

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة البليدة-2- علي لونيبي

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

مطبوعة مقياس:

مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال 1.

من اعداد:

بوخرص سيهام

2020-2021

فهرس المحتويات

مقدمة

الاهداف المنتظرة

المحاضرة الاولى: مدخل مفاهيمي للاتصال . ص 2- ص4

- الاتصال
- انواع الاتصال
- اسئلة للمناقشة

المحاضرة الثانية: الاتصال كعملية. ص 5- ص 8

- مراحل العملية الاتصالية
- عناصر العملية الاتصالية
- خصائص الاتصال
- وظائف وسائل الاعلام
- اسئلة للمناقشة

المحاضرة الثالثة: الاتصال و الاعلام و المفاهيم المشابهة. ص 9- ص13

- الاعلام
- الراي العام
- الدعاية
- العلاقات العامة
- الاشهار
- اسئلة للمناقشة

المحاضرة الرابعة: التطور التاريخي للاتصال. ص 14- ص 18

- المرحلة الاولى: عصر الاشارات و العلامات

- المرحلة الثانية: عصر اللغة و التخاطب
- المرحلة الثالثة: عصر الكتابة
- المرحلة الرابعة: عصر الطباعة
- المرحلة الخامسة: عصر الاتصال الجماهيري
- اسئلة للمناقشة

المحاضرة الخامسة: الصحافة المكتوبة. ص 19- ص 21

- الصحف
- المجالات
- اهمية الصحافة
- نشأة و تطور الصحافة
- اسئلة للمناقشة

المحاضرة السادسة: الصحافة المكتوبة في العالم. ص 22- ص 25

- الصحافة في فرنسا
- الصحافة في بريطانيا
- الصحافة في الولايات المتحدة الامريكية
- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة
- الصحافة كسلطة رابعة
- حرية الصحافة في العالم
- اسئلة للمناقشة.

المحاضرة السابعة: الصحافة المكتوبة في الوطن العربي. ص 26- ص 29

- الصحافة في مصر
- الصحافة في الجزائر
- قبل الاستقلال(الصحافة الحكومية- صحافة احباب الاهالي- الصحافة الاهلية- الصحافة الوطنية)

➤ اسئلة للمناقشة

المحاضرة الثامنة: الصحافة في الجزائر الجزء الثاني ص 30- ص 34

➤ الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال (فترة الاحادية الاعلامية- فترة التعددية الاعلامية)

➤ القانون العضوي الخاص بالاعلام 2012.

➤ اسئلة للمناقشة

المحاضرة التاسعة: وكالات الانباء. ص 35- ص 39

➤ تعريف وكالات الانباء

➤ نماذج وكالات الانباء

➤ انواع وكالات الانباء

➤ اسئلة للمناقشة.

المحاضرة العاشرة: اهم الوكالات في العالم. ص 40- ص 44

➤ وكالة الانباء الفرنسية

➤ وكالة الرويتر

➤ وكالو الوولف

➤ وكالة اسوشيايتد بريس

➤ وكالة اليوناييتد برس انترناشيونال

➤ وكالة التاس السوفياتية

➤ بعض الوكالات العربية

➤ وكالة الانباء الجزائرية

➤ اسئلة للمناقشة

المحاضرة الحادية عشر: السينما. ص 45- ص 52

➤ تعريف السينما

➤ لمحة تاريخية عن السينما

- العصر الذهبي للسينما
- تقنيات السينما
- السينما في الوطن العربي
- أسئلة للمناقشة

المحاضرة الثانية عشر: الاذاعة. ص 53- ص 60

- تعريف الاذاعة
- لمحة عن نشأة الاذاعة
- العصر الذهبي للاذاعة
- انواع الاذاعات
- كيفية عمل الاذاعة
- تأثير التكنولوجيا على الاذاعة
- الاذاعة في الوطن العربي
- أسئلة للمناقشة

قائمة المراجع

ملحق للتواريخ.

مقدمة:

يندرج مقياس مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال ضمن الوحدات الأساسية لبرامج التكوين في طور الليسانس و هو ما يوضح أهمية هذا المقياس بالنسبة للطلبة في هذا المستوى خاصة منهم من لديه ميول الى ممارسة العمل الإعلامي او الاتصالي ضمن خلايا الاتصال داخل المؤسسات. و عليه نولي أهمية كبيرة الى مضمون المقياس و ضرورة التمكن من المعلومات الواردة في هذه المطبوعة البيداغوجية.

الأهداف المنتظرة:

نسعى من خلال اعداد هذا المحتوى الى تمكن الطالب من معرفة مراحل تطور العملية الاتصالية، و التطور التكنولوجي لوسائل الاعلام و الاتصال، و تطوير قدرة الطالب على التفريق بين الاعلام و الاتصال و المفاهيم المشابهة، كما ينتظر تمكن الطالب من معرفة أنواع الاتصال و نماذجها بما فيها الاعلام الجديد و خصائصه.

المحاضرة الأولى: مدخل مفاهيمي للاتصال:

مقدمة:

لا يمكن للباحث في مجال وسائل الاعلام والاتصال ان يتجاوز المفهوم الاساسي لها و هو الاتصال وتطير معرفته، و معانيه مما يمكنه لاحقا من تجميع المفاهيم المشابهة و التفريق بينها و عليه تنبني معارفة بطريقة تصاعدية و صلبة.

1- الاتصال: *communication*

تحمل كلمة الاتصال لغة معنى الوصل و البلوغ و هي مشتقة من مصدر " وصل " (انظر قاموس لسان العرب او المحيط كلمة وصل) تقابلها في اللغة الانجليزية كلمة *Communication* مشتقة من الكلمة اللاتينية *communis* التي تعني الشيء المشترك *communicare* اي يذيع او يشيع (دليو، تاريخ وسائل الاعلام و الاتصال، 2013، صفحة 15)

و قد استخدمت في الدراسات النفسية و الاجتماعية بكثرة و يرون إجمالاً ان الاتصال هو عملية تبادل للمعاني بين طرفين، يعرفه فريدمان على انه: "الاتصال هو إيصال الخبر بين مرسل له و مستقبل له سواء كان المرسل شخصا او جهازا ألياً" (احدادن، 2012، صفحة 11).

ويرى عالم الاجتماع تشارلز كولي بان الاتصال يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد علاقات انسانية و تنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمن اما الباحث كارل هوفلاند فيرى ان الاتصال هو العملية التي ينقل عمدا بمقتضاها المرسل منبهات لكي يعدل سلوك المستقبلين، و على عكس ذلك يرى ادوارد سايبير ان الاتصال يشمل الحالات التي لا يكون فيها نقلا عمدا للمنبهات. (فضيل دليو، 2013، 16)

اما الباحث جورج لندربرج فيقول: " الاتصال كلمة تستخدم لتشير الى التفاعل بواسطة العلامات والرموز،وتكون الرموز عبارة عن حركات او صور او لغة او اي شيء اخر يعمل كمنبه للسلوك، اي ان الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز (المكاوي، 2001، صفحة 24)

من خلال ما سبق نلاحظ تعدد زوايا الرؤية بالنسبة للعملية الاتصالية و الاليات التي يتم من خلالها مرور الاتصال لكن يمكن استخلاص ان الاتصال بصفة عامة هو عملية ديناميكية دائمة التغير و مستمرة يتم خلالها تبادل الاراء و الافكار، المشاعر و العواطف، باستخدام نظام معين من الرموز التي تضمن نجاح العملية الاتصالية و فعالية الاتصال

2- انواع الاتصال: يتم تقسيم الاتصال الى انواع وفقا لمجموعة من المعايير

➤ نسبة الى عدد المشاركين في العملية الاتصالية:

الاتصال الذاتي: و هو الاتصال الداخلي الذي يحدث مع الذات او نفس الانسان.

الاتصال الشخصي: اتصال يحدث بين شخصين او اكثر في شكل علاقات اجتماعية و هو اكثر انواع الاتصال فاعلية و يستخدم في مجالات عديدة.

الاتصال الجمعي: اكثر من شخصين.

الاتصال الجماهيري: هو الذي تسود فيه الاتصال الجماهيري "التقليدية" كالصحف، المجلات، الاذاعة و التلفزيون ، يتميز بانه يتوجه الى جماهير واسعة، غير متجانسة و يكون الاتجاه احادي، و هو ما يسمى بالإعلام التقليدي.

الاتصال التفاعلي: و اتصال الذي يعتمد على تكنولوجيا الاتصال الحديثة "الانترنت" بصفة اساسية و سمي تفاعلياً لانه سمح للأفراد المتباعدين جغرافياً بالتواصل الانى ، و المباشر اضافة الى امكانية التفاعل مع المحتويات الاعلامية في شتى الوسائل.

➤ نسبة الى رسمية الاتصال:

الاتصال الرسمي: هو الاتصال الذي يتم بطريقة رسمية و منظمة داخل المؤسسات، و التنظيمات، و يمكن ان يكون هابطاً من المدير الى العمال مثلاً. او صاعداً : من العمال الى المدير او افقي بين العمال.

الاتصال غير الرسمي: و هو كل اتصال في الحياة اليومية بعيد عن الرسمية و البروتوكولات قد يكون بين الاصدقاء او العائلة....

➤ نسبة الى اللغة المستخدمة:

الاتصال اللفظي: يندرج ضمنه كل اتصال يستخدم اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من مصدرها الى المتلقي و يجمع بين الالفاظ المنطوق و الرموز الصوتية "كنبرة الصوت مثلاً".

الاتصال غير اللفظي: يعتمد على اللغة غير المنطوقة، كالإشارات، حركة الجسم و الملامح....

➤ حسب خط السير:

الاتصال الصاعد: من الأسفل الى الأعلى، من رتبة دنيا الى رتبة عليا، مثل ان يتم الاتصال بين العمال و المدير.

الاتصال الهابط: من الأعلى الى الأسفل، من رتبة عليا الى رتبة دنيا كان يتم الاتصال من المدير الى العمال.

3- أسئلة للمناقشة:

ما الفرق بين الاتصال الجماهيري و الاتصال؟

ينقسم الاتصال حسب معايير تصنيف معينة الى عدة أنواع ماهي؟

تستكمل عملية الاتصال من خلال التفاعل. كيف ذلك برر الاجابة

المحاضرة الثانية: الاتصال كعملية

1- مراحل العملية الاتصالية:

تصور الرسالة من طرف المرسل الذي يقرر الاتصال بدافع مؤثر سواء كان فكرة او مشاعر او مؤثر خارجي. فيتم الاتصال عن طريق عمليات جد دقيقة و هي:

- الترميز: اي تحويل المعاني الى رموز سواء لفظية او غير لفظية.
- اختيار الوسيلة المناسبة.
- الاستجابة او رد الفعل التي يتم بثها للمصدر الذي يصبح متلقي.
- استقبال الرسالة وفك الرموز تحويلها الى معاني. (بلخيري، 2014، صفحة 18)

2- عناصر العملية الاتصالية: يرتبط نجاح العملية الاتصالية بتوفر عناصر معينة لها

وهي :

1- المرسل: هو القائم بالاتصال او مصدره الذي يبدأ الاتصال، و ذلك بصياغة افكاره في رموز

تعبير عن المعنى الذي يقصده ، و تتوافق مع المتلقين، بمعنى اختيار الرموز بشكل دقيق لتعبير عن ما يريد المرسل و تتناسب مع خصائص المتلقي. يحدد دافيد برلو اربعة شروط اساسية يجب ان تتوفر في المرسل هي: (المكاوي، 2001، صفحة 45)

1-1 مهارات الاتصال: مهارة الكتابة اذا كان الاتصال مكتوب و مهارة الحديث في اتصال شفهي، ثم

مهارة القراءة و مهارة الاستماع، اضافة الى مهارة وزن الامور و القدرة على التفكير، مما يمكنه من اتخاذ القرارات الصائبة لتجاوز اي عوائق في الاتصال.

2-1 اتجاهات المصدر: تؤثر اتجاهات المصدر نحو نفسه و نحو الموضوع ، و نحو المتلقي على

الاتصال بشكل مباشر؛ اذا كان اتجاه المصدر نحو ذاته سلبيا فانه يحتمل ان يؤثر ذلك على الرسالة التي يصنعها و بالتالي على تاثيرها، فالثقة بالنفس عند المصدر تولد عند المتعاملين معه ثقة فيما يقوله او يفعله. اضافة الى اتجاهه نحو الموضوع فكلما كان ايجابيا كان الاتصال فعالا، اما اذا لم يؤمن المصدر بصدق بما يقول فانه يصعب اقناع الاخرين بالموضوع. و اخيرا

اتجاه المصدر نحو المتلقي؛ حيد يدرك المتلقي احترام و تعاطف المصدر معه فانه يصبح اقل انتقادا لرسائله و يزداد احتمال تفهمه و استيعابه للأفكار.

3-1 **مستوى معرفة المصدر:** بمعنى قدرة المعرفة لدى المصدر ، فنحن لا نستطيع ان نقول ما لا نعرف و ان ننقل بفعالية ما لانفهم.

4-1 **النظام الاجتماعي و الثقافي:** يتاثر القائم بالاتصال بمركزه في النظام الاجتماعي و الثقافي، فلكي نحدد تاثير الاتصال، علينا ان نعرف انواع النظم الاجتماعية التي يعمل في اطارها القائم بالاتصال و مكانته و الادوار التي يؤديها و المهام التي يجب ان يقوم بها و الوضع الذي يره فيه الناس، كما اننا بحاجة الى معرفة الاطار الثقافي الذي يعايشه؛ المعتقدات و القيم المسيطرة عليه، و انواع السلوك المقبولة و غير المقبولة لديه، تطلعاته، توقعاته و توقعات الآخرين عنه.

2- **لمتلقي:** و هو مستقبل رسالة او المرسل اليه، و هو الذي توجه له الرسالة، و بذلك فهو اهم حلقة في الاتصال، فالقارئ هو الشخص المهم عندما نكتب، و المستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، و هذا ما يفسر ضرورة فهم طبيعة المتلقي النفسية و الاجتماعية و مستواه التعليمي و اتجاهاته.

3- **الرسالة:** هي المحتوى او مضمون او الفكرة التي يرسلها المرسل الى المتلقي. (بلخيري، 2014، صفحة 17). و يتم التعبير عنها بالرموز اللفظية او غير اللفظية او بهما معا.

4- **الوسيلة:** هي القناة التي يمر من خلالها الاتصال، كما يمكن ان تصل الرسائل للمتلقين عبر قنوات عديدة، فالرسائل الشخصية نستقبلها عن طريق الحواس: السمع، النظر، اللمس و الشم. و الرسائل العامة نتلقاها عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري: الصحف، الإذاعة، التلفزيون، و السينما. و تتسم بعض الوسائل بكونها اكثر فاعلية من غيرها، مما يجعلها عامل أساسي في نجاح الاتصال من عدمه.

5- **الخبرة المشتركة:** يحمل كل فرد منا نطاقا من الخبرات، العادات و التقاليد و المعارف و الاتجاهات و السلوكيات التي تصاحبه، و كلما كان الافراد الذين نتصل بهم لديهم خبرات حياتية مشابهة لنا كلما زادت فرص التفاهم و تحقيق نجاح الاتصال، و العكس صحيح.

6- **التشويش:** هو أي عائق يحول دون مرور الاتصال و وصول الرسالة من المرسل الى المتلقي. وهناك نوعان من التشويش، الأول ينجم عن النقل عبر القناة او الوسيلة و يسمى التشويش الميكانيكي او

تشويش القناة، و يشمل كل ما يسبب اضطرابا في سلامة و سريان النقل الطبيعي للرسالة الاتصالية، مثال: تداخل موجات الراديو و عدم وضوح الصوت، او الصورة في التلفزيون. و ثاني نوع هو التشويش الدلالي، او تشويش في دلالات الالفاظ، يحدث عند استخدام المرسل لكلمات لا يتسع لها فهم المتلقي او الجمهور، ماستعمال كلمات تحمل معان عديدة للمتلقي. (الحكيم، 2015، صفحة 30).

7- رجع الصدى: او التغذية الراجعة او ردة الفعل، هي المعلومات التي تعود مرة أخرى الى المرسل، حيثما يتلقى ردا من المتلقي، (ينطلق من المتلقي الى المرسل، و ذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة

و مدى فهمه لها) (الحكيم، 2015، صفحة 29) و يحيط رجع الصدى القائم بالاتصال علما بتأثير رسالته.

3- خصائص الاتصال:

3-1 عملية مستمرة "دينامية": العملية الاتصالية نشاط مستمر لا تتوقف و لا تجمد عند نقطة او حالة او واقع معين، انما تعتمد على مجمل العوامل الشخصية و الثقافية و البيئية، التي بدورها توحد الشخص مع الطرف او الموقف، تحت مسمى " الموقف الاتصالي"، و عليه فالاتصال لا يحدث من فراغ و انما هي تراكمات و انسجام و سياقات أخرى متصلة، هذا الاستمرار و الدينامية تعني نشاطا تفاعليا و تراكميا مسلسلا بين عناصر المنظومة التي تشكل الفعل الاتصالي.

3-2 تفاعل اجتماعي: يعد الاتصال عملية اشتراك و اندماج مقصودة بين الافراد و الجماعات و هو بذلك يرتبط عضويا بمرجعيتهم الاجتماعية و السياسية و نسق بنائهم الثقافي و الايكولوجي.

يرى هوسرل **Husserl** و هيدجر **Hieddeger** ان التفاعل هو جوهر الاتصال، فالفرد يتفاعل بشكل مشط مع المؤثرات البيئية و الاجتماعية من خلال طبيعته السيكلوجية و تراكم خبراته، و عليه يمكننا القول ان المجتمعات لا يمكن لها العيش و الاستمرار بدون اتصال و في المقابل فالاتصال لا يمكن ان يحدث الا داخل اطار او نسق اجتماعي.

3-3 نظام من الرموز: يعتبر الترميز العملية التي وفقها يقوم الافراد بتحويل الأفكار و المهارات و المفاهيم في اشكال مختزلة، بشكل عمدي او تلقائي، ليتم ادراكها و من ثم تعديل السلوك في ضوءها او

القيام بنقلها الى الآخرين. و تشكل العلاقة الرمزية جوهر العملية الاتصالية، حيث ينشأ معنى الرمز من التفاعل الإنساني و هو ما يبقيه و يثريه، و هو ما يسمى بالتفاعل الرمزي.

4- وظائف وسائل الاعلام للمجتمع:

حدد عالم السياسة "هارولد لازويل" ثلاث وظائف لوسائل الاعلام:

- مراقبة البيئة: وذلك من خلال تجميع المعلومات و توزيعها داخل المجتمع او خارجه، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف.
- ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة: إيجاد الترابط بين أجزاء المجتمع، او ردود أفعال المجتمع اتجاه البيئة المحيطة، ففي المجتمع الديمقراطي يتم توحيد الراي العام من خلال تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع، و يرى لازويل ان خير من يقوم بهذه المهمة هم الصحفيون، و المتحدثون في وسائل الاعلام.
- نقل التراث من جيل الى اخر: كان الآباء و الأمهات هم من ينقلون التراث الثقافي الاجتماعي عبر الأجيال، و أصبحت وسائل الاعلام تقوم بدور كبير في هذا المجال، حيث تعمل على تمرير القيم و التقاليد من الأجيال السابقة الى التالية.

