفراد بالالتقاء مع أشخاص غرباء، بل إنّها تمكّن المستخدمين من توضيح شبكاتهم الاجتماعية وجعلها مرئية.²

10-2 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأ أول ظهور لمصطلح شبكات التواصل الاجتماعي **Social Network** في الدراسات العلمية في مقال علمي خاص بالأنثروبولوجيا وظّفه **John A. Banes** في 1954،³ وبالتالي فمصطلح الشبكات

¹ - مركز الحرب الناعمة للدراسات، "شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب العالمية الأمريكية"، ط1، مؤمن قريش للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2016، ص25-26.

² - Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, , « **Social Network Sites :Definition, History, and Scholarship** », Journal of Computer-Mediated Communication 13, International Communication Association, 2008 p211.

³ - Boltanski, L . (1999) « **Le Nouvel Esprit du Capitalisme** » Gallimard, P6.

الاجتماعي له مدلول سوسيولوجي ويظهر ذلك في المقال الذي تم نشره في دورية Human Relations أين قام الباحث بتحليل المنظمات الاجتماعية لسكان مدينة بريم بالنرويج.¹

وقد بدأت المواقع الاجتماعية في الظهور في نهاية التسعينيات، فكانت مواقع التواصل الاجتماعي الاولى التي ظهرت هي موقع **classmates** عام 1995 وموقع **SixDegree** الذي ظهر في 1996، وهي التي مهّدت الطريق نحو ظهور مواقع أخرى² ورَكَز ذلك الموقع الاخير على الروابط المباشرة بين الاشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخطية بين مجموعة من الاصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد عليه في الشبكات الاجتماعية الحالية الا أنّ تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتمّ إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الاعوام 1999 و 2001 وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الاخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، فظهر موقع **Freindster** الذي حقّق نجاحاً دفع شركة **Google** الى محاولة شرائها، ومع النصف الثاني من العام ظهرت في فرنسا شبكة **Skyrock** كمنصة للتدوين ثمّ تحوّلت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع.³

10-3 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

لمواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخصائص نوردتها كالتالي:⁴

- **الشمولية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية وتلغي كذلك الحدود التي تجمع بين الدول حيث يستطيع الفرد أينما كان موقعه أن يتواصل مع الآخرين من خلال الشبكة بكل يسر وسهولة.
- **التفاعلية:** يطلق لفظ التفاعلية على درجة المشاركة في عملية الاتصال و تأثيرها على أدوار الآخرين حيث يكون باستطاعتهم تبادل الافكار و الآراء، و يطلق على ذلك الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، و

¹ - Alain Lefebvre, « **Les Réseaux Sociaux Pivot de L'internet 2.0** » MM 2 Edition, Paris, P25.

² - Dominique Cardon, « **Réseaux Sociaux de L'internet** » <https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-141.htm> , p142.

³ - ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، "الاعلام الرقمي الجديد"، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015، ص201.

⁴ - سماح فرج عبد الفتاح وآخرون، " الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم"، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي 69، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2013، ص40-41.

هي العملية التي تمكن المرسل من استقبال و ارسال الرسائل في الوقت نفسه وتدخل في هذه العملية جملة من الاجراءات التي تحدث أثرا أو تفاعلا ما.¹

■ **تعدد الاستعمالات:** مواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة ويمكن استخدامها في ميادين متعددة من بين ذلك أنه يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم والعالم لنشر علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل فيما بينهم.

■ **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية الى جانب استخدامها للحروف واعتمادها على اللغة البسيطة، فهي كذلك تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين. ولا يتطلب استخدامها الا القليل من المعرفة بمبادئ التكنولوجيا لغاية النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت، فهذه الوسائل تم تطويرها لتكون سهلة الاستخدام.²

■ **اقتصادية الجهد والوقت والمال:** في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فجميع الاشخاص باستطاعتهم امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وذلك ليس حكرا على من يمتلك الاموال او حكرا على جماعة معينة دون أخرى.

