

جامعة البليدة 2 لويسي علي
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - الأمير خالد الجزائري.
قسم العلوم الإنسانية.
شعبة علوم الإعلام والاتصال.

مجموعة محاضرات في مقياس:

مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال

خاصة بالسنة الأولى علوم إنسانية (جذع مشترك)

إعداد وتقديم:

د. عبد الرحمان نشادي

السنة الجامعية 2022/21 م.

فهرس المحتويات

- فهرس المحتويات.....ص2
- فهرس الأشكال.....ص9
- مدخل خاص بمحتوى المادة حسب عرض التكوين.....ص10
- جدول توزيع المحاضرات.....ص12
- المحاضرة الأولى.....ص13
- مدخل مفاهيمي.....ص13
- مفهوم الوسيلة.....ص13
- مفهوم الإعلام.....ص14
- مفهوم الاتصال.....ص15
- مفهوم وسائل الإعلام والاتصال.....ص15
- الظروف التاريخية المهيأة لظهور الصحافة في الغرب.....ص16
- ظهور الطباعة.....ص16
- الأشكال الأولى للصحيفة الدورية.....ص18
- الصحافة في التاريخ القديم.....ص18
- المحاضرة الثانية.....ص19
- تطور الفكر والحريات (القرن الثامن عشر).....ص19
- عصر التنوير Age of Enlightenment.....ص19
- المرحلة الانتقالية نحو أسلوب الإنتاج الرأسمالي.....ص20
- عصر النهضة.....ص21
- أبرز المفكرين الأوائل الذين وضعوا اللبنة الأولى لهذه المرحلة.....ص22
- نيقولا ميكافيللي (1469 م - 1527 م).....ص22
- نيقولا كوبرنيكس (1473 م - 1532 م).....ص22
- جوردانو برونو (1548 م - 1600 م).....ص22
- العلماء الطبيعيون.....ص23
- ليوناردو دافنشي (1452 م - 1519 م).....ص23
- جاليليو (1564 م - 1642 م).....ص23
- تطور الفلسفة الأوروبية أواخر القرن السادس عشر ونهاية القرن الثامن عشر.....ص24

- التنوير الفرنسي والفلسفة الألمانية في القرن الثامن عشر.....ص25
- التنوير الفرنسي.....ص25
- الفلسفة الألمانية.....ص25
- إيمانويل كانت (1724 - 1804) ص25
- جورج ويلهلم فريدريك هيجل (1770 - 1831) ص26
- لودفيج فيورباخ (1804 - 1872) ص27
- ظهور الفلسفة الماركسية ومصادرها ومكوناتها.....ص28
- كارل ماركس (1818 - 1883) ص28
- في المجال الإعلامي.....ص29
- في فرنسا.....ص31
- في الولايات المتحدة الأمريكية.....ص31
- مراحل تطور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية.....ص32
- ظهور صحافة الرأي في أوروبا.....ص32
- تعريف الصحافة ص32
- النشأة الأولى للصحافة الأوروبية.....ص34
- المحاضرة الثالثة.....ص34
- الثورة الفرنسية (1789 - 1799) وتأثيراتها على نمو الصحافة.....ص35
- الصحافة الفرنسية في القرنين (السابع عشر والثامن عشر) ص35
- الصحافة الفرنسية مع بدايات القرن التاسع عشر.....ص36
- المحاضرة الرابعة.....ص38
- تاريخ الصحافة المكتوبة في البلدان الغربية (أوروبا وأمريكا) ص38
- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة الفرنسية (1871 م - 1914) ص38
- المحاضرة الخامسة.....ص40
- الصحف الدورية.....ص40
- مفهوم الصحيفة.....ص40
- أولى الصحف الدورية في العالم.....ص40
- الصحافة الفرنسية.....ص42
- صحافة القرن الثامن عشر.....ص43
- صحافة القرن التاسع عشر.....ص44

صحافة القرن العشرين.....	ص44
الصحافة الفرنسية بالحرب العالمية الأولى.....	ص44
الصحافة البريطانية.....	ص45
الصحافة الألمانية.....	ص45
المحاضرة السادسة.....	ص46
ظهور وتطور وكالات الأنباء.....	ص46
مفهوم وكالات الأنباء وأقسامها ودورها.....	ص46
مفهوم وكالات الأنباء NEWS AGENCY.....	ص46
نشأة وكالات الأنباء.....	ص48
علاقة المؤسسات الإعلامية بوكالات الأنباء.....	ص48
أقسام وكالات الأنباء.....	ص49
أبرز وكالات الأنباء العالمية.....	ص50
وكالة أستوسبيتد برس Associated Press News Agency.....	ص50
وكالة اليوناييتد برس إنترناشونال United Press International.....	ص51
رويترز REUTERS.....	ص51
وكالة الصحافة الفرنسية Associated France Press.....	ص52
وكالة الأنباء الروسية تاس TASS Russian News Agency.....	ص52
وكالات الأنباء العربية، مهامها، وأبرز المشاكل التي تواجهها الأقطار العربية.....	ص54
المشاكل التي تواجهها الوكالات العربية للأنباء.....	ص55
أسماء الوكالات العربية.....	ص56
ظاهرة تدفق الأخبار باتجاه واحد.....	ص57
وكالة الأنباء الجزائرية: النشأة، الأنظمة والمهام.....	ص64
المحاضرة السابعة.....	ص67
التصنيع الصحفي/ تصنيع المادة الإعلامية.....	ص67
تصنيع الأخبار في وكالات الأنباء.....	ص67
تصنيع نشرة الأخبار.....	ص68
تصنيع الصحيفة اليومية.....	ص68
تصنيع البرنامج التسجيلي والوثائقي.....	ص69
تصنيع الدراما.....	ص69

- الصحافة والسلطة السياسية في الغرب.....	ص70
- حرية الإعلام وجدلية العلاقة بين الإعلام والسياسة في الغرب.....	ص70
- مفرزات العلاقة الجدلية بين الصحافة والسلطة قديما وحديثا.....	ص73
- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.....	ص76
- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب 1981.....	ص77
- مشروع الميثاق العربي لحقوق الإنسان 23 مايو 2004.....	ص77
- التوزيع الواسع للصحافة.....	ص78
- مفهوم عملية توزيع الصحف.....	ص78
- مشاكل التوزيع.....	ص79
- أنماط التوزيع.....	ص81
المحاضرة الثامنة.....	ص81
- ظاهرة الإعلام كخدمة عامة.....	ص81
- مفهوم الخدمة العامة Public services.....	ص81
- خصائص الإعلام.....	ص82
- أهداف الاعلام.....	ص83
- وظائف الإعلام.....	ص83
- تكوين وتطور المهنة الصحفية.....	ص84
- نشأة الصحافة وتطورها.....	ص84
- في العصور القديمة.....	ص84
- بدايات الصحافة في أوروبا.....	ص86
- صحافة القرن الثامن عشر.....	ص91
- حرية الصحافة.....	ص92
- صحافة القرن التاسع عشر.....	ص93
المحاضرة التاسعة.....	ص96
- النفوذ الصحفي (السلطة الرابعة Fourth Estate).....	ص96
السداسي الثاني.....	ص98
المحاضرة العاشرة.....	ص98
- مفهوم الإعلام والاتصال الجديد.....	ص98
- مفهوم الإعلام الجديد.....	ص98

- مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....	ص99
- سمات الإعلام الجديد.....	ص99
- المحاضرة الحادية عشر.....	ص102
- أنواع الاتصال وأنماطه.....	ص102
- أنواع الاتصال حسب اللغة.....	ص102
- أنواع الاتصال حسب الجمهور.....	ص103
- النماذج الإعلامية الاتصالية Communication Models.....	ص104
- النموذج الخطي أو أحادي الاتجاه Linear Model.....	ص104
- نموذج الاتصال التبادلي الثنائي (في اتجاهين).....	ص105
- نموذج الاتصال التفاعلي.....	ص106
- بعض النماذج الاتصالية المشهورة.....	ص107
- نموذج شانون وويفر Shannon & Weaver.....	ص107
- نموذج هارولد لاسويل Harold Dwight Lasswell 1902-1978.....	ص108
- نموذج ولبر شرام Wilbur Lang Schramm 1907-1987.....	ص109
- المحاضرة الثانية عشر.....	ص111
- وظائف الإعلام والاتصال في مجتمعات المعلومات.....	ص111
- مفهوم مجتمع المعلومات.....	ص111
- مفهوم المعلومات.....	ص112
- بعض تعريفات مجتمع المعلومات.....	ص113
- خصائص مجتمع المعلومات.....	ص114
- وظائف الإعلام والاتصال في مجتمع المعلومات.....	ص115
- المحاضرة الثالثة عشر.....	ص119
- وسائل الإعلام والاتصال: التطور والسمات.....	ص119
- المحاضرة الرابعة عشر.....	ص122
- السياسة والإعلام.....	ص122
- مفهوم السياسة.....	ص122
- علاقة السياسة بالإعلام.....	ص122
- الأخلاق والإعلام.....	ص125
- تعريف الأخلاق.....	ص125

- تعريف الميثاق الأخلاقية.....	ص125
- مفهوم الميثاق.....	ص125
- ميثاق الشرف الصحفي.....	ص126
- أنواع الميثاق الأخلاقية.....	ص126
- معايير ومبادئ الميثاق الأخلاقية.....	ص127
- المبادئ الأخلاقية.....	ص127
- المعايير الأخلاقية.....	ص133
- فوائد الميثاق الأخلاقية.....	ص136
- من يقوم بوضع الميثاق الأخلاقية الإعلامية.....	ص136
- نماذج من موضوعات الميثاق الأخلاقية الإعلامية.....	ص137
- مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع.....	ص137
- مسؤولية وسائل الإعلام نحو الدولة.....	ص138
- مسؤولية وسائل الإعلام نحو الأفراد.....	ص139
- المحاضرة الخامسة عشر.....	ص140
- مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي.....	ص140
- المحاضرة السادسة عشر.....	ص141
- الحداثة الإعلامية.....	ص141
- مفهوم الحداثة.....	ص141
- وسائل التسجيل الجديدة.....	ص143
- المحاضرة السابعة عشر.....	ص145
- الإنترنت والتطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب.....	ص145
- تطبيقات الإعلام الجديد.....	ص145
- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي Social Media.....	ص145
- نشأة الشبكات الاجتماعية وتطورها.....	ص146
- أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.....	ص148
- الفيسبوك Facebook.....	ص148
- النشأة والتطور.....	ص148
- أهم مميزات الفيسبوك.....	ص149
- اليوتيوب YouTube من موقع إلى منصة.....	ص151

- الناشئة والتطور.....ص151
- مميزات اليوتيوب.....ص154
- التويتر Twitter.....ص155
- الناشئة والتطور.....ص155
- مميزات التويتر.....ص156
- المحاضرة الثامنة عشر.....ص157
- المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.....ص157
- الإعلام التقليدي.....ص157
- الإعلام الرقمي.....ص157
- أدوات الإعلام الرقمي.....ص158
- خصائص الإعلام الرقمي.....ص158
- بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية.....ص160

فهرس الأشكال

- شكل رقم (1) يبين نموذج الاتصال اللفظي أحادي الاتجاه.....ص
- شكل رقم (02) يوضح نموذج الاتصال أحادي الاتجاه.....ص
- شكل رقم (03) يبين نموذج الاتصال التبادلي الثنائي (في اتجاهين).....ص
- شكل رقم (04) يمثل نموذج الاتصال التفاعلي.....ص
- شكل رقم (05) يبين نموذج شانون وويفر.....ص
- شكل رقم (06) يبين نموذج لاسويل.....ص
- شكل رقم (07) نموذج شرام للاتصال.....ص
- شكل رقم (08) يبين شريط مثقب يحمل رموز الأحرف والأرقام.....ص
- شكل رقم (09) يمثل صورة تبين شكل الأقراص المضغوطة.....ص

مدخل خاص بمحتوى المادة حسب عرض التكوين:

محتوى المادة: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال حسب عرض التكوين، السداسي: الأول
أهداف التعليم:

يهدف إلى التعرف على أوليات علوم الإعلام والاتصال، وعلى أنواع الإعلام وتاريخه.

المعارف المسبقة المطلوبة:

أن يكون الطالب على اطلاع ولو جزئي بالمضمون العام للموضوع الخاص بالإعلام والاتصال.

محتوى المادة:

I- الظروف التاريخية المهيأة لظهور الصحافة في الغرب

1- ظهور الطباعة.

2- الأشكال الأولى للصحيفة الدورية.

3- تطور الفكر والحريات (القرن الثامن عشر)

4- ظهور صحافة الرأي في أوروبا.

5- الثورة الفرنسية وتأثيراتها على نمو الصحافة.

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

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

2- الصحف الدورية.

3- ظهور وتطور وكالات الأنباء.

4- تعريف بأهم وكالات الأنباء العالمية.

5- التصنيع الصحفي.

6- الصحافة والسلطة السياسية في الغرب.

7- التوزيع الواسع للصحافة.

8- ظاهرة الإعلام كخدمة عامة.

9- تكوين وتطور المهنة الصحفية.

10- النفوذ الصحفي (السلطة الرابعة).

السداسي: الثاني

المعارف المسبقة المطلوبة:

أن يكون الطالب على اطلاع ولو جزئيا بالمضمون العام للموضوع الخاص بالإعلام والاتصال، خاصة السداسي الأول.

محتوى المادة:

III- مفهوم الإعلام والاتصال الجديد.

IV- أنواع الاتصال وأنماطه.

V- نماذج الإعلامية الاتصالية.

VI- وظائف الإعلام والاتصال في مجتمعات المعلومات.

VII- وسائل الإعلام والاتصال : التطور والسمات.

VII- السياسة والإعلام.

XI- الأخلاق والإعلام.

X- مستقبل وسائل الإعلام.

XI- الحداثة الإعلامية

1- وسائل التسجيل الجديدة.

2- الإنترنت والتطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب.

3- المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

جدول توزيع المحاضرات:

عدد الحصص	عنوان المحاضرة	رقم المحاضرة
03	I- الظروف التاريخية المهيأة لظهور الصحافة في الغرب 1- ظهور الطباعة. 2- الأشكال الأولى للصحيفة الدورية.	01
03	3- تطور الفكر والحريات (القرن الثامن عشر) 4- ظهور صحافة الرأي في أوروبا.	02
01	5- الثورة الفرنسية وتأثيراتها على نمو الصحافة.	03
02	II- تاريخ الصحافة المكتوبة في البلدان الغربية (أوروبا وأمريكا). 1- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة (القرن التاسع عشر).	04
01	2- الصحف الدورية.	05
02	3- ظهور وتطور وكالات الأنباء. 4- تعريف بأهم وكالات الأنباء العالمية.	06
03	5- التصنيع الصحفي. 6- الصحافة والسلطة السياسية في الغرب. 7- التوزيع الواسع للصحافة.	07
02	8- ظاهرة الإعلام كخدمة عامة. 9- تكوين وتطور المهنة الصحفية.	08
01	10- النفوذ الصحفي (السلطة الرابعة).	09
01	III- مفهوم الإعلام والاتصال الجديد.	10
02	IV- أنواع الاتصال وأنماطه. V- نماذج الإعلامية الاتصالية.	11
01	VI- وظائف الإعلام والاتصال في مجتمعات المعلومات.	12
01	VII- وسائل الإعلام والاتصال: التطور والسّمات.	13
02	VIII- السياسة والإعلام. IX- الأخلاق والإعلام.	14
01	X- مستقبل وسائل الإعلام.	15
01	XI- الحداثة الإعلامية 1- وسائل التسجيل الجديدة.	16
02	2- الإنترنت والتطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب.	17
01	3- المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.	18

- مدخل مفاهيمي:

- مفهوم الوسيلة: الوسيلة في معجم المعاني الجامع هي:

- الدرجة الرفيعة التي أعدها الله لرسوله في الجنة (وسلوا لي الوسيلة). (فقهية)
- ما يتقرب به إلى الغير لنيل رضاه، الوصلة. ومنه ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَابْتَغُوا إِلَيْهِ الْوَسِيلَةَ﴾

- وسيلة: (اسم) الجمع: وسائل ووُسل
- الوَسِيلَةُ: الواسلة، كل ما يتحقق به غرض معين، يقابلها غاية
- الوَسِيلَةُ: الوُصْلَةُ
- وسائل الرَّاحة: أسبابها،
- وسائل النَّقل: طُرُقُه،
- وسيلة إعلان: أَيْة وسيلة أو أداة يمكن بواسطتها إيصال فكرة أو غاية معينة إلى أذهان الجمهور

- مطلق سَبَب، حيلة، سبيل للتغلب على عقبة
- واسطة لإيجاد مخرج مناسب من صعوبة
- قُرْبَى، وُصْلَة، درجة عالية في الجنة
- (القانون) سبب أو وجه قانوني أو فعلي تُبنى عليه الدَّعْوَى ويُدَلَّل عليه أمام المحكمة
- الوسيلة: درجة النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، من الجنَّة
- وسائل المواصلات: وسائل نقل مستخدمة داخل مدينة أو بلاد
- وسائل النَّقل: وسائل لنقل الأشخاص أو الأشياء من مكان لآخر كالسيَّارات والطائرات
- وسائل الإعلام: تبادل الأفكار أو الآراء أو المعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارات. (قاموس المعاني، 2010-2021)

- **الوسائل:** الوسائل جمع وسيلة وفي الدراسات الإعلامية، يقصد بالوسائل أو الوسيلة، ما يستخدم في نقل الرسالة بالرمز أو الشكل أو اللغة أو هي القنوات التي تمر من خلالها الرسالة التي تحمل الرمز من المرسل إلى المرسل إليه، أي الوسيلة هي الأداة التي يتم من خلالها نقل الرسالة وفي هذا الشأن يعد الكندي مارشال ماكلوهان أشهر الدارسين والباحثين في تأثير وسائل الاتصالات العامة على المجتمع في عدة كتب منها مجرة جوتنبرج في عام 1962م وفهم وسائل الاتصالات العامة في عام 1964 م. (نشادي ع.، 2016-2017، الصفحات 21-22)

- **مفهوم الإعلام:** الإعلام لغة: ورد في قاموس المعاني كلمة عِلِمَ: (فعل) عِلِمَ يَعِلِمُ، عَلِمًا، فهو عالِم، والمفعول مَعْلُوم

عِلِمَ مَحْفَظَتُهُ: وَسَمَّهَا، وَضَعَ عَلَيْهَا عَلَامَةً. وَأَعْلَمَ: (فعل) أَعْلَمَ يُعْلِمُ، إِعْلَامًا، فهو مُعْلِمٌ، والمفعول مُعْلَمٌ وأعلمه الأمر / أعلمه بالأمر : أخبره به وعرفه إيَّاه، أطلعه عليه، أعلمه بما حدث. (قاموس المعاني ، 2012-2021)

تعني كلمة إعلام نشر الأخبار والوقائع والمعلومات لكافة أفراد المجتمع ويرى الدكتور عبد اللطيف حمزة، أن الإعلام هو "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة..." ويقول (فرنان تيرو) أن الإعلام هو "نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور.

ويعرفه سمير حسين: أنه كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الناس بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمواضيع والمشكلات ومجريات الأمور بموضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة بما يساهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الواقع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة. (نشادي ع.، 2017-2018، الصفحات 7-8)

- مفهوم الاتصال: الاتصال لغة: ورد في لسان العرب كلمة وصل: وَصَلْتُ الشَّيْءَ وَصَلًا وَصِلَةً، وَالْوَصْلُ ضِدُّ الْهَجْرَانِ. ابْنُ سِيدَةَ: الْوَصْلُ خِلَافُ الْفُصْلِ. وَصَلَ الشَّيْءُ بِالشَّيْءِ يَصِلُهُ وَصَلًا وَصِلَةً وَصِلَةً... وَفِي التَّنْزِيلِ الْعَزِيزِ: ﴿وَلَقَدْ وَصَلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ﴾ أَيْ وَصَلْنَا ذِكْرَ الْأَنْبِيَاءِ وَأَقَاصِيصَ مَنْ مَضَى بَعْضُهَا بِبَعْضٍ، لَعَلَّهُمْ يَعْتَبِرُونَ. وَاتَّصَلَ الشَّيْءُ بِالشَّيْءِ: لَمْ يَنْقَطِعْ... وَوَصَلَ الشَّيْءُ إِلَى الشَّيْءِ وَصُولًا وَتَوَصَّلَ إِلَيْهِ: انْتَهَى إِلَيْهِ وَبَلَغَهُ... وَوَصَلَ: بِمَعْنَى اتَّصَلَ... قَالَ الْأَزْهَرِيُّ: وَالِاتِّصَالُ أَيْضًا الْإِعْتِرَافُ... وَقَالَ أَبُو عَمْرٍو: الْإِتِّصَالُ دُعَاءُ الرَّجُلِ رَهْطَهُ دُنْيَا.. وَفِي الْحَدِيثِ: مَنْ اتَّصَلَ فَأَعْضُوهُ... يُقَالُ: وَصَلَ إِلَيْهِ إِذَا انْتَمَى. وَفِي حَدِيثِ أَبِي: أَنَّهُ أَعْضَّ إِنْسَانًا اتَّصَلَ. وَالْوَاصِلَةُ مِنَ النِّسَاءِ: الَّتِي تَصِلُ شَعْرَهَا بِشَعْرِ غَيْرِهَا، وَالْمُسْتَوْصِلَةُ: الطَّالِبَةُ لِذَلِكَ، وَهِيَ الَّتِي يُفْعَلُ بِهَا ذَلِكَ. وَفِي الْحَدِيثِ: أَنَّ النَّبِيَّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - لَعَنَ الْوَاصِلَةَ وَالْمُسْتَوْصِلَةَ... وَالْوَصْلَةُ: الْإِتِّصَالُ. وَالْوَصْلَةُ: مَا اتَّصَلَ بِالشَّيْءِ. (ابن منظور، الصفحات 726-727)

يعني تبادل الأفكار والمعلومات التي تتضمن الكلمات والصور والرسوم والرموز المختلفة (الشمالية، اللحام، و كافي، 2014، صفحة 65)

- مفهوم وسائل الإعلام والاتصال: جاء في معنى وسائل الإعلام والاتصال في معجم المعاني الجامع:

- وسائل الإعلام: تبادل الأفكار أو الآراء أو المعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارات. وفي قاموس الكل: وسائل الإعلام: هي كل الوسائل التي تستعمل من أجل إيصال الأخبار إلى المجتمع كالجرائد والمجلات والتلفزة والمذياع. ونظرا لتدهور أهمية التنظيمات الحزبية السياسية أصبح رجال السياسة يخاطبون الجمهور عبر وسائل الإعلام مباشرة. فالانتخابات تروح أو تخسر بقدر الإنفاق على إشهار الحملات الانتخابية على شاشة التلفزيون. لكن فرضت وسائل الإعلام قوانينها وخطابها السياسي الخاص فعوض أن يسير المرشح خطابه وطريقة إلقاءه تفرض عليه مدة زمنية معينة تعرض مقتطفات منه لا تفوق 10 ثوان في نشرة المساء. وقد يقدم خبراء وسائل الإعلام صور...

- وَسَائِلُ الْإِتِّصَالِ بَيْنَ النَّاسِ: الْوَسَائِلُ الَّتِي يَتِمُّ عَبْرَهَا اللَّقَاءُ أَوْ التَّفَاعُلُ بَيْنَ الْأَفْرَادِ وَالْجَمَاعَاتِ أَوْ الْإِدَاعَةُ وَالتَّلْفُزَةُ وَالصُّحُفُ وَغَيْرُ ذَلِكَ. (المعاني، 2010-2021)

I- الظروف التاريخية للمهياة لظهور الصحافة في الغرب

1- ظهور الطباعة:

كانت الصور والرسوم هي الخطوات الأولى نحو اللغة المكتوبة. وقد بدأ الفنانون قبل التاريخ استخدام سلسلة من الصور لحكاية قصة، كتاريخ رحلة صيد ممتعة أو عاصفة عنيفة. وبالتدريج طوّر الناس نظامًا من الصور الصغيرة التي ترمز للأشياء والأفكار الأكثر شيوعًا. ويُعرف هذا النظام بالكتابة بالصور وقد طور السومريون الذين عاشوا في بلاد الرافدين أول نظام للكتابة بالصور حوالي سنة 3500 ق.م. (نشادي ع.، 2017-2018، صفحة 11) وهي عبارة عن رسم الأشياء ونقشها على الجدران أو الألواح الطينية والحجرية والمعدنية والشمعية، إذ كان الإنسان يعبر عما يريد به برمز منقوشة (ناصر خليف، 2021)

خلال العصور الوسطى التي بدأت في حوالي عام 400 م: نسخ الفنانون الكتب حرفًا حرفًا وأضافوا لأعمالهم الذهب والفضة والزخرفة المسماة بزخرفة المخطوطات.

خلال عصر النهضة (بداية الطباعة): بدأت الطباعة في الغرب خلال عصر النهضة الأوروبية الذي كان عهد نشاط فكري امتد في كل مكان في أوروبا من القرن الرابع عشر إلى القرن السابع عشر الميلاديين. وقد أوجدت الصحوة الفكرية لعصر النهضة إقبالاً على الكتب لم يستطع النسخ باليد مجاراته. وقد حلّت هذه المشكلة باختراع الطباعة التي كانت معروفة منذ قرون في آسيا ولدى المسلمين في الأندلس، ولكنها لم تكتشف في أوروبا حتى القرن الخامس عشر الميلادي. انظر: العلوم عند العرب والمسلمين؛ الطباعة؛ الورق.

لم يطبع الأوروبيون الأوائل الكتب، ولكنهم طبعوا بدلاً من ذلك أوراق اللعب التي كانت مطلوبة بشدة، فقد كان الفنان يقوم بنحت صورة بارزة لورقة لعب على كتلة من الخشب. ثم يقوم الطابع بوضع الحبر على الصورة البارزة ويضغط ورقة لعب فارغة عليها فتنتقل الصورة على الورقة. وسرعان

ما استخدم الطابعون هذه الطريقة المسماة الرسم أو الطباعة بالكتل الخشبية لعمل الكتب بالإضافة إلى أوراق اللعب. ولكن نقش كل كلمة على الكتلة الخشبية كان يستغرق وقتًا طويلاً. وقد جعل اختراع الحروف القابلة للتحريك الطباعة أسرع بكثير؛ لأن الحروف المنقوشة نفسها يمكن استخدامها مرارًا. فيمكن للطابع بعد طبع صفحة، فصل الحروف المطبعية ثم إعادة ترتيبها.

الطبع عن طريق الحروف المطبعية المتحركة: اخترعت الحروف المتحركة في آسيا خلال القرن الحادي عشر الميلادي، وفي أوروبا خلال القرن الخامس عشر الميلادي. وقد وُجدت الطباعة بالحروف المطبعية القابلة للتحريك في آسيا منذ القرن الحادي عشر الميلادي، ولكن هذا الاختراع لم ينتقل إلى أوروبا في ذلك الوقت. ويعتبر أغلب المؤرخين (جوهانس جوتنبرج) الذي كان حدّادًا ألمانيًا مخترع حروف الطباعة القابلة للتحريك في أوروبا.

في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، قام جوتنبرج بتجميع عدة اختراعات ليوجد نظامًا جديدًا كاملاً للطباعة. فقام بعمل قطع منفصلة من حروف الطباعة القابلة للتحريك جاعلاً لكل حرف نموذجًا صغيرًا وآخر كبيرًا. وقام بصف حروف الطباعة داخل إطار (صندوق الصف) لتكوين الصفحات. كما أوجد حبرًا خاصًا به من الألوان والصبغات والمواد الأخرى. وحوّل معصرة خمر كان يمتلكها إلى مبنئٍ للطباعة يعتبر الأول من نوعه في أوروبا. وكان جوتنبرج قد وجد صعوبة في الحصول يدويًا على نسخ منتظمة الطبع. ولكن آلة الطباعة الجديدة جعلت بالإمكان وضع ضغط منتظم على الصفحة. وسرعان ما أصبحت الطباعة أهم وسائل الاتصال الجماهيري. واختفى فن النسخ باليد. ولكن الكثير من الناس تخوفوا أن يكون فن الطباعة الجديد سحرًا شريكًا جاء عن طريق الشيطان. ولم يستطيعوا أن يستوعبوا كيف يمكن إنتاج الكتب بهذه السرعة، أو كيف يمكن أن تبدو كل النسخ متشابهة تمامًا. ولتهديئة مخاوف الناس، ركز الطابعون الأوائل على إنتاج العهدين القديم والجديد، والكتب الدينية بدلاً من الأعمال العلمية، أو الكتابات الأخرى.

لقد مكّن العدد الكبير من الأناجيل المطبوعة الكثير من النصارى من قراءة الكتب المقدسة بأنفسهم ونتيجة لذلك بدأ بعضهم في التساؤل عن بعض تصرفات الكنيسة الرومانية الكاثوليكية. وبهذه الطريقة ساعدت الطباعة على مولد الإصلاح الديني البروتستانتي في القرن السادس عشر

الميلادي. وقد بدأت هذه الحركة محاولة لتقويم الكنيسة الكاثوليكية، وانتهت بتأسيس البروتستانتية... ففي بداية القرن التاسع عشر الميلادي، أحدث العديد من الاختراعات الجديدة ثورةً في الاتصالات. وحدث تقدمٌ مهم في الطباعة عام 1811 م عندما استخدم طابع ألماني يُدعى (فريدريك كوينج) محركًا بخاريًا لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة. وكان على الطابعين أن يستمروا في وضع الحروف المطبعية باليد، ومع ذلك فإن عملية الطباعة نفسها أصبحت أسرع مئات المرات. واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة كوينج لأول مرة في عام 1814 م ومكّن هذا الاختراع التايمز، وجرائد أخرى من طباعة أعداد كبيرة، بتكلفة قليلة، مما جعل بالإمكان توزيع الجرائد على نطاق واسع. (نشادي ع.، 2017-2018، الصفحات 13-14-15)

2- الأشكال الأولى للصحيفة الدورية.