أسئلة للمناقشة:

يعتمد نجاح الاتصال على مجموعة من العناصر؟

يتميز الاتصال كونه فعل اجتماعي بمجموعة من الخصائص ماهي؟

لنجاح العملية الاتصالية لابد ان يحظى القائم بالاتصال بمجموعة من الخصائص ماهي؟

تؤدي وسائل الاعلام مجموعة من الوظائف ماهي؟

المحاضرة الثالثة: الاتصال و المفاهيم المشابهة له:

1- الاعلام:

هو جزء من الاتصال، و هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق التي تساعد على بناء و تكوين رأي صائب. و الاعلام هو نشر للأخبار و المعلومات الدقيقة المرتكزة على الصدق. و هو الاتصال الذي تسود فيه وسائل الاتصال الجماهيري، (الصحافة، الإذاعة، التلفزيون...). و يتسم الاتصال الجماهيري بقدرته على توصيل الرسائل الى جمهور عريض متباين الاتجاهات و المستويات، و افراده غير معروفين للقائم بالاتصال.

2- الراي العام:

يقول السياسي الألماني بسمارك: " يتكون الراي العام الحقيقي في باطن حياة الشعب، و تكونه عناصر سياسية، دينية و اجتماعية، و الراي العام هو التيار اليومي الذي يغلب صوته صوت الاخرين في الصحافة و جلسات البرلمان.

و يقول أستاذ الراي العام الأمريكي " البج": ان الراي العام ينتج عن تفاعل أفكار الافراد في أي شكل من اشكال الجماعة".

و الراي العام هو الراي السائد بين اغلبية الشعب الواعية في فترة معينة، بالنسبة لقضية او اكثر يحتدم فيها الجدل و النقاش و تمس مصالح هذه الأغلبية او قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا. (مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، ص20).

2-1 أنواع الراي العام: هناك عدة تقسيمات نذكر منها:

تقسيم حسب النظم السياسية للمجتمع الحديث:

- راي عام ظاهر في الدول الديمقراطية.
- راي عام كامن في الدول التي تفتقد الى الديمقراطية.

التقسيم حسب النطاق الجغرافي:

- راي عام وطني: ينبع عن مواطني وطن واحد، او في حدود جغرافية محددة.

- رأي عام إقليمي: يشمل الرأي السائد بين مواطني دول متجاورة جغرافيا في القضايا المشتركة بينهم.

- رأي عام عالمي: و يشمل الرأي السائد في العالم اجمع و يخص القضايا التي تمس مصالح الشعوب.

3- الدعاية: هي المحاولة المقصودة التي يقوم بها فرد او جماعة من اجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى او التحكم فيها و تغييرها و ذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال، و الهدف من ذلك ان تكون ردود فعل الناس المتعرضين لتاثير الدعاية هو نفسه رد الفعل الذي يرغبه الداعية (القائم بالدعاية).

و هي اثاره للرأي العام على نطاق واسع بغرض نشر الأفكار، و يعرفها مرتون: بانها مجموعة من الزمر التي تؤثر على الرأي او الاعتقاد او السلوك، و ذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها.

و قد كانت بداية الدعاية في المانيا النازية في الثلاثينات من القرن الماضي، ثم تبنتها و طورتها الولايات المتحدة الامريكية طيلة الحرب الباردة، حيث تجلت هذه الدعاية بوضوح و سيطرة وسائل الاعلام الغربية خاصة الامريكية، و التي تدور في فلكها بعد انهيار الاتحاد السوفياتي، و مازالت تشكل الذراع الإعلامي و السياسي لمشاريع الهيمنة الامريكية في العالم، هذه الدعاية التي ربطها البرفيسور جامعة كولومبيا مايكل شوكاس مباشرة بالكذب و التلاعب المقصود بالوعي، تعني النشر الموجه للتصورات المزيفة عن قصد بهدف تحريض الناس على القيام بافعال تلبي الأهداف المقررة مسبقا من قبل جهات معينة. (الشحف، 2015، صفحة 10)

3-1 أنواعها:

الاجتماعية، الدينية، التجارية.... الخ اما الدعاية السياسية يمكن تقسيمها الى:

الدعاية البيضاء: وهي دعاية واضحة شفافة و التي يمكن الدفاع عن مضمونها بحجج مقنعة فهي تقوم على أسس الحق و الحرية و المبادئ الإنسانية كالدعاية لحقوق الانسان و الحفاظ على البيئة و محاربة الطغيان و مساندة القضايا التي تتوافق مع قيم العدل و الديمقراطية و الشرعية و تسمى بالدعاية المكشوفة او الدعاية المباشرة.

الدعاية الرمادية: وهي دعاية تمتلك قوة الاقناع و التوجيه و هي في خطابها و عناصرها تخفي أمورا غير تلك التي تعلنها، غير انه من الممكن الوقوف على غايتها الحقيقة و ذلك من خلال التدقيق في أهدافها و طبيعة الجماعات و القوى التي تقف وراءها و بالتالي فضحها و الكشف عن غايتها الحقيقية.

الدعاية السوداء: و هي دعاية خفية تقترب من الشائعات، مجهولة المصدر، هذه الدعاية تقوم بها أجهزة المخابرات و العملاء السريون، هذه الدعاية تنمو و تتولد بطرق خفية و هي تتداخل مع حرب الشائعات و الحرب النفسية التي تنشط خلال الحروب و تسمى بالدعاية المستورة او غير المباشرة.

4- العلاقات العامة:

تعرف على انها إدارة العلاقات الاستراتيجية بين المؤسسة و جماهيرها، و العمل على دعم و توثيق تلك العلاقات برؤى استراتيجية، مخطط لها، بهدف تكوين صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة.

و العلاقات العامة كعلم اجتماعي و سلوكي تطبيقي هي تلك الوظيفة التي تتضمن:

قياس اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة و تقويمها و تفسيرها.

تحقيق التوازن بين اهداف المنظمة و اهداف الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.

تخطيط البرامج الراقية و تنفيذها لكسب رضا الجماهير و تفهمها.

مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية الى زيادة التفاهم و الوفاق بين المنظمة و خططها و سياستها و الافراد العاملين فيها. (الهالي، 2013، صفحة 28)

و تهدف العلاقات العامة في أي مؤسسة او منظمة خاصة او عامة الى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن اجمالها:

اعلام الجمهور بسياسة تلك المؤسسة او خدماتها او منتجاتها حتى يكونوا على علم و اطلاع دائم، وذلك لتوثيق و تيسير التعاون البناء و تسهم في نقل متطلبات الجمهور و أفكارهم الى إدارة المؤسسة من اجل دراستها و تلبية احتياجاتها قدر الإمكان.

العمل على معرفة متطلبات العاملين في المؤسسة من النواحي الثقافية و الترويجية و العمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم و تشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية و الاجتماعية و المشاركة

مع إدارة المؤسسات الأخرى في اعداد المواد الإعلامية و المطبوعات الثقافية و النشرات المتعلقة باعمال و منتجات المؤسسة كادارة التسويق او الانتاج او الافراد ... لتعريف الجمهور بذلك.

الاسهام في توثيق الاتصال بين المؤسسة و الجهات او المنظمات الأخرى، و استخدام مختلف وسائل الاتصال المكتوب، السمعي و البصري او مختلف وسائل الاتصال الأخرى كالهاتف و البريد الالكتروني و شبكة الانترنت. (الهالي، 2013، صفحة 30)

5- الإشهار:

عملية اتصال تهدف الى التأثير من خلال وسائل الاعلام او الاتصال، و بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة الى فئات من المستهلكين. و يعرف على انه مجموعة من الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسات التجارية للتعريف بمنتجاتها.

يعرف الإعلان بانه فن الاقناع و انه رسالة اتصالية اقناعية موجهة الى الجمهور بما يعلن عنه، و هو عملية اتصالية تهدف الى تأثير بائع على مشتري و يتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال عامة.

و الاشهار هو مزيج يضم عمليات تسويقية، ترويجية، اتصالية، و ابتكارية، و نفسية مختلفة، تتعاون في أدائه عدة اطراف: تشمل كل من المعلن، وكالة الاشهار، الوسائل الاشهارية، كما يقوم أيضا على دراسة و معرفة كاملة للجمهور المستهدف. (شعبان، 2011، صفحة 7)

و الإعلان هو مجموعة من الأنشطة و الفعاليات و الاتصالات غير الشخصية مدفوعة الثمن التي يمارسها البائع على المتلقي من خلال وسائل الاتصال المختلفة و يفصح فيها المعلن عن شخصيته بقصد التأثير عليه و استمالته لاقتناء السلعة او خدمة او فكرة ينتجها البائع. و الإعلان هو عنصر من عناصر المزيج الترويجي

5-1 عناصر الإعلان:

الأهداف: الأهداف التي تسعى المنظمة الى تحقيقها، تتعلق بالاخبار عن السلعة او الاقناع، او التذكير بالمنتجات او الخدمات.

النقود: وهي مقدار المبالغ المالية التي يتم تخصيصها لتغطية النشاط الاعلاني، و تسمى ميزانية الإعلان.

الرسالة: و هي المضمون الذي تسعى المنظمة لايصاله الى الجمهور و خلق التأثير فيهم و تحتوي الرسالة على العناصر التالية:

خلق الرغبة لدى المشتري، بيان الجوانب التي تميز المنتج عن غيره. لابد ان تكون الرسالة صادقة و خالية من مظاهر المغالاة او الابتعاد عن الحقيقة.

الوسيلة: و هي اهم عنصر من عناصر الإعلان، يتم من خلالها إيصال الرسالة الاعلانية الى الجمهور المستهدف.

القياس: يرتبط هذا العنصر بالتخطيط الجيد للإعلان و الرقابة عليه و هو ما ينعكس في النهاية على قياس فاعلية الإعلان و مدى تأثيره. و على الرغم من محدودية الأسس المستخدمة في قياس فاعلية الإعلان الا انه يمكن ملاحظة النتائج المحققة من خلال عمليات البيع و التطورات الحاصلة فيه او في حالة التدهور. (المحمدي، 2014، صفحة 31)

أسئلة للمناقشة:

ما الفرق بين الاعلام و الاتصال؟

ما الفرق بين الاشهار و الإعلان؟

ما الفرق بين الاشاعة و الدعاية.

المحاضرة الرابعة: التطور التاريخي للاتصال:

لازمت ظاهرة الاتصال الانسان منذ وجوده في تجمعات بشرية، و قد خضعت هذه العملية لعدة معايير من اجل معرفة تاريخها و مراحل تطورها. و برى مارشال مكلوهان ان الاتصال تطور عبر مراحل تاريخية كانت تكنولوجيا الاتصال هي العامل الأساسي في التحول من مرحلة الى أخرى. هذا و قد مر الاتصال الإنساني بمجموعة من المحطات الفاصلة في تاريخ الاتصال البشري حيث سميت ثورات نتيجة عمق تأثيرها على الفرد و المجتمع، ولتفسير المراحل المميزة لتطور الاتصال الإنساني استخدمنا نظرية الانتقالات "theory of translations" (حسن عماد الدين المكاوي، ليلي حسين السيد، ص 79). التي قدمت تطور الاتصال بشيء من التفصيل و لا ننكر وجود أساليب و دراسات أخرى عالجت هذا الموضوع.

1- المرحلة الأولى: عصر الإشارات و العلامات:

لازمت ظاهرة الاتصال الانسان منذ وجوده في تجمعات بشرية، فلا يمكن الحديث عن مجتمع او تجمع بشري دون الحديث عن العملية الاتصالية، و قد خضعت الى هذه العملية لعدة معايير من اجل معرفة تاريخها، و مراحل تطورها. و الاحتمال الأرجح ان الانسان البدائي مارس الاتصال من خلال أصوات محدودة، كان قادرا على إصدارها من الناحية الجسمية و الطبيعية مثل: الهمهمة، الزمجرة، الصراخ، الدمدمة، إضافة الى لغة الجسد، التي تتمثل في إشارات الابدني و الارجل، و حركات أخرى. و الناس في عصر الإشارات و العلامات مان يتعين عليهم تكوين رسائل بسيطة، و نقلها بطريقة بطيئة و سهلة. (حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد، ص 92).

2- المرحلة الثانية: عصر اللغة و التخاطب:

يرجح ان اللغة ظهرت لدى انسان الكرومانيون او انسان الكهف الذي عاش في مرحلة ما قبل التاريخ، حيث كانت له جمجمة و حنجرة و لسان (صندوق صوت) يشبه تماما تلك الموجودة لدى الانسان المعاصر (كمال عبد الرؤف، نظريات وسائل الاعلام، ص 44)، و يبدو ان اللغة او التخاطب قد ظهر في وقت ما خلال الفترة 35 الف و 40 الف سنة مضت.

وقد كان لهذا الشكل من السلوك الإنساني نتائج عميقة سواء بالنسبة للأفراد أو المجتمع، فقد ساعدت اللغة الجنس البشري على التأقلم معلا بيئته الطبيعية و الاجتماعية بوسائل لم نكت موجودة من قبل. كما أتاح التحول الى الاتصال بالتخاطب و اللغة الى احداث تعديلات مثيرة للوجود الإنساني، حيث انتقلت مجتمعات عديدة من أساليب لحياة بالصيد و جمع الثمار الى تطوير حضارات كبرى، مع انه لم تكم اللغة وحدها من احداث كل هذه التغيرات و لكن مان من المستحيل ان تحدث بدون لغة.(كمال عبد الرؤوف، ص 46).

3- المرحلة الثالثة: عصر الكتابة:

استغرق الامر ملايين السنين حتى توصل الجنس البشري الى القدرة على استخدام اللغة، و استغرق الامر عدة قرون حتى تصبح الكتابة احدى الحقائق الإنسانية.

ان قصة الكتابة هي قصة الانتقال من الكتابة التصويرية او الوصف التصويري الى نظم علم الصوتيات و من التعبير عن الافكار المعقدة بالصور و الرسومات الى استخدام الحروف البسيطة.

الكتابة التصويرية: تعتبر الكتابة التصويرية الخطوة الأولى في تاريخ الكتابة عامة و قد بدأت بعد فترة من الاستقرار الزراعي، حيث ظهرت منذ حوالي ستة الاف سنة النقوش المعبرة عن المعاني، و قد حدث ذلك في مصر و مملكة ما بين النهرين، وكانت هذه النقوش عبارة عن صور بدائية مرسومة او محفورة على الجدران و الاسطح. و كان نظام الكتابة التصويرية لدى المصريين القداما يشبه اللغة الصينية المعاصرة حيث يمثل كل رمز فكرة معينة، مما جعل اتقانها يقتصر على المختصين و الصفوة فقط، و كان كاتب المخطوطات يدرس لسنوات لمعرفة الرموز التي يحتاجها لتدوين الرسائل باللغة الهيروغليفية او لفك رموزها للثرياء و ذوي النفوذ.

الكتابة على أساس النطق: طور السومريون نمطا اخر من الكتابة التي تعتمد على الرموز التي تعكس أصواتا محددة، ففي عام 1700 قبل الميلاد توصل السومريون الى فكرة ان يعبر مل رمز صغير عن صوت محدد، بدلا من فكرة او شيء، فبدلا من الاف الرموز المنفصلة اصبح المطلوب عدد اقل من الرموز للتعبير عن أصوات المقاطع التي تتكون منها الكلمات. و كان ذلك خطوة كبيرة في تطور الكتابة.(حسن عماد المكاوي، ص 97).

الكتابة الالفبائية: ظهرت منذ حوالي سبع مئة عام قبل الميلاد، و تعتمد فكرة الكتابة الالفبائية على استخدام رموز الحروف للتعبير عن الأصوات الساكنة و المتحركة بدلا من المقاطع الصوتية، مما أدى الى نقصان الرموز الى اقل من مئة، و اليوم لدينا 26 في اللغة الإنجليزية و 28 في اللغة العربية.

و قد أدى ظهور الكتابة و تطورها الى إيجاد نوع من القوة و السيطرة لمالكها كالسيطرة على الطبيعة من خلال تدوين اكتشافات العلم و الفلك و التنبؤ هذا من جهة و من جهة أخرى السيطرة على الناس، حيث ان اكتساب مهارة الكتابة يعد مصدرا عظيما للسلطة و المكانة . وقد كان الناس يسجلون رسائلهم و ينسخونها بالأيدي (حفر او كتابة) على مواد طبيعية مما توفر لهم كالحجر و الخشب و النحاس.

مع مرور الزمن ظهرت الحاجة الى الحصول على مادة للكتابة تكون سهلة الحمل والاستعمال، وقد اجتهد المصريون القدماء، فاستخدموا ورق البردي الذي انتقل الى اليونانيين و الرومان ثم تمكن الصينيون من اختراع الورق من لحاء شجر التوت حوالي 105 م (فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام و الاتصال، ص 37)، و بالرغم من احتكار هؤلاء لسر اكتشافهم استطاع المسلمون الحصول عليه بعد امتداد فتوحاتهم لتتجاوز الصين شرقا، ثم طوروه فانتجوا ورقا من الياف الكتان، ثم اول مصنع لانتاج الورق في التاريخ في مدينة سمرقند (أوزبكستان). و في منتصف القرن الثاني عشر انشا المسلمون مطاحن للورق في اسبانيا ثم اول مصنع للورق في اروبا في صقلية (إيطاليا)، وبذلك انتقلت صناعة الورق و مطاحنه الى اروبا التي استحوذت على تطويرها منذ القرن الثالث عشر

4- عصر الطباعة:

استمر الوضع كذلك الى حد اكتشاف المطبعة اليدوية في القرن الخامس عشر ثم اكتشاف المطبعة الميكانيكية الأولى مطلع القرن التاسع عشر، و قد مثل اختراع المطبعة من طرف جوتنبرغ 1436 عند البعض فاصلا حقيقيا بين العصور القديمة و العصور الحديثة، و كان اول ما طبع جوتنبرغ هو الانجيل ليسهل عليه تسويقه للاثرياء، و مع مولد القرن السادس عشر كانت المطابع تنتج الاف النسخ من الكتب. و قد أدى ظهور المطابع و الكتب رخيصة الثمن الى بداية ثورة على التعاليم الدينية، و أدى ظهور المذهب البروتستنتي الى مزيد من التغيرات العميقة التي كان لها اثرها على المجتمع الغربي،(المكاوي، حسن عماد، ص 102). و قد ادرك الناس آنذاك القيمة و الفائدة الاجتماعية للكتب و الوثائق المطبوعة، فاصبحت الطباعة سلاحا في ايدي من تول السلطة و سلاحا للثورة على السلطة، حيث وسع اختراع

الطباعة نطاق جماعات الجماهير القارئة و حطم احتكار الكنيسة الكاثوليكية لنشر الأفكار الدينية، و كانت علامة لعهد جديد تتصارع فيه الأفكار في مجال الشؤون الدينية، و ساهم في عصر النهضة الأوروبية من خلال تحرير عقول الناس في المجال الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي، كما ساعدت التحولات الاقتصادية التي حدثت بعد ذلك بما فيها ارتفاع شأن طبقات التجار و رجال الاعمال، في نشر الأفكار الجديدة و خلق جماعات جديدة من القراء ينتمي الى طبقات اجتماعية لم تساهم من قبل بشكل إيجابي و فعال في الشؤون العامة. وشهد القرن 16 و القرن 17 ازديادا في عدد المطابع و الكتب و ظهرت الدوريات المطبوعة التي تتضمن اخبارا و آراء، مما شجع على انتشار الأفكار الجديدة و جعلها تتنافس و تتصارع، و كان لهذا تأثير تدريجي و بطيء على من يعتنقون الأفكار و الآراء المستحدثة، و أدى هذا الاتساع الى اهتمام المؤرخين و فلاسفة السياسة بالامكانات الهائلة لوسائل الاعلام المطبوعة، حيث اكد عالم الاجتماع الأمريكي تشارلز كولي ان وسائل الاعلام المطبوعة كانت اكثر تأثيرا من حيث قدرتها على التعبير و نقل الأفكار و المشاعر على نطاق واسع، و التغلب على المسافة من خلال سرعتها في الوصول الى القارئ و كذلك من خلال خاصية الانتشار و الوصول الى جميع الطبقات، و كان من الواضح ان عصر الاتصال الجماهيري سيلغي حدود العزلة بين الناس في العالم، و سوف يحقق تغيرات كبيرة في تنظيم و عمل المجتمع. (عماد المكاوي حسن، ص 103).