■ **التدفق الحر للمعلومات:** فقد وفّرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب بل باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديو، الموسيقى و الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات الحديثة وبث الوقائع والاحداث لحظة بلحظة.

10-4 ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

تتسم مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من النقاط الإيجابية التي تجعل منها ذات اهمية كبيرة في التواصل الانساني العصر الحالي الذي نعيشه ، يمكن اختصار هذه النقاط فيما يلي:³

- أنها تحدث نوعا من التبادل المعرفي، عن طريق تبادل المعلومات والمعارف، الأمر الذي يثري ثقافة الشباب، ويزيد من حصيلتهم المعرفية في أوقات قصيرة، وبطريقة سهلة ميسرة.

¹ - حسن عماد مكاوي، محمود سليمان، "مرجع سابق الذكر"، ص320.

² - Amir Hatem Ali " The Power of Social Media in Developing Nations: New Tools for Closing Global Digital Divide and Beyond "، Harvard Human Rights Journal, Vol.24 ,2011, P213.

³ علي سيد اسماعيل، " مواقع التواصل الاجتماعي "، دار التعليم الحامعي، 2020، ص58

- أهما تحدث نوعاً من التواصل بين جميع الأشخاص، من كل الأعمار، على مستوى العالم، الأمر الذي يفتح المجال للاستفادة من خبرات الآخرين، والتطلع إلى أفكارهم.
- التعبير بحرية عن الآراء، والتمكن من التعبير بحرية، وقد أسهمت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الديني، وتعريف الأفراد من المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي بثقافتنا، وديننا، وشرعنا الحنيف.
- أصبح الإنترنت وسيلة أسرع، فضلاً عن أنه يتيح مجالات أوسع للبحث، ومعرفة ما يحدث في العالم لحظة بلحظة، وهو ما جعل معظم الشباب من المثقفين العرب يعزفون عن شراء الصحف والمجلات.
- الاطلاع على أخبار العالم الذي نعيش فيه، وتعلم أمور جديدة، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، والتواصل مع الأصدقاء وتبادل الآراء معهم، والتعبير عن الآراء بحرية.

10-5 سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

- توجد عدة سلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيما يتعلق بسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للشباب الجامعي وأهمها:¹
- الاستخدام السيء والابتزاز، فتنقية البلاك ييري التي ظهرت في العالم لتسهيل إدارة الأعمال استخدمت من قبل المراهقين استخدام سيء.
 - صعوبة السيطرة عليه.
 - تتصف بالفوضوية
 - توفر المعلومات الشخصية التفصيلية عن المنتسب للإعلام الجديد لاسيما في مواقع التواصل (تجنيد بعض دوائر المخابرات الأجنبية لبعض المنتسبين للإعلام الجديد.
 - سرقة الحسابات المصرفية وانتحال الشخصية.
 - تضيق الأوقات النفيسة في التافه من المحادثات والتعارف المجرد.
 - يتمتع بعض السكان في العالم بوفرة في مصادر المعلومات المتاحة على الإنترنت بينما يعاني البعض الآخر من قلة المعلومات، مما أدى إلى زيادة الفجوة المعرفية بين من يملكون المعلومات ووسائلها وبين من لا يملكونها.
 - الاتصال عبر المواقع يفتقر إلى الاجتماعية.

¹- محمد العوض وداعة الله، "مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي"، ط1، الخليج للنشر والتوزيع، 2020، ص27.

في ختام هذه المطبوعة العلمية حول مقياس "مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال"، يمكن القول إن فهم وسائل الإعلام والاتصال يعد ضرورة ملحة في العصر الحديث، حيث تلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام والتأثير على مختلف جوانب الحياة الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية. من خلال استعراضنا للمفاهيم الأساسية، والنظريات المرتبطة بهذا المجال، أصبح واضحاً أن التطورات التكنولوجية قد أحدثت تحولاً كبيراً في طرق الاتصال وأساليب الإعلام، لذا، يصبح من الضروري تعميق الفهم لهذه التحولات واستيعاب الآليات التي تعمل بها وسائل الإعلام في العصر الرقمي، بهدف توظيفها بشكل فعال في إيصال الرسائل وتعزيز التواصل المجتمعي الإيجابي.