الصحافة في التاريخ القديم: كانت هناك بدايات للصحف في (روما القديمة)، حيث كانت تنشر الإعلانات الحكومية، ويتم نحت تلك الإعلانات بالمعادن والحجر، وتعليقها على جدران الأماكن العامة، وأطلق على تلك الصحف اسم (أكتا ديورنا). (الحلايقة، 2015) وتعني الأحداث اليومية، التي أصدرها يوليوس قيصر 59 قبل الميلاد، أول صحيفة مخطوطة وكانت مختصة بأخبار مداولات مجلس الشيوخ، والحملات الحربية، وبعض الأخبار الاجتماعية، وأخبار الجرائم. (مجلة الخليج، 2019)

القرنان السابع عشر والثامن عشر الميلاديان: استُخدم فن الطباعة أيضًا في الأعمال التجارية والصناعية في القرن السابع عشر الميلادي. وظهرت صحف إخبارية تُسمى كورانتوس كانت تشبه الجرائد إلى حد ما في هولندا وإنجلترا وبلاد أخرى. وكانت تنشر في الغالب أخبار الأعمال التجارية مثل السفن الراسية وما تحمله من بضائع. كما نشرت الصحف الإخبارية الإعلانات، وسرعان ما أضافت الكورانتوس أخبارًا لا تتعلق بالأعمال التجارية وأصبحت أولى الجرائد الحقيقية. (نشادي ع.، 2017-2018، صفحة 14)

وبمفهوم صحف اليوم، فقد نشرت أول صحيفة عام ألفٍ وستمئةٍ وخمسة للميلاد، وأول صحيفة كان ظهورها في فرنسا عام ألفٍ وستمئةٍ واثنين وثلاثين، حيث صدرت أول صحيفة فرنسية وأول صحيفة على نطاق العالم، وأطلق عليها صحيفة (الأخبار اليومية)، تلتها بفترة قصيرة ظهور صحيفة (لاغازيت). وفي العام 1702 ظهرت أول صحيفة يومية بالشكل الحديث في إنجلترا أطلق عليها «دايلي كورانت». (مجلة الخليج، 2019)

وأول صحيفة عربية كانت تسمى (الحوادث اليومية)، تم صدورها في زمن الحملات الصليبية، عن طريق المطبعة الفرنسية التي أحضرها نابليون بونابرت أثناء حملته لغزو مصر، وأول ظهور لصحيفة عربية في الشمال الإفريقي هي صحيفة (المبشر)، عام ألفٍ وثمانمئة وسبعة وأربعين. (الحلايقة، 2015)

المحاضرة الثانية

3- تطور الفكر والحريات (القرن الثامن عشر)

- عصر التنوير (Age of Enlightenment)

لقد أدت سلسلة الاكتشافات والاختراعات المتوالية إلى انتقال مجتمع أوروبا الغربية من النمط الزراعي الإقطاعي محدود الأفق إلى النمط الجديد الصناعي الرأسمالي بأفاقه المفتوحة، وعبر صراع وتناقض نوعي متعدد الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والفكرية والسياسية، بدأت تراكماته الأولى في القرنين الخامس عشر والسادس عشر.

في هذا السياق تولدت المفاهيم والأفكار والمدارس الفلسفية معلنة بداية عصر جديد للبشرية، عصر النهضة والتنوير. لكن ولادة هذا العصر لم تكن عملية سهلة في المكان أو الزمان ولم تتم دفعة واحدة وإنما حدثت لجملة من التراكمات المادية والفكرية قوامها أربع قرون من المعاناة والتحويلات الثورية في الاقتصاد والتجارة والزراعة والمدن والإصلاح الديني والتنوير، تمهيداً للثورات السياسية البرجوازية التي أنجزت كثيراً من المهمات الديمقراطية لمجتمعات أوروبا الغربية في هولندا في مطلع القرن

السابع عشر، وفي بريطانيا من 1641 _ 1688 ثم الثورة الفرنسية الكبرى 1789 _ 1815
والثورة الألمانية في منتصف القرن التاسع عشر.

لقد كان نجاح هذه الثورات بمثابة الإعلان الحقيقي لميلاد عصر النهضة والتنوير أو عصر
الحداثة ففي هذا العصر انتقلت أوروبا الغربية من مجتمع الطبيعة المحكوم بنظرية الحق الإلهي إلى المجتمع
المدني، مجتمع الديمقراطية والثورة العلمية الكبرى التي أحدثت زلزالاً في الفكر الأوروبي الحديث الذي
كان من نتائجه الرئيسية "انتقال موضوع الفلسفة من العلاقة بين الله والعالم، إلى العلاقة بين الإنسان
والعالم وبين العقل والمادة.

المرحلة الانتقالية نحو أسلوب الإنتاج الرأسمالي:

ان الفكر الذي ساد في المرحلة السابقة (الإقطاعية) لم يهتم ببحث المسائل المطروحة بما يدفع
نحو الانتقال من حالة الجمود أو الثبات إلى حالة النهوض والحركة الصاعدة، ذلك أن "المفكرين" لم
يتطلعوا إلى البحث عن الحقيقة بل عن وسائل البرهان على صحة العقائد الدينية خدمة لمصالح
الملوك والنبلاء الإقطاعيين ورجال الدين.

بدايات تشكل أسلوب أو نمط الإنتاج الجديد في أحشاء المجتمع الإقطاعي ما بين القرنين الرابع
والخامس عشر. وهما: التعاونيات، المانيفاكتوره التي ظهرت في المدن الإيطالية أولاً ثم انتقلت إلى
باقي المدن الأوروبية.

في هذه المرحلة الانتقالية، نلاحظ تطوراً ونموً للمدن وظهور التجار والصناعيين وأصحاب البنوك،
والاكتشافات التكنولوجية المغازل الآلية - دواليب المياه - الأفران العالية ودورها في صناعة التعدين
واختراع الأسلحة النارية والبارود والطباعة في أواسط القرن الخامس عشر.

الكشوفات الجغرافية مع نهاية القرن الخامس عشر وبداية السادس عشر، خصوصاً اكتشاف أميركا
والطريق البحري إلى الهند ورحلة " ماجلان " حول الأرض وبالتالي إرساء أسس التجارة العالمية
اللاحقة.

المقدمات السالفة الذكر، أدت إلى "تھاوي استبداد الكنيسة في عقول الناس" وإخفاقها وتراجع نفوذها الاقتصادي والسياسي، وظهور مجموعات من المثقفين البرجوازيين قطعوا كل صلة لهم بالكنيسة واللاهوت الديني المذهبي، وارتبطوا مباشرة بالعلم والفن، وقد سمي هؤلاء بأصحاب النزعة الإنسانية HUMANISM، (هو مصطلح دل آنذاك على الثقافة الزمنية في مواجهة الثقافة اللاهوتية أو السكولائية الرجعية) وقد أخذ هؤلاء المثقفون من أصحاب النزعة الإنسانية على عاتقهم معارضة ونقض المفاهيم والعلوم الدينية الكنيسية عبر نشر علومهم الدنيوية التي كانت بالفعل أقرب إلى التعبير عن مزاج البرجوازية الصاعدة آنذاك.

إن المسألة المركزية هنا التي نلفت الانتباه إليها، هي أن هذا العصر سمي عصر البعث renaissance الذي تولت قيادته ووجهت مساره الطبقة البرجوازية الصاعدة آنذاك.

وفي ظل هذا الوضع — كما يقول المفكر العربي سعيد بن سعيد العلوي — كان من "الطبيعي" أن تسعى البرجوازية الصاعدة بعد أن امتلكت مقومات الوجود الاجتماعي والسياسي إلى نشر ما تؤمن به من قيم ومعتقدات وآراء وأفكار في كافة مجالات العلوم والمعارف الجديدة ، حيث وجد الفكر الفلسفي العقلاني وفكر التنوير عموماً عند هذه الطبقة الرعاية والتشجيع ، ساعدها على العمل والإنتاج من جهة ، وأوجد لها التبرير الكامل بالمطالب الكبرى لها - كطبقة صاعدة - في المساواة في الحقوق والحرية في اعتناق الآراء المختلفة مع الكنيسة وفي التفكير والعمل خارج إطار الكنيسة أو الدائرة المقدسة، حيث بدأت في التبلور ، المفاهيم والقيم الجديدة ، وبدأ الحديث عن المصلحة والمنفعة والصالح العام، والرابطة الاجتماعية التي تعني الرضا الضمني للنظام القائم على أساس التمايز الاجتماعي؛ إنه الانقلاب في التصورات الإيديولوجية، فعوضاً عن النظرة "العمودية" حيث يكون ترتيب الناس في أعلى وأدنى تبرز النظرة "الأفقية" لأعضاء الوجود الاجتماعي الواحد حيث يكون المبدأ الوحيد المقبول للوجود وللعمل معاً هو شعار "المساواة".

- عصر النهضة

إن العنصر الرئيسي لهذا العصر بكل معطياته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية هو: "الفردية أو الإقرار باهتمامات الشخصية الإنسانية وحقوقها ومصالحها كموقف نقيض للكنيسة التي ألغت هذا الحق وصادرتة طوال أكثر من ألف عام، دون أن تغفل إطلاقاً دور التجارة التي شكلت العماد الاقتصادي للطبقة البرجوازية"

– أبرز المفكرين الأوائل الذين وضعوا اللبنات الأولى لهذه المرحلة:

– نيقولا ميكافيللي (1469 م. _ 1527 م.) هو من أوائل المنظرين السياسيين البرجوازيين، حاول في مؤلفاته البرهنة على أن البواعث المحركة لنشاط البشر هي الأنانية و المصلحة المادية، وهو صاحب مقولة: " أن الناس ينسون موت آبائهم أسرع من نسيانهم فقد ممتلكاتهم " ، إن السمة الفردية والمصلحة عنده هما أساس الطبيعة الإنسانية؛ ومن جانب آخر فقد رأى أن القوة هي أساس الحق في سياق حديثه عن ضرورة قيام الدولة الزمنية المضادة (البديلة) لدولة الكنيسة؛ ويؤكد على أن ازدهار الدولة القوية المتحررة من الأخلاق ، هو القانون الأسمى للسياسة وأن جميع السبل المؤدية لهذا الهدف طبيعية ومشروعة بما فيها السبل اللاأخلاقية (كالرشوة والاختيال ودس السم والخيانة والغدر)؛ والحاكم عنده يجب أن يتمتع بخصال الأسد والثعلب ، وسياساته هي سياسة "السوط والكعكة"؛ هذه هي النزعة الميكافيلية التي تبرر كل شيء للوصول إلى الهدف السياسي، وهي توضح معنى الفردية والإقرار بالاهتمامات الشخصية التي أشرنا إليها أعلاه.

– نيقولا كوبرنيكس (1473 م. _ 1532 م.) ساهم هذا المفكر في تحطيم الإيديولوجية اللاهوتية القائمة على القول بمركزية الأرض في الكون وذلك عبر اكتشافه لنظرية مركزية الشمس Helio Contricism التي قام على أساسها علم الفلك الحديث؛ وهذه النظرية من أهم منجزات "كوبرنيكس" على الإطلاق وهي تستند إلى مبدئين:

أولاً: ليست الأرض ثابتة في مركز الكون بل تدور حول محورها الخاص؛ وقد استطاع من خلال ذلك تفسير تعاقب الليل والنهار.

ثانياً: الأرض تدور حول الشمس مركز الكون.

- **جوردانو برونو (1548 م. _ 1600 م.)** فيلسوفاً وعالمًا فلكياً، قام بتطوير وتصحيح نظرية كوبرنيكس، بدأ حياته راهباً وبسبب أفكاره المادية انفصل عن الكنيسة وتفرغ لنظرياته العلمية، آمن بـ "لا نهائية" المكان أو لانهائية الطبيعة، ورفض مركزية الشمس في الكون مؤكداً على أن لا وجود لهذا المركز إلا كمركز نسبي فقط "فشمسنا ليست النجم الوحيد الذي له أقمار تدور حوله" فالنجوم البعيدة هي شمس أيضاً لها توابعها، كما افترض أن جميع العوالم في هذا الكون مأهولة ، يدفعه إلى ذلك إيمانه بأن كل ما في الطبيعة ذو نفس استناداً إلى إيمانه بمذهب حيوية المادة "HYLOTOISM" الذي اعتنقه كغيره من الفلاسفة الطبيعيين ؛ وهو أول من قال بوجود التجانس الفيزيائي بين الأرض والكواكب وهذه التنبؤات لم تؤكد علمياً إلا في أواسط القرن العشرين.

لقد حطم برونو التصورات القديمة عن العالم المخلوق ليجعل الكون ممتداً إلى ما لا نهاية وهو القائل بأن: "الكلمة الأخيرة في كل مجال من مجالات المعرفة تكمن في العقل وحده"؛ ألقي القبض عليه من قبل محاكم التفتيش التي سجنته ثمانية سنوات أحرقوه بعدها على أحد أعمدة التعذيب بعدما رفض إنكار فلسفته وتوجهاته العلمية.

العلماء الطبيعيون:

- **ليوناردو دافنشي (1452 م. _ 1519 م.)** كان فناناً وعالمًا موسوعياً ومصمماً تكنولوجياً قام بوضع عدد من التصميمات لبعض الأجهزة أو الأجسام الطائرة والمظلات، وهو من أوائل المفكرين الذي استخدموا المنهج التجريبي الرياضي في دراسة الطبيعة، كان ليوناردو دافنشي من أوائل المفكرين الذين قَدَّروا عالياً أفكار ابن رشد، وهو الذي أطلق عليه صفة " شارح أرسطو العظيم ".

- **جاليليو (1564 م. _ 1642 م.)** وهو من الرموز الخالدة في علوم الفلك.. كان لاكتشافاته الفلكية بواسطة تلسكوب صممه بنفسه دوراً كبيراً في انتصار نظرية كوبرنيكس وبرونو وأطلق عليه اسم "كولومبس السماء".

يعتبر جاليليو من أبرز مفكري ذلك العصر الذين صاغوا النظرة الديئية deism إلى الطبيعة التي اعتنقها عدد من فلاسفة ومفكري القرنين السابع عشر والثامن عشر؛ أسهمت هذه النظرة إلى

جانب أصحاب النزعة الإنسانية والفلسفة البانتئية (وحدة الوجود) في تعزيز وتطور الفلسفة العقلانية والمنهج المادي العلمي كمنطلقات أساسية لعصر النهضة.

- تطور الفلسفة الأوروبية أواخر القرن السادس عشر ونهاية القرن الثامن عشر:

أدى تفسخ العلاقات الاجتماعية والاقتصادية في النظام الإقطاعي الأوروبي إلى تراجع الهيمنة الثقافية الفكرية اللاهوتية وإلى خلق المناخ اللازم لقيام الثورات البرجوازية الأولى في القرنين السادس عشر والسابع عشر؛ بعد أن توفر الظرف الموضوعي الذي أدى إلى انتشار العلاقات الرأسمالية وتفشيها في مسامات المجتمع الإقطاعي وبرز العامل الذاتي عبر التحالف بين قوى البرجوازية المدنية الصاعدة، وشرائح من الأرستقراطية المبرجة التي تشابكت مصالحها مع مصالح البرجوازية وتحولت ملكيتها للأرض كلياً أو جزئياً من حيث توجيه العملية الإنتاجية لخدمة أغراض وتوجهات النمط الرأسمالي الجديد (الصاعد).

وفي ضوء هذا التطور الذي أصاب كل مناحي الحياة في عصر النهضة، رفع فلاسفة هذا العصر رغم الاختلافات بين مذاهبهم شعار "العلم" من أجل تدعيم سيطرة الإنسان على الطبيعة ورفض شعار العلم من أجل العلم.. لقد أصبحت التجربة هي الصيغة الأساسية للاختراعات والأبحاث العلمية التطبيقية في هذا العصر وأبرزها:

- صياغة القوانين الأساسية للميكانيك الكلاسيكي بما فيها قانون الجاذبية الذي وضعه نيوتن (1643 – 1727).

- تطوير علوم الرياضيات والهندسة والفيزياء والأحياء – ديكارت ولايبنتز

- اكتشاف الدورة الدموية – هارفي – " تأكيد اكتشاف ابن النفيس "

- قوانين الميكانيك وتعريف مفهوم العنصر الكيميائي – بويل.

- ميزان الحرارة الزئبقي والضغط الجوي – تورشيللي (أحد تلامذة جاليليو)

لم يكن سهلاً لهذه الاكتشافات العلمية وغيرها أن تكون بدون تطور الفلسفة عموماً والمذهب التجريبي على وجه الخصوص، في سياق الحراك والتناقض والصراع الاجتماعي الدائم والمستمر بوتائر متفاوتة في تسارعها بين القديم والجديد، إذ أنه بدون هذه الحركة والتناقض لم يكن ممكناً بروز الدعوة من أجل التغيير والتقدم التي عبر عنها فلاسفة عصر النهضة في أوروبا أمثال فرنسيس بيكون، ديكارت، هوبس، لايبنتز، سبينوزا.

-التنوير الفرنسي والفلسفة الألمانية في القرن الثامن عشر:

أ- التنوير الفرنسي: في فرنسا وفي النصف الثاني من القرن الثامن عشر.. تطور أسلوب الإنتاج الجديد _الرأسمالي_ في أحشاء المجتمع القديم -الإقطاعي-، وقد شهدت فرنسا قبيل الثورة البورجوازية الفرنسية (1789) بأربعة عقود حركة فكرية واسعة وقوية عرفت "بحركة التنوير"، وضع رجالها نصب أعينهم مهمة نقد ركائز الإيديولوجية الإقطاعية، ونقد الأوهام والمعتقدات الدينية والنضال من أجل إشاعة روح التسامح الديني وحرية الفكر والبحث العلمي والفلسفي وإعلاء شأن العقل والعلم في مواجهة الغيبية، ومن أهمهم شارل مونتسكيو (1689م. - 1755م.) مؤلف كتاب «روح القوانين» عام 1748 و فرانسوا فولتير (1694م. - 1778م.) و جان جاك روسو (1712 - 1778) و ديني ديدرو (1713 - 1784)

بالطبع لم يكن تيار التنوير الفرنسي متجانساً فإلى جانب المادية كانت المثالية وإلى جانب الإلحاد كان التيار الديني، ولذلك فقد كان الفكر الإنجليزي أحد أهم مصادر فكر التنوير الفرنسي، وكلاهما وجهها نقداً جاداً للنظام الإقطاعي والحكم المطلق، ومهدا الطريق من أجل هدمه وتغييره انسجاماً مع وجهة نظر المصالح البرجوازية الجديدة.

- الفلسفة الألمانية:

- إيمانويل كانت (1724 - 1804): لم يكن فيلسوفاً فحسب.. بل كان عالماً طبيعياً كبيراً أيضاً في مجالات الأنثروبولوجيا، والجغرافية الفيزيائية والكسموجونيا كما كان يحاضر في عدد من العلوم والرياضيات والميكانيكا والفيزياء والتاريخ الطبيعي العام.

يعتبر "كانت" رائد الفلسفة الكلاسيكية الألمانية ومن الأركان الأساسية لأفكاره أنه "اعتبر التاريخ تطوراً للحرية البشرية وبلوغاً لحالة قائمة على العقل بالرغم من أنه وقف نصيراً لحق التملك للأشياء وللناس أيضاً.. هذه المفارقات المتناقضة حول الحرية، هي سمة أساسية للتفكير الرأسمالي الذي يتحدث عن الحرية أو الليبرالية والمساواة للمؤسسة الحاكمة دون أي تطبيق لهذه المفاهيم بين المواطنين جميعاً، وهذه القاعدة هي جوهر الممارسة الرأسمالية المشوهة، المطبقة بصورة فجّة ومتوحشة في العالم الثالث عموماً، وفي بلادنا بوجه خاص.

- جورج ويلهلم فريدريك هيغل (1770 - 1831) عاش في مجتمع إقطاعي تسوده رجعية النبلاء وكذلك عاش مع رياح الثورة الفرنسية التي طالبت بتحرير الإنسان وتأثر بكليهما؛ كما تأثر بـ "كانت" وفلسفته العقلية بمثل ما تأثر بالشاعر الرومانسي الألماني "هلدرلين".

هو من أبرز ممثلي الفلسفة الكلاسيكية الألمانية، وقد كان أول مؤلف له "فينومينولوجيا الروح" صدر في عام 1806 والذي يشكل حسب تعبير ماركس "المعين الحقيقي" للفلسفة الهيجلية؛ ثم أصدر بعد ذلك مؤلفه الضخم الثاني "علم المنطق".

حدد "انجلز" المكانة التاريخية لـ "هيجل" في تطور الفلسفة بقوله: "لقد بلغت هذه الفلسفة الألمانية الجديدة ذروتها في مذهب "هيجل" والذي تكمن مآثرته التاريخية العظيمة في أنه كان أول من نظر إلى العالم الطبيعي والتاريخي والروحي بوصفه عملية؛ أي في حركة دائمة وفي تغير وتطور.. وقام بمحاولة للكشف عن العلاقة الداخلية لهذه الحركة وهذا التطور؛ ولا يهمننا هنا أن يكون "هيجل" لم يجد الحل لهذا المسألة.. فمآثرته التاريخية تقوم في طرحه لها...!!

لقد صاغت فلسفة "هيجل" بشكل منظم النظرة "الديالكتيكية" إلى العالم؛ وما يوافق ذلك من منهج ديالكتيكي في البحث، ولقد صاغ "هيجل" الديالكتيك باعتباره علماً فلسفياً يعمم التاريخ لكامل المعرفة وكذلك القوانين الأكثر شمولاً لتطور الواقع الموضوعي وانتقد بعمق وحزم المنهج الميتافيزيقي ليصوغ وإن كان بشكل مثالي — قوانين ومقولات الديالكتيك التي شكلت الأساس المعرفي لأفكار كارل ماركس المادية الجدلية والتاريخية.

لقد قام كلاسيكيو الماركسية بمعالجة مادية للأفكار الإيجابية في الديالكتيك الهيجلي المثالي مستعيزين عن المبدأ المثالي في وحدة الوجود والفكر بالمبدأ المادي القائل بأن وعي الإنسان هو انعكاس للواقع الموضوعي الموجود خارج هذا الوعي وبشكل مستقل عنه.. لقد وضعوا منهجاً جديداً في معرفة الواقع يتناقض جذرياً مع المنهج الهيجلي؛ لقد أوقفوه على قدميه بعد أن كان متكئاً على رأسه.. هذا ما فعله ماركس بعد هيجل اختلف الكثيرون حول فلسفته وبرز تيارين رئيسيين انعكاساً لها أو دفاعاً عنها؛ تيار يميني دعي ممثلوه بالهيجليين الشيوخ الذين تمسكوا بالأيدلوجية الإقطاعية/ المسيحية ضد التيار اليساري أو الهيجليون الشباب، ومن أبرز الشباب "شتراوس" الذي أصدر كتاب "حياة يسوع" ودحض فيه المزاعم القائلة بعلة أولى خارقة "وحي إلهي" واعتبر كل "المعجزات" المسيحية أساطير ناتجة عن موقف جماعي للشعب بأسره خصوصاً في فترة الأزمة العميقة التي عصفت بمجتمع الرق.. لكن حركة الهيجليين الشباب التي لعبت دوراً تقدماً في الثلاثينات من القرن التاسع عشر وكان ماركس أحدهم، بدأت تفقد طابعها التقدمي مع ظهور مادية فيورباخ، وماركس من بعده؛ حيث قدم هذا الأخير بدلاً من المطلق الذي يقرر التاريخ، نظرية صراع الطبقات التي تؤدي حسب الضرورة الهيجلية إلى الاشتراكية؛ وقد عبر عن ذلك ديورانت بقوله: "لقد فقس هيجل الأستاذ الإمبراطوري بيض الاشتراكية".

- لودفيج فيورباخ (1804 - 1872): كان هدف فيورباخ تحرير الإنسان من الوعي الديني؛ وفي مؤلفه "نقد فلسفة هيجل" أعطى حلاً مادياً للمسألة السياسية في الفلسفة وهذا الحل يركز على اعتبار الطبيعة، أو الوجود، أولاً، تعتبر فلسفته استكمالاً وتجاوزاً في الوقت ذاته لمذهب هيجل.. فإذا كان هيجل يعزل العقل أو الفكر عن الإنسان، فإن فلسفة فيورباخ - كما يسميها- "فلسفة المستقبل" تنطلق من الإنسان؛ فالإنسان وحده هو الذات الحقيقي للعقل، والإنسان بدوره نتاج للطبيعة.

وفي رأيه إذا كان الدين يعد الإنسان بالنجاة بعد الموت فإن الفلسفة مدعوه لتحقيق على الأرض ما يعد به الدين في عالم الغيب.. أي أن على الفلسفة أن تلغي الأوهام الدينية لتوفر وتعطي الإنسان

القدرة على معرفة إمكانياته الحقيقية في بلوغ السعادة.. وهذا الهدف _السعادة_ هو ما سعى إليه
أو إلى تحقيقه طوال حياته...! اداة واقعاً ينشأ عنه بالضرورة العقل المفكر.

اقترب في أواخر حياته من الاشتراكية العلمية خصوصاً بعد أن قرأ رأس المال، وأصبح عضواً في
الحزب الديمقراطي الاشتراكي في عام 1870 م. إلا أنه لم يصل "بقناعاته" إلى مستوى المادية
الديالكتيكية والتاريخية.

- ظهور الفلسفة الماركسية ومصادرها ومكوناتها

- كارل ماركس : (1818 - 1883) مؤسس فلسفة المادية الجدلية والمادية التاريخية والاقتصاد
السياسي ، " تأثر بأفكار هيغل وفيورباخ وآدم سميث ، نال درجة الدكتوراه في الفلسفة عن رسالته
بعنوان " الاختلاف بين فلسفة ديموقريطس الطبيعية وفلسفة إبيقور " عام 1841 ، ومن خلال
دراسته للاقتصاد السياسي ومشاركته في الأحداث الثورية في المانيا وفرنسا ، اكتشف لأول مره الدور
التاريخي للبروليتاريا وتوصل إلى النتيجة القائلة بحتمية الثورة الاجتماعية وضرورة توحيد حركة الطبقة
العاملة ، كما وضع نظرية فائض القيمة التي تمثل حجر الزاوية في الاقتصاد السياسي الاشتراكي
وتكشف بوضوح عملية الاستغلال الرأسمالي ، أصدر العديد من الأبحاث والكتب أهمها " المخططات
الاقتصادية والفلسفية " (1844) و " العائلة المقدسة " (1845) و " الايديولوجيا الألمانية " (1846)
و "بؤس الفلسفة " (1847) و "أطروحات حول فيورباخ " بالتعاون مع زميله " إنجلز
" ثم أصدر معاً " البيان الشيوعي " (1848) الذي وضع الخطوط العريضة لتصور جديد للعالم
، وهو المادية المتناسكة ونظرية صراع الطبقات والدور الثوري للطبقة العاملة ، وبعد أن وضع عدداً
من الكتب الهامة حول الثورة في فرنسا وأوروبا والصراع الطبقي ، أصدر في عام 1867 المجلد الأول
لكتابه الرئيسي البالغ الأهمية " رأس المال " والذي تم استكمالها فيما بعد على يد رفيقه " فريدريك
إنجلز " 1885 و 1894 .

إلى جانب كل ذلك ، فقد كان ماركس فيلسوفاً مادياً جديلاً " رفض فهم الفلسفة على إنها علم
مطلق ، غريب عن الحياة العملية والنضال ، مؤكداً إن مهمة الفلسفة والفكر الاجتماعي ليست بناء

أو إنشاء Construction المستقبل ، ولا وَضَعَ نظريات تصلح لجميع العصور والدهور ، بل إن مهمتها " النقد الذي لا يرحم لكل ما هو قائم ، نقد لا يرحم بمعنيين ، لا يهاب استنتاجاته الذاتية، ولا يتراجع أمام الاصطدام بالسلطات القائمة، هكذا طرح ماركس مسألة نفي الفلسفة بمعناها القديم، " حب الحكمة " أو " علم العلوم " إنه ضد عزل الفلسفة عن النشاط العملي، ولا سيما حركة الكادحين والفقراء التحريرية، فهو يقول "لا شيء يمنعنا أن نربط ممارستنا بنقد السياسة، بموقف حزبي معين في السياسة، أي أن نربط ونقرن نقدنا بالنضال الواقعي .. إن مآثرة فلسفة ماركس تكمن في كونها البرهان الفلسفي والعملي في آن واحد على حتمية التحويل الجذري لمجتمعاتنا نحو الانعتاق والتحرر والعدالة الاجتماعية بأفاقها الاشتراكية، رغم كل ما يتبدى اليوم من مظاهر القوة والعدوان للتحالف الامبريالي الصهيوني في بلادنا من ناحية ورغم كل عوامل وأدوات ورموز الهبوط السياسي والتبعية والقهر والتخلف السلفي الرجعي والليبرالي الهابط من ناحية ثانية. (الصوراني، 2013)

ولا يمكن التغاضي أبداً عن مجموعة أجيال التنوير من بريطانيا كجون لوك المهتم بما وراء الطبيعة، ونظرية المعرفة، وفلسفة العقل والأخلاق، بعلم النفس، وبالنظريات السياسية. واسحاق نيوتن المشهور بحساب التكامل وصياغته الرياضية العظيمة للعلاقة بين الكواكب وقوانين الجاذبية. وجرمي بنتام، الذي يعد من أقوى فلاسفة حركة التنوير أثراً في بريطانيا. (محمود، أفكار ورجال: قصة الفكر الغربي، 2017، الصفحات 372-390)

- في المجال الإعلامي: نجد بعض النظريات الإعلامية قد وجدت مع الحركة الفكرية الجديدة ومن ذلك نجد على سبيل المثال نظرية الحرية (النظرية الليبرالية) التي تعود بشكل أساسي إلى عصر النهضة الأوروبية وبالتحديد القرن الثامن عشر والقرن التاسع عشر، إذ بلور عدد من المفكرين الأوروبيين كثيراً من المبادئ التي تحددت الأفكار السلطوية التي سادت حتى بداية النهضة الأوروبية، وكان من أبرزهم المفكر الانجليزي جون ميرتون الذي كتب عام 1664 يقول: "إن حرية النشر بأي واسطة، ومن قبل أي شخص، مهما كان اتجاهه الفكري حق من الحقوق الطبيعية لجميع البشر، ولا نستطيع أن نقلل من حرية النشر بأي شكل وتحت أي عذر".

- أما جون لوك فقد عرف الحرية بأنها "الحق في فعل أي شيء تسمح به القوانين".

وكان لوك قد قدم إلى البرلمان الانجليزي عام 1665 بيان هاجم فيه تقييد حرية الصحافة، واضطر البرلمان في ذلك الوقت إلى إلغاء قانونه بفرض الرقابة الوقائية على الصحف.

ولم يتحقق الانتصار الأول للنظرية الليبرالية على النظرية السلطوية إلا خلال القرن الثامن عشر حين أصدر البرلمان البريطاني قرارا أكد على حظر أية رقابة مسبقة على النشر، كما أباح للأفراد إصدار الصحف من دون الحصول على تحديد من السلطة. وقد جاء هذا التعاون نتيجة لأفكار المفكر الانجليزي بلاكستون الذي أكد أن حرية الصحافة ضرورية لوجود الدولة الحرة، وذلك يتطلب عدم وجود رقابة مسبقة على النشر، ولكن يمكن أن يتعرض الصحفي للعقاب بعد النشر إذا تضمن هذا النشر جريمة.

وعموما فإن ظهور نظرية الحرية هذه كان نتاج ثلاث عوامل رئيسية هي:

1- العامل السياسي: الذي جعل من قضية حرية الصحافة مشكل سياسي بالدرجة الأولى لارتباط وسيلة الإعلام (الصحافة) للتعبير عن الرأي العام الذي قد يتناقض مع سياسة الحكام.