لقد لعبت المنشورات السياسية والصحف دورا أساسيا في قيام الثورتين الفرنسية والامريكية، وفتت الأفكار الليبرالية للثورة الفرنسية انتباه الطبقات العاملة من خلال النشرات الشعبية، كما اثارت اهتماما بالقراءة بين تلك الفئات.

5- عصر الاتصال الجماهيري :

خلال القرن 19 بدأت تتسارع الاختراعات حيث ظهر عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لنتائج الثورة الصناعية، حيث أدى التوسع في التصنيع الى زيادة الطلب على المواد الخام و فتح أسواق جديدة خارج الحدود، كما برزت الحاجة الى اكتشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، و عليه فقد اكتشف العالم الإنجليزي وليم سترجون الموجات الكهرومغناطيسية عام 1824، و استطاع صمويل مورس اختراع التلغراف عام 1837، و اخترع جراهام بيل الهاتف عام 1876، و في عام 1877 اخترع توماس اديسون جهاز الانفوغراف، ثم تمكن العالم الألماني اميل برلنجر عام 1887 من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت ، و بدا تسويق الة الانفوغراف كوسيلة شعبية عام 1890 لتقديم

الموسيقى في الأماكن العامة. وفي عام 1896 تمكن العالم الإيطالي جوليليمو ماركوني من اختراع اللاسلكي، و كانت تلك المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت الى مسافات بعيدة دون استخدام اسلاك. و قد كان الالمان و الكنديون اول من بدا في توجيه خدمات إذاعية منتظمة منذ عام 1919، ثم تبعهم الولايات المتحدة الامريكية عام 1920. (عماد المكاوي حسن، ص 105)، و قد بدأت تجارب التلفزيون في الولايات المتحدة الامريكية منذ أواخر العشرينات مستفيدة مما سبقها من دراسات و تجارب في مجال الكهرباء و التصوير الفوتوغرافي و الاتصالات السلكية و اللاسلكية. كما شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورا هائل في مجال تكنولوجيا الاتصال ما قد يتضاءل امامه ما تم اكتشافه فيما سبق من قرون و لعل ابرز مظاهر هذا التطور التكنولوجي هو الحاسبات و الأقمار الصناعية و الهواتف الذكية و اندماج الوسائط في حامل واحد مما أتاح إمكانية ارسال و استقبال النصوص و الصور و الأصوات عبر الدول و القارات بشكل سريع.

أسئلة للمناقشة:

كان تطور الاتصال في المجتمعات البشرية نتيجة للتطور التكنولوجي فيها. كيف علل؟

ماهي مميزات مرحلة الاتصال الجماهيري؟

ما الفرق بين مرحلة الاتصال الجماهيري و الاتصال التفاعلي؟

المحاضرة الخامسة: الصحافة

1- **الصحف:** يشير قاموس المحيط الى ان الصحيفة: الكتاب، و جمعها صحائف و صحف. و هي في المنجد و الوسيط: مهنة من يجمع الاخبار و الآراء و ينشرها في صحيفة او مجلة.(فؤاد الساري، وسائل الاعلام النشأة و التطور، ص 46). و هي مجموعة من الصفحات التي تنشر يوميا، او في مواعيد منتظمة، وتستخدم كلمة *press* بمعنى صحافة، و تعني شيئا مرتبطا بالطبع و النشر، و الاخبار و المعلومات. (بلخيري رضوان، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال نشأتها و تطورها، ص 54).

و الصحافة حسب الأستاذ دليو فضيل عبارة عن إصدارات مطبوعة او الكترونية تنشر دوريا الاخبار في مختلف المجالات و تشرحها و تعلق عليها، و يكون ذلك بطبع اعداد كبيرة بغرض النشر و التوزيع و/ او بالعرض الالكتروني في مواقع خاصة، و هو امر يختلف عن تعريف الصحافة كمؤسسة او مهنة.

2- **المجلة:** و تعني مطبوعا مغلفا لا تقل دورته عن أسبوع الا نادرا و نوعية الورق جيدة و ثمنه

اغلى من ثمن اليومية، و قد اصبح للكثير منها نسخة الكترونية، و ظهر هذا النوع من الصحافة (مجلات) في اوروبا مطلع القرن السابع عشر (هولندا 1605) حيث كانت عبارة عن سلسلة مواضيع ذات اهتمام عام ضمت في ارهاصاتها الأولى مجموعة مقالات متنوعة تحص الادب، العلوم و مع مرور الزمن أصبحت محتوياتها اكثر تنوعا، بالإضافة الى ميزتها الأساسية المتمثلة في كثرة استعمالها للصور بالأبيض و الأسود منذ 1882 و الملونة بعد الحرب العالمية الأولى .

ساهم اول اصدار انجليزي يحمل اسم هذا النوع من الصحف عام 1731 *The gentlemen's magazine* في تحديد بعض خصائص المجلة و طبيعة محتوياتها، بحيث ضمنها مؤسسها *Edward Cave* ثلاثة ملفات متفاوتة الحجم: التقرير السياسي، التقرير الاجتماعي و التسلية، و هذا النوع سيعرف لاحقا باسم المجلات العامة مع تميزه بشكل محدود و حجم كثيف. ومنذ الثمانينات من القرن نفسه عرفت المجلة بعض التطور بقيادة الامركيين الذين عملوا على جعلها، متخصصة لقطاعات جماهيرية مختلفة: نساء، أطفال...، وطنية بعد ان كانت محلية و قبل ان تصبح دولية، جماهيرية اذ بلغ عددها في أمريكا عام 1900 اكثر من 3000 مجلة. (دليو، فضيل، ص 88).

3- أهمية الصحافة:

تعتبر الصحف وسيلة من أساليب صناعة و تشكيل الراي العام كما تعد من مقومات الحياة الفكرية و السياسية في المجتمعات الحديثة.

و تقرأ الصحف من اجل الاطلاع على الاخبار و الوقوف على أحوال المحيط الاجتماعي و الثقافي و الاقتصادي و السياسي. و معرفة القضايا التي يتحدث عنها الراي العام. كما تقرأ للتسلية و الامتاع.

اما الحكومات و السلطات الرسمية، المدنية و العسكرية في جميع بلدان العالم فتستعملها كسلاح قوي للدفاع عن افكارها السياسية و خصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها، (دليو فضيل، ص 83). يقول الزعيم الشيوعي السوفيتي " خروتشوف": الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيس، و نحن نوجب عليها ان تتكل بخصوم الطبقة العاملة و أعداء العاملين جميعا في المجتمع الشيوعي. (دليو فضيل، ص 83). و يقول المستشرق "جب" حين يستعرض انجح الوسائل لتغريب المسلمين: " للوصول الى هذا التطور الابدع...الذي أصبح الاشكال الخارجية بدونه مجرد مظاهر سطحية، يجب الا ينحصر تخطيطنا في الاعتماد على التعليم في المدارس، بل يجب ان يكون الاهتمام الأكبر منصرفا الى خلق راي عام، و السبيل الى ذلك هو الاعتماد على الصحافة، ان النشاط التعليمي و الثقافي عن طريق المدارس العصرية و الصحافة قد ترك في المسلمين اثرا جعلهم يبدون في مظهرهم العام لا دينيين الى حد بعيد. (فواد الساري، ص 37).

4- نشأة و تطور الصحافة:

كانت أولى الصحف عبارة عن مخطوطات تنشرها الحكومة في الأماكن العامة، و كانت اول صحيفة إخبارية هي "اكتا ديبيرنا" او الاحداث اليومية، التي بدأت في روما 59ق.م اما بالنسبة للصحافة الحديثة فترجع البدايات الأولى الى أواخر القرن السادس عشر في إيطاليا ثم فرنسا ثم إنجلترا، اما البداية الرسمية للصحافة فتعود الى فرنسا، حيث أسست اول صحيفة رسمية سنة 1631، *la gazette de france* وقد بدأت الصحافة عامة خبرية و ذلك لتزامنها مع تغير المجتمعات الأوروبية من النظام الاقطاعي الى الراس مالي و ظهور طبقة برجوازية نامية التي تسعى لمعرفة اخبار التجارة و المال، و تغيرات السوق، و قد ساعد انتشار الخدمات البريدية على سرعة وصول الصحف الى المشتركين، و عليه فقد تولدت الصحافة عن الحاجة الى المعلومات المرتبطة أساسا بالحاجة الى الحرية، و ليس من الصدفة ان نردها

الى الثورة الفرنسية 1789 التي قلبت نظام الحكم من ملكي الى ديمقراطي، بعد ان تم اعدام الملك لويس السادس عشر و ماري انطوانيت و تم الاعتراف الرسمي بحرية الصحافة في فرنسا خلال سنة 1791 أي بعد عامين من الثورة الفرنسية التي أسست لحقوق الانسان و الهمة هيئة الأمم المتحدة التي اقتبست منها في ميثاقها المعلن عام 1948 خاصة ما له علاقة بحرية الراي و التعبير و حرية التجمع.

لقد ساهمت الثورة الفرنسية في قلب مقاييس الصحافة في اوروبا الغربية كلها و في فرنسا تحديدا، حيث تحولت من صحف إخبارية بحتة الى صحافة خبر و راي، بل قد تفوق الراي في بعضها من ناحية الأهمية عن الخبر، و ساعد على ذلك إقرار الثورة لمبادئ حرية الصحافة و تطبيقها فيما بعد، و قد غير ذلك من نظرة المثقفين للصحافة، و اندفع عدد منهم الى اصدار الصحف للتعبير عن آرائهم و أفكارهم، يقول بروسو احد رواد الصحافة الفرنسية: " لا نحتاج الى برهان كبير عن فائدة الصحيفة و ضرورتها في الأوضاع الراهنة للامة الفرنسية، و علينا إيجاد سبيل لتنقيف جميع الفرنسيين، و بنفقة قليلة و بشكل لا يتعبهم، و هذا السبيل هو الصحف السياسية او المجلة."

حملت الصحافة الفرنسية اول صحيفة رسمية كما احتلت الصدارة حتى عام 1914 بين صحف العالم من ناحية ضخامة التوزيع، كما احتضنت فرنسا اول وكالة صحفية أسسها "شارل هافاس" بباريس عام 1832، و في عام 1836 قام "جيرار دي تاك" بإصدار عدة صحف ثمن الواحدة عشر سنتات، و في عام 1863 قام ميلو بتأسيس اول صحيفة شعبية ذات حجم متوسط و هي *le petit journal*. و في عام 1914 اصبح *le petit parisien* الذي كان يوزع منه اكثر من مليون و نصف نسخة بمثابة اكبر مؤسسة صحفية في العالم، اما *le figaro* فهي أطول الجرائد الباريسية عمرا فقد تاسست عام 1853، و بدأت تصدر في شكل يومية منذ عام 1866، اما *le monde* فتعتبر مرجعا للتفوق و الامتياز، لما لها من طابع جدي في معالجة المواضيع، تنوع المعلومات و نوعية التحقيقات و القضايا و الموضوعات إضافة الى التعليقات التي تنجزها. و تحظى *le monde* بمكانة استثنائية في عالم الصحافة الفرنسية.

أسئلة للمناقشة:

اثرث الثورة الفرنسية على الحياة الإعلامية في الصحافة المكتوبة كيف ؟

تعتبر الصحافة المكتوبة اول وسيلة اتصال جماهيرية، بين أهميتها؟

المحاضرة السادسة: الصحافة في العالم.

1- الصحافة البريطانية:

تتمتع الصحافة في بريطانيا العظمى بنفوذ كبير على الرأي العام و هو اكبر نسبيا اذا ما قارناه بالصحافة في الدول الاروبية الأخرى. و تعتبر الصحافة في بريطانيا من العوامل التي تبرر لنا بقاء الخصائص والمميزات العديدة للوطنية القومية البريطانية. و ظهرت عام 1702 اول الصحف اليومية في لندن *daily courant* (فؤاد الساري، ص 59) اما صحيفة التايمز فتعتبر رمزا للصحافة المرموقة تأسست عام 1785 من طرف جوهان ولتر تحت اسم *daily universal register* و اتخذت اسمها الحال عام 1788، و كانت من افضل الجرائد في العالم و قد بيعت عدة مرات بسبب مشاكل مالية.

2- الصحافة في الولايات المتحدة الامريكية:

صدرت اول صحيفة في المستعمرات البريطانية في أمريكا الشمالية و كانت السلطة هي من تصدرها بمعنى انها كانت تصدر بموجب ترخيص من الحكام الاستعماريين. و اول صحيفة فقد ظهرت عام 1690 *the public occurrence* اما اول صحيفة دورية صدرت كانت *Boston news-Letter* و كانت أسبوعية بدا صدورها عام 1704، و اول صحيفة مستقلة صدرت بالمستعمرات البريطانية هي *New-England courant* عام 1721. و كان اصدار الصحف مرتبطا بمدير البريد، فقد اصدرجون كامبل مدير البريد في بوسطن صحيفة بوسطن نيوز لتر، و اصدر خلفه وليم بروكر صحيفة باسم جازيت، و تعاقب على اصدار تلك الصحف خمسة مديري للبريد.

3- العصر الذهبي للصحافة:

شهد النصف الثاني من القرن 19 ازدهارا كبيرا في مجال الصحافة الغربية خصوصا منها اليومية، و قد سميت هذه الفترة بالعصر الذهبي للصحافة وقد ساعدت عوامل كثيرة هذا الازدهار نذكر منها:

- ظهور وكالات الانباء هافاس بباريس، اسشيانيد برس في نيويورك، رويترز في مدينة لندن، وقامت هذه الوكالات بجمع الاخبار و الاحداث و المعلومات و توزيعها بصفة سريعة على مختلف الصحف التي تقوم بابرار عقود تجارية معها، مما سهل عمل الصحافة.

- اكتشاف وسائل طبع جديدة مما سمح بارتفاع عدد النسخ من 300 نسخة في الساعة الواحدة الى 18000 نسخة، و يصل اليوم الى ما يفوق 100000 نسخة.
 - انتشار التعليم و توسيع شبكة المواصلات و بالتالي عرفت الصحافة رواجاً كبيراً يلتمس من خلال الأرقام التالية:
- سنة 1910 وجد بالولايات المتحدة الامريكية 3430 يومية، وفي المانيا 2200 يومية، و 60 يومية في مدينة باريس وحدها، و كانت جريدة دايلى ميرور لوحدها تسحب اكثر من مليون نسخة.

4- الصحافة كسلطة رابعة:

يستخدم مفهوم الصحافة كسلطة رابعة لمقارنة الصحافة (وسائل الاعلام عموماً) بفروع مونتسكيو الثلاثة للحكومة و هي: التشريعية، التنفيذية، و القضائية، و قد قال ادموند بروك بهذا الصدد: " ثلاث سلطات تجتمع تحت سقف البرلمان، لكم هناك في قاعة المراسلين تجلس السلطة الرابعة و هي اهم منكم جميعاً". ان تطور الاعلام الغربي كان موازياً لتطور الليبرالية في اوروبا و الولايات المتحدة الامريكية. وقد كتب سايبيرت في مقالة بعنوان النظرية الليبرالية لحرية الصحافة: لفهم المبادئ التي تحكم الصحافة في ظل الحكومات الديمقراطية، ينبغي للمرء ان يفهم فلسفة الليبرالية الأساسية و التي تطورت طوال الفترة بين القرن السابع عشر و التاسع عشر.

لم تكن حرية التعبير حقاً تمنحه الدول بل حقاً يتمتع به الفرد وفق القانون الطبيعي. لذا كانت حرية الصحافة جزء لا يتجزأ من الحقوق الفردية للإنسان التي تدعمها الأيديولوجية الليبرالية. ان الفكرة الليبرالية للحرية تتمثل في انها الخلاص من الاضداد، حرية الفرد في التطور من دون معوقات. و تعتبر هذه الفكرة مضادة لبعض الفلسفات مثل الفلسفة الاشتراكية للصحافة. (على كنعان، الصحافة، ص 31). و تمثل وظيفة الرقيب العمومي احد الدروع الأساسية لحماية المجتمع و صيانتها من الفساد و المخالفات و إساءة استخدام السلطة، كما تلعب الصحافة دوراً في الدفاع عن الصالح العام. و كونت الصحافة على طول مسارها التاريخي صورة لها كسلطة رابعة مستقلة، تعمل كهمزة وصل بين الحاكم و المحكوم، تنتقد الحكومة و تكشف مساوئها، تنير الراي العام بالوقائع و الآراء الموضوعية و الحيادية، و يعكس عدد العناوين الصحفية مجمل التيارات الفكرية في سوق الأفكار، و قد اختار الصحفيون مهنة الصحافة رغم متاعبها بحثاً عن الحقيقة، و من اجل الدفاع عن العدل في الحياة، و قد كانت كفأتهم عالية، و كانوا مثقفين و مبدعين فكرياً و مؤثرين سياسياً. كما نجد

فيهم ضحايا البحث عن الحقيقة و الكلمة الحرة خاصة خلال الازمات و الحروب و بذلك فرضت الصحافة نفسها على المجتمع كمؤسسة ذات شان على امتداد السنين.

5- حرية الصحافة في العالم:

تقوم حرية الصحافة على مبدأ حرية التعبير الذي يعتبر حقا لكل فرد، أي الحق في التعبير عن أفكاره و آرائه، مشاعره، كتابة او باي شكل من اشكال التعبير الشخصي و الإبداعي، و ينص الإعلان العالمي لحقوق الانسان على: لكل فرد الحق في حرية الرأي و التعبير، و يتضمن هذا الحق حرية تبني الآراء من دون أي تدخل. إضافة الى حق الجماعات و الشعوب في الحصول على المعلومات الصحيحة من مصادرها او من خلال وسائط تتمتع بالمصداقية. و يرتبط الحق في الاعلام ارتباطا وثيقا بمفهوم حرية الاعلام اذ يعتبر الاطار و الامتداد القانوني لهذه الحرية. (الدليمي، عبد الرزاق، ص 135). ومن اهم المبادئ المعلنة في مجال الحق في الاعلام: حرية الوصول الى مصادر المعلومات.

حرية النشر دون مراقبة سواء مراقبة مباشرة او غير مباشرة.