قائمة المراجع:

- 1- Alain Lefebvre, « **Les Réseaux Sociaux Pivot de L'internet 2.0** » MM 2 Edition, Paris.
- 2- Amir Hatem Ali “ **The Power of Social Media in Developing Nations: New Tools for Closing Global Digital Divide and Beyond** “, Harvard Human Rights Journal, Vol.24 ,2011.
- 3- Boltanski, L . (1999) « **Le Nouvel Esprit du Capitalisme** » Gallimard, P6.
- 4- Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, , « **Social Network Sites :Definition, History, and Scholarship**» , Journal of Computer-Mediated Communication 13, International Communication Association,2008
- 5- Dominique Cardon, « **Réseaux Sociaux de L'internet** » <https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-141.htm> , p142.
- 6- F. C lunenberg, “**communication; the process, barriers and improving effectiveness**”, schooling 1.1.

- 7- Frank jefkins, “**international dictionary of marketing and communication**”, british library cataloguing in publication data, 1987.
- 8- Karol Jakubowicz, (2009) “**A New Notion of Media**”, 1ST Council of Europe Conference of Ministers Responsible for Media and New Communication Services, Reykjavik, Iceland.
- 9- R.B Adler, and R.F Proctor, “**Looking out looking in**”, wads worth cengage learning, Boston,2014.
- 10- ابراهيم اسماعيل، "الاعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته"، ط1، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، قطر، 2014
- 11- أحمد العبد أبو السعيد، زهير عبد اللطيف عابد، "مهارات الاتصال و فن التعامل مع الآخرين"، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2014.
- 12- أديب مروة، " **الصحافة العربية: نشأتها وتطورها** " دار مكتبة الحياة للنشر والتوزيع، 2021
- 13- إميل بوفان " **تاريخ الصحافة** " تر: مُجد اسماعيل، وكالة الصحافة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018
- 14- أمينة بلحازم، بشرى غادي، " **الترجمة الاعلامية وظاهرة التحكم والتحيّز الاخباري في وكالات الأنباء** "، مجلة المترجم، المجلد 21، العدد 2، الجزائر، 2021
- 15- باديس سعودي، " **وكالات الانباء بين الخضوع لهيمنة الدولة والاستقلالية: دراسة حالة الجزائر والمغرب** "، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 8، العدد 3، أم البواقي، الجزائر، 2021
- 16- بومالي أمينة، " **أثر تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري** "، العدد التاسع، المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3، 2017.
- 17- تيطاوي الحاج، " **العولمة الاعلامية والسيادة: نحو إلغاء الدولة الوطنية من المشهد الاقتصادي والسياسي العالمي** "، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015
- 18- جازية بايو، " **أسس الانتاج التلفزيوني** "، ط1، دار النشر kutub Ltd ، 2021، لندن
- 19- جيزنو أحمد جالو، " **دور التلفزيون في نشر التعاليم الاسلامية: دراسة تطبيقية مقارنة** "، ط1، الجنان للنشر والتوزيع، 2021.
- 20- حامد ربيع، " **دراسات في الظاهرة الصهيونية: فلسفة الدعاية الاسرائيلية** " ، مركز الحضارة للدراسات والبحوث، 2022