2- العامل الفلسفي: كانت الفلسفة تربة خصبة لظهور نظرية حرية الإعلام، في أحضان الفلسفة وجدت الحرية ملجأها و مربيا نصوحا لنشاطها ولفطامها، وقد كان الحكام الأوروبيون في القرن الأول في العصر الحديث يخافون من حرية الطبع والنشر كما ذكرنا، وكان موقفهم هذا يجعلهم في حالة يصطدمون بالكتاب والفلاسفة الذين هم أكثر لجوء إلى فوائد المطبعة والنشر، وعلى هذا الأساس توجهت جهودهم إلى المطالبة بحرية الطبع والنشر، وأظهروا استيائهم من الإجراءات التي كان الحكام يتخذونها ضد حرية التعبير، بما في ذلك الصحافة، وألفوا كتباً ومقالات تتضمن هذه المطالب، وتطبع وتنشر بصفة سرية، ففي سنة 1644 وجه الفيلسوف الشاعر الانجليزي ميرتون نداء حار يطالب فيه بحرية التعبير، وصار هذا النداء بعد ذلك مرجعا لكل الفلاسفة والسياسيين، وكان له بذلك أثر كبير على الأوساط المختلفة التي كان يتكون منها المجتمع الانجليزي.

3- العامل الاقتصادي: إن العامل الاقتصادي يلعب دورا كبيرا في تحقيق نظرية حرية الإعلام، إذ كانت النهضة الاقتصادية التي عرفتها إنجلترا في القرنين الثامن والتاسع عشر مثالا حيا لفائدة الحرية

في المجتمع، كما كان يطالب بذلك الفلاسفة، والمعلوم أن النهضة الاقتصادية انطلقت من آراء ريكاردو الذي يقول إن حرية العمل شرط أساسي لازدهار النشاط الاقتصادي في المجتمع.

وبالتالي فحرية العمل مرتبطة بحرية التعبير وخصوصا بحرية الصحافة، وهو ما كان بالفعل حيث عرفت أوروبا في بداية القرن التاسع عشر ازدهار كبيرا في ميدان الصحافة باعتبارها نشاطا اقتصاديا حيويا خصوصا مع تطور الطباعة والنشر.

- **في فرنسا:** لم تنل الصحافة حريتها إلا في نهاية القرن الثامن عشر بعد قيام الثورة الفرنسية عام 1789 حين ظهر العديد من الصحف التي لم تخضع لأي رقابة حكومية، ثم تأكدت حرية الصحافة الفرنسية بعد إعلان الثورة، لحقوق الإنسان في 17 جويلية 1789 حيث نص هذا الإعلان على مبدأ حرية الصحافة، لكن لم تلبث أن فقدت الصحافة الفرنسية هذه الحرية في عهد الإرهاب و في ظل حكومة الإدارة ثم في عهد الإمبراطورية، حتى وبعد عودت الملكية عقب سقوط بونابارت، وقد ظلت الصحافة الفرنسية تعمل لاستعادة حريتها قرابة خمس وستين عاما حتى نجحت في ذلك بصدور قانون 9 جوان 1881 الذي جاء بنظام شامل للطباعة والصحافة، وأبرز ما فيه حماية حرية النشر والتعبير الصحفي، كما أنه يحرم على السلطات الحكومية استعمال أية أساليب تحول دون تمتع الصحف بحريتها، ولم يضع على الصحف أي نوع من أنواع الرقابة إلا فيما يتعلق بالأمور العسكرية. (زیدی، 2016)

- **في الولايات المتحدة الأمريكية:** تأثر ظهور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية بتجربة الصحافة الأوروبية خاصة الإنجليزية حيث أن أغلب المهاجرين إنجليز، فظهرت الطباعة في أمريكا الشمالية بصفة متأخرة سنة 1638م. مما يعني أن الصحافة الأمريكية قد تأثرت بتطور الصحافة في إنجلترا وبالتطور التكنولوجي في تلك الفترة. أيضا ارتبط تطور الصحافة الأمريكية بتطور نظام البريد الذي تأسس قبل ظهور الصحف. واستخدمت المطابع لطباعة الكتب الدينية أولا. ورفضت بعض الولايات دخولها خشية إثارة المشاكل بين المستعمرين. فكانت أولى الصحف الأمريكية المطبوعة قد ظهرت في مدينة بوسطن سنة 1690م وكانت تصدر في شكل نشرة خبرية شهرية وقد صدرت مرة

واحدة ثم انقطعت عن الصدور. وتعتبر صحيفة "بوسطن نيوز لتر" أول صحيفة منتظمة الصدور صدرت سنة 1704م بترخيص من الدولة الأم إنجلترا. (أشرف عبد العزيز، 2020)

لقد تمتعت الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية بحرية نسبية منذ استقلالها وهو ما يظهر جليا في البند 12 من التصريح بالحقوق لدولة فرجينيا الذي وضع سنة 1776 الذي يقول: "إن حرية الصحافة حصن منيع للحرية ولا يضطهدا إلا الحكم المستبد..." ثم تدعمت هذه الحرية بموجب التعديل الدستوري لعام 1791 مما أتاح للصحافة الأمريكية إمكانية لعب دورها كأداة للرقابة على أعمال السلطة. (زبيدي، 2016)

– **مراحل تطور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية:** تأثر ظهور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية بتجربة الصحافة الأوروبية خاصة الانجليزية حيث أن اغلب المهاجرين إنجليز. ظهرت الطباعة في أمريكا الشمالية بصفة متأخرة سنة 1638م.

تأثرت الصحافة الأمريكية بتطور الصحافة في إنجلترا وبالتطور التكنولوجي في تلك الفترة. أيضا ارتبط تطور الصحافة الأمريكية بتطور نظام البريد الذي تأسس قبل ظهور الصحف. استخدمت المطابع لطباعة الكتب الدينية أولا. ورفضت بعض الولايات دخولها خشية إثارة المشاكل بين المستعمرين.

ظهرت أولى الصحف الأمريكية المطبوعة في مدينة بوسطن سنة 1690م وكانت تصدر في شكل نشرة خبرية شهرية وقد صدرت مرة واحدة ثم انقطعت عن الصدور. وتعتبر صحيفة بوسطن نيوز لتر أول صحيفة منتظمة الصدور صدرت سنة 1704م بترخيص من الدولة الأم إنجلترا.

4- ظهور صحافة الرأي في أوروبا.

– **تعريف الصحافة:** جاء في معجم المعاني عن الصحيفة: صحيفه: (اسم)

الجمع: صحيفات وصحائف وصحاف وصُحف، الجمع: صحيفٌ

الصَّحِيفَةُ: ما يكتب فيه من وَرَقٍ ونحوه ويطلق على المكتوب فيها والجمع: صُحفٌ

والصحيفة: أي مدونة مطبوعة أو مكتوبة بأي وسيلة تصدر للاطلاع العام باسم واحد بصفة دورية منتظمة أو غير منتظمة، وتشمل الجرائد والمجلات والنشرات. (قانونية)

ومعنى صحيفة في قاموس الكل: صحيفة - ج، صحائف وصحف

1- صحيفة: كتاب. 2- صحيفة: ورق مكتوب. 3- صحيفة: ورقة الكتاب بوجهيها. 4- صحيفة: جريدة. 5- صحيفة: «صحيفة الوجه»: بشرته. (المعاني، 2010-2021)

- **تعريف الصحافة في اللغة:** الصحافة في اللغة مصدر مشتق من العمل صحف، كما أن الصحافة هي فن إنشاء الجرائد والمجلات وكتابتها، على حين الصحافي هو من يعمل في الصحف بمعنى الوراق، "والجورنال" هي نقلاً عن التسمية الغريبة للدلالة على الصحف اليومية ثم ارتأى رشيد الدحداح إطلاق تسمية "صحيفة" إلا أن نظير الدحداح اللغوي اعتمد لقطة "جريدة" بمعنى الصحف المكتوبة.

- **تعريف الصحافة في الاصطلاح:**

- على حد قول بورك الإنكليزي "الصحافة هي السلطة الرابعة"
- في معجم الرائد " الصحافة هي فن إنشاء الجرائد والمجلات وكتابتها"
- يعنى بالمطبوعة الصحافية نوعان: سياسية وغير سياسية.
- المطبوعة الصحفية الدورية: والتي تصدر بصورة مستمرة باسم معيّن وبأجزاء متتابعة مثل الجرائد اليومية كالديار...
- المطبوعة الصحفية الموقوتة: وهي التي لا تصدر أكثر من مرة في الأسبوع كالشبكة مثلاً.

وللصحافة أربعة مهام هي:

- الكشف عن الحقيقة

- التأثير في الرأي العام
- التعبير عن جمهور الشعب
- صناعة التاريخ
- النشأة الأولى للصحافة الأوروبية

مع بداية عصر النهضة في أوروبا، وضع غوتنبرغ، أسس الطباعة في ستراسبورغ، عام 1438م وانتشرت بسرعة ملحوظة ، فظهرت الخدمات البريدية في فرنسا عام 1464م ، وفي إنجلترا عام 1478م وفي ألمانيا عام 1502م وأصبحت الأخبار جزءا من هذه الخدمات بين البلدان، ثم ظهرت أوراق المناسبات المطبوعة على هيئة دفاتر صغيرة من ثماني صفحات، تزداد مع زيادة المناسبات مثل / الوفيات والحفلات والتعيينات والترقيات الحكومية ، والعلاقات بين الحكومات في الحرب والسلم ، وكانت تباع في المكتبات، أو بواسطة الباعة الجوالين ، إلى أن ظهرت صحف الرأي ، مع تزايد الجدل ما بين السياسة والدين ، وظهرت معها الرقابة على المطبوعات، خاصة من جهة الكنيسة التي كانت لا تزال لها اليد الطولي في تسيير أمور الحكم داخل أوروبا في القرن السادس عشر، ما بين أعوام (1524 - 1586) وبدأت معالم الصحيفة الدورية مع ظهور التقويمات السنوية، والمنشورات التنجيمية ، والإعلانات التجارية ، والأشعار الغنائية ، ونشأت شبكات صحفية لتبادل الأخبار، حتى ظهرت أول مجله شهريه منتظمة في ألمانيا عام 1597م

المحاضرة الثالثة

5- الثورة الفرنسية (1789 - 1799) وتأثيراتها على نمو الصحافة.

من أهم ما تمخضت عنه الثورة الفرنسية هو:

- ظهور نظام جمهوري بشكل عصري حديث.
- فصل السلطات الثلاث: التنفيذية والتشريعية والقضائية.
- تحرر السياسة الفرنسية من سلطة الكنيسة.
- ظهور مفاهيم جديدة مثل الحرية والعدالة الاجتماعية. (الدّندل، 2021)

- الصحافة الفرنسية في القرنين (السابع عشر والثامن عشر)

تعد فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية في تاريخ الصحافة المكتوبة، فبمجرد أن تقلد - Cardinal de Richelieu زمام الحكم أدرك أهمية الصحافة وأثرها وفائدتها على الرأي العام فأوكل سنة 1631م الى Théophraste Renaudot مهمة تأسيس أول أسبوعية فرنسية de France La Gazette وضمت هذه الأخيرة في بداياتها 4 صفحات فقط على مقاس 23 سم على وُزَع منها ما يقارب 300 الى 800 نسخة أسبوعيا لتتطور بشكل فارق انطلاقا من سنة 1638م إذ ارتفع عدد سحبها الى 1200 نسخة وعدد صفحاتها الى 12 صفحة. وكانت لا تنشر المقالات بل أخبارا من كل لون، الداخلية منها والخارجية، بأسلوب مختصر ومقتضب على شاكلة الأخبار الموجزة التي تنشرها اليوميات في عصرنا الحالي، وحذت معظم دول أوروبا حذو فرنسا فأنشأت صحفا رسمية.

لعل من أبرز العوامل التي ساهمت بشكل جليّ في ميلاد الصحافة الدورية آنذاك ظهور احتياجات جديدة لأنواع حديثة من المعلومات والتي يمكن القول بأنها جاءت نتيجة لمخرجات عصر النهضة والاصلاح والاكتشافات الضخمة في المجال الصناعي الذي عرفته فرنسا فضلا عن الصراعات الكبيرة التي كان جيشُ هذه الأخيرة طرفا فيها، هذا من جهة، من جهة أخرى كان لاختراع آلة الطباعة الحديثة على يد الألماني Johannes Gutenberg سنة 1438م النزر الوفير من الفضل في رواج هذه الصحافة فيما بعد والذي خلق فرصة الحصول على أكثر من نسخة للنص الواحد دون إعادة كتابتها يدويا، وأخيرا انشاء أماكن خاصة للبيع جعلت من القابلية تقديم وتوصيل الصحيفة للقراء.

في فرنسا على سبيل التحديد باستثناء النشرات الاخبارية المطبوعة (الغازينات) خاضعة لأهواء ونزوات الرقابة والحكام فعانت هذه الأخيرة من الحجر من الحجر السياسي الذي فرضه عليها النظام الملكي وكذا من الحجر التجاري الذي فرضه عليها احتكار بعض الصحف للمواد الصحفية على غرار احتكار Mercure de France للأبناء الأوروبية والاجتماعية وصحيفة Gazette de France للأخبار السياسية، و Journal de Savane الأخبار العلمية.

هذا الأمر ما انفك يخفت فيما بعد حينما بدأ الشعب الفرنسي بالتخلص من الوصاية التي فُرضت عليه أيام حكم " لويس الرابع عشر " و على الرغم من بقاء النظم و القوانين سارية إلا أن التقاليد و العادات أخذت في التطور و تطلع الفرنسيون الى معلومات أكثر نضجا و نقدا أكثر اندفاعية و جرأة ، لذلك لم تعد الصحف الفرنسية القائمة آنذاك كافية لإرضائهم ، و بدأ الأمر بإدخال بعض التعديلات على قانون الاحتكار فسمحت السلطات بتقديمها بتصريحات ضمنية و أخرى صريحة بتأسيس صحف جديدة للقراء الفرنسيين بعد أن تدفع هذه الصحف مبلغا من المال الى الدوريات صاحبة الامتياز نظير تنازلها عن بعض احتكاراتها و حظيت صحف أخرى بحق الطبع خارج فرنسا ثم الدخول اليها نظير دفع مبلغ من المال الى خزانة وزارة الخارجية .

هكذا استطاعت الصحافة الفرنسية في ظل مراقبة النظام الملكي عن كثب لها أن تحقق تقدما ملحوظا من حيث محتوياتها وأن تكتسب أهمية سياسية لم تكن تتمتع بها من قبل، ومن أبرزت الدوريات الجديدة التي ظهرت بغرض تلبية واشباع فضول الجماهير نذكر: Journal de médecine و commerce Journal de ، أما عن أهم اليوميات (le Journal de Paris) سنة 1777 م ويومية (le Journal général de la France) سنة 1778 م ، و في النصف الثاني من القرن الثامن عشر استطاعت الصحافة الفرنسية التغلغل داخل أقاليم الدولة من خلال انشاء الصحافة المحلية (44) دورية محلية مكرسة أساسا لنشر الاعلانات).

وإذا كانت الصحافة الفرنسية لم تستطع أن تلعب الدور الأول في التغيير بسبب أنفة الفلاسفة والمفكرين من العمل فيها واحتقارهم لها إلا أنها كما يذهب Albert Pierre استطاعت أن تلعب دورا كبيرا في القضاء على عيوب العهد القديم في فرنسا خلال القرن الثامن عشر.

- الصحافة الفرنسية مع بدايات القرن التاسع عشر

عرفت الصحافة في هذه الفترة نقطة تحول تاريخية نظرا لما أفرزته الثورة الفرنسية سنة 1789م من نتائج إيجابية في جميع الميادين السياسية والاجتماعية والثقافية والتقنية فتوسعت دائرة عملائها

وقراءها وأصبح التداول عليها كبيرا وعدد سحب صحفها ضخما، ويمكن تلخيص أهم العوامل التي اجتمعت مساهمة في تطور هذه الصحافة وتوسع سوقها في النقاط التالية:

1. تغير النظام السياسي وخلق ثقافة الانتخاب وظهور المنتدين كان من بين أهم العوامل التي رفعت من وتيرة الاهتمام بأخبار السياسة والمجتمع لدى الرأي العام في هذه الفترة فأصبح الفرنسيون يتوقون لمعرفة جديد البرامج وما يحدث بشكل دوري في المحافل السياسية، الأمر الذي وفرته لهم عديد الدوريات الوطنية والمحلية.

2. انخفاض أسعار بيع الصحيفة الواحدة نتيجة للتطور الباهر في مجال التصنيع و الطباعة بشكل خاص فبعدما كانت هذه الأخيرة من امتيازات النخبة الحاكمة فحسب أصبحت في متناول الفئات البرجوازية الأخرى و أبناء المدن الأمر الذي أثر على محتوياتها فوجدت الصحف التي زاد عددها و تلونت اتجاهاتها و تباينت أغراضها أن قراءها الجدد لا يلتصقون فيها غير الأخبار و لا يقبلون على مقالات الأدب والفلسفة فحسب فكانت الصحيفة التي تنشر خبر غرق كلب نهر على سبيل المثال في نهر السين تتحدث عنها باريس أكثر مما تتحدث عن صحيفة شغلت صفحاتها بمقالات الأدباء و العلماء .

3. استبدال ورق الشيفون النادر و المكلف بورق الخشب سنة 1811 و تزامن هذا مع ظهور الصحافة الميكانيكية في لندن و الذي ألهم الفرنسي Joly في باريس سنة 1845 م لاختراع " les presses à réaction " التي استلهمت من مراحل تصنيع سابقتها بالإضافة الى تضمينها العديد من التحسينات والتعديلات مما ساهم في رفع سقف الانتاجية بحيث كانت هذه الآلات الخاصة بالصحف تستطيع نسخ من 7 آلاف الى 12 ألف نسخة في الساعة ، و عُممت هذه الأخيرة فيما بعد في أغلب المطابع الفرنسية سنتي 1866 م و 1867 م من قبل Derrien و Marinoni لتتطور أكثر بعدها و تضمن نسخ حتى 18 ألف نسخة في الساعة .

4. تطور مجال المواصلات والنقل والذي ساهم بشكل كبير في اتساع رقعة نشر الصحف، الأمر الذي خلق ثقافة الاشتراك والمداومة على اقتناء عناوين معينة لدى الفرنسيين في مختلف أرجاء البلاد.

5. مع تراكم القاعدة التكنولوجية آنذاك في العالم لدرجة لم يعد هناك مشكلة تستعصى على الحل ظهر جهاز التلغراف هذه الوسيلة التي داعبت خيال الناس وحيرتهم لقرون عديدة والتي كان لها الاثر الأكبر في سيرورة تبادل المعلومات بين الصحف ومراسليها ووكالات الأنباء (سنة 1855م جميع محافظات فرنسا كانت مرتبطة عن طريق التلغراف الكهربائي بباريس).

6. تأسست وكالة " هافاس " الفرنسية للأنباء سنة 1835 م والتي أحست الصحف بأهميتها فاشتركت فيها وحاولت البعض الأخرى أن تستغني بنشاطها الخاص عن خدماتها فعجزت اذ تميزت وكالة هافاس بمنابع أخبارها العديدة التي كان يوافيها بها مراسلوها من لندن وبروكسل وروما ومدريد وفيينا ومدن ألمانيا المختلفة، وقد جعلتها مصادرها تلك سنة 1850 م في القمة من حيث السرعة والدقة وحسن اختيار الأخبار وتوزيعها، الأمر الذي تعجز عن أدائه صحف فرنسا مجتمعة.

7. ظهور الاعلان في صفحات الجرائد الفرنسية في حوالي سنة 1840 م مما ساهم في انخفاض أسعار الاشتراكات وولادة صحافة منخفضة السعر بامتياز.

المحاضرة الرابعة

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

1- العصر الذهبي للصحافة المكتوبة الفرنسية (1871 م – 1914):

تعد الفترة الممتدة بين سنتي 1871 م و1914 م أكثر فترات تميز ونجاح الصحافة الفرنسية اذ أصبح حال الصحيفة في هذا العصر كحال أي منتج استهلاكي أساسي رائج فزاد حجم المطبوعات وارتفع سقف الحرية وتنوعت ألوان المحتويات، ويمكن تلخيص أهم أسباب هذه الطفرة في النقاط التالية:

1. كانت الصحافة المكتوبة في هذا العصر بالذات الوسيلة الوحيدة التي تستقي منها الجماهير المعلومات فلم تخضع هذه الأخيرة لمنافسة من وسائل اعلام أخرى.

2. اضعاء الطابع الديمقراطي على الحياة السياسية وكذا صدور قوانين للتعليم على غرار قانون guizot والذي ييسر العلم لأبناء العامة فزاد مع مر الزمن عدد قراء الصحف وأصبح من السهولة الوصول الى طبقات اجتماعية جديدة.

3. استمرار التقدم والتطور في المجال التكنولوجي والتقني، الأمر الذي يساهم كل مرة في خفض أسعار الصحف وفي الآن عينه تخرجها في صور أكثر جاذبية مما كانت عليه بحيث أصبحت مكوناتها أحسن بفضل آلة Linotype وأصبح استنساخ الصور ممكنا عكس الفترات السابقة بفضل جهاز Similigravure.

4. الى جانب التحسن التدريجي في شكل الجرائد مع زيادة عدد الصفحات واعتماد العناوين الكبيرة وما الى ذلك، عرفت المحتويات هي الأخرى تحولا واسعا فأصبحت مساحات الأخبار أوسع مع زيادة عدد الصفحات وأصبحت الصحف تميل الى توكيد اثاره القراء من خلال مساحات جديدة تماشيا مع أذواقهم فتم ادخال الرياضة وتهيئة صفحات خاصة بالأزياء للنساء، هذا التطور البارز في الصحافة الفرنسية عزز تغييرا كبيرا في العقلية.

5. سن القانون الفرنسي للإعلام سنة 1881 م والذي يعد من بين الأحداث الأساسي في هذه المرحلة لما ضمنه من نظام أكثر ليبرالية ومن حرية للنشر والتوزيع، أما عن أهم النقاط التي يحتويها فهي:

- الغاء النظام الاحتياطي الذي كان موجودا من قبل والذي كان يعتمد على الحصول على رخصة مسبقة وعلى رقابة لكل ما ينشر.

- يشترط بعض الاجراءات الادارية الخفيفة تتمثل في ضرورة الحصول على تصريح من قبل السلطة لإنشاء أي مطبوع، ووضع نسخ منه بالإيداع الرسمي دون انتظار الاذن.

وقد ظهرت العديد من الصحف الجديدة على اعتبار الاتجاهات السياسية المختلفة من يسار ووسط ويمين نذكر أبرزها: la Commune، Le Cri du peuple، L'Humanité fondée عن التيار اليساري، أما الوسط فصحيفة Le Temps والتي كانت أكثر الجرائد طلبا من قبل القراء، في حين

، (أوصيف، L'Action Française ،La - Libre parole ،L'Echo de Paris عن التيار اليميني. (2013)

المحاضرة الخامسة

1- الصحف الدورية.

- مفهوم الصحيفة

الصحيفة في لغتنا العربية تعني حفنة من الأوراق المطبوعة التي تحمل أخبارًا دولية، أو محلية، قد تكون في مجالات السياسة، أو الاقتصاد، أو الرياضة، وبها العديد من المقالات، والإعلانات، والألغاز، والألعاب الذهنية كذلك.

تسمى الصحيفة أيضًا "الجريدة" وهي تصدر من بعض المكاتب، ودور النشر المختصة بنشرها، وتوزعها في كافة أرجاء البلاد، وقد تكون يومية، أو أسبوعية، أو شهرية، أو حتى سنوية.

يعمل في هذه الدور، والمكاتب بعض من أصحاب العمل الصحفي المهتمين بنشر المحتوى الإخباري للناس، ومنهم الكتّاب، والمصورين، ورجال الصحافة، ويشرف عليهم مسؤول، يتابع كل شؤون الصحيفة يدعى "رئيس التحرير".

يطلق على العامل بالصحافة باحثًا عن المشقة، والمتاعب، حيث تمثل هذه المهنة الكثير من الأخطار. (عبد الحميد، 2020)

- أولى الصحف الدورية في العالم

يذكر على الأرجح أن أول ظهور صحيفة نصف شهريه كان في عام 1605، وتبعها في عام 1609م ظهور أول صحيفة أسبوعية في ستراسبورغ، التي شهدت اكتشاف الطباعة في ألمانيا، ومن بعدها انتشرت الصحف الأسبوعية في سويسرا، والنمسا، وتشيكوسلوفاكيا، وهولندا، حتى العام 1620م وبالنسبة لفرنسا فقد كانت أول صحيفة أسبوعية فيها، صدرت عام 1631م، على يد الطبيب "لويس فندوم" وكان صاحب مكتبه وتعلم الصحافة في هولندا، وأدار خدمة الإعلانات

المبوبة، والأبواب الطبية وتطورت من بعده الصحافة الفرنسية بدعم من الوزير " ريشيليو " وكتب الفرنسي "رونودو" يقول عن الصحافة حينها:

"إذا كان التاريخ هو الذي ينشئ الأحداث، فإن الصحافة هي صدى هذه الأحداث، وهي لا تكذب، إلا إذا نقل إليها خبرا كاذبا، وعلى الملوك والأمراء، أن يتركوا لها حرية المرور، والانتشار تدعيما للحريات"

كما يذكر أيضا، أن أول جريدة يومية تمت طباعتها في ألمانيا أيضا، وتحديدًا في مدينة لايبزيغ الألمانية، وكان ذلك في عام 1650م. وتدعى هذه الجريدة "Einkommende Zeitungen" وتمت كتابتها، ونشرها باللغة الألمانية، وهناك حتى الآن عددان فقط موجودان من هذه الجريدة هما العددان السادس والسابع عشر، ويمكن الاطلاع عليهما في المكتبة السويدية الملكية بستوكهولم.

تمت طباعة أول صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1703م، وكانت تسمى جريدة بوسطن نيوز ليتس، والقائم عليها الصحفي توماس جرين، وتم توزيعها بواسطة مدير مكتب بريد مدينة بوسطن.

صدرت جريدة Courante uyt Italien, Duytslandt باللغة الهولندية بجمهورية هولندا، وذلك في عام 1618م.

صدرت جريدة "البشائر الجديدة" باللغة الهولندية، وذلك في هولندا الإسبانية في عام 1620م.

كما صدرت الصحيفة الرسمية بإسبانيا، باللغة الإسبانية الكتالونية، وكان ذلك في عام 1641م.

وتأسست جريدة Ordinari Post Tijdender باللغة السويدية، وفي دولة السويد، وكان ذلك في عام 1945م.

وكذلك نشأت جريدة "الصحف الواردة" في ألمانيا، وباللغة الألمانية، وكان ذلك في عام 1950م.

وصدرت جريدة Weeckelycke Courante van Europa باللغة الهولندية، وفي الجمهورية الهولندية، وكان ذلك في عام 1956م.

وبدأت الصحيفة الرسمية الحديثة باللغة الإسبانية، وفي دولة إسبانيا، وكان ذلك في عام 1961م.

وظهرت صحيفة Merkuriusz Polski Ordynaryjny باللغة البولندية، وذلك في الكومنولث البولندي الليتواني، وهذا في عام 1961م أيضًا.

وأخيرًا صدرت صحيفة مانتوفا باللغة الإيطالية، وذلك على أراضي الإمبراطورية الرومانية المقدسة، وفي عام 1964م. (عبد الحميد، 2020)

- الصحافة الفرنسية:

صدرت الصحيفة الرسمية الفرنسية في دولة فرنسا، وباللغة الفرنسية، وكان ذلك في عام 1631م. (عبد الحميد، 2020) وقد أحرزت الصحافة الفرنسية تقدماً في الثلثين الأولين من القرن 19 فقفز عدد النسخ المطبوعة في الصحف الفرنسية من خمسين ألف عام 1801 إلى مليون نسخته في العام 1870 وكان وراء هذه القفزة عدة عوامل سياسية واجتماعية واقتصادية ، فقد اتسعت مساحة الحرية السياسية كما زاد عدد المتعلمين وارتفع المستوى الثقافي بين الطبقات الفقيرة إلى لجأت إلى الصحافة لإشباع تطلعاتها وبعد أن كانت الصحيفة منتجا مكلفا محصورا للنخبة من الأثرياء والمثقفين الأوروبيين انخفضت أسعارها لتصبح في متناول العامة من المثقفين والمتعلمين كما ساعد تطور التقنية الصحفية على إخراج جذاب للصحف باكتشاف حبر المطابع في العام 1818م على يد الفرنسي " لوريو " ثم بدأت صناعة الورق من ورق الخرق وكانت اقل كلفة من ورق الخشب الذي كان يستخدم في صناعة الورق ، وبدا استعمال طريقه " الستيريوتيب " في تنضيد الحروف ونسخها بدلا من التنضيد اليدوي وكان ذلك نصرا لمطابع الصحف يرجع الفضل فيه إلى الفرنسي "تقولا

سيرري ير" عام 1852م وبدا استخدام الطابعات الالية والتي ضاعفت سرعة الطبع القديمة في صحيفة التايمز اللندنية عام 1811م وتم استحداثها لمصلحة التايمز أيضا في العام 1845م وأمنت هذه الطابعات إخراج 18 ألف نسخة في الساعة ، كما تعدلت طريقة الحفر على الخشب باستخدام الطباعة الحجرية في إخراج الرسوم والأشكال الصحفية ، ولا يمكن تجاهل التقدم الإنساني في مجال المواصلات والبريد والتلغراف وانتشار خطوط السكك الحديدية في انتشار الصحافة الورقية ، وظهور وكالات الأنباء العالمية التي تخصصت في تجارة الأخبار ، وكانت أولها في فرنسا وكالة هافاس عام 1835م مستخدمة مترجمين للصحف الأجنبية وشبكة من المندوبين والمراسلين داخل فرنسا وخارجها لجمع الأخبار والإعلانات التجارية ، ثم أنشئت وكالة "وولف" الألمانية وكانت أول وكالة تستخدم البرق الكهربائي لالتقاط الأخبار في العام 1849م ، لكن الوزير بسمارك وضعها تحت الوصاية الحكومية عام 1865م ، وفي لندن أنشئت وكالة رويتر عام 1851م وكانت أقوى وكالات الأنباء الأوروبية لمائة عام تاليه بجانب وكالة الاسوشيتيد برس الأمريكية التي بدأت عملها من اتحاد الصحف اليومية في نيويورك منذ العام 1848 ولاكثر من 150 سنة وشهدت هذه الوكالات منافسة شديدة في ما بينها دفعها إلى التفكير في عقد اتفاق جنتلمان عام 1872م لتبادل الخدمات الإخبارية تعطي لكل منها رقعة جغرافية تعمل فيها دون غيرها ، وهكذا نشأت الصحافة الورقية التي عرفناها في العالم العربي خلال القرن العشرين ، متنقلة من مرحلة النخبة إلى مرحلة الهيمنة الرسمية وصولا إلى مرحلة الصحافة الشعبية الرخيصة ، وما أنجزته أوروبا وأمريكا خلال خمسمائة سنة ، حققته بعض الصحف العربية في مائة سنة من القرن العشرين .

ومع إصدار دي كاييه "وقائعه" ثم ضمها في مجموعتين اثنتين توثيقتين من 1559 إلى 1604 عقدت له الريادة في كونه من مؤرخي الصحافة الفرنسية مع "له مركور فرنسيه" في وقت اعتمدت الأكاديمية الفرنسية تسمية جورنال 1684 "أي رواية ما يحدث من أخبار اليوم".

- صحافة القرن الثامن عشر

لمع اسم "بانكوك" بشرائه "لاغازيت دي فرانس" وال "مركور" والمهجريه مثل "جورنال دي جنيف" ونظيرتها "جورنال دي بروكسل" أشبه بالكارتل الإعلامي.