الاعتراف قانونيا بحق الصحفي بعدم الادلاء بمصادر المعلومات السرية.

الحماية من مخاطر الاحتكارات و تمركز وسائل الاعلام.

على الدولة منح اعانات خاصة لصحافة الرأي، و يجب الا تكون هذه الإعانات وسيلة للضغط عليها في أي حال من الأحوال.

وتعد حرية الصحافة بمثابة الضمانة التي تقدمها الحكومة لحرية التعبير و غالبا ما تكون هذه الحرية مكفولة من قبل دستور البلاد للمواطنين و الجمعيات و تمتد تلك الحرية لتشمل جمع الاخبار و العمليات المتعلقة بالحصول على المعلومات الخبرية بقصد النشر، اما فيما يتعلق بالمعلومات عن الحكومة فمن صلاحية الحكومة تحديد ماهي المعلومات المتاحة للعامة و ماهي المعلومات المحمية من النشر للعامة بالاستناد الى تصنيف المعلومات الى معلومات حساسة و سرية للغاية و سرية او محمية من النشر بسبب تاثيرها على الامن القومي. (الساري، فؤاد، ص 72).

تقوم منظمة مراسلون بلا حدود كل عام بنشر تقريرها الذي تصنف فيه بلدان العالم وفق شروط حرية الصحافة، و يستند التقرير الى نتائج الاستبيانات المرسلة الى الصحفيين الأعضاء في منظمات مماثلة ل مراسلون بلا حدود بالإضافة الى بحوث الباحثين المختصين و القانونيين و النشطاء في مجال حقوق الانسان، و يتكون الاستبيان من أسئلة حول الهجمات المباشرة على الصحفيين

و وسائل الاعلام بالإضافة الى مصادر ضغط أخرى على الصحافة مثل المنظمات غير الحكومة التي تمارس ضغوطات على الصحفيين.

و نشير هنا الى ضرورة ممارسة الصحافة بطريقة حرة موضوعية و احتراف و لكن في اطار اخلاقيات مهنية تضبط حدود هذه الممارسة. و تعرف اخلاقيات الاعلام حسب لسانة رشيد بانها معايير الأصول الأخلاقية، التي يعتمد عليها الاعلاميون و وسائل الاعلام اثناء التعامل مع قضايا المجتمع، اما المعنيين بتنفيذ الاخلاقيات فهم صانعو الرسالة الإعلامية، المؤسسات الإعلامية، المعلنون، و المؤسسات الاعلانية، و هي منظومة من المبادئ و المعايير لترشيد سلوك الاعلاميين خلال عملهم بتغطية الاحداث و توجيههم لاتخاذ القرارات التي تناسب الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية و دورها في المجتمع، و ضمان الوفاء بحقوق الجماهير في معرفة الحقيقة و إدارة المناقشة الحرة، مع التقليل الى اقصى درجة من الاضرار التي يمكن ان تلحق بالجمهور او الافراد او المصادر، و ضمان حرية و كرامة و نزاهة الإعلاميين. (الدليمي، ص 155).

أسئلة للمناقشة:

فيما تتمثل مقومات حرية الصحافة؟

كيف يمكن ان تكون الصحافة سلطة رابعة؟

ما رايك في الحديث الحالي حول السلطة الخامسة؟

المحاضرة السابعة: الصحافة في الجزائر و بعض الدول العربية

1- الصحافة في البلدان العربية:

1-1 مصر:

تعد مصر أولى الدول العربية التي عرفت الصحافة و ذلك بمجيئ الحملة الفرنسية، اذ اهتم نابليون باحضار مطابع عربية و فرنسية ليقوم من خلالها بالدعاية لوجود الحملة في مصر. و قد اصدر نابليون صحيفتين باللغة الفرنسية و كانت موجهتين بالأساس الى جنود الحملة و علمائها و انتهى اجلهما بخروج الفرنسيين من مصر.

صدرت الصحيفة الأولى باسم لو كورييه دي ليجييت و معناه بريد مصر، و ذلك في اوت 1789 أي بعد شهر واحد من دخول الفرنسيين الى مصر. اما الصحيفة الثانية فقد صدرت في اكتوبر 1798 باسم لاديكاد اجيبسين، و معناها العشرية المصرية و ذلك لانها تصدر كل عشرة أيام.

اما الصحافة المصرية فقد ارتبطت بالدولة العصرية التي أراد محمد علي تأسيسها و كان لابد ان تكون الصحف هي واجهة هذه الدولة الحديثة. بدا تاريخ الصحافة في مصر عندما امر محمد علي والي مصر بإصدار "جرنال الخديوي" عام 1827 و كان الهدف اصدار نشرة ليطلع على شؤون البلاد و ماليتها، فارتبط ظهور أولى الصحف بإنجازات محمد علي و هو التنظيم الإداري في البلاد، و كانت ترسل لكبار رجال الدولة. و في عام 1828 امر محمد علي بتوسيع نطاق جرنال الخديوي، و امر بطبع شؤون الحكومة و المحكومين مع في جريدة واحدة سميت بالوقائع المصرية، و اكانت توزع على من يسدد الاشتراك من موظفي الحكومة، و كان الهدف منها اعلام الشعب بما استحدثه محمد علي من تجديدات. هكذا كانت البداية للصحافة المصرية تتالت بعدها الصحف و المؤسسون للصحافة المصرية حيث رافقت الصحافة كل المراحل التاريخية التي مرت بها مصر من الحملة الفرنسية الى الاحتلال البريطاني و الحرب العلمية الأولى و الثانية...الخ ومن بين التطورات التي شهدتها الصحافة في مصر ظهور الصحافة المتخصصة، إضافة الى النمو الكمي المتزايد في اعداد الصحف، و ظهور الصحف الخاصة التي تصدر عن شركات مساهمة. و تتشكل الصحف المصرية من الصحف القومية: و يقصد بها الصحف التي تصدر عن المؤسسات الصحفية او وكالات الانباء و شركات التوزيع التي تمتلكها الدولة، مثل الاهرام، الجمهورية.

الصحف الحزبية: مثل: الوفد، الأهالي، الاحرار...

صحف الأشخاص الاعتبارية العامة: مثل: الأجهزة الحكومية، الجامعات.

الصحف الخاصة المستقلة: الشركات المساهمة مثل: نهضة مصر

الصحف التي تصدر بترخيص من الخارج.

الصحف الإقليمية.

اما بالنسبة لباقي الأقطار العربية فقد صدرت حديقة الاخبار في لبنان سنة 1858، و الرائد التونسية 1860، و سورية السورية عام 1865، و الزوراء العراقية 1869، و غيرها في كل الدول العربية.

1-2 الصحافة المكتوبة في الجزائر:

ان الدراسات التي أجريت الى حد الان تثبت ان الصحافة كوسيلة إعلامية لم تكن موجودة في الجزائر قبل 1830 و هي السنة التي هجم فيها الفرنسيون على مدينة الجزائر و استولوا عليها، كما ان الصحافة لم تكن موجودة في الوطن العربي اذا استثنينا الوقائع المصرية التي أصدرها محمد علي عام 1828 و التي كانت تصدر بلغتين العربية و التركية. و مع نزول الفرنسيون على الأراضي الجزائرية بدأت جريدة بالصدور و هي "ليستيفيت دي سيدي فرج"، و كانت تصدر باللغة العربية و الفرنسية، يشرف عليها ضابط في الجيش و توزع على الجنود و المصالح المكلفة بالحرب ضد الجزائر، تتضمن معلومات عن الحملة بعض الاخبار السياسية الخاصة بفرنسا.

1-2-1 الصحافة قبل الاستقلال:

عرفت الصحافة في عهد الاستعمار ازدهارا نسبيا اذا ما اخذنا بالاعتبار عدد الصحف، حيث بلغ 150 صحيفة. يمكن تصنيفها حسب مضمونها الى: الصحافة الحكومية، صحافة احباب الأهالي، الصحافة الاهلية، الصحافة الوطنية (الاستقلالية).

➤ الصحافة الحكومية:

يقصد بها الصحافة التي تشرف عليها الحكومة الفرنسية بواسطة ممثليها في الجزائر، و هذا الاشراف قد يكون مباشرا مثل صحيفة المبعثر او غير مباشر يتمثل في إقامة توجيه سياسي مستمر و تغطية النفقات بواسطة اعانات مالية، و هذا ما نجده في صحيفة: كوكب أفريقيا، النجاح. و بالرغم من ان الصحف الحكومية لم تعرف تعددا كبيرا نظرا للوضع القانوني الفرنسي الذي لا يسمح للحكومة بامتلاك الصحف، غير انها اتسمت بالاستمرارية و الديمومة. و ليست الصحافة الحكومية الا ركيزة لتثبيت الوجود الفرنسي رغم انها كانت تنطق باللغة العربية، و تعتني بالجوانب المختلفة للحضارة

العربية الإسلامية، و دعامة للتوسع الاستعماري و ما كان استعمالها للغة العربية الا للتقرب من السكان المسلمين.

➤ صحافة احباب الأهالي:

تشير هذه التسمية الى مجموعة من الفرنسيين الذين استاءوا من السياسة الاستعمارية و أرادوا ان يقدموا العون الى نخبة معينة من المسلمين الجزائريين. و ترجع بداية نشاطهم الى السنوات الأولى من الاحتلال عندما بدا إسماعيل توماس اربان ينشر مقالات يدعو فيها السلطات الفرنسية الى الاهتمام اكثر بالسكان المسلمين، و كانت اول صحيفة هي **المنتخب** صادرة بقسنطينة سنة 1882 و قد تولت مهمة شرح سياسة المشاركة التي تقول انها سياسة فرنسية محضة ترمي الى خدمة فرنسا و تعزيز وجودها في الجزائر بمشاركة المسلمين الجزائريين انفسهم، كما اخذت تدعو النخبة من المسلمين الجزائريين للالتفاف حول هذه السياسة. وقد اخذت جريدة المنتخب تنتقد تصرفات الحكام الفرنسيين وتندد بأعمالهم التعسفية ضد الجزائريين، و هو ما اثار غضب المعمرين و سخطهم، و توقفت جريدة المنتخب عن الظهور بعد سنة واحدة. لكن الرسالة التي كانت تحملها لم تختفي معها بل حملتها صحف أخرى يديرها رجال من احباب الأهالي، و تقف موقف جريدة المنتخب، و يقدر عدد هذه الصحف بحوالي عشرة خلال الفترة 1900 الى 1962، نذكر منها: **منبر الأهالي، الاخبار، الجزائر الجمهورية.**

➤ الصحافة الاهلية:

يقصد بها الصحافة التي يقوم بها المسلمون الجزائريون من ناحية التسيير الإداري و المالي و من ناحية التحرير و التوزيع، و يتعلق مضمونها بالقضايا الإسلامية الجزائرية و بشؤونهم العامة في علاقاتهم بالوجود الاستعماري بالجزائر. و قد عرف هذا النوع ازدهارا و تطورا واسعا، و كانت البداية مع تأسيس جريدة **الحق** في عنابة سنة و 1893 و قد ظهرت بعد ظهور المنتخب. و قد ركزت جريدة الحق جهودها لابرار الأسباب العميقة التي أدت الى تدهور حالة المسلمين (للمزيد انظر زهير احداث، الصحافة المكتوبة في الجزائر). و لم تبدأ الانطلاقة الحقيقية للصحافة الاهلية الا سنة 1907 عندما تأسست جريدة **كوكب افريقيا** بالجزائر العاصمة حيث لم تتوقف بعدها الصحافة الاهلية.

➤ الصحافة الوطنية:

يقصد بها ذلك النوع من الصحافة الذي لم يعترف بالوجود الاستعماري الفرنسي بالجزائر و اخذت تحاربه بشدة و تنتشر ما يقوي الوعي السياسي بوجود امة جزائرية و بضرورة استرجاع الاستقلال الوطني الجزائري حتى لو كان ذلك بالعنف و باراقة الدماء، و كانت تتطرق باللغة العربية او الفرنسية و قد ظهرت فوق التراب الوطني و خارجه. لقد ظهرت هذه الصحافة في باريس عندما بدأت تنشط حركة نجم شمال افريقيا الذي اسست جريدة الامة لنشر فكرة الاستقلال. تلتها مجموعة من الصحف التي كان نشاطها سريا و غير منتظم مثل الشعب الجزائري، الشعب، البرلمان الجزائري. و ظهرت في مرحلة لاحقة صحف أخرى مثل ليكالييتي و احباب البيان و المقاومة الجزائرية و المجاهد و كانت بهذه الأخيرة توزع في جميع عواصم العالم و ترسل عن طريق البريد الجوي الى عدد كبير من الشخصيات و الهيئات السياسية و الثقافية، و كان دورها كبيرا جدا في نجاح الثورة.(احدادن، زهير، ص 40).

أسئلة للمناقشة:

كيف ساعدت صحافة احباب الأهالي في اصدار الصحف الاهلية؟

ماهي مميزات الصحافة خلال الفترة الاستعمارية؟

المحاضرة الثامنة: الصحافة في الجزائر و الوطن العربي " الجزء الثاني "

1-2-2 الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال:

➤ **فترة الأحادية الإعلامية:** تمتد الفترة الأولى لاقبل من ثلاث سنوات من 1962 الى 1965 لم يتغير الوضع القانوني للاعلام لان الحكومة الجزائرية لم تصدر تشريعا جديدا يخص الاعلام، بل صدر قانون 31 ديسمبر 1962 ينص على ان يبقى العمل جاريا حسب التشريع الفرنسي جميع الميادين التي ليس فيها تعارض مع السيادة الوطنية، و كان القانون الفرنسي ينص على الحرية المطلقة في النشاط الصحفي و كذا الملكية الخاصة للصحف، و عرفت الجزائر في السنوات الأولى نوعا من حرية التعبير، و ظهرت عدة صحف منها صحف تابعة للحكومة و صحف تابعة للحزب و صحف تابعة للملكية الخاصة (نواري ، نصر الدين، الصحافة و الإرهاب في الجزائر، ص 53) و كانت تؤدي دورا تجنيديا لبناء الجزائر المستقلة. و تميزت هذه المرحلة بهيمنة الحزب و الحكومة على الإذاعة و التلفزيون، التي عملت على القضاء على الصحافة الاستعمارية وعليه فقد تم تأميمها سنة 1963.

اما الفترة الثانية فامتدت من 1965 الى 1979 و تبدأ بتولي الرئيس الراحل هواري بومدين الحكم الى غاية استيلاء الرئيس الشاذلي بن جديد السلطة. و قد أدت احدث 19 جوان 1965 الى اختفاء اخر جريدة خاصة و توقف جريدة **لويوبل** و تعويضها بيومية جديدة هي المجاهد باللغة الفرنسية و التي لعبت دورا متزايدا في المحال الاعلامي حيث أصبحت تمثل لوحدها الصحافة في الجزائر نظرا لسحبها الذي قاف 100900 سنة 1970. و السياسة الإعلامية المتبعة خلال هذه الفترة تميزت بكثير من الغموض سواء على الصعيد النظري او الصعيد الميداني، اذ انه و الى غاية 1976 لم يكن هناك قانون اعلامي ينظم الممارسة الإعلامية و يحدد الاطار العام للمهنة و هذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية على القطاع و بالتالي اصبح الوضع الاعلامي يميل اكثر الى الركود (قزادري، حياة، الصحافة و السياسة، ص 68).

الفترة الثالثة: 1979 الى 1988: خلال هذه الفترة عرفت الجزائر منعرجا سياسيا جديدا أدى الى احدث تغير جذري في المجال الاعلامي، و تعد هذه المرحلة اكثر توضيحا للوضع القانوني للاعلام، و تنوعا في الصحافة المكتوبة اذ أصدرت السلطات السياسية نصوصا تعد بمثابة قاعدة أساسية للنشاط الاعلامي الجزائري، ففي فيفري 1982 ظهر قانون الاعلام لكنه لم يات بالكثير من

التغيير، و قد نص ان التوجيه يكون من طرف وزير الاعلام و المسؤول المكلف بالإعلام في الحزب و مدراء المؤسسات الإعلامية المنخرطون في الحزب، و رغم العيوب التي ظهرت على هذا القانون الا انه يعد دعامة قانونية هامة للصحافة الجزائرية بعد معاناتها لوقت طويل من الفراغ القانوني، و قد اكد على ضرورة لصدار صحف جهوية، وصحف متخصصة لخلق حركة في الوضع الإعلامي. ومن بينها: صحيفة العصر، التذكير و الارشاد، المنتخب الأسبوعية، أضواء، المسار المغربي، المساء و horizons بالفرنسية. و مثلت هذه الصحف نوعا من الانفتاح الإعلامي و التحول المحتشم في المسار السياسي للبلاد (نوري ، نصر الدين، ص 57). و يمكن ان نستنتج من خلال هذه الفترة ان الصحافة لم تعرف تحسنا كبيرا و ذلك بسبب خضوعها في اغلب الأحيان لوصايا متعددة من طرف الحكومة و الحزب، و هذا ما جعل الاعلام يتخذ اتجاها واحدا من الأعلى الى الأسفل و هو وعاء لتمير الفكر الاشتراكي.

➤ فترة التعددية الإعلامية:

تعتبر احداث اكتوبر 1988 نقطة تحول في تاريخ الجزائر، و يعتبر دستور 23 فيفري 1989 السبب الذي سمح بتجسيد التعددية السياسية لأول مرة ، و هو ما انعكس على المجال الإعلامي ، حيث جاء قانون 1990 الذي ينص على تكريس حرية الراي و التعددية الإعلامية، و تضمن هذا القانون 106 مادة موزعة على تسعة أبواب ، وقد تمخض عنه ظهور ثلاث أنواع من الصحف: صحف حكومية، حزبية، و صحف مستقلة، فظهرت الصحافة الحرة التي لها حرية العمل بعيدا عن السلطة و سيطرة القطاع العام، فأصبحت تتنافس الجرائد الوطنية العمومية التي عرفت تراجعاً في توزيعها لتترك المجال اما جرائد أخرى استطاعت ان تكسب ثقة و مصداقية و تحصل على اهتمام القراء كجريدة **الخبر** الناطقة باللغة العربية، و جريدة **الوطن** الناطقة بالفرنسية، و جريدة **Liberté** كما عرفت هذه الفترة موجة التنديد باعمال و سلوكات النظام ضد الممارسة الصحفية، عقبته موجة من الاعتقالات التي مست الكثير من الصحفيين و مسؤولي الصحف، و توقيف، مصادرة الكثير من الجرائد، و قد توصل الامر الى المتابعة القضائية كما حدث مع جريدة الشروق العربي و ليبرتي، كما ميز هذه الحقبة تازما للأوضاع الأمنية و موجة من العنف افرزت بشكل مثير قضية الاغتيالات التي أودت بحياة الكثير من أصحاب المهنة و كان اولهم الصحفي الطاهر جاووت في ماي 1993، ليزداد عددهم ، و هو ما ساعد على هجرة الكثير من الصحفيين الى بلدان لاخرى بحثاً

عن امن اكثر و حرية للتعبير و الديمقراطية.(اوهابية، فتيحة، الصحافة المكتوبة في الجزائر، ص 257).