- 21- حسن علي مُجَّد، " إدارة المؤسسات الاعلامية بين النظرية والتطبيق " ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017.
- 22- حسين علي ابراهيم الفلاحى، " الديمقراطية والاعلام والاتصال " ، المنهل للنشر والتوزيع، 2014
- 23- حورية مُجَّد الزيادات، " تقوية مهارات الاتصال وتحسين مفهوم الذات لدى أطفال القرى" مركز الكتاب الأكاديمي، 2015.
- 24- خالد بن عبد الله الحلوة،(2012) "الاعلام الجديد و تأثيراته في تشكيل الرأي العام"، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية لعلوم الاعلام و الاتصال، الاعلام الجديد...التحديات النظرية و التطبيقية، جامعة الملك سعود، الرياض
- 25- خالد مُجَّد غازي، " ما بعد العولمة .. صناعة الاعلام وتحول السلطة "، وكالة الصحافة العربية ، 2023 ،
- 26- رضوان بلخير، سارة جابري، " مدخل للاتصال والعلاقات العامة " ، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 27- زكرياء طفياني ،"مواقع التواصل الاجتماعي والأزمة السياسية: أزمة العزوف الانتخابي نموذجاً، دراسة وصفية تحليلية لعينة من المنشورات على يوتيوب "رسالة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث تخصص اتصال سياسي واجتماعي، الجزائر، 2019-2020.
- 28- سامية عواج، " الاتصال في المؤسسة: المفاهيم- المحددات- الاستراتيجيات" ، مركز الكتاب الأكاديمي، 2020.
- 29- سعد بن محارب المحارب، ""الاعلام الجديد في السعودية"، دراسة تحليلية في المحتوى الاخباري للرسائل النصية القصيرة ط1، جداول للنشر و التوزيع، لبنان، 2011
- 30- سماح فرج عبد الفتاح وآخرون، " الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم" ، ط1، سلسلة كتب المستقبل العربي69، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان،2013
- 31- سمر طاهر، " الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية .. كيف أصبحت أمريكا سيدة العالم" ، دار نهضة مصر للنشر والتوزيع، مصر، 2011
- 32- سميرة شيخاني، " الاعلام الجديد في عصر المعلومات " ، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الاول و الثاني، سوريا، 2010،
- 33- سهيلي نوال، " البرامج الثقافية الإذاعية" ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2018.

- 34- شمس ضيات خلفلاوي، " الاعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة" ، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد الخامس عشر، جوان، 2015
- 35- عايد كمال، " العولمة الاعلامية وأثرها على قيم المجتمع" مجلة أنثروبولوجيا، الجزائر،
- 36- عبد الرزاق احمد الشرقاوي، " الاعلام الرياضي"، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020،
- 37- عبد الرزاق الدليمي، " الاعلام المتخصص"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن، ص 33
- 38- عبد الرزاق الدليمي، " الدعاية والشائعات والرأي العام: رؤية معاصرة"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن
- 39- عبد القادر دريدي، "تاريخ الاعلام الوكالاتي في الجزائر من خلال وكالة الانباء الجزائرية"، مجلة الساوره للدراسات الانسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2021
- 40- عبد المنعم كاظم الشمري، " الدعاية الصهيونية وأساليبها في عمليات تهجير اليهود في العالم" أمجد للنشر والتوزيع.
- 41- عكاشة مُجَّد صالح، رائد مُجَّد عبد ربه، " المدخل الى السينما والتلفزيون"، الجنادرية للنشر والتوزيع.
- 42- علي سيد اسماعيل، " مواقع التواصل الاجتماعي"، دار التعليم الجامعي، مصر، 2020.
- 43- علي عبد الفتاح كنعان، " الاعلام الدولي والعولمة الجديدة"، دار اليازوري للنشر والتوزيع
- 44- علي عبد الفتاح كنعان، "الصحافة الالكترونية في ظلّ الثورة التكنولوجية"، بدون طبعة، دار اليازوري للنشر و التوزيع عمان، الاردن، 2014.
- 45- علي عبد الفتاح، "الاعلام الاجتماعي"، اليازوري للنشر والتوزيع، 2016،
- 46- علي فلاح الزعبي وفتححي عبد الله الشرع، "إدارة الاعلان: مفاهيم واستراتيجيات معاصرة"، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر، 2022.
- 47- علي كنعان، " الصحافة : مفهومها وأنواعها"، ط1، دار معتر للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 48- عمر عبد العزيز هلال، "وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الاسلامي"، دار الكتب العلمية، 2019.
- 49- عواطف عبد الرحمان، نجوى كامل " تاريخ الصحافة المصري: دراسة تاريخية ومعاصرة"، العربي للنشر والتوزيع، 2020