شهدت فرنسا ظهور أول جريدة يومية هي "جورنال دي باري" كما ظهرت 1000 صحيفة خلال أربع سنوات رافعة شعار "الصحافة حارس الشعب".

- صحافة القرن التاسع عشر:

لمع اسم لا بلان - وهاتان بمثابة أهم مؤرخين إثنين للصحافة الفرنسية في هذا القرن وبعد هزيمة نابليون لم يبق سوى 4 جرائد فقط مع السماح بصحيفة واحدة في الأقاليم.

الصحافة الشعبية: ظهرت عبقرية برودون منظرًا للعمال وأصدر أول جريدة شعبية.

- صحافة القرن العشرين:

مع بداية القرن الجديد وظهر 75 صحيفة في باريس بفترة قياسية وظهر 250 جريدة في الأقاليم باتت ظهور محاولات تنظيم الصحافة مهنيًا وقانونيًا امرا مفروضا.

- الصحافة الفرنسية بالحرب العالمية الأولى

مع اشتداد الضائقة المالية اندمجت عدّة صحف فرنسية في كارتل إعلامي ورضخت "لمكتب الصحافة العسكرية" اضافة الى حرمان المراسلين من الجبهات المتقدمة، بينما ظهرت الصحافة المصورة وتقدمت صحف "فرانس سوار" على زميلاتها كما ظهرت صحف الأطفال ايضا.

صحافة الحرب العالمية الثانية خلافاً للحرب الأولى لم تحتجب الصحافة الفرنسية بل تراجعت أقاليم الجنوب وبلغت 1000 صحيفة وظهرت وكالة الأنباء الفرنسية الألمانية.

صحافة خمسينات القرن العشرين بعد الخمسينات وتقدم وسائل الاتصال مثل الراديو والإنترنت... على حساب الصحافة المكتوبة التي غدا دورها مكملاً للإعلام وتأثرت بالتقدم التقني والتضخم الاقتصادي فضلاً عن توظيف خدمات وكالات الإعلام في مؤسسة واحدة متكاملة، كما أن أذواق الجمهور مال نحو الصحافة المتخصصة والخفيفة المسلية.

- الصحافة البريطانية:

في إنجلترا ، كانت الصحافة صاحبة متميزة عن مثيلاتها في كل أوروبا ، وأتاح لها الصراع السياسي ، أن تكون السلطة الرابعة في البلاد ، حين استغلت كأداة طيعة في أيدي أصحاب النفوذ والسلطان ، مما جعل المجلس النيابي الإنجليزي يصدر قرارات بتقييد حريتها النسبية منذ العام 1662م ، وخضعت لضرائب ورسوم مكلفه ، حتى العام 1791م ، لكنها كانت أقوى الصحف الأوربية ، وتعتبر " لندن غازيت " التي بدأت الصدور عام 1665م ، أول جريدة رسمية انكليزية ، و"الديلي ادفرتيزر" التي صدرت أعوام (1730-1760) اقوي جريدة إعلانات ، لكن أشهرها هي الصحف التي تخصصت في الكتابات الأدبية والفنية والفكرية البحتة، مثل "تتلر" و"ذاسبكتير" عام 1712م ثم " نورث بزيتون" عام 1762م وكانت تنشر الروايات المسلسلة .

وفي ذلك الزمان كانت هناك ثلاث صحف رسمية فرنسية أسبوعية ثم أصبحت نصف أسبوعية مع الرواج الذي حققته حين بلغ عدد المشتركين في صحيفة " لاغازيت ده فرنس " أكثر من 12000 مشترك عام 1780م ، ولكن مع رواج الصحافة الأدبية الفرنسية وزيادة الضرائب على الصحف ، تأثرت الصحف الرسمية ، وفضل الجمهور الدوريات الثقافية ، مثل " جرنال ده سافان " أو " له مركور " ، وغيرها ، ولم يذكر أحد بأن فلاسفة فرنسا أمثال "فولتير" أو " روسو" ساهموا فيها لكن الصحفيين الفرنسيين المنفيين ساهموا في إصدار الصحف الهولندية وكانوا يهربونها إلى فرنسا في فترة ما قبل قيام الثورة .

- الصحافة الألمانية:

في ألمانيا عرفت الدوريات ذات الطابع الوطني، والتي عانت من الرقابة وتسلطها كما انتشرت فيها صحافة الإعلانات، ولذا تخلفت الصحافة الألمانية حتى منح لها الملك " جوزيف الثاني " الحرية عام 1781م فازدهرت، ثم عادت للتراجع مع عودة الرقابة وزيادة الضرائب

تمثل الثورة الفرنسية حقبة أساسيه في تاريخ الصحافة ، والتي حددت مبادئ حرية الصحافة ، كسلطة رابعة ، معترف بها ، والتي صدرت عام 1789م وظلت طوال القرن 19 برنامجا يطالب به

الصحفيون في العالم كله والذي بنص في أهم فقراته على : "أن حرية التعبير عن الأفكار والآراء أحد أئمن حقوق الإنسان ، ولذا يستطيع كل مواطن أن يتكلم ، ويكتب وينشر بحريه ، ماعدا الإفراط في استعمال هذا الحق في الأمور التي يحددها القانون " ن وقد صدرت 1350 صحيفة فرنسية خلال الأعوام(1789-1800) فقط ، في ظل حياة سياسية مضطربة ، تعني الحرية المحدودة ، خوفا من الفوضويين ، مع انتشار الصحافة الثورية والإخبارية ، معلنة انتهاء عصر الرومانسية الفكرية والأدبية. (أشرف، 2020)

المحاضرة السادسة

2- ظهور وتطور وكالات الأنباء.

- مفهوم وكالات الأنباء وأقسامها ودورها:

- مفهوم وكالات الأنباء NEWS AGENCY: في معجم المعاني الجامع تعرف اصطلاحا وكالة الأنباء بأنها، مؤسسة تتولّى جمع الأخبار المكتوبة والمصورة وتزويد مؤسسات الصحافة بها. وأيضا أنها، الجهة التي تتولى تجميع وتوزيع الأخبار والتحقيقات عبر وسائل الإعلام. (الجامع، 2010-2021)

حسب الموسوعة العربية فإن، وكالات الأنباء agences de presse منظمات إعلامية تُغطي مناطق جغرافية كبيرة أو محدودة تبعاً لإمكاناتها المادية وأهدافها الاقتصادية والسياسية، وتُمثل أبرز أعمدة مصادر وسائل الإعلام والاتصال قاطبةً، ويتمثل دورها الرئيس في تأطير بعض الأحداث متعددة المضامين والأماكن والشخص دون سواها، وصياغة تفاعلاتها لتغدو أخباراً ثم القيام بتوزيعها على وسائل الإعلام والاتصال والمنظمات المختلفة وبعض الأفراد المشتركين بخدماتها. (عمشه، 2021)

كما تعرف وكالات الأنباء بأنها، منظمات أو مؤسسات أو هيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم، والوكالة الصحفية الإخبارية هي المطبوعة التي تصدر بصورة مستمرة وباسم معين وتكون معدة لتزود مؤسسات النشر الأخرى بالأخبار

والمقالات والصور والرسوم، وتشكل وكالات الأنباء واحدة من أهم مصادر المعلومات التي تتكفل بنشر الأخبار داخل بلد من البلاد أو فيما بينها ولا تقتصر خدماتها على الصحف فقط بل تتعداها إلى محطات الإذاعة والتلفزيون. وغيرها من المنظمات.

كما تضع لها اليونسكو التعريف الآتي: وكالة الأنباء هي التي تملك إمكانية واسعة لاستقبال أخبارها ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار من عدد كبير من دول العالم، كما تستخدم عددا كبيرا من المحررين في مركزها الرئيسي لتحرير هذه المواد الإخبارية العالمي والمحلية وإرسالها بأسرع وقت ممكن إلى مكاتب الوكالات في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون بالخارج المشتركة فيها مباشرة. (جلطي، بلا تاريخ)

إن هذا التعريف يبين مدى أهمية وكالات الأنباء وفي الواقع فإن قضية تحكّم مراكز قليلة قوية في تدفق الأخبار والمعلومات ظاهرة قديمة عرفت منذ الفترة التي زاد فيها نفوذ المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا عالمياً. فقد كانت المعلومات تتدفق من تلك الدول الثلاث إلى بقية دول العالم بما في ذلك الولايات المتحدة وكان العالم مقسماً إلى مناطق نفوذ موزعة بين وكالات الأنباء الثلاث (رويتر) (هافاس) و(ولف) وقد عرف هذا باسم (الكارتل الإخباري) ولقد كان من حق هافاس لوحدها بيع الأخبار لدول أمريكا اللاتينية ومن حق رويتر وحدها بيع الأخبار للشرق الأقصى ومن حق وولف وحدها بيع الأخبار لأوروبا ثم تبنى العالم بعد أن دخلت الولايات المتحدة مجال الإعلام مفهوم التدفق الحر للمعلومات ورفع القيود على انتقال الأنباء والمضمون الإعلامي بين مختلف الدول ، وقد أصبح هذا المبدأ ملزماً للدول الأعضاء في الأمم المتحدة وأساساً من أسس منظمة اليونسكو .

إن هذا المبدأ الآن محل شك خاصة وأن الدول النامية بدأت تشعر أن الدول المتقدمة وبشكل خاص الولايات المتحدة تسيطر على كل أنواع المضمون الإعلامي الذي يغرق العالم ويسيطر على إمكانات نقل المعلومات عبر الحدود الوطنية من خلال الأقمار الصناعية وهو الأمر الذي وضع في أيدي الدول الكبرى سلطات ضخمة تتحكم من خلالها عبر المعلومات التي تدخل الدول النامية أو تخرج منها وبالتالي أصبحت تكنولوجيا الاتصال الجديدة والمضمون الإعلامي تسير من المراكز إلى الهوامش ولذلك أصبحت المطالبة بإعادة النظر في نظام توزيع المعلومات في العالم مبدأً

ثابتاً وقد ظهر اصطلاح النظام الإعلامي العالمي الجديد للمرة الأولى في الندوة التي نظمتها دول عدم الانحياز في تونس آذار 1976 حول السياسات الإعلامية. (جلطي، بلا تاريخ)

- نشأة وكالات الأنباء: يعود تاريخ وكالات الأنباء إلى القرن التاسع عشر للميلاد، عندما بدأت الصحف اليومية تهتم بوجود مكاتب إقليمية لها، ثم تطوّرت هذه المكاتب لتصبح فروعاً دولية في أكثر من دولة من العالم، من هنا بدأت فكرة إنشاء وكالات الأنباء حول العالم، هذا. [(خضر، بحث حول وكالات الأنباء، 2019) ويعتبر (شارل لوي هافاس Charles Louis Havas) المؤسس الأول لوكالات الأنباء فقد أقام مكتبه عام 1832م بشارع جون جاك روسو بباريس و أخذ مكتبه اسم وكالة هافاس (Havas) منذ عام 1835م. وقد حل محلها وكالة الأنباء الفرنسية (AFP; Agence France-Pressه) والتي ما زالت موجودة حتى يومنا هذا.

أما أكبر وكالات الأنباء التي أنشأت في أوروبا بعد وكالة هافاس، فقد أسسها متمرنان ألمانيان من أصل يهودي كونهما هافاس في باريس وهما: برنارد وولف وجوليوس رويتر. الأول أنشأ في برلين مكتب وولف الذي فتح للجمهور عام 1849م وظل حتى فترة النازية أكبر وكالة أوروبية للإعلام. وأنشأ الثاني في لندن عام 1851م وكالة رويتر التي حملت اسمه بعد وضع حبل الأسلاك البحري بين مدينتي دوفر وكالي. وجاءت وكالة الأنباء الإنجليزية بعد ظهور وكالة الأنباء الفرنسية نظرا للمنافسة التقليدية بين بريطانيا وفرنسا، وأصبحت رويتر الوكالة الوحيدة للأنباء في بريطانيا (جلطي، بلا تاريخ)

- علاقة المؤسسات الإعلامية بوكالات الأنباء: تعتبر وكالات الأنباء من أبرز وسائل الإعلام تأثيراً على الصعيدين الداخلي والخارجي. وهذا التأثير ناتج عن سببين أساسيين هو أن وكالة الأنباء لا يقتصر عملها على المحيط الداخلي وإنما يشمل نطاق عملها المحيط الخارجي فهي قادرة على الوصول إلى مناطق وبقع جغرافية تعجز وسائل الإعلام الأخرى عن الوصول إليها بسبب الأجهزة المستخدمة في نقل الخبر وبثه.

تعرف وكالات الأنباء بأنها المؤسسة التي تمتلك إمكانيات واسعة تمكنها من استقبال الأخبار ونقلها وتستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار في عدد كبير من دول العالم.. كما تستخدم العديد من المحررين في مركزها الرئيسي يتولون تحرير المواد الإخبارية عالمية كانت أم محلية وإرسالها بأسرع وقت إلى مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف ومحطات الإذاعة وإلى وكالات الأنباء المتعاقد معها والصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون خارج المناطق المشتركة فيها مباشرة.

تعد وكالات الأنباء أيضا وسيلة من وسائل الإعلام غير المباشرة تصل إلى الجمهور من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المعروفة كالصحافة المكتوبة والصحافة المسموعة والصحافة المسموعة المرئية.

وهي المصدر الرئيسي الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام وتقتبس منه الأخبار والمعلومات والممنون الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها وتقوم بدور عالمي هام في نقل وتبادل الأنباء عبر القارات ويؤهلها للقيام بهذا الدور قدراتها التكنولوجية وكوادرها البشرية المدربة التي تستعين بها في جمع الأنباء وتوزيعها بلغات عديدة في مختلف أنحاء العالم، فضلا عن قدراتها المادية التي تجعلها قادرة على نقل أخبار العالم وتشكيل التصورات عن الأشخاص والشعوب والثقافات والوصول إلى كل إنسان على سطح الكرة الأرضية.

كما أن وكالات الأنباء هي مصنع الأخبار في العالم تستخدمها الدول كافة، فهي مؤسسات كاملة واحتكارات دولية لا يستهان بها تستخدمها الدول الكبرى في تنفيذ سياستها نشرًا وهجومًا ودفاعًا ودسائس فهي السلاح الرابع مع أسلحة البر والجو والبحر.

لهذا فإن الصحافة والإذاعة قادرتان على تغطية مناطق جغرافية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق البث إلا إذا استخدمت وسائل تقوية في الغالب تكون قريبة إلى مناطق جغرافية متعددة وهي عملية قد تكون صعبة في كثير من الحالات. (وتوت، 2004، الصفحات 222-223)

– أقسام وكالات الأنباء: تنقسم وكالات الأنباء إلى ثلاث مجموعات:

1- وكالات وطنية: وتقوم هذه الوكالات بجمع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تعالجها وإرسالها إلى الخارج.. أما الأخبار التي تصلها من الخارج فتُنشرها فقط في بلدها وبصرف النظر عن كونها تمتلك مكاتب للمراسلين في دول أخرى فهي بجوهرها وكالات وطنية.

2- وكالات إقليمية: وهي وكالات وطنية تحولت إلى مراكز لتبادل الأخبار بين عدة دول تقع في منطقة واحدة أو بين دول متجاورة.

3- وكالات عالمية: تجمع وتعالج وتخزن وترسل الأخبار من العالم كله إلى العالم وساعد ظهورها على تطور الصحافة مما جعل ظاهرة الاتصال تأخذ بعدا جديداً فمن ناحية المكان صار العالم أكثر قرباً ومن ناحية الزمان أصبحت المعلومات أكثر حداثة من ذي قبل.. وتقدم هذه الوكالات خدمات معقدة ومتنوعة فمنها الخدمات العامة التي تغطي كامل الأحداث الكبيرة والشؤون المتعددة إلى الخدمات المتخصصة المختلفة مالية- رياضية- علمية- طبية كذلك فهي تعد أهم منابع الخيرية من حيث جمع الأخبار ونشرها فور ورودها. (وتوت، 2004، صفحة 225)

3- أبرز وكالات الأنباء العالمية.

يمكن إيجاز أبرز الوكالات العالمية والتي تشكل مصدراً رئيسياً لأخبار ومعلومات دول العالم وخاصة دول العالم النامي في الوكالات الآتية:

1- وكالة أستوسيتند برس (Associated Press News Agency):

وكالة الأنباء (الاسيوشيتد برس) الأمريكية (Associated Press News Agency) واقتصرت خدماتها على الصحف الست التي أسهمت في تأسيسها، ثم أغلقت بحكم قضائي عام 1943 لعدم قانونيتها، لكنها عادت بقوة لتقدم خدماتها داخل الولايات الأمريكية وخارجها، (عمشه، 2021) والحقيقة ترجع أصولها إلى عام 1848 حيث قدمت نفسها لأوروبا كمؤسسة غير عادية باسم الجمعية التعاونية لأصحاب الصحف.. واكتسبت بالتدرج صفتها العمومية لكل البلاد والتي احتكرت فيما بعد العمل الإعلامي والإخباري في كل الولايات المتحدة الأمريكية.

ومنذ عام 1931 فتحت هذه الوكالة فروعها في لندن وباريس وبرلين ثم تغلغت في السوق الأوروبية للأخبار وتقوم حالياً بتقديم خدماتها إلى أكثر من (15) ألف جريدة وإلى محطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من (115) بلد ولديها أكثر من (1100) مكتب داخل الولايات المتحدة و(70) مكتب خارج الولايات المتحدة وعدد موظفيها يزيد على (5) آلاف موظف ومعدل حجم الأخبار المغطاة أربع وعشرين ساعة يعادل (20) مليون كلمة. (جلطي، بلا تاريخ)

2- وكالة اليونائيتد برس إنترناشيونال (UNITED PRESS INTERNATIONAL):

بدأ إرسال وكالة (اليونائيتد برس إنترناشيونال International United Press) عام 1907 وكان يُطلق عليها مؤسسة الاتحاد الصحفي، بعد اندماجها مع وكالة الأخبار الدولية (عمشه، 2021) عام 1958 أي (بعد نحو واحد وخمسين عاماً) سميت باسمها الحالي وكالة اليونائيتد برس (UP) وهي وكالة أنباء ذات طابع تجاري ربحي يملكها أفراد، وتقدم خدماتها إلى الكثير من المؤسسات الإعلامية في داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، (عمشه، 2021) وتعد هذه الوكالة من أهم الوكالات في أمريكا ولديها (100) مكتب داخل الولايات المتحدة و(528) مكتب في دول العالم ومعدل البث اليومي لها (14) مليون كلمة وتبث أخبارها بخمسين لغة وتعمل لمدة (24) ساعة يومياً. (جلطي، بلا تاريخ)

3- رويترز (REUTERS):

أسس الألماني «بول يوليوس رويترز» s وكالة أنباء أسماها رويترز (Reuter) في فرنسا عام 1850، ثم انتقلت بعدئذٍ بعام إلى المملكة المتحدة عام 1851 بلندن، وتمتلك الوكالة أربعة اتحادات صحفية، (عمشه، 2021) أي تشرف على إدارتها أربع جمعيات للاتحادات الصحفية وهي جمعيتا، مالكي الصحف البريطانية ووكالة الصحافة المتحدة الأسترالية ووكالة الصحافة النيوزيلاندية ووكالة برس أسوشيشن. (جلطي، بلا تاريخ) شعارها «السرعة والدقة»، وتنتشر مكاتبها ومراسلوها في معظم دول العالم ومناطقه، وتقدم اليوم خدماتها إلى معظم المؤسسات الإعلامية في العالم، وهي وكالة أنباء ذات طابع دولي. (عمشه، 2021)

وتزود وكالة رويترز بالمواد الصحفية أكثر من (120) بلدا وتنشر أخبارها بشكل منتظم ولديها (4100) مشترك وعدد مكاتبها (163) مكتب موزعه في العديد من دول العالم فيما يبلغ بثها اليومي (5) ملايين كلمة. (جلطي، بلا تاريخ)

4- وكالة الصحافة الفرنسية (ASSOCIATED FRANCE PRESS):

تعد هذه الوكالة امتدادا لوكالة (هافاس) التي تأسست عام 1835 واستمرت حتى الحرب العالمية الثانية.. وقد عاودت نشاطها بعد أن تحررت فرنسا من سيطرة ألمانيا عام 1944 وكانت مدعومة من قبل الحكومة الفرنسية إلا أنها استقلت كليا عام 1957 وأخذ يشرف على إدارتها مجلس يمثل الصحف والإذاعة والشعب إضافة إلى ممثل عن الوكالة نفسها.. وتقدم هذه الوكالة خدماتها بخمس لغات هي الفرنسية والألمانية والعربية والإسبانية والانكليزية ولها 12.500 ألف مشترك و187 مكتب منتشرة في العديد من دول العالم ويبلغ معدل بثها اليومي (2) مليوني كلمة.

5- وكالة الأنباء الروسية تاس (TASS Russian News Agency):

أنشئت في عام 1918م وكالة أنباء روسية سُميت (روستا Rosta) ثم أطلق عليها عام 1925 وكالة (تاس TASS) وهي مصدر الأنباء الوحيد في الاتحاد السوفييتي سابقاً، وكانت آنذاك تختص بأخبار الحزب الشيوعي والحكومة السوفيتية... وقد ألحقت بروسيا الاتحادية بعد انهيار الاتحاد السوفييتي، غير أن قوتها من حيث التغطية والخدمات لا تُضاهي وكالتي فرانس برس ورويتر، كما سادت في الاتحاد السوفييتي السابق وكالة أنباء أخرى خاصة بالأخبار الداخلية والأخبار المصورة وهي وكالة أنباء (نوفوستي Novosti) (عمشه، 2021)

وبعد انهيار الاتحاد السوفييتي عام 1992 أصبحت تعمل هذه الوكالة تحت اسم (إيتار تاس) (ويكيبيديا، 2020) لها شبكة اتصالات ومكاتب في الخارج تقوم على إعداد التقارير والمواضيع، يعمل في الوكالة 1500 موظف، ولها قناة تلفزيونية، ولديها أكثر من 70 مكتبا في روسيا وأكثر من 60 مكتبا تمثيلا في دول العالم بلدا وتقدم الوكالة خدماتها بعدد من اللغات هي الروسية والإنكليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والعربية. (موقع مرافيم، بلا تاريخ)

تعد وكالات الأنباء الأربع، الاسيوشيتد برس واليونايتد برس -الأمير يكتيان- ورويتر- البريطانية- ووكالة الصحافة الفرنسية مصدرا رئيسيا للأنباء للكثير من وسائل الإعلام في دول العالم وخاصة العالم الثالث بحيث أصبحت هذه الوكالات تحتكر معظم الأنباء الدولية وتهيمن على النشاط الإعلامي لكثير من الدول وهو ما يدل على أن الحاجة تزداد إلى هذه الوكالات العالمية بسبب سعة إمكانياتها وقدراتها وانتشارها وهي المصدر الأساسي وصاحبة الفضل في الحصول على الخبر من مصادره الأصلية أو تقوم بنقل الأخبار عن طريق الوسائل الإعلامية وعلى جهود الوكالات المحلية وصحافتها في كثير من البلدان.

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال التي أصبحت أحد سمات العصر، فإن الوكالات العالمية للأنباء لم تتأثر إطلاقاً، كما يعتقد بعض المعنيين بأن اتساع مجالات الإعلام والاتصال المختلفة قد أضعفت أهمية وكالات الأنباء بل على العكس من ذلك تعد اليوم من أكثر المؤسسات الإعلامية استفادة من هذا العصر إذ لم يقتصر بثها على الكلمات فحسب بل إن هناك مئات الصور والرسوم والبيانات وكل ما يساعد على الإحاطة بكل ما يجري في العالم وبجميع الاهتمامات، توزعها على الوسائل الإعلامية المشتركة في خدماتها.

إذا ما أخذنا بالحسبان فإن فكرة تأسيس وكالات الأنباء العالمية قد وضعت على أساس تزويد المشتركين فيها من أفراد وشركات ورجال الأعمال بآباء التجارة والمال وأسعار البضائع وحالة السوق. إلى أن تطورت لتشمل فيما بعد الأخبار بأنواعها والتي كانت في بدايتها مشروعات تجارية فحسب فقد أصبحت الأخبار الاقتصادية والمالية أرضية للمنافسة الدائمة بين الوكالات الأربع.

ولكن تنوع الخدمات الإعلامية لهذه الوكالات الأربع الكبرى والانتقال من سوق المعلومات العامة إلى سوق المعلومات المتخصصة الذي يحقق ربحاً وإيراداً أكثر من السوق الأول يتطلب امتلاك هذه الوكالات التقنيات الخاصة بنشر هذه المعلومات ومستلزماتها والاستفادة من المتخصصين بالمجالات التقنية فضلاً عن القائمين بالاتصال الذين أصبحوا متخصصين بمجالات تقديم المحتوى.. لذا فإن توظيف مثل هذه الطاقات الإنتاجية التكنولوجية والبشرية أصبح يتطلب استثماراً ضخماً باتجاهات الإنتاج أو البث ودراسة الجدوى في إطار البناء المؤسسي ومن ثم فإن المعلومات التي تبث

أصبحت تعمل وفقا لبناء ضخّم بآلياته ومن أجل تلافي المنافسة بين هذه الوكالات العالمية والمخاطر المالية والحفاظ على مستوياتها تجاه المنافسة فقد اتبعت خطوات يمكن تلخيصها بالآتي:

- احتكار التقنيات الخاصة بنشر المعلومات.
- تحقيق النزعة الربحية من خلال توظيف هذه التقنيات لخدمة السوق العالمية في تقديم المعلومات المتخصصة والعامة التي تنتج وتوزع على كل قارات العالم.

من هذين المنطلقين تتضاعف شدة المنافسة بين الوكالات الأربع فيقول (فيليب كيوفر) في سنة 1985 ويفضل ترخيص خاص اتسم بحرقه لكل مظاهر المودة غدت (AFP) وكالة الصحافة الفرنسية أول وكالة تتمكن من استخدام البرق البصري ولم تتمكن منافساتها من الحصول على ترخيص باستخدامه إلا بعد خمس سنوات لاحقا. (وتوت، 2004، الصفحات 327-328)

- وكالات الأنباء العربية، مهامها، وأبرز المشاكل التي تواجهها الأقطار العربية:

حتى منتصف الخمسينات من القرن الماضي كانت تفتقر إلى وكالات أنباء محلية لذا كانت وسائل الإعلام تعتمد في الحصول على الأخبار العربية والعالمية على وكالات الأنباء العالمية والإذاعات العربية والأجنبية وبعد ذلك التاريخ أقدمت بعض المؤسسات الخاصة في بعض الأقطار العربية على تأسيس وكالات للأنباء وكان ذلك في مصر والمغرب، فقد أقامت الصحف المصرية عام 1956 وكالة أنباء الشرق الأوسط كشركة خاصة عام 1959 غير إن هذه التجربة لم تتجاوز هذين القطرين إذ عمدت بقية الأقطار العربية إلى إقامة وكالات أنباء رسمية خاصة بها.

وقد تحولت وكالة أنباء الشرق الأوسط إلى القطاع العام عام 1961 كما تحولت الوكالة المغربية إلى مؤسسة رسمية تعبر عن رأي وفكر السلطة السياسية وتعرف باختياراتها المركزية وتساندها مساندة مطلقة لذلك فإن الحكومات العربية هي التي تمول ميزانيات وكالات الأنباء.

وتشكل الوكالات المصدر الأساسي للأخبار المتدفقة وطنيا والتي تستغلها بنسبة كبيرة باقي وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وهذا ما يجعل وسائل الإعلام في البلد الواحد متشابهة تماما ومعتمدة أساسا على ما تبثه وكالات الأنباء الرسمية وخصوصا فيما يتعلق بمختلف نشاطات

السلطة والهيئات الرسمية التابعة لها، وعموماً فإن حجم الميزانيات المخصصة لوكالات الأنباء ضعيف إلى حد ما ولا يسمح في أغلب الأحيان بتطوير شبكه الوكالات على الأقل وطنيا.

فالمكاتب المحلية لهذه الوكالات هزيلة العدد وفي بعض الحالات غير موجودة إطلاقاً كما أن العنصر البشري لا يسمح عادة بتطوير شبكة المكاتب المحلية لهذه الوكالات. وقد أدى هذا الوضع إلى سيطرة وكالات الأنباء العالمية على سير تدفق الأخبار محلياً ودولياً ذلك لأن ضعف وكالات الأنباء العربية يجعلها تعتمد على الوكالات العالمية ولوكالات الأنباء العربية وظيفتان رئيسيتان هما:

- جمع وتوزيع الأنباء المحلية.
- ضبط توزيع واستخدام الأخبار المتدفقة من المصادر المختلفة سواء محلية أو عربية أو عالمية بحيث تراعي وجهه النظر الرسمية وتتفاوت الإمكانيات البشرية والمادية والفنية بين وكالات الأنباء العربية فبعضها كبير والآخر صغير بل إن بعض هذه الوكالات لا تمتلك أجهزة البث الإخباري التليبرنتر فتعتمد إلى توزيع نشرات مطبوعة مثل وكالة الأنباء في اليمن وموريتانيا.
- تعاني معظم الوكالات العربية من عدم توفر المرسلات الكافية لإيصال نشراتها إلى مناطق أخرى خارج حدودها.. ولما كانت هذه الوكالات تركز على أوروبا في توزيع أخبارها فعمدت إلى افتتاح مكاتب لها في الدول الأوروبية في وقت تغطي وكالات الأنباء العربية 95% من استقبال وبث الأخبار داخل الحدود العربية.

وقد ظهرت دعوات على مستوى المؤسسات العربية والأفراد إلى ضرورة إقامة وكالة أنباء عربية قومية ودولية لإنهاء السيطرة الدولية للوكالات الكبرى إلا أن هذه الدعوات لم تلق استجابة من الدول العربية لإنشاء هذه الوكالة لأسباب تتعلق بالمشاكل الكثيرة التي تواجهها الوكالات العربية في عملها.

- المشاكل التي تواجهها الوكالات العربية للأنباء:

1- المشاكل الداخلية:

- السعي إلى تحقيق الربح عن طريق تفضيل الكمية على النوعية.

- تقديم أخبار ناقصة بهدف كسب أكبر عدد من المشتركين.
- السرعة على حساب الدقة.
- قيام الوكالات بسرقة الأخبار المبنوثة من الوكالات الأخرى وإعطاء مصدر الوكالة السارقة.
- عدم تفهم بعض المسؤولين وتصورهم بأن الإعلام أداة لخدمة الأشخاص.
- نقص الكادر الفني المتخصص في عمل الوكالات.