من خلال العرض الموجز لتاريخ الصحافة المكتوبة الجزائرية يتبن لنا الارتباط الوثيق للصحافة بطبيعة نظام الحكم السائد، و هو ما يؤكد تبعية النظام الإعلامي للنظام السياسي و هو ما أدى الى:

تراجع حرية التعبير، وهو ما تم التماسه في تقارير منظمات دولية لحماية الصحفيين و حقوق الانسان، مثل منظمة مراسلون بلا حدود التي أوضحت في تقرير لها سنة 2005 ان الجزائر احتلت المكانة 129 في الترتيب العالمي لحرية الصحافة لنفس السنة.

الضغوطات على الصحافة المكتوبة، إضافة الى مشاكل الطباعة و التوزيع؛ و المتمثل في غياب تنظيم قانوني خاص بقطاع التوزيع و غياب خريطة وطنية للتوزيع و تفاقم ديون مؤسسات التوزيع للصحف. مشاكل الاشهار و احتكار الدولة لهذا القطاع.

➤ القانون العضوي التعلق بالاعلام 2012:

تميزت سنة 2012 في الحياة الإعلامية بالجزائر بصور قانون عضوي تعلق بالاعلام ، و هو القانون الذي اقر انشاء سلطتي ضبط؛ واحدة متعلقة بالصحافة المكتوبة و الثانية بممارسة النشاط السمعي البصري الى جانب رفع الاحتكار عن قطاع السمعي البصري و كذلك الحديث عن وسائل الاعلام الالكترونية، و من بين المضامين التي جاء بها القانون العضوي 12-05 المتعلق بالاعلام وهو ما تضمنه الباب الثالث؛ حيث خصص لسلطة ضبط الصحافة المكتوبة و التي عرفتها المادة 40 بانها: سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، و تتولى بهذه الصفة على الخصوص ما يأتي:

- تشجيع التعددية الإعلامية.
- السهر على نشر و توزيع الاعلام المكتوب عبر كامل التراب الوطني.
- السهر على جودة الرسائل الإعلامية و ترقية الثقافة الوطنية و ابرازها بجميع اشكالها.
- السهر على تشجيع و تدعيم النشر و التوزيع باللغتين الوطنيتين بكل الوسائل الملائمة.
- السهر على شفافية القواعد الاقتصادية في سير المؤسسات الناشرة.

- السهر على منع تمركز العناوين و الأجهزة تحت التأثير المالي و السياسي و الأيديولوجي لمالك واحد.

- تحديد قواعد و شروط الاعنات و المساعدات التي تمنحها الدولة لأجهزة الاعلام و السهر على توزيعها.

- السهر على احترام المقاييس في مجال الاشهار و مراقبة هدفه و مضمونه.

- استلام تصريح الحسابات المالية للنشريات الدورية من غير تلك الناتجة عن الاستغلال.

- جمع كل المعلومات الضرورية من الإدارات و المؤسسات الصحفية للتأكد من ضمان احترام التزامات كل منها.

- لا يمكن ان تستعمل هذه المعلومات التي تجمعها سلطة ضبط الصحافة المكتوبة لأغراض أخرى غير أداء المهام التي يسندها اليها القانون العضوي. (مزاري، -2012، صفحة 19)

كما خصص هذا القانون بابا كاملا بفصلين يحدد و ينظم ممارسة النشاط السمعي البصري. و من بين هذه المواد نذكر المادة 58 التي عرفت النشاط السمعي البصري بأنه: كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور او فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي، او بث الإشارات او علامات او اشكال مرسومة او صور او أصوات او رسائل مختلفة لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة.

و قد نصت المادة التي تليها ان النشاط السمعي البصري مهمة ذات خدمة عمومية و تمارس من طرف هيئات عمومية، مؤسسات و أجهزة القطاع العمومي، المؤسسات او الشركات التي تخضع للقانون الجزائري. و يمارس هذا النشاط طبقا لاحكام هذا القانون العضوي و التشريع المعمول به و هذا حسب ما جاء في نص المادة 61.

و قد خصص الفصل الثاني من الباب الرابع لهيئة جديدة تعكف على إعطاء صبغة تنظيمية للنشاط السمعي البصري و تراقبه و تسييره من الناحية التنظيمية و القانونية و هي سلطة السمعي البصري و التي تعتبر هيئة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، تحدد مهام و صلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري و كذا تشكيلها و سيرها بموجب القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري حسب ما جاء في المادتين 65 و 66.

اما عن الاعلام الالكتروني الذي ورد و لأول مرة في القانون الجزائري كما سبق الذكر وقد احتواه الباب الخامس من القانون من خلال ستة مواد، جاء في مجملها تعريفه بالدرجة الأولى . (مزاري، 2012-)

و تجدر الإشارة ان قانون الاعلام 05-12 قد اهتم و لأول مرة على غرار القانون السابق بتحديد حقوق و واجبات الصحفي في جانبها المادي و المعنوي في ظل غياب أي مبادرة من الصحفيين في تحسين واقعهم المهني و الاجتماعي. (مهني، 2020، صفحة 132)

و في اطار الإصلاحات الشاملة التي عرفت الجزائر أقدمت الحكومة على اعداد مشروع قانون السمي البصري و طريقة فتحه و أدوات تنظيمه و ضبطه و كذا دفتر الشروط الخاص بانشاء القنوات الخاصة و القانون العضوي لانشاء المجلس الأعلى للاعلام، و بعد مد و جزر تم عرض قانون السمي البصري على المجلس الشعبي الوطني و بعد التعديلات التي أجريت عليه صدر القانون في 24 فبراير 2014.

اما سنة 2016 فقد عرفت تعديلا دستوريا الذي يعد الأكثر ترقبا من قبل مختلف أطراف المجتمع، مواطنون، صحافة، طبقة سياسية، ولعل اهم مكسب سجلته الصحافة بموجب هذا التعديل هو نص المادة 50 اين تم دسترة حرية الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية و على الشبكات الإعلامية بقول المشرع "حرية الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية و على الشبكات الإعلامية مضمونة و لا تقيد باي شكل من اشكال الرقابة القبلية، و لا يمكن استعمال هذه الحرية للمساس بكرامة الغير و حرياتهم و حقوقهم، نشر المعلومات و الأفكار و الصور و الآراء بكل حرية مضمون في اطار القانون و احترام ثوابت الامة و قيمها الدينية و الأخلاقية و الثقافية، و لا يمكن ان تخضع جنحة الصحافة لعقوبة سالبة". (مهني، 2020، صفحة 140)

أسئلة للمناقشة:

كيف ساهم القانون العضوي في حرية الصحافة في الجزائر؟

ما هي مميزات الصحافة بعد قانون 1990 و ماهو الجديد على الساحة الإعلامية؟

المحاضرة التاسعة: وكالات الانباء:

1- **تعريف وكالات الانباء:** هي منظمات او مؤسسات حكومية، خاصة او تعاونية وظيفتها جمع الاخبار، الصور و الموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم و بيعها لوسائل الاعلام مثل: الصحف، الاذاعات، التلفزيون ، بالإضافة الى المشتركين.

هذا و قد ساهم التطور التكنولوجي الذي اتاحته الثورة الصناعية خاصة في مجال الاتصال كاختراع التلغراف و الهاتف و مد كابلات الاتصال عبر البحار و المحيطات في تنقل المعلومات بسرعة تفوق سرعة الانسان، كما ساهم انتشار التعليم و المطابع في المدن الاروبية و زيادة عدد السكان و الجماهير الباحثة عن المعلومات و الجديد من الاخبار و ازدهار حرية الصحافة، إضافة الى ارتفاع تكاليف جمع و نقل المعلومات و الاستعانة بالأقمار الصناعية و التكنولوجيا الحديثة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية، مما دفعها الى انشاء اتحادات و وكالات تعاونية.

2- اول وكالات الانباء في العالم :

وكالة هافاس: تعود البداية الأولى الى مبادرات شخصية لشارل هافاس الذي فكر في الاستغلال التجاري لعملية جمع الاخبار ففتح مكتبا له عام 1832 بباريس سماه وكالة هافاس؛ و كان مكتبا للاتصالات و المراسلات، هدف من خلاله الى إيجاد الاخبار كتقارير واقعية، دقيقة و صحيحة، طور هافاس مكتبه تحت شعار الاعلام من اجل الاعلام. و كان يقوم بجمع الاخبار بباريس و كان له مراسلون بمعظم عواصم اروبا. و كان شارل لويس هافاس يعتمد في جمع الاخبار الى المراسلين الخاصين، على ترجمة الصحف الأجنبية و على البريد و الحمام الزاجل ثم التلغراف بعد 1837- تاريخ اختراع التلغراف- و بعد عقده لاتفاق سري مع الحكومة عام 1938 أصبحت وكالته تستفيد من دعم مالي يسد له من الأرصدة السرية لوزارة الخارجية لتغطية عجزه المالي في جمع الاخبار، ثم امتت وكالته و استبدلت عام 1944 بالمكتب الفرنسي للاعلام OFI ثم بالوكالة الفرنسية للانباء AFP عام 1957 اما فيما يخص المشتركين الأوائل في وكالة هافاس فقد اقتصروا في بداية الامر على الحكومة الفرنسية و رجال السلك الدبلوماسي و كبار التجار و رجال المال و الاعمال. لان الصحافة التي كانت انذاك تعتمد على المقالات قاطعت اخبار هذه الوكالة، لكن ميل القراء الى

الاخبار أوقف هذه المقاطعة بعد سنة واحدة فقط فظهرت الصحف الشعبية التي اتخذت وكالات الانباء مصدرا رئيسا لها و توسع انتشارها بفضلها. (دليو، فضيل، ص 98).

كانت وكالة هافاس نقطة انطلاق لأكبر وكالتين أوروبيتين انشئتتا من طرف متدربين المانيين كونهما هافاس؛ و هما برناد وولف *wolff* الذي أسس وكالة الانباء الألمانية بمكتب له في المانيا عام 1849 و جوليوس رويتر *Reuter* الذي انشا وكالة رويتر للانباء بلندن عام 1851. شكلت هذه الوكالات الثلاث قوة إعلامية احتكارية رائدة اقتسمت السوق العالمية للاخبار بموجب معاهدة 1859 حتى أوائل القرن الموالي، حيث كانت رويتر تعتبر اكبر شبكة تلغرافية أوروبية آنذاك و الممون الرئيس للجزر البريطانية و هولندا و أمريكا الشمالية و الشرق الأقصى و مناطق الانتداب البريطاني، بينما استحوذت هافاس على تغطية فرنسا، جنوب أوروبا، أمريكا الجنوبية و المستعمرات الفرنسية، اما وكالة وولف فقد احتفظت بتغطية المانيا، النمسا، المجر و الدول الاسكندنافية. ومع مطلع القرن العشرين تعددت الوكالات الوطنية و خرجت الوكالات الامريكية من عزلتها و اشتدت المنافسة... وكانت الوكالات الامريكية قد دخلت سوق المنافسة في قارتها قبل ذلك عا 1857 حيث أنشئت وكالة نيويورك اسوشيايتد برس *N.A.P* و التي تحولت عام 1892 الى اسوشيايتد برس *A.P* و هي خدمة عمومية مملوكة أساس للصحف الامريكية تلتها عام 1907 وكالة الاتحاد الصحفي العالمي *United Press International* قبل ان يبدأ تفكيكها و بيعها عام 1980، فأصبحت بافلاسات متتالية بعدما تداولتها ايادي عدة مالكين، ليبيع ما تبقى منها في منتصف التسعينات للمجموعة السعودية *MBC* التي بدأت تذيع برامجها الاذاعية و التلفزيونية باللغة العربية من لندن. اما الاتحاد السوفياتي سابقا فقد حول وكالة التلغراف الروسية *Rosta* التي أنشئت عام 1918 الى وكالة تاس *Tass* السوفييتية عام 1925. ثم دعمها عام 1961 بوكالة نوفوستي *Novosti* . و قد تآثرت الوكالتان بتفكك الاتحاد السوفييتي فتقلص نشاطها و فل وزنها، قبل ان تستبدلا عام 1992 بوكالتين روسيتين حكوميتين: اتار-تاس *Itar-tass* و ريا نوفوستس *Ria-Novosti*، بالإضافة الى ظهور وكالات خاصة منذ سنة 1993 منها انترفاكس *Interfax* . و كانت الوكالتان الامريكيتان *A.P* و *U.P.I*، الرويتر البريطانية، وكالة الانباء الفرنسية و التاس السوفييتية تعتبر اكبر الوكالات العالمية التي تستقي منها الصحف و الإذاعات و التلفزيونات اخبارها، و نظرا الى أهمية هذه الوكالات العملاقة و دورها الخطير في توجيه الراي العام العالمين اشتد التنافس بينها، و خاصة بعد ان الغي نظام التحالف الذي طبع نشاط بعضها حتى بعد الحرب العالمية الأولى، مما أدى

الى نمو بعضها مثل *Reuter, A.P, A.F.P* و افول بعضها *Tass, U.P.I* و بروز وكالات دولية جديدة منافسة لها ، نخص منها بالذكر الوكالتين اليابانيتين *KOYODO, Jiji Press* و الوكالة الصينية *Xin Hua* و الوكالة الألمانية *DPA* و الوكالة الاسبانية *EFE* ... و في السياق نفسه تطورت وكالات الانباء بعد ذلك كما و كيفا حيث ظهرت عشرات الوكالات بين جهوية، محلية و متخصصة و منها اول وكالة عربية للانباء و هي سونا السودانية التي انشئت عام 1946 تلتها ثلاث وكالات عربية أخرى في الخمسينات و على رأسها وكالة انباء الشرق الأوسط *M.E.N.A* و المصرية التي أنشئت عام 1956 و تعتبر اكبر و اهم وكالة عربية لحد الان.

و توجد على مستوى العالم العربي حوالي عشرون وكالة انباء توالى ظهورها نهاية الحرب العالمية الثانية و قد عرف العالم العربي في بداية الامر اشكالا مختلفة من وكالات الانباء اتسمت بمحدودية خدماتها و تواضع امكانياتها الفنية و المالية: ففي عام 1959 تاسست كل من وكالة المغرب العربي بالمغرب و وكالة الانباء العراقية ثم تلتها عام 1961 كل من وكالة الانباء التونسية و وكالة الانباء الجزائرية، و في عام 1965 ظهرت ثلاث وكالات انباء عربية في كل من الأردن (بترا)سوريا (سانا)، و ليبيا (جانا) ثم تلتها وكالات في موريتانيا و السعودية و فلسطين، و تخلف قدرات هذه الوكالات من مختلف النواحي خاصة بالنسبة لتغطية الاحداث العربية و الدولية.

3- نماذج تنظيم وكالات الانباء:

يختلف القانون الذي يحكم وكالات الانباء باختلاف أنظمة الاتصال المتبعة في البلد الام، و لكنه يتفق جميعها على الاخذ بعين الاعتبار المصالح الأساسية للبلد الأصلي، و ذلك مهما كانت طبيعة نظامه السياسي. ففي أنظمة الاتصال غير التابعة للسلطة السياسية الحاكمة يوجد ثلاث أنواع من الوكالات:

- وكالات من نوع المؤسسات التجارية الخاصة؛ هدفها الربح و لها علاقات تجارية محضة مع زبائنهم، و قد اقلس و انكمش منها الكثير، و ماهو موجود الان صغير الحجم لان الظاهر ان هذا النموذج لا يصلح مع الوكالات العالمية العامة.
- وكالات من نوع الاعلام التعاوني الخاص؛ وهي ملكية جماعية تديرها مؤسسات صحفية و راديوتلفزيونية خاصة، و هي غير موجهة أساسا للربح منها: *A.P, D.P.A, Reuter*

- وكالات تعمل بالنظام المختلط يديرها ممثلون عن السلطات العمومية التي تساهم بقسط كبير في تمويلها بالاشتراك مع ممثلين عن الصحافة الخاصة، و منها: A.F.P, E.F.E, Mena

اما في الأنظمة التي يوجه فيها الاعلام من طرف السلطة الحاكمة فان قانونها الأساسي يتميز بخاصيتين هما:

- تكون الوكالة عبارة عن مؤسسة حكومية و بالتالي فهي تخضع للمراقبة اللصيقة للحكومة او الحزب الحاكم و ذلك مثل الوكالة الصينية او وكالة السوفييتية سابقا، و التي يعتبر مديرها برتبة وزير دولة و هو الوقت نفسه عضو في المكتب السياسي للحزب، فهي في مثل هذه الدول تقوم بدور مصلحة دعائية او مكتب اعلامي تحت التصرف.
- تحتكر هذه الوكالات توزيع الاخبار على المؤسسات المحلية، مثلها في ذلك مثل مختلف مجالات التجارة الخارجية المحتكرة في البلدان التي تفرض نظامها السياسي. لكن الجديد ان تطوير الشبكات المعلوماتية و الأقمار الصناعية سيقفل من فاعلية هذا الاحتكار، بحيث يصبح الارسال و الاستقبال المباشر للاخبار عبر الأقمار سهلا و متيسرا.(دليو، فضيل، ص 108).

4- أنواع الوكالات:

الوكالات العامة: تهتم بكل الموضوعات، و لها تغطيات لكل الاخبار و الاحداث.

الوكالات المتخصصة: تختص بتموين وسائل الاتصال الجماهيرية بالرسوم و النصوص اليومية و المقالات الدورية الجاهزة و الوثائق الإعلامية في ميادين خاصة: المعلومات الاقتصادية، الرياضية، الدينية.....

الوكالات الوطنية او المحلية: يتمثل نشاطها الأساسي في جمع و توزيع المعلومات في بلدها الأصلي ، و يعمل الكثير منها على جمع و توزيع الاخبار على الوكالات العالمية التي تربطها بها اتفاقيات تبادل الاخبار.

الوكالات الإقليمية او الجهوية: و هي وكالات الانباء التي يتعدى نشاطها الاخباري بلدها الأصلي الى بعض الدول الأجنبية، وهي اقل انتشارا و تعد من الوكالات العالمية، و تقوم بدور مكمل لها مغطية الاخبار التي تقع في مناطقها.

وكالات الانباء العالمية: و هي الوكالات التي تملك مكاتب كثيرة في معظم مناطق العالم خاصة العواصم و مناطق الساخنة.

أُسئلة للمناقشة:

كيف ساهمت وكالات الانباء في تطور الصحافة المكتوبة؟

اين كانت بداية وكالات الانباء و لماذا؟

تعتبر وكالات الانباء مؤسسات نصف إعلامية لماذا؟

المحاضرة العاشرة: اهم الوكالات في العالم:

1- وكالة الانباء الفرنسية A.F.P :

تعد هذه الوكالة ارثا لوكالة هافاس، و هي اقدم وكالة للانباء في العالم، ارتكز عملها في البداية على ما يستجد من اعمال البورصة و ما يدور في أروقة السياسة، الى جانب الإعلانات التي غطت نفقات الوكالة، علما انه في سنة 1850 كان لدى وكالة هافاس مراسلون مقيمون في جميع عواصم أوروبا، و في عام 1860 ابرم هافاس عقودا مع مئتي صحيفة فرنسية، تصدر في الأقاليم و زودها بمقتضاها من الاخبار مقابل ان تحجز له مساحة معينة في الصفحة 2/ 3 لنشر اعلاناتها. و ما لبثت الوكالة ان انشأت لها وكالات فرعية في مختلف العواصم و نظمت شبكة واسعة من المراسلين في كبريات مدن أوروبا و الوم.أ، اما سنة 2004 فتواجد لها وكالات فرعية في 165 دولة و توظف A.F.P اكثر من 2000 موظف من مختلف الجنسيات و الذين يغطون المجالات السياسية، العلاقات الخارجية، الاقتصاد، الرياضة....الخ. و يوزعون هذه المعلومات في شكل صور، نصوص، صوت، إحصاءات...