- 50- عيسى محمود الحسن، " العمل الاذاعي: ماهيته، طبيعته، مبادئه " ، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013
- 51- فتحي عبد الله الشرع، علي فلاح الزعبي، " إدارة الاعلان: مفاهيم واستراتيجيات معاصرة "، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019 .
- 52- فريد كورتل، " مدخل للتسويق "، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية، 2012، ص 148.
- 53- فؤاد علي أحمد، " نفس المرجع السابق"
- 54- فؤاد علي أحمد، " وسائل الاعلام والمشاركة السياسية"، دار أجد للنشر والتوزيع، 2017،
- 55- ماجدة أحمد الصرايرة، " الاعلام التربوي"، ط1، دار الخليج، الاردن، 2011، ص 12-
- 56- محسن جلوب الكناني، " قنوات الجنس الفضائية: تغزو نسقنا القيمي"، ط1، دار أجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص111.
- 57- مُجَدَّ العوض وداعة الله، " مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي"، ط1، الخليج للنشر والتوزيع، 2020.
- 58- مُجَدَّ حسن اسماعيل، "مبادئ علم الاتصال" الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 1998،
- 59- مُجَدَّ عبد حسن العامري، علي صادق الساعدي، "الاتصال المواجهي: الحملات الانتخابية وتأثيرها في الجمهور"، دار العربي للنشر والتوزيع 2021.
- 60- مُجَدَّ مهني البحراوي، "وكالات الانباء في عصر الاعلام الرقمي"، دار التعليم الجامعي، مصر، 2023
- 61- مدحت مُجَدَّ أبو النصر، "مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين"، ط2، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2009، ص 24. فتحي حسين عامر، "وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيسبوك"، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، 2011.
- 62- مختار مفتاح السنوسي، " الاعلام الدولي: الأسس والمفاهيم"، زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 63- مرعي مذكور، " الصحافة : الامكانيات، التجاوزات، الآفاق " ، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2013.
- 64- مركز الحرب الناعمة للدراسات، "شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب العالمية الامريكية"، ط1، مؤمن قريش للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2016،

- 65- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، "الاعلام الرقمي الجديد"، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015.
- 66- مروان بدر السمعيات، علي الزعبي، " إدارات العلاقات العامة " ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الاردن، 2019.
- 67- مريم رحمان، " علاقة حالات الأنا بسيرورات الاتصال الشخصي : تناول نظري في اطار نظرية التحليل التبادلي"، العدد25، مجلة التراث جامعة الجلفة، 2017.
- 68- المعتصم بالله أحمد الخلايلة، "أبعاد العولمة الثقافية على الهوية العربية في عصر الاحادية القطبية"، مجلة التراث، المجلد8، العدد1.
- 69- منذر عاطف جرادات، " الاستقرار السياسي في ظل الاشاعة والاعلام "، الأردن، 2018.
- 70- مهند سليمان النعيمي، " ألف باء تاء .. صحافة"، ط1، 2017،
- 71- ميلاد ألفي جرجس، " الإذاعة والتلفزيون كظاهرة عالمية "، دار غيداء للنشر والتوزيع،
- 72- نجلاء محمد جابر، " دراسة تحليلية في الاعلام الجماهيري"، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2015،
- 73- نورهان سليمان، " تكنولوجيا الاعلام المتخصص"، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2020
- 74- سلامي اسعيداني، فقيري ليلي ، " التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الاعلام السمعي البصري .. التلفزيون الجزائري entv نموذجا " ، مجلة الرواق، العدد الرابع، 2016.
- 75- نورهان سليمان، "مرجع سبق ذكره"، ص222
- 76- هامل سمية، " المفردات العربية في ظل العولمة "، حوليات جامعة الجزائر، المجلد 35، العدد 2، الجزائر، 2021
- 77- ياسر عبد الرحمان خلف، " وكالات الانباء ودورها الاعلامي"، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.