2- المشاكل الخارجية:

- الفهم الخاطئ لكثير من الدول والمسؤولين حول تبعية الوكالة.
- الخدمات العربية تؤثر على عمل الوكالات والمراسلين.
- توفر فرص لمراسلي الوكالات المعتمدين. (وتوت، 2004، الصفحات 329-330)

- أسماء الوكالات العربية:

- 1- وكالة الأنباء الجزائرية (وأج APS)
- 2- وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ. ش. أ)
- 3- وكالة الأنباء العراقية (واع) توقف بثها بعد حل وزارة الإعلام. (جلطي، بلا تاريخ)
- 4- الوكالة العربية السورية (سانا)
- 5- وكالة الأنباء اليمنية (سبأ)
- 6- وكالة الأنباء الأردنية (بترا)
- 7- وكالة الأنباء الفلسطينية (وفا)
- 8- وكالة أنباء المغرب العربي (حاب)
- 9- وكالة تونس إفريقيا (وات)
- 10- وكالة أنباء السودانية (سونا)
- 11- وكالة الأنباء القطرية (قنا)
- 12- وكالة الأنباء الكويتية (كونا KUNA)
- 13- وكالة الأنباء السعودية (واس)

- 14- وكالة الأنباء الصومالية (صونا)
- 15- وكالة أنباء عمان (العمانية)
- 16- وكالة أنباء الخليج البحرين (وأخ) أصبحت "وكالة انباء البحرين" (BNA) (إيلاف، 2004)
- 17- الوكالة الموريتانية للأنباء (و م أ AMI) (الوكالة الموريتانية للأنباء، 2021)
- 18- اتحاد وكالات الأنباء العربية (فانا) (وكالة الانباء الكويتية، 2018)
- 19- الوكالة الوطنية للإعلام لبنان (ننا NNA)
- 20- وكالة أنباء الإمارات (وأم ENA)
- 21- وكالة الأنباء الليبية (وال)
- 22- وكالة الأنباء المغربية (وكالة الانباء الكويتية، 2018)
- 23- وكالة الأنباء الإسلامية الدولية (إينا UNA) تأسست وكالة الأنباء الإسلامية الدولية (إينا) بموجب قرار صادر عن مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامي الثالث لمنظمة التعاون الإسلامي الذي عقد بمدينة جدة في محرم 1392هـ. فبراير / مارس 1972م) تنفيذاً لقرار مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامي الثاني بكراتشي الباكستانية. وبتاريخ 15 أكتوبر 2017، أقرت الجمعية العامة لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية تحويل مسمى الوكالة إلى اتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي (UNA) (اتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي، 2021)

- ظاهرة تدفق الأخبار باتجاه واحد:

مما تقدم يتضح لنا أن ظاهرة تدفق الأخبار في اتجاه واحد تمثل أبرز الظواهر في الحياة الدولية الراهنة حيث نجد أن هذا التدفق يوجّه معظمه من الدول الكبرى إلى الدول الصغرى، من الدول التي لديها القوة ووسائل التكنولوجيا تجاه الدول الأقل تقدماً مما خلق مشكلات كبيرة في عدم توازن التدفق الإعلامي وأوجد هيمنة واضحة للأنباء على حساب وكالات الأنباء المحلية.

وكان الجدل حول هذا الاختلال قد ازدادت حدته بشأن مسألة التدفق الدولي للأنباء وسيطرة وكالات الأنباء الكبرى على جمع الأنباء ونشرها وذلك لأن عملياتها الواسعة على نطاق العالم شبيهة بالاحتكار في مجال نشر الأنباء على الصعيد الدولي إذ تهيمن هذه الوكالات على نشر ما يقارب 80% من أنباء العالم ويذهب بعض الكتاب إلى أن هذه الوكالات هي السبب الأساسي في الاختلال القائم في تدفق المعلومات على النطاق الدولي.

يأتي هذا الاتهام لامتلاك تلك الوكالات شبكة واسعة من المراسلين المنتشرين في شتى أنحاء العالم إضافة إلى استخدامها لأحدث تقنيات الاتصال إلى جانب خبرتها الطويلة في جمع الأنباء ومعالجتها وتوزيعها بلغات عديدة في أنحاء العالم ولكل وكالة أكثر من مائة مكتب منتشرة في دول العالم وتستخدم آلاف الموظفين والمراسلين للقيام بجمع مئات الآلاف من الكلمات كل يوم وتوزيع ملايين الكلمات على النطاقين المحلي والعالمي.. وكل منها يصدر أنباءه على مدار 24 ساعة في اليوم إلى الآلاف من الوكالات الوطنية والصحف المشتركة ومحطات الإذاعة والتلفزيون في أكثر من مائة دولة وجميعها يقوم بخدمة منظمة بالإنكليزية والفرنسية والألمانية والإسبانية والروسية والبرتغالية والعربية وبلغات أخرى أقل أهمية.

في حين أن أماكن كثيرة من العالم النامي لا تملك وكالات أنبائها الوطنية والصحف والإذاعة مراسلين خاصين إضافة إلى أن هناك ثلاثين بلدا ليس فيها وكالات للأنباء، ويفتقر ثلثا وكالات الأنباء الموجودة إلى المعدات اللازمة لإرسال المعلومات إلى البلدان الأخرى لذلك فهي تعتمد اعتمادا كاملا على وكالات الأنباء العالمية للحصول على الأنباء الخارجية، وعلى الرغم من كثرة عدد وكالات الأنباء في الدول النامية فإن عددا غير قليل من هذه الوكالات دون المستوى المطلوب لكونها مجرد مكاتب لجمع وتوزيع الأخبار وهذا يعني أن إنشاءها جاء رغبة من الحكومة لفرض سيطرتها وتحكمها في الأخبار والمعلومات التي ستروج في الداخل.

بما أن الجميع بحاجة إلى المعلومات السياسية والاقتصادية وغيرها من المعلومات لم يكن هناك وسيلة أخرى لتبادل المعلومات والأخبار، ورغبة الجميع في معرفة ما يجري في العالم أدت إلى هيمنة

وكالات الأنباء العالمية الكبرى على تدفق الأخبار والمعلومات ومهما تكن نوايا هذه الوكالات فإنها لابد أن تخضع خلال مسيرتها لعدد من الضغوط المالية والإيديولوجية والتقنية.

هناك ظاهرة أخرى تتعلق بنوع التغطية الإخبارية للأحداث الدولية حيث أوضحت الدراسات العديدة في هذا المجال أن الأحداث التي تقع في الدول الغربية المتقدمة هي المستهدف الأول في التغطية الإخبارية في صحف الدول النامية وذلك عكس ما يحدث في الإعلام العربي إذ أن التغطية الإعلامية كما يدور في العالم النامي تتركز على الانقلابات والأزمات والطرائف وكل ما يعطي صورة مشوهة للحقائق فضلا عن ضآلتها من الناحية الكمية و تجاهلها لعمليات التنمية وسائر المشروعات الايجابية في معظم دول العالم الثالث وهذا ما أكدته لجنة (ماكبرايد) للإعلام بمنظمة اليونسكو إذ أن هذه الحقيقة أدت إلى مزيد من السيطرة من جانب الإعلام الغربي ومزيد من التبعية من جانب الإعلام النامي .

إن وكالات الأنباء العالمية تنقل للدول النامية أخبار الدول النامية الأخرى وأخبار الدول الشمالية. ولا تبث الأخبار الجديدة بالتقديم. وبهذا تفرض على الدول النامية رؤيتها هي للعالم وليس كما تراه شعوب دول عالم الجنوب فهذه الوكالات لا تركز لأبناء البلاد النامية إلا نسبة 20% أو 30% من تغطيتها الإعلامية على الرغم من أن البلاد النامية تشكل ما يقرب من ثلاثة أرباع البشرية، فعلى سبيل المثال أن وكالة أنباء يونائيد برس إنترناشونال تركز 70% من أخبارها للأحداث الجارية في شمال العالم وأن 3.2% لأمريكا اللاتينية و 1.8% لإفريقيا و 1.5% لأوروبا ودول الاتحاد السوفيتي سابقا مع نسبة لا تتجاوز 21-30% عن بلدان العالم الثالث. وأكدت دراسة أجريت في عام 1979 وتناولت (14) صحيفة من كبريات صحف أمريكا اللاتينية أن 90.7% من أخبارها العالمية مصدرها وكالات الأنباء العالمية وهذا ما ينطبق بالضرورة على دول العالم الثالث ومنها الدول العربية.

لذا فإن الصحف في هذه البلدان تغدو وكأنها مجرد سوق لتوزيع أخبار هذه الوكالات مما يؤثر في قوة وشخصية تلك الصحف.

وذكرت اليونسكو في وثيقة دولية أن ثمة مشكلات وعوامل تعرقل العمل الإعلامي في الدول النامية ومنها:

1. ندرة الموارد المالية التي تعاني منها الدول النامية بصفة عامة ومرافقها الاتصالية بصفة خاصة.
2. نقص الكوادر الفنية المؤهلة في مجال الاتصال والإعلام العديدة.
3. المنافسة الشديدة بين موردي المعدات الفنية ووسائل الاتصال الحديثة.
4. انخفاض القدرة الإنتاجية للدول النامية في مجال إنتاج معدات وأجهزة اتصال.
5. نقص المعلومات التي يمكن الاعتماد عليها والمناسبة للمستهلكين والمتمركزة في الدول المتقدمة.
6. استعداد غير كاف من قبل الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية في تطوير بنائها الأساسية في مجال الاتصال حيث لم يحظ هذا المجال بالأولوية المناسبة في مجال التعاون الدولي.

ويفسر هستر عملية التغطية الإخبارية في الدولة النامية فيلاحظ أن تدفق مثل هذه الأنباء ودراسات حارس البوابة تصبح ذات أهمية قصوى عندما تتناول تدفق الأنباء إلى الدول النامية ومنها ويقول إن حجم الرسائل الإخبارية التي تنقل إلى الدول النامية ومنها يقل كثيرا عن الأخبار المتداولة بين القوى الصناعية والغربية الكبرى وهكذا فإن عملية الاختبار التي تحدد ما يتدفق من خلال البوابات قد تحجب التدفق الإخباري تماما إذا كان حجم الرسائل الإخبارية قليل.

ويضيف د. هستر أن العاملين في وسائل الإعلام بالدول النامية سواء كان منهم من يعمل في مؤسسات حكومية أو من ينتمي منهم للقطاعات المستنيرة من المواطنين يعلمون أن الأنباء التي تخرج من بلادهم والتي تمر من البوابات العالمية للأنباء لا تتجاوز القطرات عندما تصل إلى بقية دول العالم وقد فرضت وكالات الأنباء الدولية نفسها على إعلام الدول النامية مستفيدة من تطور التقنيات والإمكانات الفنية العالمية ومن منهج وطريقة أدائها التي تمثل في شمولية التغطية للأحداث في العالم وكتابة النص بصيغة توحى بالموضوعية والتجرد وسرعة توصيل الخبر وتأمين التسهيلات التقنية لتلقي الخبر.

وتشير الدراسات إلى أن وكالات الأنباء العالمية تضع الأجندة لدول العالم الثالث بل وللعالم كله تقريبا فما تعتبره تلك الوكالات هاما يصبح هاما للدول الأخرى.

وبما أن هذه الوكالات مرتبطة أساسا بالدول الصناعية المتقدمة فإنها لا تستطيع الخروج عن الخط المرسوم لها، لذلك فإن عملية تشويهها للأخبار المنقولة عن بلدان العالم الثالث تتعدى حدود نشر معلومات كاذبة ليأخذ إشكالا أخرى منها:

- المغالاة في التأكيد على أحداث ليس لها أهمية،
- وضع الحقائق التي لا ترتبط ببعضها في قالب واحد وعرضها بشكل يوحي بأنها متصلة وتكون حالة واحدة.
- عرض الحقائق بطريقة ضمنية تعكس حالة رضا مما يقدمه النظام المهيمن.
- التشويه القائم على خلق حالة مزاجية وعقلية مسبقة نحو الأحداث وذلك عن طريق تقديم الأحداث ذات الأبعاد المعروفة بأسلوب خلق حالة خوف أو شك لا أساس لها من الصحة.
- التشويه من خلال التعتيم أو عدم نشر أي معلومات متصلة بالحدث أو الموقف الذي لا يخدم مصالح الدول التي لا تنتمي إليها وكالات الأنباء العالمية.

كما أن الأخبار والمعلومات التي تروجها هذه الوكالات لا تتلاءم في واقع الحال مع بلدان العالم الثالث وحاجاته لأنها جمعت ونشرت عن طريق مصادر وأجهزة الوكالات الغربية إضافة إلى أن المحتكر هو الذي يحدد أي المواضيع تقدم وأيها يمنع وهم يعلمون أنهم يتحكمون بذلك التدفق إذ يحصلون على المعلومات التي يريدونها وبالشكل الذي يرونه مناسباً وفي الوقت الذي يرغبون فيه أيضاً، فضلا عن ذلك تعمل على خدمة مصالح الدول التي تنتمي إليها فهي في تغطيتها الإخبارية لمختلف إحداث المعالم لا تغفل هذا الأمر وإنما هو في صميم عملها في هذا الاتجاه على رغم ما تدعيه من موضوعية أو حياد في نقل الأخبار (فهذه الوكالات تلجأ إلى تلوين الأخبار طبقا لمصالحها ومصالح النظم السياسية والاقتصادية التي تتبعها).

والأمر نفسه بالنسبة للعالم العربي الذي يشكل جزء من دول الجنوب إذ يوجد ما يزيد عن 22 وكالة أنباء عربية إلا أن بعض هذه الوكالات اقرب إلى مكاتب إعلامية تابعة لوزارات الإعلام مباشرة وإنتاجها ضعيف قياسا إلى السيل الكثيف الذي تنتجه وكالات الأنباء العالمية الكبرى مما يدفع وكالات الأنباء العربية إلى اللجوء إلى الوكالات الدولية خصوصا فيما يتعلق بأخبار العالم الخارجي وحتى فيما يتعلق بالأخبار المحلية ذاتها فليس من الغريب مثلا أن تنقل بعض الوكالات العربية عن الوكالات الأجنبية أحداثا تجري في محيطها الجغرافي والثقافي والوطني، ويفسر هذا الوضع ضعف هياكل وكالات الأنباء التابعة لها يضاف إلى ذلك أن وجود مكاتب خارجية تابعة لبعض هذه الوكالات لا يعني في حد ذاته ضمان تدفق مرضٍ للأخبار إذ أن هذه المكاتب غالبا ما تكون مصالح حكومية ملحقة بالسفارات والهيئات الدبلوماسية العربية في الخارج.

وعلى الرغم من التطور الذي حصل في عمل وكالات الأنباء العربية وسعي وسائل الإعلام العربية لتنويع مصادر أنبائها الخارجية فإن وكالات الأنباء الغربية ما زالت هي المصدر الرئيسي للأخبار الخارجية وهي أي الوكالات الغربية هي التي تحدد حجم ونوعية اهتمامات وسائل الإعلام العربية وللأسباب التالية.

- طغيان النموذج الغربي لمضمون الأخبار الخارجية على وسائل الإعلام العربية من حيث التركيز على أنباء الصراع والعلاقات الدولية والتطورات الداخلية في الدول الأخرى بخاصة تلك الأخبار المثيرة أو غير المألوفة مع قلة الاهتمام أو تجاهل الأنباء التي تمس التطورات الايجابية في الدول النامية وخاصة الأخبار المتعلقة بالتنمية بالإضافة إلى العاصفة الإخبارية التي وضعت عالم الجنوب بما فيه الوطن العربي على كرسي الاتهام بعد إحداث 11 أيلول 2001.

- التركيز على أنباء العالم الأول وبخاصة الولايات المتحدة وغربي أوروبا وتقديمه في كم الأخبار ومضمونها على انه محور الأحداث الصالحة للبحث عبر العالم ومركز إدارة النظام الدولي كله وخاصة في العلاقات الدولية وإدارة الصراع الدولي.

- التعتيم الإخباري المتعمد وتحريف أخبار العالم الثالث ويأتي ذلك من خلال نشر كم من الأخبار لا تتناسب إطلاقاً مع وزنه في المجتمع الدولي أما تحريف الأنباء بالمعنى الدقيق للعبارة يحدث عندما تحل الأخطاء أو الأكاذيب محل الحقائق الثابتة أو عندما يضاف تفسير محرف إلى الخبر عن طريق استخدام صفات التحقير أو القوالب الجامدة مثلاً فهناك طرقاً متعددة يتم بها تحريف الصورة الكاملة للأحداث والمواقف وهذا يحدث عندما تعطي إحداث لا تنطوي على أهمية حقيقية موضعاً بارزاً وعندما تخرج أمور سطحية أو لا صلة لها بالموضوع مع حقائق ذات أهمية فعلية أو صنع الأخبار من حقائق عشوائية وتقديمها كحقيقة متكاملة أو عندما تجمع الحقائق الجزئية لكي تعطي انطباعاً بأنها الحقيقة الكاملة أو عرض الحقائق بطريقة تثير شكوكاً ومخاوف لا أساس لها من الصحة أو مبالغاً فيها يهدف التحكم في رد الفعل من جانب الأفراد أو حتى جماعة بأكملها أو حكومات أو التزام الصمت إزاء حقائق وأحداث يفترض أنها تهم الجمهور .

ومن خلال ما تقدم يتضح لنا أن حركة الأخبار تمثل قلة في الانسياب من الجنوب إلى الشمال أي من الدول النامية إلى الدول التي تعتبر متقدمة (كما ونوعاً) ولهذا فقد خططت الدول النامية خطوات منها تأسيس مجمع لوكالات أنباء عدم الانحياز وبدأ نشاطه في كانون الثاني 1975 في بلغراد بيوغسلافيا.. كما تم في نيسان عام 1974 في بغداد عقد مؤتمر لوكالات الأنباء العربية تم فيه تعديل نظام اتحاد وكالات الأنباء العربية بما يضمن التنسيق بينها لإيجاد السبل لزيادة تدفق المعلومات العربية إلى أوروبا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية بذلك عمل هذا الاتحاد على عقد ندوات بين وكالات الأنباء العربية من جهة ووكالات أنباء إفريقيا وأوروبا وأمريكا اللاتينية من جهة أخرى.

وان كانت هذه الخطوات قد مثلت البداية في العمل على إعادة التوازن في انسياب المعلومات والأخبار بين دول العالم فإن الضرورة تقضي بتوفير شروط كثيرة أمام وكالات الأنباء التي تعمل في الدول التي تسير نحو النمو لتقترب من الوكالات الكبرى تكنولوجياً وفنياً وإعلامياً وهذه الشروط هي:

- وفير قدر كامل من أجهزة الاتصالات وأجهزة نقل المعلومات الصورية.

- توفير قدر كامل من المشتركين في أوروبا وأمريكا والدول الأخرى تستلم المعلومات من خلال عقد اتفاقيات تعاون معها.
- مساهمة اليونسكو مع المنظمات الإقليمية القائمة للمساهمة في تدريب العاملين وتطوير قدراتهم سواء من الناحية الفنية أو الإعلامية.
- إعداد كادر متخصص قادر على تميز المعلومات التي تثير اهتمام شعوب أوروبا وأمريكا والدول الأخرى.

- وكالة الأنباء الجزائرية: النشأة، الأنظمة والمهام

أنشئت وكالة الأنباء الجزائرية (وأج) في الأول من ديسمبر سنة 1961 في غمار حرب التحرير الوطنية لتكون صوت الثورة الجزائرية في الساحة الإعلامية الدولية وكدعامة لثورة أول نوفمبر 1954 وقد استقرت (وأج) قبل الاستقلال وبعد وقف إطلاق النار بفترة وجيزة في حي القصبة التاريخي. هذا الحي الذي كان رمزا بارزا للمقاومة. وبدأت في التحضير لما بعد الحرب.. فترة البناء والتشييد ودعم السيادة الوطنية دون أن تنسى النضال من أجل تحرير العالم الثالث.

بعد الاستقلال مباشرة، انتقلت وأج مؤقتا إلى شقة متواضعة في بناية تقع في شارع كريم بلقاسم الحالي حيث بدأت في تطوير مختلف أقسامها وفي مقدمتها قسم التحرير. وبدأت في بناء وتركيب شبكتها عبر كامل التراب الوطني وكذلك الحصول على الأجهزة والتقنيات الضرورية لعملها. وجهزت نفسها بنص تنظيمي يسند لها مهمة الخدمة العمومية. كما بدأت في تكوين وتدريب صحافيين وعملها التقنيين والطابعين.

في الأول من أبريل 1963: انتقلت (وأج) إلى عمارة في شارع "تشي غيفارا" حيث مكثت 30 عاما. ومن هذا المكان بدأت في توزيع أخبارها على مشتركها تلغرافيا وتم ربطها أيضا بالوكالات العالمية والعديد من الوكالات الوطنية في مختلف أنحاء العالم كما أنها أقامت شبكة من المكاتب الجهوية وعددا من المكاتب في الخارج. وطورت في نفس الوقت قسم التصوير لنقل صور الجزائر في مرحلة البناء لجميع المشاركين في الداخل والخارج بواسطة "البيليون".

في 19 نوفمبر 1985: أصبحت (وأج) مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي ونزعة اجتماعية-ثقافية.

في 20 أبريل 1991: تحولت إلى مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وتجاري (EPIC) مع امتيازات الخدمة العمومية.

في يناير 1993، استقرت (وأج) مرة أخرى بمقرها الجديد في حي القبة. وبدأت في معركة ما أصبح يعرف بالتكنولوجيات الجديدة. وهكذا، ففي الأول من يناير 1994، بدأت (وأج) في وضع نظام للتحرير يعمل بالإعلام الآلي. وفي 25 أبريل 1995، بدأت في توزيع أخبارها بصورة آلية.

في 18 فبراير 1998: بدأت (وأج) مرحلة جديدة بافتتاحها موقعاً لها على شبكة "إنترنت" بعد أن كانت تبث صفحاتها ولمدة سنة من مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST). وفي 05 جويلية 1998، أطلقت صفحات وab باللغة العربية وإنتاجها «وأج-مباشر». وكان ذلك نقطة الانطلاق التي وضعت (وأج) على الطرق الدولية السريعة للمعلومات والأخبار والاتصال. وفي نوفمبر من نفس السنة، بدأت في البث عن طريق الأقمار الصناعية الشيء الذي سمح لها بتوسيع خدماتها. ومن الآن فصاعداً، سيكون في إمكان المشتركين، عن بعد وفي الوقت الحقيقي، استخدام بنوك المعلومات والمصالح المختصة وكذلك الحصول على الصور الرقمية وخدمات أخرى.

على مستوى التحرير المركزي، يجري جمع الأخبار ومعالجتها عن طريق 12 قسماً على رأس كل منها رئيس تحرير وهي: السياسي، الاجتماعي، الثقافي، الرياضي، التحليل، الجهوي، البحث والتحقيق، الاقتصادي، بنك المعلومات، الدولي، الترجمة، الإنترنت.

على المستوى الجهوي، تجمع الأخبار بواسطة شبكة المراسلين المرتبطين بـ 4 مديريات جهوية تغطي كامل التراب الوطني:

- **المديرية الجهوية للشرق:** ومقرها قسنطينة تجمع المكاتب الولائية التالية: قسنطينة وباتنة وعنابة وسكيكدة وجيجل وأم البواقي وتبسة وسوق أهراس والطارف وميلة وخنشلة وبسكرة وقلمة وسطيف ومسيلة وبرج بوعريرج.

- **المديرية الجهوية للغرب:** ومقرها وهران تجمع المكاتب الولائية التالية: وهران وتلمسان وسعيدة وسيدي بلعباس ومستغانم وتيارت وتيسمسيلت وعين تموشنت وغليزان ومعسكر والشلف.

- **المديرية الجهوية للجنوب:** ومقرها ورقلة تجمع المكاتب الولائية التالية: ورقلة وأدرار وتمنراست وإليزي وتندوف والنعام والأغواط وبشار وغرداية والوادي والبيض.

- **المديرية الجهوية للوسط:** ومقرها البليدة تجمع المكاتب الولائية التالية: البليدة وتيبازة وبومرداس وتيزي وزو وبجاية والبويرة والجلفة وعين الدفلة والمدية.

- **على الصعيد الدولي، لوكالة الأنباء الجزائرية مكاتب ومراسلين في كل من:** واشنطن، موسكو، باريس، لندن، بروكسل، روما، مدريد، القاهرة، الرباط، تونس، عمان، داكار.

تمثل وكالات الأنباء مصدرا مهما ورئيسيا للأخبار ضمن مسار العملية الإعلامية فلقد تبوأَت هذه المؤسسات مركز الصدارة في التعامل مع الأحداث ومتابعتها وتغطية مجرياتها للجمهور عبر شبكاتها ومراسليها في مختلف البلدان والمناطق الساخنة من العالم، وقد استحوذت هذه الوكالات وخاصة الكبيرة منها ذات الصلة العالمية على حيز واسع ومؤثر في هذا الميدان، وبالتالي هيمنتها على مجرى تدفق الأخبار.

أصبحت هذه الوكالات - مع تطور تقنياتها - تصنع وتسيطر على الرأي العام العالمي كيفما شاءت، وتوجهه لأغراض مشبوهة، أصبحت اليوم - أكثر من أي وقت مضى - واضحة للعيان ألا وهي خدمة الصهيونية العالمية التي عرفت دور هذه الوكالات فسيطرت عليها.

ليس أمام أصحاب القضايا العادلة اليوم إلا سبيل واحد و هو مجابهة هذه الوكالات بالمثل مثلما تحاول بعض وسائل الإعلام المعاصرة فقد نشرت هي الأخرى مراسليها عبر بقاع العالم لجمع

الأخبار لصالحها وهي محاولة للخروج من رقعة السيطرة الإعلامية الصهيونية كما تفعل قناة الجزيرة القطرية مثلاً. (جلطي، بلا تاريخ)

المحاضرة السابعة

4- التصنيع الصحفي/تصنيع المادة الإعلامية

التصنيع الصحفي هو تلك العلاقة الموجودة بين كل من المرسل والرسالة ومضمونها ومنه المادة الإعلامية هي جهود كل من الصحفي الذي يعمل على تصنيع تلك المادة مع مراعاة الموارد الإعلامية.. والتصنيع له عدة أشكال منها الأخبار وعرضها على الشاشة أو الإذاعة، التحرير في الجريدة يعتبر تصنيع للمادة.. سواء كانت الكترونية أو ورقية

1. المادة الإعلامية في صحيفة أو إذاعة أو قناة تلفزيونية أو أي وسيلة إعلامية تقليدية أو جديدة ليست عرضاً بسيطاً للواقع الخارجي بل هي مادة مصنعة.
2. يقوم المرسل أو القائم بالاتصال بتشكيل هذه المادة وصناعتها.
3. يتاح للمرسل أو القائم بالاتصال اتخاذ قرارات وخيارات عديدة جداً، ومتنوعة للغاية، للتحكم في شكل الرسالة الإعلامية التي يريد صناعتها.
4. لكي يتم توضيح هذه الحقيقة سنستعرض مجموعة من الأمثلة، توضح دور المرسل أو القائم بالاتصال في تصنيع المادة الإعلامية.

1- تصنيع الأخبار في وكالات الأنباء

1. تقوم وكالات الأنباء يومياً وعلى مدار الساعة ببث حزم إخبارية لوسائل الإعلام حول العالم، على شكل مادة تلفزيونية، أو صور فوتوغرافية، أو نصوص مكتوبة.
2. تختار وكالة الأنباء الأحداث التي تغطيها والأحداث التي لا تغطيها.
3. تختار وكالة الأنباء الأخبار التي تبثها والأخبار التي لا تبثها.

4. تختار وكالة الأنباء وجهة النظر التي تعرض من خلالها الخبر أو حتى زاوية التقاط الصورة.

5. تختار وكالة الأنباء طريقة صياغة الخبر وكلماته والمصطلحات المستعملة فيه.

وهكذا تقوم الوكالات " بتصنيع " حزمة الأخبار التي تصل إلى العالم.

2- تصنيع نشرة الأخبار

1. تتلقى غرفة الأخبار في القناة التلفزيونية الحزم الإخبارية من وكالات الأنباء، ومن مكاتبها الإعلامية، ومراسليها، ومصادرنا الخاصة.

2. يقوم رئيس تحرير النشرة بانتقاء الأخبار التي ستعرض والأخبار التي تستبعد إما لعدم أهميتها أو لأسباب أخرى.

3. يتم ترتيب الأخبار حسب أهميتها من وجهة نظر القناة.

4. يتم تحديد طول الخبر وتفصيله وعنوانه وصيغة الخبر.

5. يتم اختيار وجهة النظر التي يعرض من خلالها الخبر، مع اقتباسات المتحدثين، ومشاركة المعلقين.

6. يتم اختيار الصور المرافقة، والخرائط، ومادة الفيديو، والرسوم التوضيحية... إلخ.

وهكذا يتم " تصنيع " نشرة الأخبار.

3- تصنيع الصحيفة اليومية

1. تحتوي الصحف اليومية الورقية عشرات الصفحات، وتزيد كلماتها يومياً على 100 ألف كلمة.

2. تزود وكالات الأنباء الصحف بعشرات الأخبار وآلاف الكلمات يومياً، وكذلك الصور الصحفية، بالإضافة إلى تقارير مراسلي الصحيفة، ومحرريها، ومقالات الرأي وغير ذلك.

3. يقوم رئيس التحرير ومدير التحرير والمشرّف على كل صفحة بتحديد ما يتم نشره، وما لا يتم نشره.

4. يتم تحديد ما ينشر على الصفحة الأولى، وما ينشر في الصفحات الداخلية.
5. يتم تحديد حجم العنوان، ومساحة المادة، والصور المرافقة، حسب أهميتها من وجهة نظر الصحفية.... إلخ

وهكذا يتم «تصنيع» الصحيفة الورقية اليومية.

4- تصنيع البرنامج التسجيلي والوثائقي

1. يقوم منتج البرنامج باختيار الموضوع وتحديد هدف البرنامج.
 2. يتم تقديم البرنامج من خلال رؤية أو وجهة نظر، نابعة من الموضوع، ومن ذاتية المنتج والمخرج والمعد، والوسيلة الإعلامية.
 3. يتم اختيار طريقة بناء النص أو السيناريو.
 4. يتم التحضير للتصوير للمواد المرئية من زوايا معينة وبصورة محددة لتعزيز هدف البرنامج.
 5. يتم تنفيذ المونتاج وفيه تستبعد بعض الصور، وتحذف بعض المشاهد.
 6. تضاف للمادة المؤثرات المرئية والمؤثرات الصوتية مع التعليق والمزج الصوتي.
- وهكذا يتم " تصنيع " البرنامج التلفزيوني التسجيلي.

5- تصنيع الدراما

1. تعد الدراما المسرحية والسينمائية والإذاعية والتلفزيونية من أكثر المواد الفنية الإعلامية تأثيراً.
2. لا تحتاج الدراما إلى إشارة لعمليات التصنيع التي تتعرض لها، وذلك لأنها مصنعة بالكامل.
3. القدرة التأثيرية في الدراما تظهر في كل مراحل تصنيعها، ابتداء بالموضوع، والفكرة، والحبكة، والشخصيات، والصراع، والمعالجة الفنية.

4. من المهم التأكيد على حقيقة بسيطة وهي أن منتج الدراما هو الذي يحدد من هو الشخص الطيب؟ ومن هو الشخص الشرير في ذلك العمل الدرامي.

من خلال الأمثلة السابقة نلاحظ أن المادة الإعلامية ليست مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل هي مادة «مصنعة» ومختارة ومنتقاة، يقوم بتصنيعها وتشكيلها المرسل أو القائم بالاتصال، سواء كان كاتباً صحفياً أو منتجاً تلفزيونياً أو مخرجاً سينمائياً، وهكذا بقية الوظائف الإعلامية التي تقوم بدور المرسل أو القائم بالاتصال. (الشميمري، 2010، الصفحات 72-75)

5- الصحافة والسلطة السياسية في الغرب.