2- وكالة الرويتر:

انشاها جوليو رويتر سنة 1851 بلندن و كانت الممون الرئيسي للجزر البريطانية، هولندا، أمريكا الشمالية... و الوكالة تحولت سنة 1916 الى شركة تضامن تابعة لاتحاد ملاك الصحف البريطانية، و لا تخضع هذه الأخيرة الى ان حكومي، يديرها مجلس إدارة يمثل الشركاء و 4 ممثلين لصحف لندن و 4 ممثلين لصحف الأقاليم، و 3 ممثلين لوكالات الكومنولث.

3- وكالة اسوشايتد برس The Associated press:

تعود بداية وكالة اسوشايتد برس الى عام 1848 حينما قامت ست صحف تصدر في نيويورك بانشائها و هي: صن، هيرالد، تريبيون، اكسبرس، كورير، انكوارير، و كان هدفها تخفيض تكاليف جمع الاخبار. تعمل هذه الوكالة وفق نظام الجمعيات التعاونية داخل الوم.أ يتقاسمون التكاليف فيما بينهم. بدأت عام 1935 خدمة نقل الصور الفوتوغرافية بالاسلاك، و في عام 1946 لنشأت الوكالة خدماتها العالمية و في الثمانينات من القرن الماضي كانت ترسل خدماتها الى اكثر من عشرة الاف صحيفة و محطة راديو و تلفزيون تقع اكثر من 5500 خارج الوم.أ و تنقل يوميا اكثر من 3 ملايين كلمة و مئات الصور

الفوتوغرافية، عبر الأقمار الصناعية، كما تقدم خدماتها بعدة لغات و لديها مكاتب و مراسلون في معظم دول العالم.(الساري ، فؤاد، ص 242)

4- وكالة يونايتد برس انترناشيونال:

هي وكالة عالمية للانباء تكونت عام 1958 نتيجة اندماج اليوناييتد برس و انترناشيونال نيوز سارفس. و هي شركة تجارية خاصة ذات شخصية معنوية و قانونية، مهمتها جمع و بيع الاخبار و الصور و التقارير للصحف و الإذاعات، لديها وكالة خاصة بالصور و هي : يوناييتد فوتو سارفس. تمتلك الوكالة مقرين في أمريكا: نيويورك و سان فرانسيسكو، و عدة مكاتب حول العالم.

5- وكالة تاس السوفيتية:

بعد ثورة أكتوبر 1918 انشأت وكالة إخبارية أطلق عليها اسم روستا، و كانت مهمتها توزيع البلاغات الرسمية و الإخبارية، و نشر و الدعاية في الصحف. في يوليو 1925 حلت وكالة تاس محل روستا. كانت وكالة التاس السوفيتية نموذجا مختلفا عن الوكالات الغربية، فقبل انهيار الاتحاد السوفيتي 1991 كانت تاس ملكا للدولة و تتبع مجلس الوزراء مباشرة، و لها الحق دون غيرها في توزيع اخبار الاتحاد السوفيتي في كل مكان تطبق فيه القوانين السوفيتية. و جميع عمال وكالة التاس هم موظفون رسميون و يتولى مجلس وزراء الاتحاد السوفيتي تعيين المدير العام و مساعديه، تحولت هذه الوكالة لتكون وكالة الانباء الرسمية لروسيا و تغير اسمها الى ايتار تاس، و تمتلك وكالة للصور تقدم من خلالها خدماتها المصورة من داخل روسيا و الجمهوريات المستقلة للعالم.

6- وكالة انباء الشرق الأوسط:

أنشئت وكالة انباء الشرق الأوسط عام 1956 كمؤسسة صحفية قومية مستقلة و هي اول وكالة انباء مصرية و اول وكالة انباء إقليمية في منطقة الشرق الأوسط، و تعد اليوم من اقوى وكالات المنطقة.

7- بعض الوكالات العربية:

وكالة الانباء السعودية، وكالة الانباء الإماراتية، وكالة الانباء القطرية، وكالة الانباء المغربية، و وكالة الانباء التونسية؛ تقوم الوكالات العربية بجمع و توزيع الانباء المحلية واستخدام الاخبار المتدفقة من المصادر المختلفة.

تتميز وكالات الانباء العالمية الرئيسة بتغطيتها لمعظم مناطق العالم و بكثافة و تنوع خدماتها الإعلامية، و سعة توزيعها و ضخامة الوسائل المادية و البشرية و التقنية التي تمتلكها. كان أهمها بعد الحرب العالمية الثانية خمس وكالات (*A.P, U.P.I, Reuter, A.F.P, Tass*) و ذلك قبل انسحاب *TASS* , *U.P.I* من القاطرة وظهور وكالات أخرى واعدة كالصينية و اليابانية، الألمانية و الاسبانية...

و تسيطر على النشاط حاليا وكالة الاسوشيايتد برس ؛ اذ حوالي مليار شخص يحصلون على خدماتها الإخبارية و يشترك فيها 3060 عميل داخل المتحدة الامريكية (1555 جريدة، 1505 راديو و تلفزيون) فضلا عن مائة و اثني عشرة دولة (عام 1995) كما لديها 305 مكتب داخل و خارج أمريكا، كما تمتلك شبكة كبيرة من دوائر الأقمار الصناعية و الكوابل البحرية و محطات البث اللاسلكية، و تنافسها في ذلك وكالة رويترز: 40 ألف مكتب، 14182 موظف، بورصة عالمية افتراضية، رقم اعمال يقارب ثلاثة ملايين جنيه، اكثر من 300 ألف خط في شبكتها المعلوماتية. وقد أصبحت رويترز قوة اقتصادية كبيرة بعدما نوعت نشاطها و ركزت منذ 1981 على الخدمات المالية التفاعلية على حساب التعامل مع وسائل الاعلام. (دليو، فضيل، ص 103).

أسئلة للمناقشة:

كيف تم فك الاحتكار الذي يمارس من قبل وكالات الانباء؟

ما هو الشئ الذي يميز وكالات الانباء عن وسائل الاعلام الأخرى؟

8- وكالة الانباء الجزائرية: A.P.S

أنشئت وكالة الانباء الجزائرية في 1961/12/01 في خضم حرب التحرير الوطني لتكون سفيرا لها على الساحة العالمية، و قد استغلت وسائل الاعلام الأجنبية اخبار وكالة الانباء الجزائرية، التي أصبحت عام 1985 مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي و اجتماعي، و ثقافي. و في 1991 مؤسسة عمومية ذات

طابع صناعي و تجاري. شرعت لأول مرة في نظام التحرير المعتمد على الاعلام الالي عام 1994 و دشنت في 1998 موقع انترنت خاص بها بعد ان كانت تبث صفحاتها من خلال مركز الدراسات و الأبحاث في الاعلام العلمي و التقني لأكثر من سنة.

في 1998/7/5 بدأت الوكالة تبث صفحاتها العربية و منتوجاتها عبر الانترنت.

8-1 المهام و الخدمات و الهياكل:

تؤدي وكالة الانباء الجزائرية وفقا لوضعها القانوني مهمتها المتمثلة في الخدمة العمومية بتطوير المنتج الإعلامي العام و المتخصص، ذي الطابع السياسي و الاقتصادي و الثقافي و الاجتماعي و التعريف باعمال و إنجازات الجزائر. و تقدم الوكالة باللغتين العربية و الفرنسية خدماتها الإعلامية و تستقي معلوماتها من مصادر متفرقة و تقدمها الى مختلف وسائل الاعلام: صحافة مكتوبة، وسائل سمعية و السمعية البصرية، و المؤسسات الوطنية و الممثلات الدبلوماسية و الأجهزة الحكومية، كما تقدم خدماتها الاقتصادية الى المتعاملين الاقتصاديين المشتركين.

8-2 هياكل الوكالة و اقسامها:

قسم التحرير المركزي: يجمع و يعالج الاخبار من قبل 12 رئاسة تحرير: سياسي، اجتماعي، اقتصادي، رياضي، تحاليل، جهوي، تحقيقات، اقتصاد و بنك المعلومات، قسم دولي، و ترجمة و انترنت.

على المستوى الجهوي يتم جمع هذه المعلومات عن طريق شبكة مراسلين منظمين في 12 تنسيقية تغطي جميع التراب الوطني.

الجزائر العاصمة: تغطي العاصمة وحدها.

وهران: تغطي مستغانم، غليزان، معسكر، ارزيو.

عنابة: تغطي قالمة، سوق اهراس، الطارف ، تبسة.

باتنة: خنشلة، ام البواقي، بسكرة، المسيلة.

قسنطينة: تغطي جيجل، ميله، سكيكدة، برج بوعرييج، سطيف.

البليدة: المدية شلف، عين الدفلى، تيبازة، الجلفة.

تيزي وزو: البويرة، بومرداس، بجاية.

تلمسان: سيدي بلعباس، عين تموشنت، مغنية.

ورقلة: غرداية، الاغواط، الوادي، حاسي مسعود.

سعيدة: النعامة، البيض، تيارت، تسيميلت.

تمنراست: اليزي، جانت، برج باجي مختار.

بشار: ادرار، تندوف.

اما على الصعيد الدولي فان وكالة الانباء ممثلة في 12 عاصمة عبر العالم: روما، مدريد، القاهرة، الرباط، واشنطن، موسكو، باريس، بروكسل، تونس، عمان، داكار. تبث الوكالة 24 سا/24 سا ما يقارب 500 برقية (100 الف كلمة يوميا). (بلخيري، رضوان، ص 90).

المحاضرة الحادية عشرة: السينما

تعتبر السينما من المخترعات الأولى التي تولدت عن الثورة الالكترونية، فهي فاتحة عالم وسائل الاعلام السمعية البصرية الساحر، و ذلك بعد السيطرة الطويلة للوسائل المطبوعة و البروز المتزامن تقريبا للراديو الى الساحة الإعلامية كمنافس قوي نهاية القرن 19. و منذ الثمانينات من القرن العشرين أصبحت السينما متعاملا مهما مع التلفزيون من خلال تزويده بعدد كبير من البرامج مما أدى الى انصهارهما نسبيا ضمن ما يسمى بالصناعة السمعية البصرية.(دليو، فضيل، ص 119).

1- تعريفها: هي مصطلح يشار به الى التصوير المتحرك الذي يعرض للجمهور؛ اما في ابنية فيها شاشات كبيرة تسمى دور السينما او على شاشات اصغر و خاصة التلفاز. (الساري، محمد فؤاد، ص 254).

تتمثل السينما في تقنية تسجيل و عرض الأفلام على شاشة كبيرة و في قاعة مظلمة و امام جمهور جالس. و يقصد بها صناعة الأفلام او مكان عرضها.(دليو، فضيل، ص 119).

وهي مصطلح يشار به الى التصوير المتحرك الذي يعرض للجمهور على شاشات كبيرة و في قاعات كبيرة تسمى دور السينما، و هي تعبير واسع الدلالات؛ يضم كل ما له علاقة بالأفلام الروائية و التسجيلية و الأفلام و الرسوم المتحركة و تلعب السينما كفن دورا بارزا في حياة الانسان المعاصر لما لها من تأثير على مختلف فئات المجتمع، و قد سمت بالفن السابع لانها تتميز بقدرتها على احتواء الفنون الست الأخرى (العمارة، الموسيقى، الرسم، النحت، الشعر، الرقص). و اول من اطلق تسمية الفن السابع هو الناقد الفرنسي ذو الأصول الإيطالية "ريتشيو توتو كانودو".

يعتبر المجال السينمائي من اهم مجالات الفنون في العصر الحديث الذي يستقطب عددا هائلا من المتلقين، اذ يمكننا ان نعيش ما نريد من احداث، حالات و ازمان، فلم يسجل التاريخ نشاطا ثقافيا حصل على مثل هذه الجماهيرية و الشعبية عالية الانتشار العالمي في وقت قياسي، اذن: "فعنوان حضارة القرن 20 هو الرسم بالضوء فقد استطاع الانسان أخيرا ان يستخلص العالم بكل ابعاده فوق شاشة بيضاء و يقتنص الزمن في لحظة ابدية لا تتبدد، و يسجل كل الاحداث التي تمر به في ذاكرة لا يوهنها النسيان". محمد الرميحي.

و قد كثر الكلام عن وجود مدرستين في مجال السينما: الامريكية و الإيطالية، ترى الأولى ان السينما صناعة كاملة قوامها مادي (صناعة، انتاج و توزيع)، يهدف أساسا الى كسب اكبر عدد ممكن من الجمهور بشتى أنواع الخدع البصرية و الصوتية، بينما تفهمها الثانية على انها فن تيسر له صناعة وسائل التعبير و الظهور. لكن الظاهر ان الغلبة الان و في معظم البلدان للواقعة الاقتصادية، على كل تبقى نسبة تردد الجمهور على قاعات السينما في تناقص مستمر و لكن نوعيته تحسنت فهو اكثر ثقافة و جدية. (دليو، فضيل، ص 119).

2- لمحة تاريخية عن تطور السينما:

يرجع البعض الارهاصات الأولى للسينما الى ما دونه الفنان و العالم الإيطالي، ليوناردو دافينشي من ملاحظات حول ان الانسان اذا جلس في حجرة تامة الظلام، بينما تكون الشمس ساطعة خارجها، و كان في احد جوانبها ثقب صغير بحجم راس دبوس، فان الجالس في الحجرة المظلمة، يمكنه ان يرى على الحائط الذي يقابل الثقب الصغير ضلالا او خيالات لما هو خارج الحجرة، مثل الأشجار، العربات او الانسان الذي يعبر الطريق، نتيجة شعاع من الضوء ينفذ من الثقب الصغير. اما الولادة الحقيقية للسينما فبدأت عندما تم اختراع التصوير الفوتوغرافي 1839 و هو العام الذي اخترع فيه "لويس داجير" الفرنسي عملية لإظهار صورة فوتوغرافية على لوح مغطى بمادة كيميائية، ومن ثم اتخذت خطوة أخرى نحو تصوير الطيور، اما في فرنسا فقد كان الاخوة لوميير و هما من صناع المعدات الفوتوغرافية يقومان بتجارب على الصور المتحركة، وقد سجل الاخوان لويس و اوجست لوميير اختراعهما لأول جهاز يمكن من عرض الصور المتحركة على الشاشة عام 1895، ومع ان الاخوان لوميير كانا قليلا الايمان بما قد يكون للصور المتحركة من ربح تجاري الا انهما قررا فتح مؤسسة لعرض الأفلام في باريس.

في 28 ديسمبر 1895 تم اول عرض جماهيري مدفوع الثمن حيث تم عرض عشرة أفلام صامتة باللون الأبيض و الأسود و التي دامت لدقيقة واحدة، و شاهد الجمهور اول عرض في قبة *grand café*، اما الولايات المتحدة الامريكية فقد شهدت نيويورك في ابريل عام 1895 عرضا عاما للصور المتحركة. (الساري محمد فؤاد، ص 256). و قد عرضت الأفلام في بدايتها بصفة صامتة ثم بدا السعي الى ادخال الصوت الى المشاهد فتمت الاستعانة بعازفي البيانو و مقلدو الأصوات لتدارك النقص في الصوت ثم بدأت بعض الكتابات بالظهور على الشاشة و تعبر عن الحديث او الحوار الذي يدور بين الشخصيات او تكون تلخيصا للمشهد الى ان تكمن اديسون في أمريكا من مزج الصوت و الصور المتحركة و من هنا

بدأت الأفلام الغنائية تظهر شيئا فشيئا. أما بالنسبة للألوان فقد تم اعتماد عدة طرق حتى توصلوا الى الجمع بين ثلاث اشربة تحمل ثلاث الوان؛ اصفر، احمر، ازرق لنفس الفيلم.

2-1 العصر الذهبي للفيلم 1941-1954:

أحدثت الحرب العالمية الثانية كل أنواع التغيرات في صناعة الفيلم، فخلال و بعد الحرب ازدهرت الكوميديا بشكل ملحوظ، و تربعت الأفلام الموسيقية على عرش السينما، كما انتشرت أفلام الرعب، و لكن باستخدام ضئيل للمؤثرات الخاصة بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج، اذ صنعت نفقات الإنتاج فرقا ملحوظا بين الميزانيات الكبيرة و الصغيرة للأفلام، و لجأت استوديوهات السينما لاستخدام ميزانيات صغيرة لإنتاج أفلام غير مكلفة للعامة، و ذلك لجذب الجماهير، كما ظهرت في هذه المرحلة الأفلام الجماهيرية التي يمكن تصنيفها الى: أفلام استخبارات، أفلام الغابات، و الأفلام الاستغلالية، اما أفلام الخيال العلمي فظهرت حوالي 1950 و الأسماء الكبيرة قليلة التي ظهرت في هذه المرحلة هي كاري جرانت *Cary Grant* وهمفري بوجارت *Humphrey bogant*، و اودري هيبورن *Audrey Hepburn*، و هنري فوندا *Henry Fonda*، و فريد استير *Fred Astaire*. (الساري، ص 264)

اما من حيث النصوص فقد بدأ الفيلم السينمائي باستخدام رصيد الفنون المسرحية و الخزان الهائل للنصوص الأدبية العالمية، اما تقنيات التصوير فقد كانت متأثرة بتقنيات المسرح، حيث بدأ تنصيب كاميرا ثابتة امام الممثلين يتحركون و كأنهم فوق خشبة المسرح. و استمرت السينما على هذه الوضعية حتى عام 1903، حيث قام المخرج الأمريكي "اودوين بورتر" بتصوير اول فيلم بكاميرا متحركة نسبيا و ذلك لاقتناعه بان لحجم اللقطة السينمائية تأثيرا بالغا على الجمهور، ثم تلاه التطور النوعي الذي أحدثه الفنان الأمريكي د. و. غريفت عام 1915 عندما صور فيلمه الأول مستعملا الكاميرا استعمالا حرا و في حركة متتابعة. كما استخدم احجام اللقطة التصويرية المختلفة و من زوايا متعددة في إيصال بعض اللقطات التصويرية ببعض لتغيير المدلول فاتحا بذلك عهد المونتاج السينمائي، الذي مازال مستعملا الى يومنا هذا. و لم يكتف هذا المخرج الملقب بابي السينما في أمريكا بل ابتكر في فيلمه الأول طريقة التشويق المستمر للمشاهد حيث يجعل البطل يتخبط في مشاكل ليتم إنقاذه في النهاية، و من هنا بدأ الاهتمام البالغ بتقنيات التصوير و الأسلوب الذي تعالج به المواضيع بغية امتاع الجمهور و التأثير عليه، حيث ظهرت لاحقا تطورات تقنية جديدة تخص التلوين و العرض و الإخراج و الرقمنة. ومن اهم المواضيع التي بادرت السينما في معالجتها هي الاخبار و الأفلام الروائية، وكانت فرنسا من السباقين في

انتاج ما يعرف بالجريدة السنيمائية (عدة اشربة إخبارية) و ذلك منذ عام 1909. و كانت تتبع هيكليتها الصحافة التقليدية، حيث كان يشرف على كل شريط (15 دقيقة) رئيس تحرير يختار حوالي عشرة مواضيع للعرض. واستمر العمل بها في أوروبا وأمريكا حتى تعميم التلفزيون 1980 الذي قلل من أهميتها الدعائية بفضل النشرات التلفزيونية. وقد استعان الاتحاد السوفيتي سابقا بالسينما في نشر مذهبه الشيوعي واستعملت الجريدة السنيمائية التي كانت ملحقا لصحيفة "البرافدا السوفيتية" و في المرحلة بين الحربين العالمين بدأت المنافسة الشديدة بين السينما في أوروبا و أمريكا لتفرض هذه الأخيرة سيطرتها منذ ذلك الحين حتى أصبحت توجه و تتحكم في أذواق الناس و في القارات الخمس انطلاقا من هوليدود.