يظهر مما تقدم ذكره فيما يخص نشأة الصحافة في المجتمعات القديمة والحديثة أن هناك علاقة تربط بين طبيعة النظام السياسي وبين طبيعة النظام الإعلامي، فهذا الأخير يسعى لإيصال الخبر إلى الجماهير دون حرية أو قيد، بينما يسعى الأول إلى تكميم الثاني والسيطرة عليه، وعليه نلاحظ أن هذان النظامان هما في حالة شد وجذب منذ ذلك الحين وإلى غاية يومنا هذا، فالنظام السياسي والاجتماعي يريد أن يحدد للإعلام الشكل والمضمون المناسبين. ولهذا نلاحظ اليوم شكل النظام الإعلامي يعكس شكل النظام السياسي. وهذا يجرنا إلى القول بأن الإعلام هو أداة في يد السلطة من جهة وفي بعض الحالات يكون الإعلام حاملاً لتطلعات المجتمع، فيكون حينئذ في مواجهة السلطة من جهة أخرى. ومن دون شك هذا ما يضع حرية الصحافة أو الإعلام على المحك، أي تكون في مواجهة السلطة وبالتالي هذا يجرنا إلى الحديث عن طبيعة ومفهوم حرية الإعلام قديماً وحديثاً.

- حرية الإعلام وجدلية العلاقة بين الإعلام والسياسة في الغرب:

مع بروز عصر النهضة، "بدأ بعض المفكرين في طرح أفكار جديدة، تعبر عن التحولات السياسية والاجتماعية والمعرفية الجديدة في أوروبا، في ارتباطها بالتواصل السياسي. إلا أن أول من أعطى دفعة قوية لهذا العلم هو جون ميلتون، صاحب النظرية الليبرالية في القرن السادس عشر الميلادي، من خلال تأكيده على الحرية في التعبير والتواصل والمشاركة السياسية، ورفض منطق احتكار

السلطة والإيمان التام بالديمقراطية. وهذه "الأفكار هي التي عمل كانط وهيغل وماركس وغيرهم، على التأسيس لها لوضع أسس الديمقراطية الحديثة" لعصر ما بعد الثورة الصناعية.

وقد تزامنت هذه الفترة مع بروز مفاهيم جديدة، باتت فيما بعد من صميم التواصل السياسي، كالرأي العام والأحزاب والنخب ولوبيات الضغط وما سواها. وقد جاء ذلك كنتيجة طبيعية للتحويلات والطفرات الديمقراطية التي توالى على مر السنين. ومع التغيرات العالمية المتتالية، وتقدم مد العولمة، ثم انتشار وسائل الإعلام والاتصال، وانفجار الشبكات الرقمية، تزايدت الحاجة إلى التواصل السياسي، والاهتمام بدراسة العلاقة بين الفرد والسياسة، ومكونات المجتمع، وتفاعل النظام السياسي مع بقية النظم الاجتماعية الأخرى، فلم تعد السياسة: "حكرًا على من يمارسون العمل السياسي، بل أصبحت سلوكًا يقوم به أفراد المجتمع العاديون، كما يقوم به القائم على السلطة السياسية، إلى الحد الذي دفع البعض إلى تسمية هذا العصر بعصر السياسة والتسييس". (اليحياوي، 2013، الصفحات 4-5)

تظهر عملية استقطاب وسائل الإعلام من لدن السلطة السياسية، في توظيفها للدعاية، أو من أجل اعتمادها كوسيلة لتجميل صورة هذا النظام السياسي أو ذاك. ولعل أبرز مثال يتراءى للجميع هنا هو استخدام النازية للدعاية منذ 1933 من خلال الفنون والموسيقى والمسرح والأفلام والكتب والإذاعة والمواد التعليمية والصحافة. (موسوعة الهولوكوست، بلا تاريخ) ونذكر خاصة الراديو الذي كان شائع الانتشار والتأثير في الجماهير آنذاك. ولقد دأبت السلطة في السيطرة على وسائل الإعلام وبشدة نظرا لقوتها في التأثير على الجماهير.

مقابل ذلك أو على نقيضه، نجد أن وسائل الإعلام والاتصال في الدول الديمقراطية، هي التي تمارس ضغطها على النظام السياسي، وخاصة عندما يتعلق الأمر بالشؤون الداخلية لهذه الدولة، أما عندما يتعلق الأمر بالسياسات الخارجية؛ فإن هذه الأنظمة تمارس ضغطها على وسائل الاتصال من حيث وظائفه ومضمونه وحجمه.

هناك المقولة الديمقراطية الشهيرة: "إن الصحافة هي السلطة الرابعة في الدولة. ومن زاوية أن السلطة السياسية تمارس الرقابة والتأثير على وسائل الاتصال، لتصبح ضمن أدواتها في تحقيق أهدافها السياسية". وبالتالي، فإن العلاقة بين التواصل -الصحافة- والسياسة تبدو وثيقة ومتداخلة إلى حد بعيد، لدرجة لا يمكن أن نعزل فيها العملية السياسية عن الأنشطة الاتصالية مختلفة المشارب، اللازمة لقيامها. ويتضح التأثير على مستويين اثنين: فردي خاص بما يتصل بالقيم والسلوك والاقتناع أو التعبئة، ثم جماعي من خلال التكامل السياسي أو التفكك الاجتماعي. (اليحياوي، 2013، صفحة 5)

انتهى الباحث، ديفيد ساكسمان، في دراسته، التي تناولت العلاقة بين الحكومة والصحافة، إلى أن العلاقة، بين الصحافة والحكومة، تأخذ أحد شكلين: الشكل العدائي، أو الشكل التعاوني. ويقول إن العلاقة العدائية، بين الصحافة والحكومة، توجد فقط، في الدول، التي تنتهج الفلسفة الليبرالية، التي تقوم على أساس حرية الرأي والصحافة، وحق القراء في معرفة شؤون البلاد والعالم، في مختلف مجالات الحياة، حتى يتمكن الفرد من الإدلاء برأيه، تجاه الأحداث والقضايا، التي يمر بها المجتمع، ويشارك إيجابياً، في الحياة السياسية، ولن يتمكن من الحصول على حق المعرفة هذا، إلا من خلال منح وسائل الإعلام الحرية الكاملة، في الوصول إلى المعلومات، وعرضها بحرية كاملة، ليس هذا فقط، بل تقوم الفلسفة الليبرالية على حق وسائل، الاتصال في تقييم أنشطة الحكومات وانتقادها. وقد خلق هذا الوضع علاقة صراع، وعلاقة عدا، بين الحكومة ووسائل الإعلام، ونشأ الخلاف، بين الجانبين، في العديد من القضايا والأمور.

وفي مواقف الاختلاف بين وسائل الإعلام، والحكومة، في الدول الغربية، خاصة الولايات المتحدة الأمريكية تكون لوسائل الإعلام الكلمة المؤثرة، في إنهاء الموقف؛ فالحكومة لا تستطيع أن تصل، إلى الجماهير، إلا من خلال هذه الوسائل. ولهذه الوسائل قوة كبيرة، في التأثير على الرأي العام، كما أن ثقة الجمهور بوسائل الإعلام، تفوق، عادة، ثقته بالحكومات.

وفي مقابل ذلك، فإن الحكومة تستطيع أن تفرض سرية كاملة، على اجتماعات مهمة، وأن تحرف المعلومات لصالحها، وأن تقرب منها إعلاميين بعينهم، وتقدم لهم المكافآت المادية وغير المادية،

وتستخدم دافع الحفاظ على الأمن القومي لحجب المعلومات، عن الصحافة، كما تستطيع أن تكون لها وسائلها الخاصة، التي تمكنها، من عرض سياستها، على الجماهير، والحصول على تأييدها، خاصة وأن ذلك يتفق مع مفهوم التعددية.

وبناء على ذلك، فإن إظهار عدااء الصحافة للحكومة، لا بد أنه سوف يجعلها تخسر مصادر رسمية للأخبار، ويفقدها معلومات كثيرة تعوق القيام بنشاطها، على الوجه الأكمل، في مراقبة الحكومة. وفي ظل علاقات الصراع والعداء هذه، تظهر الحاجة الماسة لنظام إعلامي، يقوم على أساس المسؤولية الاجتماعية، لوسائل الإعلام، والتي تقوم على أساس أن لهذه الوسائل حق الوصول إلى المعلومات، ونشرها، وحق انتقاد سليات ممارسات الحكومة، وعليها واجب إظهار الإيجابيات، في ممارسات الحكومة، وأن تلتزم المثل العليا لآداب المهنة، تحقيقاً للصالح العام.

والشكل الثاني، الذي حدده ساكسمان، لطبيعة العلاقة، بين الصحافة والحكومة، هو الشكل التعاوني، ويرى أن هذه العلاقة توجد، في الدول النامية، وكافة الدول، التي ترتبط فيها وسائل الإعلام بالحكومة. التي ترى أن دور الصحافة يتمثل، في تقديم دعم كامل لكل ما تعرضه الحكومة، وأن صحافة غير مدربة، وشعباً أمياً، غير متعلم في معظمه، لا يمكن أن يكون أدوات لبناء أمة مستقرة، كما أن وسائل الإعلام الغربية، التي يباهي البعض بحريتها، ما هي إلا وسائل لترويج المادية، والنزعة الاستهلاكية. ومن ثم تصبح وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ، من النظام السياسي، تؤمن بما يقوله النظام، وتصفق لما يتخذه من إجراءات، وتضخ أبواق دعاية لكل ما يحمله النظام، من أفكار، ويختص دورها البناء، في المبادرة والتقييم، مما قد يهدد المجتمع بأسره، مستقبلاً. (بن سلطان بن عبد العزيز، 2020)

- مفرزات العلاقة الجدلية بين الصحافة والسلطة قديماً وحديثاً:

المتتبع لتاريخ ظهور الصحافة وما ارتبط بها من مفهوم حرية التعبير في صراعها مع السلطة عبر التاريخ يكتشف أنه قديماً خصوصاً القرنين السادس عشر، والسابع عشر، في إنجلترا كانت الفلسفة السائدة هي السلطة المطلقة للحاكم، أو لحكومته، أو لكلاهما معاً، ويظهر ذلك في نظريات

أفلاطون، وأرسطو، وميكافيلي، وهيجل. وغرضها الرئيسي هو حماية وتوطيد سياسة الحكومة، القابضة على زمام الحكم، وخدمة الدولة. ويعمل، في الصحف، ويصدرها، من يستطيع الحصول على ترخيص، من الحاكم، وتشرف الحكومة على الصحف، وتفرض الرقابة عليها. ويحظر، في إطار هذه النظرية، نقد الجهاز السياسي، والموظفين الرسميين. وملكية الصحف قد تكون خاصة أو عامة، وتكون أداة لترويج سياسات الحكومة ودعمها. وترى النظرية، أن الصفوة، التي تحكم الدولة، هي التي تملك أن توجه العامة، التي لا تعد مؤهلة، لاتخاذ القرارات السياسية. وأن الشخص، الذي يعمل بالصحافة، يكون عمله هذا، بمثابة امتياز خاص، يمنحه إياه القائد، لذلك فهو مدين بالالتزام للقائد وحكومته. وحرية وسائل الإعلام في ظل هذا الوضع تتحدد بالقدر الذي تسمح به القيادة الوطنية في أي وقت.

وفي عصر النهضة الأوروبية، وبالتحديد، القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، بلور عدد من المفكرين الأوروبيين، كثيراً من المبادئ، التي تحدد الأفكار السلطوية، التي سادت، حتى بداية عصر النهضة الأوروبية. وكان، من أبرزهم، المفكر الإنجليزي جون ميلتون، الذي كتب، عام 1664، يقول: "إن حرية النشر، بأي واسطة، ومن قبل أي شخص، مهما كان اتجاهه الفكري، حق من الحقوق الطبيعية، لجميع البشر، ولا نستطيع أن نقلل من حرية النشر، بأي شكل، وتحت أي عذر".

خلال القرن الثامن عشر، حين أصدر البرلمان البريطاني قراراً أكد على حظر أية رقابة مسبقة، على النشر، كما أباح، للأفراد، إصدار الصحف، من دون الحصول على ترخيص، من السلطة. وقد جاء هذا التعاون، نتيجة لأفكار المفكر الإنجليزي، بلاكستون، الذي أكد أن حرية الصحافة ضرورية، لوجود الدولة الحرة، وذلك يتطلب عدم وجود رقابة مسبقة، على النشر، ولكن يمكن أن يتعرض الصحفي للعقاب، بعد النشر، إذا تضمن هذا النشر جريمة، وكل إنسان حر أن ينشر ما يشاء، على الجمهور، ومنع ذلك يعد تدميراً لحرية الصحافة. (بن سلطان بن عبد العزيز، 2020)

في فرنسا يعتبر إعلان حقوق الإنسان والمواطن عام 1789 عقب الثورة الفرنسية الذي نص على أن حرية الرأي والتعبير جزء أساسي من حقوق المواطن وقد صاغ الإعلان الماركيز دي لافاييت Lafayette وتبنته الجمعية الوطنية، وقد وُضِعَ كي يشكل أساساً للانتقال من حكم ملكي مطلق

إلى حكم ملكي دستوري. هدفت العديد من مواد الإعلان إلى إلغاء بعض مؤسسات النظام القديم لفرنسا ما قبل الثورة. عمليًا، تحوّلت فرنسا إلى جمهورية وأصبح الإعلان من وثائقها الأساسية.

تعتمد مبادئ الإعلان على عدة مبادئ فلسفية وسياسية من عصر التنوير، مثل الفردية، العقد الاجتماعي كما عرّفه روسو، فصل السلطات بحسب مونتسكيو. وربما استفاد الفرنسيون من إعلان الاستقلال الأمر يكي في 3 أيار/مايو 1776 وإعلان فرجينيا للحقوق في 12 حزيران/يونيو 1776 الذي صاغه جورج مايسون. (الأشقر، 2021)

وفي أمريكا تم إعلان الاستقلال الأمر يكي في 3 أيار/مايو 1776 وإعلان فرجينيا للحقوق في 12 حزيران/يونيو 1776 الذي صاغه جورج مايسون. تمت الموافقة عليه من قبل الجمعية التأسيسية الوطنية في 26 آب/أغسطس عام 1789. لقد تم ربط مشروع التأسيس للولايات المتحدة الأميركية بين فكرة الحقوق والاستقلال. وكان "إعلان فرجينيا للحقوق" الذي صدر في 12 يونيو/حزيران 1776 بعد بدء حرب الاستقلال، أساسا اعتمد عليه توماس جيفرسون في كتابة القسم الأول من إعلان الاستقلال الأمريكي، وقد ترجم للفرنسية في 1783 وكان له تأثير كبير على فكر الذين صاغوا "إعلان حقوق الإنسان والمواطن" عام 1789.

ويمكن القول إن هذا النص التاريخي متقدم بأشواط على "الماغنا كارتا"، وهو يعزز قانون الإحضرار أمام القضاء، مؤكدا على المساواة والحريات الأساسية للأشخاص، ويعتبر حكم القاضي فوق أي قرار سياسي بل يستعمل تعبير مقدس لوصفه (المادة 11).

ويصف حرية الصحافة بأحد أهم معاقل الحرية الأساسية التي لا يمكن أن تقيد إلا من المستبدين (المادة 12)، مع ربط حرية الدين والعبادة بالاقتناع لا بالإكراه أو العنف.

ويضع مادة هامة تقول "لا يمكن لشعب أن يحتفظ بحكومة حرة وفوائد الحرية، إلا بانتساب صارم ودائم لقواعد العدالة، الاعتدال والاتزان والاقتصاد والقيم. وبالعودة باستمرار لهذه المبادئ الأساسية". (المادة 15). (مناع، 2007)

وكانت هناك محاولات في الولايات المتحدة في نفس الفترة الزمنية لجعل حرية الرأي والتعبير حقاً أساسياً لكن الولايات المتحدة لم تفلح في تطبيق ما جاء في دستورها لعامي 1776 و1778 من حق حرية الرأي والتعبير حيث حذف هذا البند في عام 1798 واعتبرت معارضة الحكومة الفدرالية جريمة يعاقب عليها القانون ولم تكن هناك مساواة في حقوق حرية التعبير بين السود والبيض. ويعتبر الفيلسوف جون ستيوارت ميل، من أوائل من نادوا بحرية التعبير عن أي رأي مهما كان هذا الرأي غير أخلاقياً في نظر البعض حيث قال "إذا كان كل البشر يمتلكون رأياً واحداً وكان هناك شخص واحد فقط يملك رأياً مخالفاً فإن إسكات هذا الشخص الوحيد لا يختلف عن قيام هذا الشخص الوحيد بإسكات كل بني البشر إذا توفرت له القوة". (أبو عون، 2020)

قرار الجمعية العامة رقم 59 (د-1) والمؤرخ في 14 ديسمبر 1946، وقد جاء فيه: "إن حرية الإعلام حق من حقوق الإنسان الأساسية، وهي المعيار الذي تقاس به جميع الحريات التي تركز الأمم المتحدة جهودها لها، وتعني حرية الإعلام ضمناً الحق في جمع الأنباء ونقلها ونشرها في أي مكان دون قيود. وهذه الحرية تشكل عاملاً أساسياً في أي جهد يبذل من أجل تعزيز سلم العالم وتقدمه. وأحد العناصر التي لا غنى عنها في حرية الإعلام هو توافر الإرادة والقدرة على عدم إساءة استعمالها، ومن قواعدها الأساسية الالتزام الأدبي بنقل الوقائع دون تعرض وبنشر المعلومات دون سوء قصد".

- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان: جاء الإعلان كأول وثيقة خاصة بحقوق الإنسان أقرتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 1948 ويتألف من ديباجة و(30) مادة خصصت لحقوق الإنسان والحريات الأساسية، وقد جاءت المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان بشكل مباشر على الحق في حرية الرأي والتعبير، إذ أشارت إلى أن "لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود." (الأمم المتحدة، بلا تاريخ)

- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب 1981، حيث نصت المادة 09 منه على أنه: "من حق كل فرد أن يحصل على المعلومات المتعلقة بحرية الرأي والتعبير على أنه "يحق لكل فرد أن يعبر عن أفكاره وينشرها في إطار القوانين واللوائح." (منظمة الوحدة الإفريقية، 1981، صفحة 5)

- مشروع الميثاق العربي لحقوق الإنسان 23 مايو 2004: ورد في هذا المشرع نص المادتين الآتيتين:

المادة 23: تتعهد كل دولة طرف في هذا الميثاق بأن تكفل توفير سبيل فعال للتظلم لأي شخص انتهكت حقوقه أو حرياته المنصوص عليها في هذا الميثاق، حتى لو صدر هذا الانتهاك من أشخاص يتصرفون بصفته الرسمية.

المادة 24: لكل مواطن الحق في:

1- حرية الممارسة السياسية.

2- المشاركة في إدارة الشؤون العامة إما مباشرة أو بواسطة ممثلين يُختارون بحرية.

3- ترشيح نفسه أو اختيار من يمثله بطريقة حرة ونزيهة وعلى قدم المساواة بين جميع المواطنين بحيث تضمن التعبير الحر عن إرادة المواطن.

4- أن تتاح له على قدم المساواة مع الجميع فرصة تقلد الوظائف العامة في بلده على أساس تكافؤ الفرص.

5- حرية تكوين الجمعيات مع الآخرين والانضمام إليها.

6- حرية الاجتماع وحرية التجمع بصورة سلمية.

7- لا يجوز تقييد ممارسة هذه الحقوق بأي قيود غير القيود المفروضة طبقاً للقانون، والتي تقتضيها الضرورة في مجتمع يحترم الحريات وحقوق الإنسان، لصيانة الأمن الوطني أو النظام العام أو السلامة

العامة أو الصحة العامة أو الآداب العامة أو لحماية حقوق الغير وحرياته (جامعة الدول العربية، 2004، الصفحات 9-10)م.

6- التوزيع الواسع للصحافة.

- مفهوم عملية توزيع الصحف:

يقصد بها العملية التي من خلالها يتم إيصال كافة الأعداد الصحفية إلى مناطق معينة، سواء كانت داخل الدولة أو خارجها، وبالتالي فلقد أطلق السلك القانوني على عملية التوزيع باسم التداول الصحفي، كما أطلق عليها العاملين في القطاع التجاري والخبراء باسم التسويق الصحفي.

وعليه ظهر ما يسمى بالسوق الصحفي، حيث يعتبر بمثابة المكان الذي يتم من خلاله توزيع الصحف على الراغبين باقتنائها، أو شرائها، حيث يتم تصريف كافة المنتجات الصحفية في الأسواق الإعلامية، بحيث يتم توجيهها إلى الجمهور الإعلامي بشكل أساسي.

كما توجد هنالك علاقة قوية تربط مبيعات الصحف مع ثمنها، حيث تعتبر المبيعات الصحفية غير متوازنة، وهذا مقارنة مع ثمن تكلفتها، وإنتاجها، حيث تسعى المؤسسات الصحفية إلى إنتاج الصحف بسعر يكون من السهل على الجمهور أو المنظمات أو المجتمع شرائها.

كما يكون من الضروري أن تكون المبالغ التي يتم صرفها على عملية إنتاج الصحف تتصف بالشعبية، والتي بدورها تحقق مفهوم الديمقراطية، على أن تتم عملية التوزيع للصحف، مقترنة مع قدرة مؤسسات المجتمع المدني على تقديم الخدمات العامة.

وبالتالي فإنَّ مع التطور التقني والتكنولوجي الحاصل في العناصر التيبوغرافية في الصحف، والذي ساهم في ارتفاع التكاليف المترتبة على إنتاج الورق والطباعة الصحفية، في جعل المؤسسات الصحفية تواكب الظروف الحاصلة في ظل التطورات الاقتصادية إلى بقاء توزيع الصحف وشراؤها ضمن الحدود المعقولة، بحيث تتناسب مع الجمهور.

وعليه فلقد أشار الباحثين في علم الاتصال والإعلام على أنَّ الاتجاهات الصحفية هي التي ساهمت في تطور ونمو الصحف، كما ساهمت في ارتفاع المستويات الشرائية للصحف وخاصة في أوقات المساء، حيث تجاوزت الملايين من النسخ، حيث كان ذلك في الولايات المتحدة الأمريكية.

كما دعت الجهات القانونية الصحف إلى المساعدة على إصدار قانون يحمي عملية التوزيع للصحف من قبل مجموعة من الأفراد أو الجهات التي تسعى إلى التخريب على معظم المؤسسات أو المنظمات الإعلامية، حيث يكون ذلك تحت بند قانون المطبوعات.

كما قد تشتمل هذه القوانين على منع الجهات المستفيدة أو الأفراد من لصق الصحف على الجدران أو عرضها على شبابيك المحلات التجارية وغيرها من الطرق، فهي بذلك تحمي المؤسسات الإعلامية من هذه السلوكيات. (مهدي، 2021)

– مشاكل التوزيع:

من المشاكل التي تواجه المؤسسة الصحفية في توزيع انتاجها الصحفي هو ارتفاع تكاليف التوزيع (بعد المسافة، ارتفاع في الوقود، عدم وجود فروع جهوية، إلخ.) وانخفاض الإيرادات بسبب عدم الاقبال أو بالأحرى نقص القراء. وكذا عدم تحمُّل المؤسسات الصحفية لتكاليف تشغيل فروعها في المناطق الجهوية. في الواقع، مهما كانت كفاءة جهاز التوزيع في المؤسسات الصحفية، فإنه لا يمكن بيع كل ما يطبع من أعداد الصحيفة، لذا فإن باعة الصحف والمتعهدين دائماً ما يعيدون إليها النسخ التي تبقى من المبيعات وتعرف باسم المرتجعات. وهذه الأخيرة تعتبر خسارة بالنسبة للمؤسسة الصحفية، حيث أنها تمثل نقصاً من قيمة المبيعات المقدرة، فتلجأ إلى بيعها في أغلب الأحيان بالميزان لاستخدامها في لف السلع والبضائع وغير ذلك أو حتى أيضاً يتم تدويرها من جديد. وبذلك يمثل بيع المرتجعات ومخلفات العملية الطباعية مورداً يساعد الإدارة في الصحيفة على تغطية جزء ولو بسيط من نفقات الصحيفة المتغيرة.

الصحيفة سلعة سريعة التلف، ولذلك فمسؤولية إدارة التوزيع هي، تحديد طاقة السوق الاستيعابية، لأن هناك حداً تتوقف وتنخفض بعده زيادة الكميات المباعة. (توزيع الصحافة وأنماطه ومشكلاته في الجزائر، صفحة 5)

قالت مجموعة عالمية لصناعة للصحافة المطبوعة، الاثنين، إن توزيع الصحف على مستوى العالم انخفض بنسبة 0.9% العام الماضي مقارنة بالعام السابق عليه، بينما انخفضت عائدات الإعلانات بنسبة 2%. وأوضح فينسينت بيرغن المدير التنفيذي للاتحاد العالمي للصحف وناشري الأنباء "وان - إفرا" إن "التوزيع العالمي بشكل إجمالي وصل إلى 523 مليون نسخة في اليوم". ووفقاً لمسح اتجاهات الصحافة العالمية الذي يصدر عن المجموعة سنوياً، يتخذ توزيع الصحف وعائدات الإعلانات اتجاهها نحو التراجع في الأسواق الناضجة في الولايات المتحدة وأوروبا منذ سنوات مع توجه القراء نحو الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعي.

وقال بيرغن إن "التحدي ليس ببساطة في تحول القراء من الصحافة المطبوعة إلى الرقمية، لكن في مشاركة الشباب في المجتمع". ودعا المحررين والناشرين الذين شاركوا في المؤتمر الصحفي العالمي الخامس والستين الذي عقد هذا العام في بانكوك إلى المثابرة في نضال إشراك الجيل الأكثر شباباً في متابعة الأنباء سواء المطبوعة أو الرقمية. وأضاف بيرغن إننا "لم نعد في عالم من المواطنين المنخرطين في المجتمع وإنما عالم من التليفزيون وتويتر وفيسبوك بشكل واقعي واستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي بدلاً من الانخراط في المجتمع". (سكاي نيوز عربية، 2013)

في مصر أفاد جهاز الإحصاء الحكومي بأنه تم إغلاق نحو 50 في المائة من الصحف المحافظة على الصدور خلال 5 سنوات فقط، بالإضافة إلى تراجع توزيع الصحف من 2.5 مليون نسخة يومياً، إلى 400 ألف نسخة في 2017، وفقاً لتقديرات خبراء التوزيع. ورغم مناشدات الخبراء والمراقبين المتكررة لبحث أسباب الأزمة ومعالجتها لعدم تكرار سيناريو إغلاق صحف «البديل»، و«التحرير»، و«الأحرار»، و«الطريق»، و«الكرامة»، و«الجيل»، وغيرها من الصحف اليومية والأسبوعية. (فرج، الخطاف، الأبطح، ورضا، 2017)

- أنماط التوزيع:

- البيع المباشر أو البيع بالعدد: يكون توزيع الصحف والمجلات على الأكشاك والمكتبات وعلى أصحاب البيع في الطرقات عن طريق مؤسسات توزيع عمومية أو خاصة.
- البيع عن طريق وسيط: يتم نقل الصحيفة عن طريق حاملي البريد التابعين للمؤسسة أو الخواص إلى البيوت وعادة ما تكون هذه الصحف مدفوعة الأجر، أي يغطي تكاليفها الإشهار الموجود على الجريدة.
- البيع بالاشتراك: يتم نقل الصحف والمجلات إلى مشتركيها عن طريق البريد العادي وعن طريق البريد الجوي للمناطق البعيدة.

المحاضرة الثامنة

4- ظاهرة الإعلام كخدمة عامة.

- مفهوم الخدمة العامة **Public services**: يرتبط مفهوم الخدمة العامة أساساً بالدولة، أي بمجمل النشاطات التي تقوم بها الدولة لصالح مواطنيها بغية تحقيق المنفعة العامة للمجتمع والتي تنعكس أيضاً على الأفراد. وفي هذا الصدد تعرف الخدمات العامة بأنها:

الخدمات، التي تقدمها الدولة للمواطنين، لتؤدي وظيفة عامة، يحتاجون إليها، مثل: المواصلات، والشرطة، وجمع الضرائب، وتوفير المياه والإنارة أو هي خدمات ذات طابع بنائي، مثل: خدمات البريد والهاتف، والتلغراف، والإسعاف، والخدمات القضائية... (جامعة بيرزيت، 2018) والإعلام وقطاع التعليم (بناء المدارس الحكومية، والجامعات، والمعاهد، والكليات المتخصصة في كافة المجالات)، قطاع الصحة (بناء المستشفيات، والمراكز الطبية، والمختبرات، والعيادات)، وقطاع الأمن، والحماية (الأمن العام، والشرطة، والدفاع المدني). (مساعدة، 2016)

وعليه، يقصد بمفهوم الخدمة العامة بأنه ما تُقدمه الدولة لمواطنيها لتسهيل حياتهم على أرضها، سواء أكان بشكل مباشر، أو بشكل غير مباشر، بهدف تسهيل حياتهم، ومنحهم نوعاً من

الرفاهية الاقتصادية، والاجتماعية، في مختلف المجالات ضمن حدود سلطتها، وقدرتها المادية، وبما يتوافق مع القوانين الدولية والعالمية. (مساعدة، 2016)

إن العملية الإعلامية لبست أمرا جامدا، كما أنها لبست أمرا من السهل الإمام به، فالعملية الإعلامية تعني التنقل للمعلومات من مرسل إلى مرسل إليه بواسطة الوسائل الإعلامية. ويرتبط الإعلام ويتأثر بشكل أو بآخر بالنظم الاجتماعية أو السياسية التي ينتمي إليها، ففي البلاد المتطورة حرية الإعلام أوسع مجالا من بعض البلدان حيث يكون الإعلام فيها مقيدا أو مراقبا أي يحد من الحرية، أما النظم الديمقراطية، هناك أيضا نظم يجب أن تراعى من قبل الإعلام رغم حرية النظام السائد ورحابة القوانين. هذا ويمكن تحديد فاعلية العملية الإعلامية كعملية اجتماعية من خلال علاقتها بالفرد والبناء الاجتماعي، فهي ظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بالظواهر الاجتماعية والثقافية والفكرية والسياسية والاقتصادية، أي هو منظومة اجتماعية تتحرك من خلال الفرد والبناء الاجتماعي للثقافة، فكل مجتمع يتميز عن غيره من المجتمعات بثقافته وبتراثه، والثقافة الاجتماعية ما هي إلا كسب أو ممارسة أنماط معيشية معينة أو ما يعرف بالثقافة، والإعلام يحاول نقل هذه الأنماط من جيل إلى جيل آخر ضمن المجتمع الواحد. (الإعلام و الإعلام البيئي في المجتمع)

لكي تتبن لنا الخدمة العامة من ظاهرة الإعلام فلا بد من عرض خصائصه وأهدافه ووظائفه داخل المجتمع مكا هو مبين أدناه:

- خصائص الإعلام:

- الإعلام نشاط اتصالي، مقوماته هي: مصدر المعلومات، الرسالة الإعلامية، الوسائل الإعلامية التي تنقل الرسائل، جمهور المتلقين والمستقبلين للرسالة الاعلامية والأثر الاعلامي.
- يتسم الإعلام بالصدق، الدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة.
- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.
- تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدنية وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع.

- أهداف الاعلام:

- توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالناس أي الأخبار.
- نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل والمساعدة على تنشئة الجيل (التثقيف، التعليم، التربية).
- الترفيه عن الجماهير وتخفيف أعباء الحياة عنهم.
- مساعدة النظام الاجتماعي وذلك بتحقيق الاجتماع والاتفاق بين أفراد الشعب والأمة الواحدة.

- وظائف الإعلام: للإعلام 5 وظائف:

- 1- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:** كلما كانت المادة الاعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى كلما كان التأثير كبير.
- 2- زيادة الثقافة والمعلومات:** من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من أفكار، معلومات، صور، آراء (تثقيف عفوي) / حلقات الإرشاد والتوجيه عبر وسائل الإعلام مثلاً للفلاحين (تثقيف مخطط).
- 3- الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية:** الاتصال الاجتماعي هو الاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، وسائل الإعلام تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها مثلاً: صفحات التهاني، الوفيات، الزواج، تعريف الجمهور بالشخصيات السياسية البارزة، الفنية، الأدبية..
- 4- الترفيه عن الجمهور وتسليته:** ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل، ويمكن أيضاً توجيه الجمهور بأسلوب الترفيه عبر وسائل الإعلام المختلفة.
- 5- الإعلان والدعاية:** الإعلان عن السلع والخدمات الجديدة، وجود وظائف شاغرة أو موظفين مستعدين للعمل، إجراء مناقصة... التعريف بما هو جديد وتقديمه للجمهور وعرض فوائده، أسعاره وحسناته بشكل عام. (مكيد، 2016-2017، صفحة 6)

يتضح مما سبق أن الإعلام يمثل خدمة عامة، حيث تبرز وظيفته داخل المجتمع الأهمية التي يكتسبها كخدمة عمومية يلبيها للفرد مثل حرية التعبير عن الرأي وهذا ما يجرنا إلى القول بأن الإعلام كخدمة عمومية يرتبط بالحقوق والحريات المتعلقة بالفرد من جهة وبالمجتمع من جهة أخرى.

8- تكوين وتطور المهنة الصحفية.

- نشأة الصحافة وتطورها

في العصور القديمة: الصحافة، بمعنى نقل الأخبار -وهذه العملية- قديمة قدم الدنيا وليست النقوش الحجرية في مصر والصين وعند العرب الجاهليين، وغيرهم من الأمم العريقة، إلا ضرباً من ضروب الصحافة في العصور القديمة. ولعل أوراق البردي المصرية، من أربعة آلاف عام، كانت نوعاً من النشر أو الإعلام أو الصحافة القديمة. وكانت الأخبار، في هذه العصور الأولى، خليطاً من الخيال والواقع، تمشياً مع رغبات السامعين، بغية التسلية، الإشادة بالبطولة والقوة، وكان هذا اللون من القصص كثير التداول بين الناس يعمر طويلاً وينتقل من جيل إلى جيل، على صورة القصص الشعبي، الفولكلور. ولو صح ما قاله المؤرخ يوسف فلافيوس أنه كان، للبابليين، مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث، التي اعتمد عليها نيروز، في القرن الثالث قبل الميلاد، في كتابه "تاريخ الكلدانيين"، لتبين أن الصحافة، كظاهرة اجتماعية قديمة جداً عُرفت في العصور السحيقة.

يقال بأن الصحافة بدأت في صورة الأوامر، التي كانت الحكومات توفد بها رسلها مكتوبة، على ورق البردي، إلى كل إقليم. وكان لهؤلاء الرسل محطات معينة يتجهون إليها، بما يحملون من الرسائل، لهم جياذ في كل محطة. ومتى وصلت الرسالة إلى حاكم الإقليم، أذاع ما فيها على سكان إقليمه، وقد يلجأ، في بعض الأحيان، إلى إطلاق المنادين ينادون بما فيها.

استخدمت الحكومات كذلك النقش على الحجر، وكان لابد لها حينئذ من أحجار عدة، تُنقش على كل واحد منها، نسخة من التبليغ، الذي تريده، ثم تبعث بها إلى حيث تُوضع، في المعابد، التي يكثر تردد الناس عليها. ومن هذه الأحجار، حجر رشيد المشهور، الذي كان وسيلة للوقوف على سر الكتابة المصرية، وقد وجدت من هذا الحجر - إلى منتصف القرن العشرين -

نسختان، إحداهما أخذها الإنجليز، أثناء حملة بونايرت، ووضعوها في المتحف البريطاني، والثانية عُثر عليها، بعد ذلك، وهي توجد الآن في المتحف المصري.

كان حجر رشيد مكتوباً بثلاثة خطوط: اليوناني والديموطيقي والهيريغليني، وهو يعود إلى عهد بطليموس الخامس، في نحو 196 قبل الميلاد. وكان الغرض من كتابته هو إذاعة قرار أصدره الجمع الديني، في مدينة ممفيس، فكان الخط اليوناني لليونانيين، والخط الديموطيقي لعامة الشعب، والخط الهيريغليني للكهنة، وبذلك يمكن القول بأن حجر رشيد كان جريدة واسعة الانتشار.

لا يقتصر الأمر على مصر؛ ففي معرض الصحافة، في كولونيا بألمانيا عام 1928، توجد قطعة من الحجر عُثر عليها في جزيرة كريت، ويرجع تاريخها إلى القرن الخامس ق.م، نقش عليها باليونانية القديمة دعوة إلى وليمة. كما عثر على قطعة أخرى من الخشب، في استراليا، يرجع تاريخها إلى أكثر من ألفي عام، وعليها دعوة إلى وليمة، كذلك، وهذا يشبه ما تنشره الصحف، الآن، من أخبار الزواج، والولائم والدعوة إليها.

تعد الرسائل الإخبارية المنسوخة المظهر البدائي، أو الأولي للصحافة، منذ الحضارات الشرقية القديمة، وهناك أوراق مصرية من البردي الفرعوني يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد، تتضح فيها الحاسة الصحفية لإثارة الميول، عند القراء، وجذب انتباههم.

على واجهة معبد هيبس يوجد نقش فيه بنود قانون يحدد العلاقة بين الحاكم والمحكوم، ضمناً لسير العدالة، وإيضاحاً لقواعد جباية الأموال، وإنذاراً بالعقاب عن الجرائم المتفشية، وأهمها الرشوة، والبلاغ الكاذب.

يؤكد المؤرخ اليهودي يوسف فلافيوس أنه كان، للبابليين، مؤرخون مكلفون بتسجيل الحوادث، شأنهم في ذلك، شأن الصحفيين في العالم الحديث. ولقد كان لبابل، في العصور القديمة، شهرة منف وطيبة، في مصر الفرعونية. وبلغت أوج مجدها، في عهد الملك حمورابي، عام 2100 ق.م الذي تنسب إليه أول صحيفة ظهرت، في العالم، وهي مجموعة حمورابي للقوانين التي عدها

علماء تاريخ القانون أول صحيفة لتداول القوانين، مثل صحيفة الوقائع المصرية، وغيرها من الصحف الرسمية، التي تنشر القوانين، واللوائح، والقرارات.

عرفت معظم الحضارات القديمة، كحضارة الصين والإغريق والرومان، الخبر المخطوط، فقد أصدر يوليوس قيصر عقب توليه السلطة، عام 59 ق.م، صحيفة مخطوطة اسمها اكتاديورنا actadurina أي "الأحداث اليومية". يُكتب فيها أخبار مداولات مجلس الشيوخ، وأخبار الحملات الحربية، وبعض الأخبار الاجتماعية، مثل الزواج والمواليد والفضائح، وأخبار الجرائم والتكهنات. وكان للصحيفة مراسلون، في جميع أنحاء الإمبراطورية، وكانوا غالباً من موظفي الدولة.

بدايات الصحافة في أوروبا: وفي أوروبا، في العصور الوسطى، كان البابا يسجل أحداث العام على سبورة بيضاء ويعرضها في داره، حيث يحضر المواطنون للإحاطة بما فيها. وعندما ازداد النفوذ البابوي، أصبح القول الشفهي، والسبورة، غير كافيين؛ فنشأت النشرة العامة، وهي لون من الأوراق العامة، لعلها أصل الجريدة الرسمية الحالية؛ ومن ثم حلت النشرة الدورية، محل الحوليات الكبرى. استمر استخدام الرسائل الإخبارية المنسوخة، طوال العصور الوسطى، لخدمة التجارة، بين المدن الأوروبية المختلفة، وأصبحت مدينة "فيننا" مركزاً لهذه الخطابات، وأصبح هناك كتاب، مهنتهم كتابة الأخبار، أو الرسائل الإخبارية، في جميع المدن الكبرى، وفي إنجلترا خاصة، ظهر ما يسمى بالورقيات الإخبارية News Sheets أثناء حرب الثلاثين (1618 . 1648).

شكلت الرسائل الإخبارية المنسوخة، أو المخطوطة باليد، المظاهر الأولى للصحافة الأوروبية، خلال القرن الرابع عشر، في إيطاليا ثم في إنجلترا وألمانيا وكان يكتبها تجار الأخبار تلبية لرغبة بعض الشخصيات الغنية، ذات النفوذ الكبير، والمتعطشة إلى معرفة أهم أحداث العالم. وكان لهؤلاء التجار، مكاتب إخبارية جيدة التنظيم، ظلت تعمل لحسابهم، خلال القرن الخامس عشر، وجزء من القرن السادس عشر، وكان يوجد، في مدينة البندقية، مكاتب كثيرة من هذا النوع. وكذلك في سائر العواصم الأوروبية. وكان تاجر الأخبار يستأجر العبيد، الذين يعرفون الكتابة، أو يشتريهم، ويملي عليهم ما جمعه، من أخبار، ليدونوها، ويعدهوها للبيع والتوزيع على المشتركين، وخاصة رسائل الأخبار العامة، التي كانت تختلف عن رسائل المعلومات الخاصة الموجهة لكبار رجال السياسة والاقتصاد.

كان إخوان فوجرز أشهر تجار الأخبار جميعاً، اتخذوا من مدينة أوجزبرج مقراً لهم، إلى جانب مكاتب إخبارية فرعية، في لندن، وباريس وغيرها، من العواصم الأوروبية، ومدنها الكبرى. وكان إخوان فوجرز متخصصين في أعمال المصارف؛ فنشروا، إلى جانب الأخبار السياسية والحزبية، أخباراً تجارية ومالية، ذات قيمة كبيرة للتجار ورجال المال.

بعد مرحلة الكتابة على ورق البردي، وغيره، ظهرت الكتابة على الصفحات الخشبية، إلى أن أمكن الطبع منها، باستخدام القوالب الخشبية، أو الطباعة القالبية. وكان للفينيقيين بعد اختراع الورق، السبق مرة أخرى في اختراع الطباعة القالبية؛ وذلك بنقش الكتابة على لوح من الخشب، ثم تفريغ ما حول الكتابة، فتبقى الحروف بارزة، يوضع عليها الحبر، لكي يطبع منها العدد المطلوب، من النسخ. وكانت هذه هي الطريقة الشائعة في الصين كذلك، في القرنين الخامس والسادس الميلادي، ثم تطورت بعد أن اخترع بي شينج أول حرف من الفخار، في عهد شينج لي، في أواخر النصف الأول من القرن الحادي عشر. وفي الوقت نفسه، كانت الطبقات الأرستقراطية، في أوروبا، تنفر من هذا النوع، من الطباعة، فتمسكت بالكتب النادرة المنسوخة.

توصل الغرب، في القرن الخامس عشر الميلادي، إلى ما اهتدى إليه "بي شينج"، من صنع حروف متفرقة. وتطورت الفكرة الجديدة إلى أن ظهر أول مخترع للحروف المعدنية المنفصلة، في ألمانيا في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي، هو يوحنا جوتنبرج، الذي ولد في مدينة مينز الألمانية، عام 1400 ميلادي. لاحظ جوتنبرج أن القراءة والتعلم مقصورين على الأغنياء، من دون الفقراء، بسبب نظام النساخ، الذين ينسخون الكتابات، لقاء أجر كبير لا يقدر عليه إلا الموسرون، ومن ثم فكر جوتنبرج في تكرار النسخ، على نطاق واسع، من خلال اختراع حروف الطباعة المتفرقة والمسبوكة من المعدن، مما أحدث انقلاباً فكرياً لم يشهده العالم، من قبل؛ إذ بفضل هذا الاختراع، أمكن حفظ تراث الأجيال السابقة، وتمكين الأجيال اللاحقة من الانطلاق، في المعرفة، والعلم، وتطوير الطباعة، لخدمة الإنسان، في جميع أنشطته اليومية.

هناك رواية أخرى تقول إن المخترع الحقيقي رجل هولندي، يدعى لوران كوستر، نجح في صنع حروف، من قشور الأشجار، وطبع بها بعض الأشعار، ثم ابتكر حروفاً منفصلة، من الرصاص

والقصدير، عام 1423. وكان فأوست يعمل عنده، فسرق أدوات الطبع، وهرب بها، إلى امستردام، ثم إلى مينز بألمانيا وهناك تعرف على جوتنبرج، واشتركا معاً في نشر هذا الفن.

من ثم، يكون يوحنا جوتنبرج هو مخترع الطباعة الحقيقي، في رأي أغلب الكتاب، وإن كانوا يسلمون كذلك، بأنه سبقه عدة محاولات، منها محاولة لوران كوستر الهولندي.

وقد ثبت أن أول كتاب، طبع بحروف منفصلة، هو الإنجيل، الذي طبع باللغة اللاتينية فيما بين 1452 و1455 ميلادية، بمدينة مينز، ويحمل اسم جوتنبرج. ويذكر المؤرخون أنه، بعد نجاح تلك التجربة، انخالت عليه طلبات الطبع، ثم انتشر استخدام الحروف المنفصلة، في مدن ألمانيا حتى بلغ ما طبع بها، خلال أقل من خمسين عاماً، نحو أربعين ألف مطبوع، يبلغ عدد نسخها ما يقرب من عشرين مليوناً.

بعد نجاح فكرة الطباعة الحديثة، في ألمانيا انتقلت إلى دول أوروبا، في الفترة من عام 1456 إلى 1487 ميلادية، وكانت إيطاليا أولى الدول بعد ألمانيا في هذا المجال، ثم تلتها باقي الدول ثم انتقلت الطباعة إلى تركيا عام 1503، ثم عرفت روسيا عام 1553، أمّا الولايات المتحدة فقد عرفت عام 1836. أمكن، بعد ذلك، طباعة عدد كبير من النسخ، من الخبر الواحد، مما يسّر وصول الخبر إلى أكبر، عدد، من القراء، إضافة إلى ما توفره الطباعة، من وقت وجهد.

على الرغم من اختراع الطباعة، ظلت الرسائل الإخبارية، المنسوخة باليد، باقية حتى مطلع القرن الثامن عشر، أي بعد اختراع الطباعة، بثلاثة قرون. وكانت هذه الرسائل تسد فراغاً كبيراً، لا يمكن أن تسده الصحافة المطبوعة، في ذلك الحين؛ لأن القيود الحكومية، والرقابة الصحفية، وقوانين النشر المختلفة، كانت تنصب على المطبوعات فقط؛ مما جعل لهذه الرسائل الإخبارية المنسوخة أهمية كبرى، وخاصة عندما تكون الحكومة شديدة في رقابتها، أو عندما تصادر المطبوعات، أو تعطلها. كما تقدمت منشورات المناسبات الخيرية المخطوطة، خلال القرنين السابع عشر والثامن عشر، وأدى المخبرون، إلى جانب الصحفيين، دوراً كبيراً في تأمين الأخبار، وشكلوا، حتى عام 1789، شبكات إخبارية تكمل شبكات الصحافة الخيرية المطبوعة، وغدت الجرائد المخطوطة، والصور، والتقويمات،

حتى منتصف القرن التاسع عشر، أدباً شعبياً تتناقله الطبقات الشعبية وكان له تأثير يفوق الخبر المطبوع. ولكن، في نهاية القرن التاسع عشر، انتشار المطابع، ورخص ثمن الصحف الشعبية، وارتفاع توزيع المطبوع منها، إلى اختفاء الخبر المخطوط نهائياً.

ساعد، على انتشار النشرات الخيرية المطبوعة، تزايد اهتمام الناس بأخبار المستعمرات، عقب الكشوف الجغرافية، ثم وقوع الحروب التركية والإيطالية، التي اشتركت فيها غالبية دول أوروبا، وظهور حركة مارتن لوتر الدينية، وازدهار عصر النهضة، ثم ما كان من سيطرة الطبقة البورجوازية، على الحياة الأوروبية، وتزايد الحريات.

بدأ ظهور الخبر المطبوع، عندما أصدرت بعض دور النشر نشرات مطبوعة، بأرقام مسلسلة، ولكن بشكل غير دوري، ثم ظهرت، بعد ذلك، نشرات إخبارية مطبوعة في شكل أحداث سنوية منتظمة الصدور، متضمنة بعض المعلومات الفلكية. واستمر ذلك، حتى عام 1470، ثم ظهرت نشرات تصدر، كل ستة أشهر، في فرانكفورت عام 1588، أصبحت شهرية، ثم صدرت أسبوعية بصورة منتظمة.

كانت هذه النشرات الأسبوعية تصدر، بمقتضى امتياز تمنحه الدولة، أو المدينة، مقابل فرض الرقابة عليها. وكانت تنشر، من دون تعليق على الأخبار الخارجية، وخاصة السياسية والعسكرية منها، وكان محظوراً عليها نشر الأخبار الداخلية. وتعد فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية، فعندما تولى ريشليو مقاليد السلطة، أدرك فائدة الصحافة، وأثرها على الرأي العام، ووجد في تيوفراست رينودو الرجل، الذي يمكن الركون إليه، في مثل هذا المجال، وفي عام 1631 أصدر رينودو الجازيت، التي عُرفت باسم جازيت دي فرانس، وكانت لا تنشر المقالات، بل أخباراً، من كل لون، الداخلية منها والخارجية، بأسلوب مقتضب، أسوة بالأخبار الموجزة، التي تنشرها بعض الصحف اليومية، في الوقت الحاضر، وحدث معظم دول أوروبا حذو فرنسا فأنشأت صحفاً رسمية.

فيما عدا هولندا، وإنجلترا لم تظهر صحافة حرة، في أوروبا، إلا بعد انقضاء قرنين من الزمن؛ ففي إنجلترا ظهرت الصحف، لأول مرة، بين 1641 و1643، ولكنها كانت قصيرة المدى. ولما

جاء البرلمان وضع لها نظاماً، إلا أن كرومويل، وأسرة ستيوارت، أعادا مرة أخرى، الامتياز والرقابة، فأصبحت الأقاليم المتحدة (هولندا)، هي الملجأ الوحيد للصحافة الحرة، مدة خمسين عاماً. وفيما عدا الجازيتات الهولندية، فقد ظلت جميع الصحف خاضعة للرقابة، ولإرادة الملوك والأمراء. أمّا صحافة الإنجليز، فتمتعت بالحرية، وزالت عنها الرقابة، منذ عام 1695؛ فأصبح للصحافة طابع خاص، وأخذ تأثيرها يتزايد مع الأيام.

ظهرت أول صحيفة إنجليزية يومية، عام 1702، وأطلق عليها صاحبها اسم الدائلي كورانت. أمّا في فرنسا فقد ظهرت الصحيفة اليومية الأولى، عام 1777، باسم جورنال دي باريس. أمّا في الولايات المتحدة الأمريكية فقد ظهرت أول صحيفة عام 1690 في بوسطن وهي صحيفة ذي بابليك أو كورنس. The Public Occurrence وفي عام 1704 ظهرت صحيفة ذي بوسطن نيوز ليدر. News Letter وفي عام 1728 ظهرت صحيفة بنسلفانيا جازيت، التي أصدرها بنيامين فرانكلين، في فيلادلفيا. وفي البداية، كانت الصحف الأمريكية تنقل أكثر مادتها وأخبارها من الصحف الإنجليزية، لكنها بدأت تقلل من ذلك، بعد حرب الاستقلال الأمريكية. وقد لعبت الصحافة الأمريكية دوراً كبيراً، في الدعوة إلى حرب الاستقلال الأمريكية عن إنجلترا عام 1776. وقد تمتعت الصحافة الأمريكية، منذ بدايتها، بحرية نسبية دعمها التعديل الدستوري، عام 1791. وساعد إنشاء الخدمات البريدية على رواج الرسائل الإخبارية المنسوخة، ثم الصحف المطبوعة فيما بعد. وكان الغرض، من إنشاء الخدمة البريدية، هو جمع الخطابات والصور، في مكان معين، ونقلها، بسرعة وانتظام، إلى المرسل إليه، لقاء أجر معلوم. وكان انتظام الخدمات البريدية سبباً مبكراً، في تطور الصحافة الإخبارية، وسعة انتشارها. وكانت مواعيد صدور الصحف تتفق مع مواعيد توزيع البريد. ويلاحظ أن سبب انتشار الصحف الصادرة، ثلاث مرات أسبوعياً، هو أن الخدمات البريدية كانت توزع، ثلاث مرات أسبوعياً، ولم يكن من الميسور إصدار الصحيفة اليومية، لولا تقدم الخدمات البريدية. ومن الطريف أن معظم الصحف كانت تحمل اسم البريد، مثل Flying Post البريد الطائر، و Weekly Messenger البريد الأسبوعي، وال Evening Post البريد المسائي، و Night Post البريد الليلي، وغيرها.

على الرغم من أن نشأة الخدمات البريدية كان نعمة، على الصحافة الإخبارية، إلا أنه يعيب ذلك أن المسؤولين في البريد كانوا يحتكرون الأخبار الخارجية، ويتصرفون فيها كما يشاءون. وكان أصحاب الصحف يدفعون، لمديري البريد، اشتراكات سنوية، نظير الحصول على ترجمة ملخصة للصحف الواردة، من الخارج، كما كان بعض مسؤولي البريد يرتشون، مقابل تفضيل بعض الصحف على غيرها، وإعطائها الأولوية، في تسليم الأخبار، مما جعل جون والتر، رئيس تحرير جريدة التايمز اللندنية، على سبيل المثال، يعيّن مراسلين لصحيفته، في الخارج، لكي يحبط مؤامرات رجال البريد، غير أن رجال البريد، كانوا يستولون على الرسائل الواردة، من مراسلي التايمز، ويطلعون على ما فيها، وكثيراً ما كانوا يعمدون إلى تأخير وصولها للجريدة.

وعندما كشفت صحيفة التايمز ألاعيب رجال البريد، ونشرتها، عام 1807، زُفِع الأمر إلى القضاء، وحُكِم على الصحيفة بغرامة قدرها مائتا جنيه تعويضاً واعتذاراً للبريد! ولما عاودت التايمز هجومها، مرة أخرى، بعد ثلاثة أسابيع، وعُرض الأمر على النائب العام، أمر بحفظ التحقيق، وعدم تقديم الصحيفة للمحاكمة.

في الولايات المتحدة الأمريكية كان إصدار الصحف مرتبطاً بمدير البريد؛ فقد أصدر جون كامبل، مدير البريد في بوسطن صحيفة بوسطن نيوز ليدر، كما أصدر خلفه، وليم بروكر، صحيفة باسم بوسطن جازيت. وتعاقب على إصدار تلك الصحيفة خمسة، من مديري البريد، على التوالي، ابتداء من بروكر.

- صحافة القرن الثامن عشر: كانت إنجلترا سبّاقة، في هذا القرن، في نهضة الصحافة، إذ ظهرت فيها أول صحيفة يومية منتظمة، عام 1702، هي جريدة دايلي كورانت. كما كانت الصحافة الأمريكية سبّاقة إلى الاستعانة بما يدفعه التجار، من مال، ثمناً للإعلانات.

وفي عام 1746 أسس فيلدنج جريدة كوفنت جاردن جورنال، وخصّص فيها باباً جديداً لنشر وقائع جلسات المحاكم التأديبية. ومازالت صحف لندن، إلى اليوم، تنشر تفاصيل القضايا اليومية، في المحاكم، بصورة تزيد على ما تنشره الجرائد الفرنسية أو غيرها. ثم ظهرت، بعد ذلك،

بخمسة عشر عاماً، أولى المقالات، التي تناولت شؤون المسرح. وكانت تضم إعلانات بسيطة، عن المسرحيات، مع تحليل لها. أما وقائع جلسات مجلس النواب فبدأ نشرها بشكل منفصل، عام 1728 . 1729، في صحيفة بابليك ادفرتيزر Public advertiser، ولم يظهر النقد بمعناه الصحيح، إلا في عام 1780.

في عام 1785، أسس جون والتر الثاني جريدة "التايمز" الشهيرة، التي لا تزال تصدر، في لندن، إلى اليوم. ولكن دأبت الحكومة على مناوأتها، مما اضطر صاحبها إلى استخدام سفنه الخاصة، في نقل البريد، وتوزيع الصحيفة، ونقل مراسليه، وبذلك يكون أول من استخدم البخار في خدمة النشر.

- **حرية الصحافة:** في الوقت، الذي تمتعت فيه، الصحافة الإنجليزية، خلال القرن الثامن عشر، بحرية، أقرها البرلمان، ووافق عليها رؤساء الأحزاب. كانت الهوة سحيقة، بين الصحافة الإنجليزية، التي تخلصت من الرقابة، منذ عام 1695، وبين صحافة القارة الأوروبية؛ فبينما وصلت الأولى، بعد نضال مرير، إلى تدعيم استقلالها ودعم حريتها، بقيت الثانية، باستثناء النشرات الإخبارية المطبوعة (الغازينات) خاضعة لأهواء الرقابة، ولنزوات الحكام. كانت الصحافة الفرنسية، مثلاً، تعاني من الحجر السياسي، الذي فرضته عليها الحكومة الملكية، كما تعاني من الحجر التجاري، الذي فرضه عليها الاحتكار: احتكار صحيفة جازيت دي فرانس للأخبار السياسية، واحتكار ميركور دو فرانس للأنباء الأوروبية والاجتماعية، واحتكار جورنال دي سافان للأخبار العلمية. وبدأ الشعب الفرنسي عامة، والباريسي خاصة، يتخلص من الوصاية التي فرضت عليه، أيام حكم لويس الرابع عشر، على الرغم من بقاء النظم والقوانين سارية، إلا أن التقاليد والعادات أخذت في التطور، وتطلع الفرنسيون إلى معلومات أكثر نضوجاً، ونقداً أكثر جرأة، لذلك لم تعد الصحف الفرنسية تكفي لإرضائهم. وبدأ الأمر بإدخال بعض التعديلات على الاحتكار؛ فسمحت السلطات بتصريحات ضمنية، أو صريحة بتأسيس صحف جديدة، بعد أن تدفع هذه الصحف مبلغاً من المال إلى الدورية صاحبة الامتياز، نظير تنازلها عن بعض احتكارها. وحظيت صحف أخرى بحق الطبع خارج فرنسا ثم الدخول إليها، نظير دفع مبلغ من المال إلى خزانة وزارة الخارجية. وتحاليل ناشرون، أكثر ذكاء، على

القانون والاحتكار، بأن انتهزوا فرصة تساهل الحكومة معهم، وعمدوا إلى تحرير، صحفهم في باريس، على أن ينسبوا نشرها إلى مكان ما، في الخارج.

لكن إذا كان الاحتكار قد تحطم، بهذه الطريقة، فإن الرقابة ظلت على ما هي عليه، من الصرامة والقسوة، على أنه كلما توالى الأيام والسنون، في القرن الثامن عشر، كان الكتاب يزدادون جرأة، وكانت الحكومة تزداد تهاونا وضعفاً. وإذا كانت الصحافة الفرنسية لم تستطع أن تلعب الدور الأول في التغيير، بعد أن تهيأت لها الظروف لذلك، بسبب أنفة الفلاسفة والمفكرين من العمل فيها، إلا أنها لعبت دوراً كبيراً في القضاء على عيوب العهد القديم في فرنسا خلال القرن الثامن عشر.

يرى المؤرخون أن الولايات المتحدة هي الدولة الوحيدة، التي لم تضطهد الصحافة في ذلك العصر، وهي، وإن كانت أكثر الدول حداثة، إلا أنه توجد فيها أقدم الصحف. وكان أول من أدخل المطبعة، إلى أمريكا، هو توماس جرين. وشهدت بوسطن عام 1704، صحيفة بوسطن نيوز ليدر، الأسبوعية، التي أسسها جون كامبل، في ورقة واحدة، من الحجم المتوسط؛ وكان ذلك بداية لطور جديد، في صحافة المستعمرات، فبعد أن كانت الصحافة هواية، بدأت تدخل في طور الاحتراف، وبعد أن كانت معظم الصحف المنتظمة الصدور شهرية، شهدت بوسطن أول صحيفة أسبوعية منتظمة، تُنشر في أمريكا كلها.

لقد لعبت صحافة بوسطن الدور الأول، في تاريخ الصحافة، في الولايات المتحدة، وازدهر النشاط الصحفي فيها، حتى قيام الثورة الأمريكية. إلى جانب ذلك، ظهرت الصحافة في المستعمرات الوسطى والجنوبية، وأسهمت الصحافة الأمريكية، في دعم الثورة، حتى تحقق الاستقلال، وتمت الوحدة، ورفع العلم الأمريكي، في واشنطن عام 1776.

– صحافة القرن التاسع عشر: مع القرن التاسع عشر، تطورت الخدمات الصحفية، وظهر العديد، من المستحدثات التكنولوجية، في مجال الإنتاج، والمعالجة وإرسال المعلومات.

وصل تطور الخدمات الصحفية، في النصف الأول، من القرن التاسع عشر، إلى درجة التفوق على الخدمات الحكومية؛ فوكالة رويترز البريطانية، مثلاً، كانت تحصل على المعلومات والأخبار قبل

أن تحصل عليها الحكومة. وجريدة جورنال أوف كومرس Journal of Commerce الأمريكية كانت تسبق الحكومة الأمريكية، في معرفة الأنباء، وتنقلها، بين بوسطن ونيويورك عبر مساحة تبلغ 227 ميلاً. ولكنها كانت تحتاج إلى عشرين ساعة، من المواصلات، في ذلك الوقت.

من ناحية أخرى، تفتقت أذهان الصحفيين عن حيل عديدة، للتغلب على عقبات المسافات البعيدة. ففي عام 1837، نظم الصحفي الأمر يكي د. اش. كرايج أسراباً من الحمام، يزيد عددها على الخمسمائة، لنقل الرسائل، بين مدن فيلادلفيا، وواشنطن ونيويورك وبوسطن ومن الطريف أنه أعد مهبطاً لها، فوق سطح مبنى صحيفة نيويورك صن. ويذكرنا ذلك بالصحف الحديثة، في أوروبا وأمريكا، التي يقام، على أسطح مبانيها، مهابط للطائرات العمودية، التي يستخدمها مندوبو المستقبل في أعمالهم الصحفية. وقد كانت وكالات الأنباء، في أول إنشائها، تستخدم الحمام الزاجل، لنقل أخبارها.