3- تقنيات السينما:

3-1 المونتاج: او التوليف هو عملية خفية وتركيبية في ان واحد، بحيث يشير الى ربط اللقطات حسب المعنى المنطقي لخطاب الفيلم. يساعد المونتاج المخرج بفحص وانتقاء اللقطات، ثم سرد ما يختاره في احسن و أروع شكل ممكن، و في عمليات المونتاج الكثير من الإمكانيات لخلق الترقب، الغوص، و التوقع و المفاجأة، فالمونتاج لديه الكثير من الحيل التي يستطيع بها ان يجعل مشهدا او فصلا من الفيلم اكثر اثارة. كما يمكن من خلال المونتاج ان تقود المتفرج للاتجاه الذي يرغبه المخرج إضافة الى عرض و إخفاء ما يشاء و من ثم تحقيق ما يدعم التشويق، خاصة و ان للمونتاج أهمية بالغة في معالم إيقاع العمل الدرامي و هو الجريان او التدفق و المقصود هو التواتر المتتابع بين حالتني الصوت و الصمت، النور و الظلام، التوتر و الاسترخاء، هو العلاقة بين الجزء و الجزء الاخر و بين كل الأجزاء في قالب متحرك و منظم، و من أنواع المونتاج:

المونتاج الروائي، المونتاج الإيقاعي، المونتاج التعبيري ، المونتاج الأيديولوجي.

3-2 السيناريو:

لكاتب السيناريو او السيناريست مهمة مشابهة لمهمة الكاتب الروائي او المسرحي، فهو يقوم باول عملية مونتاجية يأخذ على عاتقه اقتطاع جسم صوري وحواري من العالم و تحديده في عمل فني خاص، فهو يقدم نصا مكتوبا يحتوي على تفاصيل الفيلم وشخصياته و كل الاحداث، و مختلف الأمكنة و الأزمنة و الجو العام لقصة الفيلم. وتقوم عملية بناء السيناريو على تقطيع المسرود الى ثلاث وحدات كبرى و لكل وحدة دور محدد داخل هيكل الفيلم و تتمثل فيما يلي:

المرحلة الأولى: تتمثل في مرحلة العرض *exposition* تتضمن إعطاء الجمهور معلومات الأولية و الضرورية لبداية الحكاية او العقدة، و تعتبر مرحلة العرض وحدة وصفية هامة في المسرود الفيلمي، و تقوم على اعلام الجمهور و المشاهد عن اطار الفيلم، عن الفترة التي تجري فيها الاحداث و اماكنها إضافة الى وصف الشخصيات التي تظهر في الفيلم.

المرحلة الثانية: تتمثل في الحبكة او العقدة *l'intrigue* و هي الوحدة الأساسية في هيكل الفيلم و تفصيل للوجه الجزئي الذي عرضته المرحلة الأولى بعبارة أخرى، العقدة صلب المسرود الفيلمي و تحتوي على اكبر عدد من اللقطات.

المرحلة الثالثة: و تتمثل في النهاية او الخاتمة *le dénouement* و هي الوحدة التي تعطي حولا لكل التساؤلات التي تحتويها العقدة و هي النهاية للأوضاع المتصارعة بين الشخصيات.

العرض.....العقدة.....النهاية

هذه الوحدات الثلاث ليست قوالب جامدة بل بإمكان كاتب السيناريو تكييفها وفقا لقصته، حسب الشكل التالي:

النهاية.....العقدة.....العرض.....النهاية

وفق هذا المخطط يتضمن المسرود عودة الى الوراء، و انطلاق الفيلم من نهايته، و التفصيل في العقدة التي أدت الى هذه النهاية، أي التعريف بسلسلة الاحداث و الظروف التي سبقت هذه النهاية. و يعتبر هذا القالب عكس الفيلم الكلاسيكي.

يقوم سيناريو الفيلم على احداث التوازن و تجنب الخلط و ذلك بالتركيز على فعل رئيسي او اثنين على الأكثر و ربط الأفعال الأخرى به، و هذا التركيز على الفعل الرئيسي يظهر من خلال تخصيص عدد اكبر من المشاهد و اللقطات له، حيث لا تكون نفس الكثافة الدرامية لكل المشاهد: بحيث يكون هناك فترات قوية تشد انتباه المتفرج عكس لقطات الربط او النقل ... و هذه القوة تبدأ تضعف مع اقتراب الفيلم من نهايته.

3-3 الحوار:

يؤدي الحوار دورا مهما في البناء الدرامي لماله من قدرة على توصيل الأفكار و المعلومات للمتلقى، حيث ان الحوار يعرب عن صدى كل شخصيات العمل، و يبين اهتمامات تلك الشخصيات و ميولها، و رغباتها. ولابد من التأكيد على ضرورة الاهتمام بالحوار والاعتناء به لاجداث حالة التشويق والتنامي الحركي، فلا بد للحوار ان يكون معقولا ومنطقيا و مقنعا، رغم انه لا يقوم الا بدور ثانوي باعتبار ان مهمته هي مساندة العنصر المرئي لا الطغيان عليه، و يقوم الحوار الفيلمي بعدة وظائف أهمها:

وظيفة إعلامية بحيث يقدم للجمهور المعلومات الكافية لفهم النص الفيلمي، فهو يسمح بالكشف عن العلاقات بين الشخصيات، سواء كانت العلاقة ظاهرة حالية او خفية مستقبلية. كما يقوم بوظيفة التعليق على الوضعيات و الحالات و على أفعال و سلوكيات الشخصيات. و الحوار يحرك الشخصيات و يطور الحبكة و له القدرة أيضا على ابراز المواقف و تبيانها، بشكل اكثر وضوحا، كما انه قادر على خلق الغموض و الابهام لدى المشاهد.

3-4 الشخصيات:

تعمل الشخصيات على خلق الصراع الذي ينمي العمل و يزيد من حركيته و تفاعله، و من ثم خلق التشويق، و الشخصيات هي العمود الرئيسي الذي يحرك العمل الفني. يتم اختيار الممثل الرئيسي وفقا لمظهره الفيزيائي و النفسي، اذ ينبغي ان يظهر كشخص فريد من نوعه غير قابل للتقليد او الاستبدال.

3-5 الديكور:

يعد الديكور عنصرا هاما في عملية الابداع السينمائي فهو يساعد في استحداث البعد الدرامي المناسب، و يمكن اعتبار الديكور في معناه الواسع شخصية متخفية لكن دائمة الحضور، هدفه في كل فيلم البحث عن البعد الدرامي الأفضل من اجل وضع المشاهد في اطاره الجغرافي و الاجتماعي المناسب، و باختلاف أنواع الأفلام من بوليسية، و مغامرات يختلف الديكور معها و قد يكون مفرحا او حزينا او مخيفا

3-6 الإضاءة: هي عنصر فني و درامي يقدم موضوعا ما او شخصية من خلال حصرها و عزلها في دائرة الضوء، فالأجسام الصغيرة يمكن ان تجذب الانتباه اذا ما توفرت لها إضاءة اعلى و الوان انصع

من الوان الاجسام المحيطة بها. و للإضاءة القدرة على خلق الجو العام او الحالة المزاجية او التأثير النفسي الذي يجب ان تخلفه الصورة عند المشاهدة، بما يتناسب مع سير الاحداث و طبيعة المكان.

3-7 الموسيقى:

تعرف الموسيقى سيميولوجيا بانها ذلك النسيج الصوتي الذي تنظم وحداته على محور زمني، و بهذا تستقي الموسيقى دلالاتها من تناغم ايقاعاتها. و تستخدم الموسيقى في الأفلام لملء فترات الصمت المصاحبة للصور او التعبير عن حالة نفسية او تازم في موقف درامي، كما تستعمل كقيمة ايقاعية او لأغراض حسية. و تساعد الموسيقى على تعميق الإحساس البصري للصورة السينمائية و تجميل الحماية و جعلها واضحة و منطقية و شاعرية أيضا.

3-8 الصوت:

يمتلك الصوت قدرات كبيرة في التعبير عن الجو العام للفيلم من خلال مختلف المؤثرات الصوتية، فوضع مؤثر صوتي في المشهد يخلق جوا عاما عن وضع الاحداث المصورة و كذلك باستخدام الموسيقى لوحدة الصوت يمكن ان تكون مثيرة للاعصاب، و يساهم الصوت و الضجيج في الرفع من مصداقية الحدث المصور، و يضيف عليه ابعادا درامية هامة و بالتالي فالاصوات السينمائية ليست مجرد أصوات عادية بل تعتبر دلائل خاصة في الخيال الفيلمي. (بلخيري رضوان، ص 105).

تجد الإشارة في هذا المقام الى الأثر البالغ للسينما في تكوين الراي العام و نشر الثقافة المسيطرة وهو ما يبين مدى خطورة الوضعية الشاذة التي تهدد الكيان و الهوية الحضارية للمجتمعات التابعة في هذا المجال. و بالرغم من شعور معظم الدول بذلك الا انها لم تتمكن من صد السيل الجارف للإنتاج السينمائي الأمريكي الذي لا يتورع في استعمال وسيلة الاتصال هذه في عملية دعائية ضخمة لبلدهم، انفسهم، لافكارهم و منتوجاتهم. (دليو، فضيل، ص 121).

4-السينما في الوطن العربي:

ان وضع السينما في الوطن العربي لا يختلف عن وضعية باقي وسائل الاعلام و الاتصال من حيث مركزها المتواضع على المستوى العالمي، و تبعية ساحتها السينمائية للإنتاج الأمريكي خصوصا. و يشمل تخلف هذا القطاع مختلف المجالات، سواء تعلق الامر بكمية الإنتاج او نوعيته او بعدد دور السينما

الثابتة و قدرتها الاستيعابية او بنسبة التردد السنوي على هذه الأخيرة. و الملاحظ في هذا المجال ان الدول العربية تعتمد بنسبة كبيرة على استيراد الأفلام من أمريكا أساسا ثم الهند فايطاليا و فرنسا، و لكن بدرجة و كيفية لا تتوافق و العلاقة الثقافية و التاريخية التي تربط الدول العربية المستوردة و الدول المصدرة. لقد عرفت معظم الدول العربية السينما كإفلام تعرض فقط في بداية القرن العشرين قبل ان يخوض بعضها مجال الإنتاج 1926-1934 و خاصة منها سوريا و مصر التي تصدرته منذ البداية. و بالرغم من ان عمر السينما العربية تجاوز نصف القرن فقد تم اخراج و تصوير و تمثيل اول فيلم عربي صامت عام 1926 عرض في مصر من طرف فلسطينيين وافرين: إبراهيم و بدر لاما، و اول فيلم عربي روائي طويل بمصر عام 1927. اما اول شركة للتمثيل والسينما (استوديو مصر) فقد أنشئت عام 1934، الا انها لم تستطع الخروج من طابعها المحلي الجهوي الا نادرا و في المهرجانات الدولية، و ذلك راجع قبل كل شيء الى افتقارها الى الاصاله و روح الابداع و الى النص السينمائي الجيد و سياسة سينمائية واضحة. هذا بالإضافة طبعا الى قوة و نوعية السينما الامريكية المنافسة الأولى لها و قلة المنافسة العربية اذا ما استثنينا مؤخرا المنافسة السورية للإنتاج المصري و الجهود الخليجية في تمويل الإنتاج المحلي و العربي.

أسئلة للمناقشة:

كيف ساهم التصوير في ظهور السينما؟

هل سبق ظهور السينما الإذاعة؟ و لماذا؟

للحوار الفيلمي وظيفة إعلامية بينها؟

المحاضرة الثانية عشر: الإذاعة:

1- تعريف الإذاعة: يعود مفهوم الإذاعة الي مصطلح راديو *Radius* اللاتينية و تعني نصف قطر الدائرة و التسمية تناسب عملية ارسال الموجات الصوتية اذ ان الموجات ترسل في الفضاء في شكل دوائر، لها مركز ارسال، و كانت في البداية تسمى أيضا اللاسلكي *Wireless* الا ان الأمريكيين فضلوا تسميتها بالراديو. و هي تعني إذاعة الكلام و الموسيقى و المعلومات عن طريق الصوت فقط على الناس، و قد فصلتهم مئات او الاف الكيلومترات، و يسمعون جميعا في ان واحد، و ينقل الراديو صورا صوتية للاحداث فور وقوعها.

و تعرف الإذاعة الصوتية بانها عملية نقل الصوت من مرسل الى مستقبل بعد تحويله الى موجات كهرومغناطيسية، لتنتقل عبر الاثير، و تستقبل من اجهزة الاستقبال " راديو" التي تعيد تحويل الموجات الكهرومغناطيسية الى موجات صوتية مرة أخرى، و يعمل المضخم أجهز الاستقبال على تضخيم الصوت لكي يصل الى اذت المتلقي. (راضي، 2013، صفحة 93)

يقصد بالراديو الإذاعة المسموعة، ما يبث من مادة سمعية عبر الموجات الكهرومغناطيسية، بهدف ربط المستمعين المتباعدين من خلال أجهزة استقبال للموجات، وقد حظيت الإذاعة بانتشار واسع و جمهور كبير عام من جميع المستويات و الفئات، كما تمكنت الإذاعة من اختراق حواجز الامية، العقبات الجغرافية و القيود السياسية، إضافة الى خاصيتها المعتمدة على حاسة السمع تسمح للمستمعين بأداء عدة مهام اثناء متابعته لمحتوى اذاعي.

2- لمحة عن نشأة الراديو :

بعد سيطرة المكتوب والمطبوع لمدة طويلة من الزمن، بدأت ثورة الالكترونيات نتيجة أبحاث مكثفة في حقل الكهرباء و المغناطيس، تعتبر الإذاعة مزيج و دمج اخاذ و مذهل لعدد من التكنولوجيا وقد بدأت رحلة ظهور الإذاعة المسموعة عام 1864 عندما اكمل مع تنبؤ عالم الرياضيات الاسكتلندي (جيمس ماكسويل) وهو أستاذ في جامعة كمبردج بوجود موجات كهرومغناطيسية من خلال الكتاب الذي الفه عن التواترات الفضائية. في عام 1887 اثبتت بحوث و تجارب الفيزيائي الألماني (ه. هرتز) صحة نظرية ماكسويل. وذلك باستعمال جهاز بسيط و هو عبارة عن مكثف في شكل وعاء انتج شرارة كهربائية تم الكشف عليها في الطرف الاخر للغرفة بواسطة وعاء مكثف اخر. كانت تلك اخر اول تجربة لتوليد و

ارسال موجات اللاسلكية (عباس مصطفى صادق، ص 47)، و في عام 1895 تمكن المخترع الإيطالي (ج. ماركوني) من ارسال و استقبال إشارات إذاعية من و في إيطاليا. و في نفس الوقت تقريبا و دون التنسيق مع ماركوني تمكن مهندس روسي (بوبوف) من تركيب جهاز مستقبل للموجات الكهرومغناطيسية (الهرتزي) عام 1899 ارسال اول إشارة لاسلكية (مورسية غير صوتية) عبر "المانش". و عام 1900 عبر المحيط الأطلسي.

و في عام 1906 اخترع (دي فورست) مصباح "الديور" (ذي ثلاثة اقطاب كهروباية) مما ساهم في تطور المذياع التلغرافي بسرعة و انتقاله الى مرحلة الراديو فونية (مرحلة المذياع الهاتفي، أي ارسال الصوت بدل الإشارة المورسية). و ظهرت منذ سنة 1908 محطات راديو تجريبية عديدة في أماكن متخصصة مثل كليات الهندسة و ما إليها. و قد عاونت ماركوني اكتشافات مهمة توصل إليها كل من عالم طبيعيات انجليزي لامع و هو جيمس كلارك ماكسويل و العالم الألماني هينريش هيرتتز و العالم ادوارد برانلي، فقد توصل ماكسويل في عام 1865 في دراسته للكهرباء و الكهرومغناطيسية الى نظرية تقول ان الموجات الكهرومغناطيسية يمكن ان تنتقل من خلال الهواء بسرعة الضوء.

و بعد ذلك بعشرين عاما اثبت هيرتز صحة نظرية ماكسويل، و قام باجراء عدة تجارب على طرق انتاج الموجات الكهرومغناطيسية و استطاع قياس طولها و سرعتها قياسا صحيحا، فقد اكتشف سرعة تلك الموجات مثل سرعة الضوء 186 ميل في الثانية... اما ادوارد برانلي فقد ساعد على اكتشاف الراديو حينما اعد جهازا صالحا للعمل، قادرا على اكتشاف موجات هيرتز. (عزت، 2018، صفحة 190)

وسرعان ما استخدم الراديو في ارسال الرسائل للسفن و هي في البحر حتى تغير اتجاهها و استقبال إشارات الاستغاثة في حالة حدوث كارثة بعيدا عن الشاطئ، و قد تاكد الدور الذي يلعبه الارسال اللاسلكي بالراديو بعد ان قام هذا الارسال بدور حيوي في تفادي سلسلة من اخطار الحوادث وقعت في فترة زمنية قصيرة، او التقليل من اخطارها.

اما الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية فتعتبر تطورا للراديو و الهاتف، و ليست ظاهرة فنية جديدة في حد ذاتها، فقد استخدم الراديو في مجالات عديدة أخرى كالسفن و الطائرات كما استخدمه رجال الاعمال في تبادل الصفقات، لكن استخدام الراديو بهذه الطريقة لا يعتبر إذاعة.

ففي الوقت الذي كانت تجرى فيه التجارب لإرسال الإشارات باللاسلكي، كان رجال اخرون يقومون بإجراء تجارب لاستخدام اللاسلكي لنقل الصوت البشري بدلا من الإشارات اللاسلكية. فقد اخترع العالم "سير جون فلمنج عام 1904 الصمام الكهربائي، و اخترع العالم الأمريكي "لي دي فورست" المكبر ذا الصمام الثلاثي و هي خطوة كبرى لتنمية الالكترونيات و في العام نفسه 1904 نجح عالم امريكي اخر " ريجنالد ففدن" في ارسال الكلام عن طريق اللاسلكي باذاعة صوت انسان من المحطة التي أقامها في ولاية ماساشوستس الامريكية.

و بعد ذلك بعامين ذهب "دي فورست" الى فرنسا و اقام محطة إذاعة (برج ايفل) و تمكن من إذاعة الموسيقى عام 1910، وقد بينت هذه التجارب المبكرة امكان الصوت و الموسيقى عن طريق اللاسلكي، الا ان قيمتها العلمية لم تكن تقرر بعد. و مع استمرار الأبحاث تحسن الارسال و الاستقبال و بدا الناس في تجربة طرق استعمال الراديو و كان ذلك كهواية يمارسها بعض المتحمسين للراديو.

بعد نهاية الحرب العالمية الأولى كان الوقت مهياً لتطور الإذاعة بشكل منتظم، فالتجارب التي سبقت الحرب و استخدامات الراديو اثناء الحرب و التدريب الفني الذي تلقاه كثير من الشباب ساعد كل ذلك على تكوين جيش من الهواة المتعطشين لتطوير الإذاعة، و في عام 1919 بدأت ثلاث شركات اتصال كبرى وهي: (جينرال الكتريك) و شركة (وستجهاوس Westinghouse) و شركة (وسترن الكتريك)، في صناعة المعدات و الأجهزة بعد ان اشترت امتياز اختراع شركة ماركوني الامريكية، و انشأت هذه الشركات الثلاث (هيئة الراديو الامريكية: ار، سي، ايه RCA) التي تتولى بيع منتجاتها.

لكن الإذاعة " الراديو" لت تصبح حقيقة واقعة الا في عام 1920، و تعتبر الولايات المتحدة الامريكية الدولة الأولى التي أجريت فيها أولى تجارب في هذا الحقل، و تبعتها بريطانيا، فرنسا و المانيا...

و يؤرخ تاريخ الراديو في الولايات المتحدة الامريكية منذ 2 نوفمبر 1920 حيث اعتبرت محطة KDKA، التي افتتحتها شركة ستجهاوس كأول محطة تجارية تحمل ترخيصا اذاعيا؛ و كان اول برامجها إذاعة نتائج انتخابات الرئاسة الامريكية بين كوكس و هردنج، و في الوقت نفسه بدأت تذيع برامج منتظمة.

و خلال الاشر القليلة الأولى لتشغيلها اذاعت وصفا صوتيا لمباريات رياضة الملاكمة و البيسبول و المسرحيات و غيرها.

و نتيجة لذلك أصبحت الإذاعة محورا لحديث الناس، و اثار اهتمام العديد منهم، و ازدهر بيع أجهزة الراديو، و اجائها التي تصنع منها أجهزة الاستقبال في المنازل، و تبع ذلك زيادة كبيرة في عدد محطات الارسال، و في عام 1922 كانت هناك خمسون محطة تجارية مرخصة، و وصل العدد عام 1923 الى خمس مئة و خمسون محطة.

توالى محطات الارسال و تضاعف عددها حتى بلغ عددها عام 1925 الى 578 محطة. و فاق عدد أجهزة الاستقبال 10 ملايين جهاز سنة 1929. و هكذا انتقل الراديو من الاستعمال المهني الى الاستعمال الجماهيري (الترفيه و الدعاية السياسية محليا و دوليا).

و انتقلت الإذاعة من الولايات المتحدة الامريكية الى أوروبا و قد اثر في ذلك التطور الذي حدث في أجهزة الارسال و الاستقبال، و كانت بريطانيا اول دولة أوروبية تنشئ محطة إذاعية، حيث قامت جريدة (الديلي ميل) البريطانية في تونيو 1920 بتنظيم برنامج إذاعي من تشلنسفورد.

و في عام 1922 تم انشاء شركة الإذاعة البريطانية لتبث برامجها من لندن يوميا و سرعان ما انتشرت محطات الارسال في كل انحاء بريطانيا، مما دفع الحكومة للتدخل في يناير 1927 بانشاء هيئة الاذاعة البريطانية BBC و تم حل شركة الإذاعة البريطانية، و تعويض اسمه من الافراد و تحويل كل رأسمالها الى الهيئة الجديدة.

اما في فرنسا، فقد وجدنا القطاعين العام و الخاص قد قاما بتطوير الإذاعة و خاصو بعد الحرب العالمية الأولى، حيث قدم الكولونيل (فريبه) عام 1921 برامج إذاعية من برج ايفل في باريس، و ظهرت عام 1923 ثلاث خدمات إذاعية حكومية و خاصة. و في النصف الثاني من نفس العام اصبح في المانيا محطة إذاعية تقدم برامج منتظمة من برلين. و ما ان انتصفت سنة 1924 حتى كانت هناك محطة راديو على الأقل في كل دولة من دول العالم المتقدم. و في عام 1925 اصبح في العالم حوالي 600 محطة إذاعية، و ارتفع العدد الى الضعف سنة 1935. (عزت، 2018، صفحة 196)

3- العصر الذهبي للإذاعة:

يمتد من أواخر عشرينات القرن العشرين الى بداية خمسينياته حيث أصبحت الإذاعة وسيلة اتصال جماهيري ضخمة، و ركزت على الدعاية و الترفيه، و قد كانت الإذاعة المصدر الرئيسي لتسلية الجمهور، اذ كانت العائلات تجتمع اثناء فترة البث لتستمع الى البرامج الفكاهية، الموسيقى و أنواع عديدة أخرى من

البرامج الإذاعية، و كان الأطفال يهرعون من المدارس الى منازلهم للاستماع الى برامج الأطفال المخصصة لهم اثناء النهار، و كانت الملايين من النساء يستمعن الى المسرحيات واطلق عليها في أمريكا اسم اوبرات الصابون، لأنها كانت مدعومة من شركات انتاجه.

و اسفرت البرامج الفكاهية عن العديد من مشاهير الهزليين أمثال جورج بيرنز و جراسيبي الين و بوب هوب و غيرهم كما أدخلت الإذاعة الى المنازل الموسيقى بجميع أنواعها بدءا من الموسيقى الهادئة الكلاسيكية و حتى موسيقى الجاز الصاخبة.

و في الخمسينات القرن العشرين ظهر نوع جديد من العروض الفكاهية احبه الناس و تابعوه. كما انتشرت برامج تقدم طلبات المستمعين من الأغاني المفضلة لديهم و التي تصل الى الإذاعة عن طريق الرسائل البريدية. و أصبحت حكومات البلدان المتحاربة تبث شائعات واسعة لأهداف دعائية، كما استخدم الإذاعة القادة السياسيون، مثل ونستون تشرشل، شارل ديغول لايصال خطبهم الى مواطنيهم.

كما استغلت هيئة الإذاعة البريطانية الإذاعة لتوجيه رسائل مشفرة الى رجال مقاومة الاحتلال الألماني في أوروبا المحتلة. (الساري، 2011، صفحة 312)

و في السبعينات أصبحت المحطات الإذاعية تنقل الارسل عبر الأقمار الصناعية مما أدى الى ظهور الإذاعات الدولية.

4- أنواع الإذاعات:

حسب الملكية: عامة : وهي ملك للدولة و خاصة: و هي ملك لافراد او فرد

حسب المضمون: عامة : أي ان مضمونها عام تنطرق الى كل المواضيع، موجه الى جمهور عام متخصصة: تختص في موضوع معين و جمهورها محدد كالمواضيع الرياضية، او الإخبارية او الاقتصادية.

حسب التغطية: المحلية او الجهوية تبث عبر موجات التردد المعدل (fm) ، المحطات الوطنية: قد يتجاوز ارسالها حدود الوطن الى محيطه المباشر، تبث عبر الموجات الطويلة و المتوسطة، المحطات الدولية: التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة تبث عبر الموجات القصيرة، و هي موجهة الى الغير قصد التأثير فيه. يستخدم مصطلح رقمي عادة لتوصيف عمليات التي يقوم بها الكمبيوتر و الأجهزة

الالكترونية بشكل عام، اذ تتحول المعلومات الحقيقية الى الشكل الثنائي، كما هو الحال فغي التسجيلات الصوتية الرقمية و التصوير الفوتوغرافي الرقمي. اما حاليا فان كلمة رقمي أصبحت تستخدم للتعبير عن الانظمة الالكترونية على الرغم من انه ليس كل أنظمة الالكترونيات رقمية. و تشير التكنولوجيا الرقمية الى عملية اختزال المعلومات الخاصة الى رموز ثنائية، و لان المعلومات الرقيمة تتكون من رقمي 0،1، فانه من السهل المحافظة على المعلومات نظيفة كما هي في حالتها الاصلية. و يمتاز البث الرقمي من عدد هائل من الخدمات التي يقدمها للمشاهدين و المستمعين فبدلا من تحويل الصوت و الصورة الى موجات فان التكنولوجيا الجديدة تحولها الى سلسلة ارقام يمكن نقلها عبر الهواء و استقبالها بواسطة الهوائي الخاص بالراديو او التلفزيون، و لانه ليس ارضيا فقط بل فضائيا أيضا فان البث الرقمي خلق نوعا جديدا من الراديو الفضائي. فالراديو الرقمي يقدم للمستمع نبرة مختلفة تماما عما كان معهودا من قبل، فجودة الصوت نقية بدرجة عالية جدا و خالية من التشويش اما أجهزة الراديو الرقيمة الجديدة فتحتوي على لوحة عرض تبث الصور و البيانات و الأرقام المرتبطة بالبرنامج.

كان تعبير البث الإذاعي الرقمي يستخدم للإشارة الى تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي و الى المعايير التكنولوجية الخاصة به، خصوصا معيار ايروكا **Eureka147 147** الخاص بهذه التكنولوجيا ، و قد تم الاتفاق على توحيد قياس البث الإذاعي الرقمي بواسطة منتدى البث الإذاعي الرقمي العالمي **forum** على <http://www.worlddab.org> الذي يمثل اكثر من 30 بلد ما عدا الولايات المتحدة الامريكية فقد اختارت لجنة الاتصالات الامريكية **FCC** نظاما يطلق عليه **HD RADIO** او نظام ايبوك **IBOC** كمعيار خاص يتم تطبيقه في الولايات المتحدة الامريكية. (عباس مصطفى صادق، ص 53)

5- كيفية عمل الإذاعة:

يتوقف البث الإذاعي على عدة عوامل بشرية، مالية و مادية و تقنية و تنظيمية فالإذاعة مثلها مثل باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة يعتمد وصولها الى الجماهير على طاقم بشري متخصص (اداريين، صحفيين، تقنيين، متعاونين) و امكانيات مالية ضخمة لتغطية تكاليف الإنجاز الإذاعي اليومي، بالإضافة الى أنظمة تحويل الإشارات الصوتية، شبكات الارسل و إعادة الارسل و أجهزة استقبال موجودة لدى المستمعين. حيث تبدأ عملية البث داخل قاعة مجهزة تجهيزا خاصا تسمى الاستوديو اين يتحدث الصحفي اما ميكروفون لينتقل صوته الى طاولة كبيرة تسمى طاولة التجميع (*table de mixage* و ذلك بعد ان تكون قد تحولت الى تيار كهربائي يعمل على انتاج موجات كهرومغناطيسية

عن طريق جهاز ارسال، ثم تنتشر هذه الموجات في الفضاء في شكل تيار مضخم ليلتقطه أجهزة الاستقبال و تشتق منه تيار ضئيل الشدة يكون مطابق للتيار المنتج من قبل الميكروفون، الذي يضخمه بدوره ليمر بعد ذلك عبر مكبر الصوت (دليو، 2013، صفحة 130)

6- تاثير تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة المسموعة: يمكن رصد انعكاسات تطورات تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة المسموعة في الجوانت التالية:

• قنوات الإذاعة عبر الفضائيات التلفزيونية:

سعت العديد من الدول في الوقت الراهن الى الاستفادة من القنوات الصوتية الموجودة في القنوات التلفزيونية للبث الفضائي عبر الأقمار الصناعية من خلال بث خدمات إذاعية يمكن الاستماع اليها عبرجهاز الاستقبال التلفزيوني و ساعد ذلك الى حد كبير في تحسين موقف الراديو من التطورات التكنولوجية الهائلة التي شهدتها وسائل الاتصال بشكل عام و التلفزيون على وجه الخصوص.

• الراديو الرقمي: ينتج نظام البث الرقمي في لإذاعة المزايا التالية:

تحسين ظروف استخدام المواد الاذاعية شديدة الجودة في المنازل و السيارات و المناطق النائية. اتاحة خدمات اذاعية كثيرة من خلال قدرة القنوات القمرية على حمل عدد كبير من القنوات الاذاعية مما يتيح للجمهور اختيار ما يناسبه من بدائل عديدة. الوصول الى مناطق جغرافية شاسعة مثل المناطق النائية المحرومة من الإذاعات الأرضية. التجديد و الابتكار في اتاحة خدمات إذاعية جديدة و توظيف تكنولوجيا الاتصال لخدمة متطلبات الجماهير.

• الراديو الرقمي الفضائي: من اهداف الراديو الفضائي:

تقديم الاخبار و المعلومات الى الجماهير التي تفتقر اليها. استخدامه في التوعية الصحية.

تخصيص قنوات إذاعية خاصة للإغاثة وقت الكوارث، و برامج لتنمية المرأة و الطفل و الاهتمام بالبيئة و التدريب المهني و غيرها.

يتيح استماع الجمهور الى مئات القنوات الاذاعية المحلية و الإقليمية و الدولية و كذلك اشراكه في القنوات الاذاعية المشفرة.

• أجهزة الاستقبال الإذاعي الحديثة:

تتسم هذه الأجهزة بسهولة الاستخدام، حيث يحدد المستمع الرقم الخاص بالمحطة التي يرغب في الاستماع إليها، كما تتميز بصغر الحجم و سهولة الحمل و التنقل إضافة الى إمكانية الضبط الاوتوماتيكي على التردد المطلوب. (عبود، 2020، الصفحات 7-8)

7- الإذاعة في الوطن العربي:

قد دخلت الإذاعة الى معظم المنطقة العربية عن طريق الاحتلال الفرنسي و الإيطالي حيث عرفت مصر الإذاعة في أواخر عام 1934 حيث انشأت الحكومة محطة إذاعية رسمية، اما السودان ففي عام 1940 ، لبنان عام 1938 و تونس عام 1935 و المغرب عام 1928 ، اما الجزائر ففي عام 1925 عندما قام احد الفرنسيين بانشاء محطة ارسال على الموجة المتوسطة و كانت تابعة للحكومة الفرنسية تحت الاشراف الفني لوزارة البريد، و بقيت تابعة لها حتى عام 1945 اين ادمجت الإذاعة الجزائرية مع الفرنسية، و لم تلق الإذاعة الجزائرية رواجاً الا بعد سنة 1943 عندما بدأت تبث باللغة العربية.

أسئلة للمناقشة:

كيف اثرت التكنولوجيا الحديثة على الإذاعة المسموعة؟

هل اثر ظهور الإذاعة على الوسائل السابقة كالصحافة المكتوبة؟

قائمة المصادر و المراجع:

1. جاسم رمضان الهلالي. (2013). الدعاية و الاعلان و العلاقات العامة في المدونات الالكترونية. الاردن: دار النفائس.
2. جيهان احمد رشتى. (1993). الاسس العلمية لنظريات الاعلام. القاهرة: دار النهضة العربية .
3. حسن عماد المكاوي. (2001). الاتصال و نظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
4. حنان شعبان. (2011). تلقي الاشهار التلفزيوني. الجزائر : كنوز الحكمة.
5. رضوان بلخيرى. (2014). مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال نشاتها و تطورها. الجزائر: دار الجسور للنشر و التوزيع.
6. ريم عبود. (2020). مدخل الى الاذاعة و التلفزيون. الجامعة السورية الافتراضية.
7. زهير احدان. (2012). الصحافة المكتوبة في الجزائر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
8. سامي علي مهني. (2020). الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل التشريعات الاعلامية الجديدة- دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين-.
9. سعد علي ربحان المحمدي. (2014). استراتيجية الاعلان و الاتجاهات الحديثة في تطوير الاداء المؤسساتي. اليازوري.
10. عباس مصطفى صادق. (2012). الاذاعة ...من التأسيس ...الى الرقمنة....و ماذا بعد؟ مجلة الاذاعات العربية، 47.
11. فريد حاتم الشحف. (2015). الدعاية و التضليل الاعلامي الاساليب و الطرق. ديمشق: دار علاء الدين للنشر و التوزيع و الترجمة.
12. فضيل دليو. (2013). تاريخ وسائل الاعلام و الاتصال. الجزائر: دار الخلدونية للنشر و التوزيع.

13. فؤاد احمد الساري. (2011). وسائل الاعلام النشأة و التطور. عمان الاردن: دار اسامة للنشر و التوزيع.

14. فواز الحكيم. (2015). سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري. الاردن: الناشر للنشر و التوزيع.

15. ليلى حسنين السيد، و حسن عماد الدين المكاوي. (2004). الاتصال و نظرياته العاصرة، . القاهرة: الدار الصرية اللبنانية.

16. محمد فريد عزت. (2018). الاتصال و وسائله الجماهيرية التقليدية و التكنولوجية. القاهرة: دار النشر للجامعات.

17. محمد قروش. (1984). تاريخ الاذاعة الجزائرية و التلفزيون. ديوان المطبوعات الجامعية.

18. نصر الدين مزارى. (-2012). التنظيم القانوني للممارسة الاعلامية في المغرب العربي، دراسة وصفية مقارنة بين الجزائر و المغرب.

19. وسام فاضل راضي. (2013). الاعلام الاذاعي و التلفزيوني الدولي. ديمشق: صفحات للدراسات و النشر.

للاطلاع باللغة الاجنبية:

1. DANIEL BOUGNOUX, INTRODUCTION AUX SCIENCES DE LA COMMUNICATION, ALGER :Casbah édition, 1999.
2. RENE PERDAL, LES MEDIAS ET LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE, collection les indispensables de l'information et de la communication, collection coordonnée par Denis Benoit, Paris : les editions d'organisation, 1995.
3. BAYLAN ,CH, MIGNOT,X, LA COMMUNICATION, France :Natan, 1991.
4. FLICHY,P, UNE HISTOIRE DE LA COMMUNICATION MODERNE, Paris : la découverte, 1997.

5. BERTRAND, C-J. **MEDIAS : INTRODUCTION A LA PRESS, LA RADIO, ET LA TELEVISION** ,paris ;ellipses.

ملحق التواريخ

- الكتابة على اساس النطق 1700 ق، م.
- الكتابة الالفبائية: 700 عام ق، م.
- الطباعة: غوتنبرغ 1463.
- الموجات الكهرومغناطيسية: وليم سترجون 1824.
- التلغراف : صامويل مورس 1837.
- الهاتف: جراهام بيل 1876.
- الانفوغراف: توماس اديسون 1877.
- اللاسلكي: جوليليو ماركوني 1896.
- اول صحيفة رسمية: 1631 فرنسا.
- اول صحيفة في الوطن العربي: كوربيه دي ليجييت، مصر، 1789.
- اول صحيفة في الجزائر: ليسافيت دي سيدي فرج، 1830.
- اول وكالة انباء: هافاس في فرنسا 1832.
- وكالة رويتر 1851.
- وكالة اسوشايتد برس 1848.
- وكالة اليوناييتد برس انترناشيونال 1958.
- وكالة التاس السوفيياتية 1918.
- وكالة الشرق الاوسط 1956.
- وكالة الانباء الجزائرية 1961.
- التصوير الفوتوغرافي: لويس داجير 1839.
- اول عرض سنيماي جماهيري: 1895.
- اول الخدمات الاذاعية المنتظمة: 1919.
- اول بث اذاعي في الولايات المتحدة الامريكية 1920.