ثم جاء اختراع التلغراف، عام 1837، على يد، ف. بي. مورس؛ فكان بمثابة ثورة، في عالم الاتصال، غيرت وجه الفن الصحفي، وجعلت تطور وكالات الأنباء حقيقة مؤكدة. وما لبث كبار الصحفيين أن أدركوا خطورة التلغراف، وأثره على نقل الأخبار. فيقول جيمس جوردون بنيت، في مقال له، عام 1844، بصحيفة نيويورك هيرالد: "إن نقل الأخبار بالتلغراف سوف يوقظ الجماهير كلها، ويجعلها أكثر اهتماماً بالمسائل العامة، وسوف يصبح، للمفكرين، والفلاسفة، والمثقفين جماهير أكثر عدداً، وأشد إثارة، وأعمق فكراً، من أي وقت مضى".

لم يكد يبدأ استخدام التلغراف، في إنجلترا عام 1845، حتى بدأت الأسلاك تمتد بين سائر المدن. وفي عام 1851 ارتبطت فرنسا بإنجلترا تلغرافياً، عن طريق خط من الأسلاك الممتدة، تحت سطح البحر، بين كيب جرينية ودوفر. وما أن أتى عام 1852، حتى بلغ طول الخطوط التليفونية، في الولايات المتحدة الأمريكية 16735 ميلاً. زادت إلى 50 ألف ميل، عام 1860، ووصل إلى 110727 ميلاً، عام 1880. وفي عام 1858، ارتبطت أوروبا وأمريكا، عن طريق خط من الأسلاك الممتدة، تحت مياه المحيط الأطلسي، غير أنه انقطع عن العمل بعد الرسالة الرقم 269.

من الطريف أن أول برقية أذيعت، على هذا الخط كانت رسالة تهنئة، موجهة من الملكة فيكتوريا، إلى الرئيس الأمر يكي بوكنان، الذي لم يصدق الأمر، وظن أن المسألة خدعة، ولكنه رد على الملكة عندما أكد له المسؤولون إن الاختراع حقيقة واقعة. وأعيد مد هذا الخط العابر للمحيط الأطلسي، في 28 يولييه 1866، واستخدمته الصحافة، على نطاق واسع. وفي العقد السابع، من القرن الماضي، جرى الاتصال، براً وبحراً، بين بريطانيا والهند واليابان كما امتدت الخطوط، بين أمريكا وجزر الهند الغربية، من جهة، وبينها وبين أمريكا الجنوبية، من جهة أخرى، ولما كانت تكاليف إنشاء هذه الخطوط باهظة للغاية؛ فقد استلزم الأمر تضافر الجهود لإنشاء الاتحادات والوكالات، التي تستطيع أن تغطي تلك المصروفات.

في عام 1875، اخترع ألكسندر جراهام بيل التليفون؛ فكان بمثابة دفعة قوية، وقفزة رائعة للفن الصحفي، بوجه عام، ولنقل الأخبار، عن طريق الوكالات، بوجه خاص. ومنذ عام 1927، أصبح التليفون عاملاً مهماً ورئيسياً، لنقل الأخبار، عبر المسافات الطويلة، عن طريق دوائر تربط القارات سلكياً ولاسلكياً. وأصبحت المدن البعيدة تتصل، ببعضها البعض، في دقائق معدودات، بعد أن كان يستغرق شهوراً وسنوات. وخاصة بعد أن امتدت خطوط المواصلات عبر المحيط الهادي.

يعد اختراع الراديو أخطر ثورة، في تاريخ الاتصال، بين القارات، انعكس ذلك، بشكل واضح، على الوكالات. ويرجع اختراع الراديو إلى ماركوني، الذي تمكن، في عام 1896، من استخدام هذه الوسيلة اللاسلكية للاتصال، لأول مرة، في التاريخ، وتلاه آخرون، في تطوير استخدامه، مثل فيسبندن، الذي أرسل، عام 1906، رسائل لاسلكية مختصرة، إلى السفن، في البحار، مصحوبة ببعض القطع الموسيقية مع التهنئة بحلول عيد الميلاد.

استخدم التليفون اللاسلكي، في أول الأمر، بطريقة بدائية جداً، إلا أنه أخذ، في التطور، حتى أصبح حقيقة واقعة، عملياً، مع بداية عام 1900، عندما صُنِعَ جهاز إرسال تليفوني لاسلكي، وبُنيت أول محطة إذاعة، قرب نيويورك ليلة عيد الميلاد، عام 1906، استمع إليها عدد كبير خلال أجهزة استقبال. ولقد كان لهذه المحاولة أهميتها، على الرغم من أن الموسيقى كانت غير واضحة، عند

استقبالها، لدرجة يستحيل معها تمييز الآلات الموسيقية المستخدمة، عن بعضها، أو الآلات الموسيقية، عن صوت المغني، في الأغنية المذاعة.

كان اختراع صمام الراديو هو الخطوة التالية المهمة، في تطوير أجهزة الإرسال اللاسلكية، وتلي ذلك قيام دي فورست باستخدام برج إيفل، في مارس 1908، للإرسال الإذاعي. وقد جذبت محاولاته التالية أنظار الجماهير، حتى عام 1917، عندما اشتركت الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب العالمية الأولى. وشارك دي فورست، وآخرون، في تطوير الإذاعة الصوتية وتحسينها، منهم أمير موناكو، الذي كان يبث إذاعته، من يخته، عام 1913، إلا أن هذه الإذاعات كانت ضعيفة الالتقاط في بداية الأمر.

كان نشوب الحرب العالمية الأولى سبباً في تعطيل تقدم الإذاعة، إلى حد كبير؛ فقد سيطرت الحكومات على جميع المحطات اللاسلكية، كما منعت محطات الهواء، واقتصرت البث على الأخبار العسكرية. (قاموس المقاتل، 2020)

المحاضرة التاسعة

5- النفوذ الصحفي (السلطة الرابعة Fourth Estate).

ظهرت تسمية السلطة الرابعة في بداية نشوء الانظمة الديمقراطية في القرن الثامن عشر والتاسع عشر عندما قال المفكر الانكليزي الأيرلندي (أدموند بروك) امام مجلس البرلمان البريطاني: (ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف في البرلمان لكن هناك في قاعة المراسلين تجلس السلطة الرابعة وهي أهم منكم جميعاً) وانتشرت هذه التسمية ايضاً عن طريق المؤرخ الاسكتلندي (توماس كارليل) عندما نشر كتابه (الابطال وعبادة البطل). (مرصد الحريات الصحفية، 2021) وعليه، يظهر جلياً أن مصطلح السلطة الرابعة يُطلق على جميع وسائل الإعلام الجماهيرية بما فيها المقروءة والمسموعة والمرئية والالكترونية وغيرها من الوسائل الأخرى.

تعتبر السلطة الرابعة دعامة النظام الديمقراطي وصمام الامان لتقويم السلطة التنفيذية أو التشريعية ورسم الاتجاه والرأي العام لسلطة الدولة. لأنها تستمد سلطتها من سلطة المجتمع التي تكون

مساوية أو أكثر نفوذاً من سلطة الحكومة. لا كما يفهم بانها تأتي بعد السلطات الثلاث وفق التسمية. لذا على الحكومة الديمقراطية ان تعي المسؤولية التي تقع على عاتقها وان تدعم السلطة الرابعة وتحقق كل ما تحتاجه للقيام بأداء واجبها الرقابي والتوجيهي للسلطة.

هذا ما قامت عليه الفلسفة الديمقراطية وما أيده الدستور العراقي في المادة (38) منه في التعبير عن حرية الرأي والحرية الطبيعية حيث (تكفل الدولة بما لا يخل بالنظام العام والآداب).

1- حرية التعبير عن الرأي بكل الوسائل.

2- حرية الصحافة والطباعة والإعلام والنشر.

3- حرية الاجتماع والتظاهر السلمي وينظم بقانون. وقد عرف الدكتور احمد السنهاوري في كتابة نظرية العقد الصادرة في سنة 1963 المجلد الثامن بان النظام العام: (كل ما يرتبط بمصلحة عامة تمس النظام العام للمجتمع سواء كان مصلحة سياسية أو اقتصادية أو ما يتعلق بتكوين الاسرة والاهلية وحماية الملكية والاحوال الشخصية).

لائحة حقوق الانسان في الامم المتحدة. كذلك الانماط الديمقراطية في العالم الحر. وخلال الثورة الأمريكية اعترف القادة الثوريون بالصحافة الحرة كعنصر من عناصر الحرية التي سعوا للحفاظ عليها. وقد جاء في إعلان فيرجينيا للحقوق (في 1776) بان: "حرية الصحافة إحدى أهم أسس الحرية ولا أحد يقيدتها أبداً سوى الحكومات الاستبدادية". وعلى المنوال نفسه ورد في دستور ماساشوسيتس (في عام 1780): "إن حرية الصحافة أمر أساسي لضمان الحرية في الدولة: ولهذا يجب ان لا يتم تقييدها في هذا الكومنولث". وعلى هدى هذين المثالين حرم التعديل الأول على الدستور الأمريكي؛ الكونغرس، من سلطة اختزال حرية الصحافة وكذلك حرية التعبير.

ما يجري من تجاوزات على السلطة الرابعة امر ليس له سند قانوني ومخالفة خطيرة تهدد العملية الديمقراطية وتحويل النظام الديمقراطي الى نظام استبدادي دكتاتوري واسقاط أهم ركن في مكوناتها الاساسية السلطة الرابعة. يجب ألا تتكرر تلك التجاوزات مرة أخرى. إضافة الى ذلك اخذت السلطات حجب المعلومات عن الصحافة وهذا منزلق نحو الهاوية. وهناك بعض المؤسسات المحسوبة

على السلطة الرابعة تأخذ بمبدأ السلبية دائما من العملية السياسية وهذا يفقدها الجانب الموضوعي في المهنة الاعلامية والاخلاقية ويجعلها في عدااء مستمر مع السلطة لكونها تمثل اجندة سياسية مشبوهة وتحتبئ تحت مظلة السلطة الرابعة.

في الختام، السلطة الرابعة منتج ديمقراطي وأن تفهم الحكومة وسلطاتها بأن الذي نصبهم في تلك المناصب وجعلهم أصحاب قرار هو الذي جعل السلطة الرابعة أصحاب شأن وأعطاهم الحق في ذلك. فان ارادة مصادرة السلطة الرابعة وتحجيمها وفق الالهواء والميول وجعلها ابواق ومزامير تلهث وراء المسؤول، يصادر أيضا النظام الديمقراطي. (مرصد الحريات الصحفية، 2021)

السداسي الثاني:

المحاضرة العاشرة

III- مفهوم الإعلام والاتصال الجديد.

1- مفهوم الإعلام الجديد:

نفهم من مصطلح الإعلام الجديد أنه، الإعلام البديل للإعلام التقليدي، أو هو التطور الحاصل في مجال التقنية المرتبطة بالإعلام والاتصال. ويطلق عليه مجموعة من المصطلحات الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (Online Media) الإعلام السيبروني (Cyber Media)، الإعلام التشعبي (Hyper Media) (علاوة، 2017، صفحة 162)

وحصر (نيكولاس نيغروبونتي) مؤسس معمل الإعلام الجديد في (ماساشوستس) الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي، في أن الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية وهو ما أيده (فين كروسبي) بأن الإعلام الجديد يضم مزايا الاتصالين الشخصي والجماهيري، ويتجاوز سلباتهما، وذهب (ريتشارد ديفيز) و (ديانا أوبن) إلى تجاوز مدخلي (نيغروبونتي) و (كروسبي)، بالتخفيض من التماهي بين الإعلام الجديد والتقليدي، وجاء هذا عبر توزيع صيغ الإعلام الجديد ضمن ثلاثة

أنماط، النمط الأول يمارس فيه الإعلام الجديد بتقنية تقليدية، مثل برامج الحوار الحية (Talk-Show) وال فقرات الصباحية من (Good Morning America) على القنوات التلفزيونية، والتأثير الإعلامي الجديد بتقنية جديدة مثل الصحف الالكترونية، والخدمات الإعلامية على النقل، والثالث تطبيق الإعلام الجديد بتقنية مختلطة، بما يذيب الفارق المفترض بين الإعلام الجديد والتقليدي، مثل النسخ الالكترونية للصحف الورقية. (حسونة، 2014)

– مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

يعرفها محي محمد مسعي بأنها "الوسائل التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر." (مسعي، 1999، صفحة 26)

يعرفها محمود علم الدين بأنها: "مجموع المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات." (عيساني، 2010، صفحة 16)

يعرفها الدكتور محمد محفوظ بأنها "التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها أو اخترعتها البشرية لجمع إنتاج، نقل، بث، استقبال وعرض المعلومات الاتصالية بين المجتمعات والأفراد." (محفوظ، 2005، صفحة 16)

– سمات الإعلام الجديد: (نشادي ع.، محاضرات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، 2017-2018، الصفحات 31-34) (بتصرف)

هي خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة نذكر منها:

- التحول من النظام التماثلي (Analog) إلى النظام الرقمي (Digital): كانت المعلومات تنتقل عبر نظام الموجات واليوم أصبحت عن طريق الألياف البصرية ويتم معالجة المعلومات رقمياً بصيغة (0 و1)

- التفاعلية **Interactivity**: وهي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة الاتصالية ومستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته. وأدى ذلك أيضاً إلى إمكانية تعدد المشاركين في عملية الاتصال من بعد - أكثر من مرسل وأكثر من متلقي - في إطار مترامن من خلال مؤتمرات الفيديو Vidéo Conférences

- التنوع **Variety**: يقصد به:

- تنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال الوسائل الرقمية ابتداءً من الحاسب الشخصي والحاسب المحمول والهاتف الذكي واللوحات الإلكترونية.

- تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الإنترنت، سواء في وظائف هذا المحتوى، أو مجالاته.

- الانتشار والتدويل **Prolifération & Globalization**: يعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكذلك الربط بين أنظمة وسائل الاتصال الحديثة عالمياً أو كونياً بهدف تخطي الحدود الإقليمية؛ إذ أصبح في الإمكان الاتصال بأي مكان في العالم من الهاتف المحمول أو من الهاتف العمومي أو من الحاسب أو اللوحات الإلكترونية، كما تعددت قنوات البث التلفزيوني الفضائي.

- اللامجماهيرية **Demassification**: كانت وسائل تعتمد على مخاطبة الجماهير في رسائل عامة ومنمطة واليوم أصبح بمقدورها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعاً لاهتماماتها وحاجاتها الخاصة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعاً لحاجة مستقبلها.

- **الفورية Immediacy**: ألغت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحواجز الزمانية والحواجز المكانية، إذ يتم الاتصال بشكل فوري بفض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل.

- **قابلية الحركة Mobility**: تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان، ثم نقلها إلى مكان آخر، مثل الهاتف النقال والتليفون المدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.

- **قابلية التحويل Convertibility**: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التللكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائنها

- **قابلية التوصيل والتركيب Connectivity**: تعني إمكانية اندماج الأنظمة الاتصالية التي تنتجها أو تصنعها الشركات المختصة مع بعضها البعض ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التليفزيونية على أكمل وجه فهناك مثلاً الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة شركة معينة ومحول الإشارة الديمو من صنع شركة أخرى. مثال آخر ربط الهاتف الذكي بالتلفاز وبالطابعة أو حتى يمكن استخدامه كوحدة تحكم عن بعد.

- **التوجه نحو التصغير Miniaturization**: تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكنها نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة، تليفزيون الجيب، والهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية. وتتميز كذلك بالتناغم بين التصغير وقوة وسرعة معالجة المعلومات الذي يتطور بسرعة لا متناهية.

– الاحتكارية **Monopolistic**: إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، وضمن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي.

– اللاتزامنية **No synchronisation**: تعني إمكانية إرسال الرسائل واستلامها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة.

المحاضرة الحادية عشر

V – أنواع الاتصال وأنماطه.

الاتصال: الاتصال هو عملية تبادل المعلومات بين طرفين، والاتصال يقوم على أربع مقوّمات رئيسية هي: المرسل، الوسيلة، المستقبل، ورجع الصدى... وللاتصال عدّة أشكال يمكن تلخيصها فيما يلي:

– أنواع الاتصال حسب اللغة:

1- الاتصال اللفظي: وهو نقل المعلومات من خلال الموجات الصوتية، وتصدر الإشارة هنا إلى أهمية التحكّم في نبرة الصوت، بحيث تكون مناسبة لنوعية الرسالة، وذلك لإحداث التأثير المطلوب في المستقبل، ويجب أن تكون اللغة المستخدمة تتلاءم مع نوعية المستقبل ودرجة ثقافته.

2- الاتصال غير اللفظي: وهذا الاتصال يعتمد بشكل كبير على لغة الجسد، وإيماءات الوجه، ومن أشكال الاتصال غير اللفظي، ولغة الإشارة وهذه اللغة تستخدم بشكل كبير مع الأشخاص ذوي الإعاقة السمعية، ولغة الحركة والأفعال، وهذه اللغة تحمل في ثناياها مشاعر تنقل للمستقبل،

كما أنّ بعض الأفعال تحمل في ثناياها مدلولات يستطيع فهمها المستقبل بكل سهولة مثل فعل الانثناء في اليابان يدلّ على رد التحية، وكذلك الأشياء تحمل في دلالات فبمجرد رؤيتها تصل رسالة معيّنة للمستقبل، مثل الأدوات والملابس الخاصّة بعصر معيّن، أو مثلاً الملابس السوداء عند كل الدول والملابس البيضاء عن الهنود تدلّ على الحزن والحداد.

- أنواع الاتصال حسب الجمهور

1- الاتصال الذاتي: وهو عبارة عن الأفكار التي تجول في نفس وعقل الفرد، وهو أيضاً صوت الضمير في داخله، كما أنّه عبارة عن التحوار بين العقل والقلب.

2- الاتصال الوجيه أو الاتصال المباشر، ويسمّى أيضاً بالاتصال الشخصي، وهذا الاتصال يكون بين شخصين أمام بعضهما البعض، أو أكثر من شخص، وهذا الاتصال يتيح للأشخاص التعرف على بعضهم البعض عن قرب، كما أنّ هذا الاتصال يسمح للشخص بكل سهولة أن يعدل رسالته ويعتذر من المستقبل إذا أخطأ، وبهذا الشكل يكون هذا النوع من الاتصال أكثر فعالية.

3- الاتصال الجمعي: وفي هذا الاتصال تكون الرسالة موجهة لمجموعة من الأفراد المعروفين على المستوى الشخصي للمرسل، مثل نقاشات زملاء الدراسة، أو زملاء العمل، وكذلك بين أفراد الأسرة.

4- الاتصال الجماهيري: وهو عبارة عن إرسال رسالة إلى مجموعة كبير من المستقبلين، وهؤلاء المستقبلين في العادة مجهولين بالنسبة للمرسل، والمرسل يقوم بإرسال رسالته من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، مثل التلفاز والراديو، كما أنّ هذا النوع من الاتصال يمتاز بسرعته الفائقة، وقدرته الكبيرة في تشكيل الرأي العام.

5- الاتصال الوسيط: هذا الاتصال يكون بين المرسل والمستقبل من خلال الهاتف الأرضي، أو من خلال الهواتف النقالة، وهذا النوع من الاتصال يشكل نقطة وسط بين الاتصال الجماهيري والاتصال الوجيه.

6- **الاتصال العام:** يمثل هذا الاتصال الندوات والمؤتمرات والمحاضرات، بحيث تكون الرسالة متخصصة في موضوع معين، والجمهور يهتم بصورة كبيرة بهذا الموضوع، يقوم المرسل بإرسال المعلومات ويستقبلها المستقبل، ثمَّ يردّون على المرسل ببعض الأسئلة وهكذا.

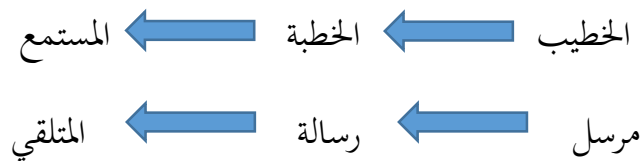
1- **الاتصال الإلكتروني** في هذا النوع من الاتصال يتم إرسال الرسائل من المرسل إلى المستقبل، من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ويطلق عليها اسم Social Media، ومن الأمثلة على هذا نوع من التواصل، الفيس بوك، والسكايب، والإنستغرام.... إلخ، وتجدر الإشارة إلى إمكانية التحكم في جمهور هذا النوع من الاتصال. (جابر، 2018)

V- النماذج الإعلامية الاتصالية Communication Models :

تهدف النماذج الإعلامية الاتصالية إلى تصور كيفية حدوث العملية الاتصالية، والنموذج عبارة عن شكل مبسط لعملية الاتصال يعرض على هيئة رسم أو شكل يبين عناصر الاتصال وتسلسلها والعلاقة بينها. ويمكن تقسيم هذه النماذج إلى ثلاثة أنواع رئيسة هي:

1- النموذج الخطي أو أحادي الاتجاه (Linear Model)

ويسمى أيضا النموذج الكلامي لأرسطو، حيث وضع قبل 2500 عام إطارا تنظيريا لعملية الاتصال من خلال ثلاثة عناصر هي:



شكل رقم (01) يبين نموذج الاتصال اللفظي أحادي الاتجاه (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 37)

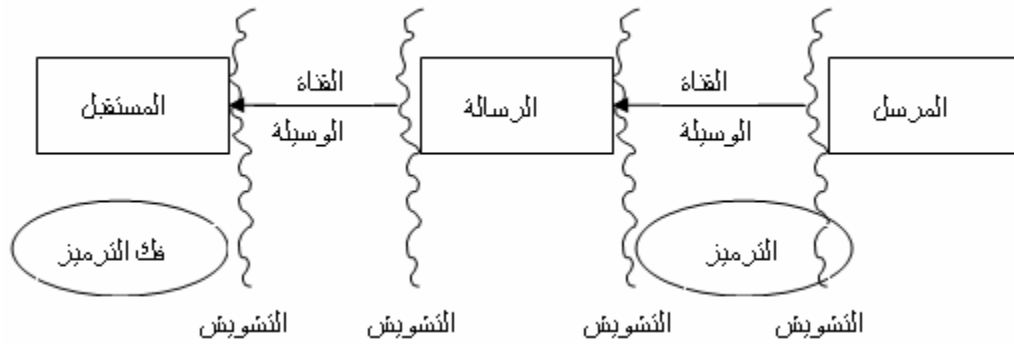
يتميز هذا النموذج بثلاث نقاط مهمة:

1- الاتصال عملية أحادية الاتجاه وليست تفاعلية"

2- يعتمد نجاح الاتصال على قدرة المرسل.

3- لا يقوم المستقبل بدور مهم في استقبال الرسالة، فنحن لا نعرف كيفية استقباله للرسالة.
(نماذج الاتصال، بلا تاريخ)

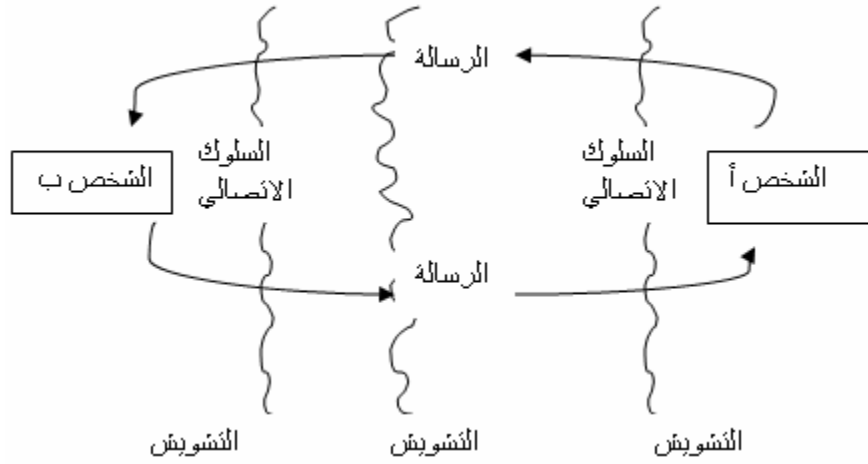
وبصفة عامة يكون نموذج الاتصال أحادي الاتجاه هكذا:



شكل رقم (02) يوضح نموذج الاتصال أحادي الاتجاه (خير الله، دون سنة، صفحة 73)

2- نموذج الاتصال التبادلي الثنائي (في اتجاهين)

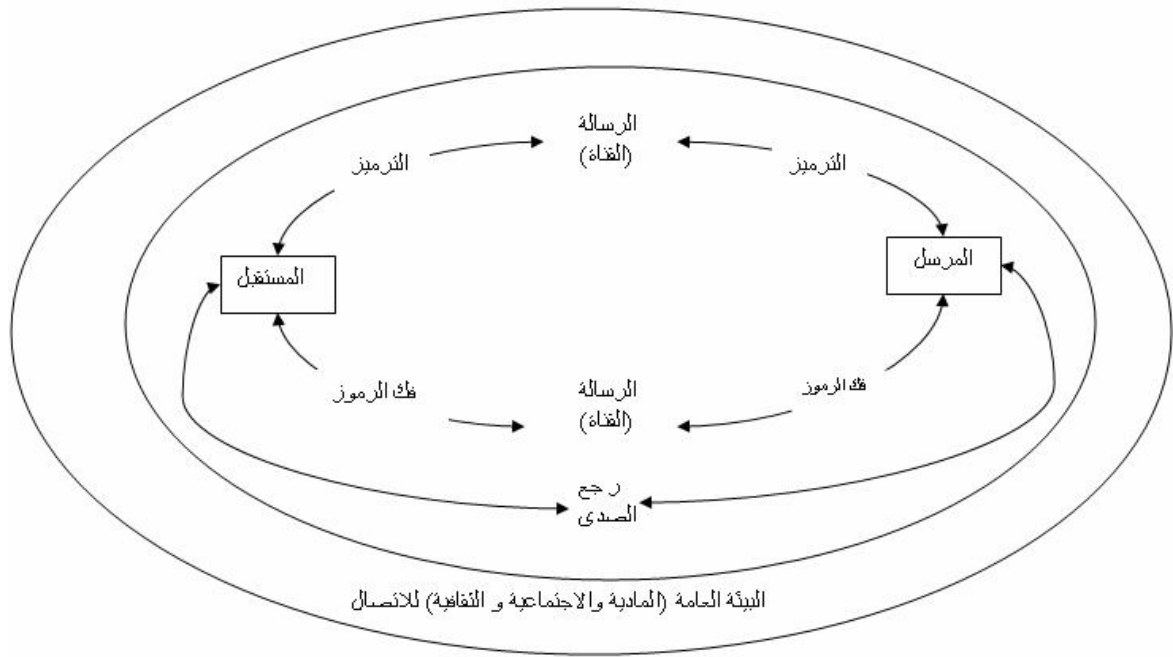
في هذا النموذج يقوم كل من الطرفين (الشخص أو الشخص ب) بالإرسال والاستقبال للرسائل. ولقد عبرنا عن قيامهما بالترميز وفك الرموز بالسلوك الاتصالي حيث يرسل الرسائل بقصد أو بدون قصد، ويفسر الرسائل ويفك رموزها وهو غير منتبه لها، وفي كلا الحالتين نجد أن التشويش يصاحب مرحلة إرسال الرسائل واستقبالها مما يؤثر على كفاءة الاتصال وفعاليته. (خير الله، دون سنة، صفحة 75)



شكل رقم (03) يبين نموذج الاتصال التبادلي الثنائي (في اتجاهين) (خير الله، دون سنة،
صفحة 75)

3- نموذج الاتصال التفاعلي

الحقيقة أن الاتصال يعتمد على البيئة التي يتم فيها سواء كانت بيئة مادية أو اجتماعية أو ثقافية. كما أنه يعتمد على العوامل النفسية والذاتية لكل من طرفي الاتصال، فمодель الاتصال التفاعلي يحاول أن يشمل كافة عناصر الاتصال الفاعلة كبيئة الاتصال، ورجع الصدى، وما سبق الاتصال وما جاء بعده من سلوك اتصالي أو غيره. وهذه طبيعة العلاقات الاجتماعية، حيث إنها لا تنتهي بل يبني بعضها على بعض. (خير الله، دون سنة، صفحة 76)



شكل رقم (04) يمثل نموذج الاتصال التفاعلي. (خير الله، دون سنة، صفحة 76)

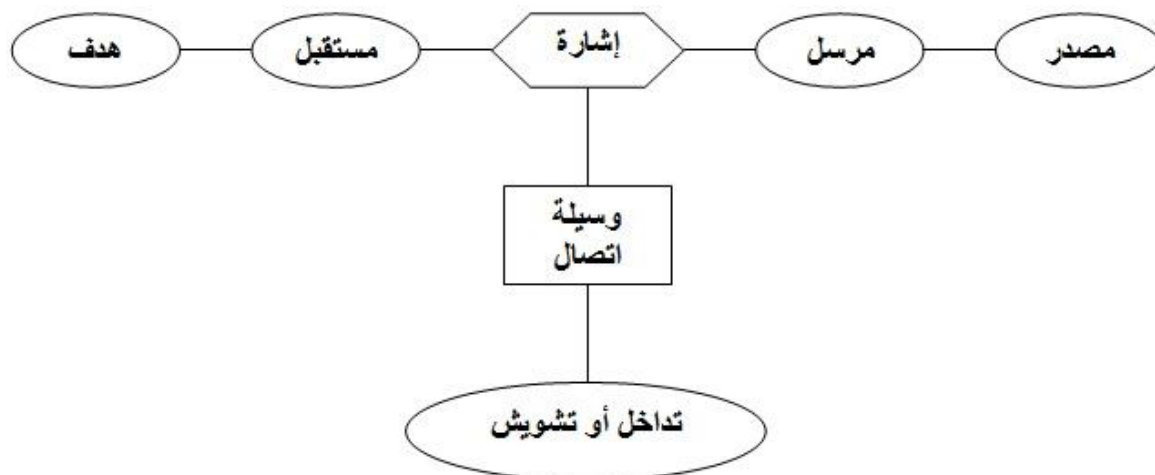
- بعض النماذج الاتصالية المشهورة

1- نموذج شانون وويفر Shannon & Weaver

كلود شانون ومساعدته وارن ويفر، مهندسين في شركة بل الهاتفية في الولايات المتحدة. طوّرا نموذجا سمي بنموذج شانون وويفر عام 1949 مكونا من العناصر الأساسية التي تصنع النظام الاتصالي كما يلي:

مصدر يختار رسالة، يتم وضعها في كود بواسطة جهاز إرسال يحول الرسالة إلى إشارات، ثم يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات ويحولها إلى رسالة يستطيع الهدف أن يستقبلها. والتغيرات تطرأ على الرسالة في جهاز الإرسال وجهاز الاستقبال ترجع إلى حدوث "التشويش". هذا التشويش يشير إلى مصدر الخطأ الذي يسبب حدوث اختلافات بين العلامات أو الإرشادات التي تدخل جهاز الإرسال والعلامات أو الإرشادات التي تخرج من جهاز الاستقبال.

وقد قال شانون أن الاتصال يمكن دراسته من الناحية الفنية بتأكيد المشاكل الفنية في إرسال الإشارة) أو من الناحية الدلالية (بتأكيد مشاكل المعنى) أو من ناحية التأثير (بتأكيد النتائج السلوكية). (خير الله، دون سنة، صفحة 77)

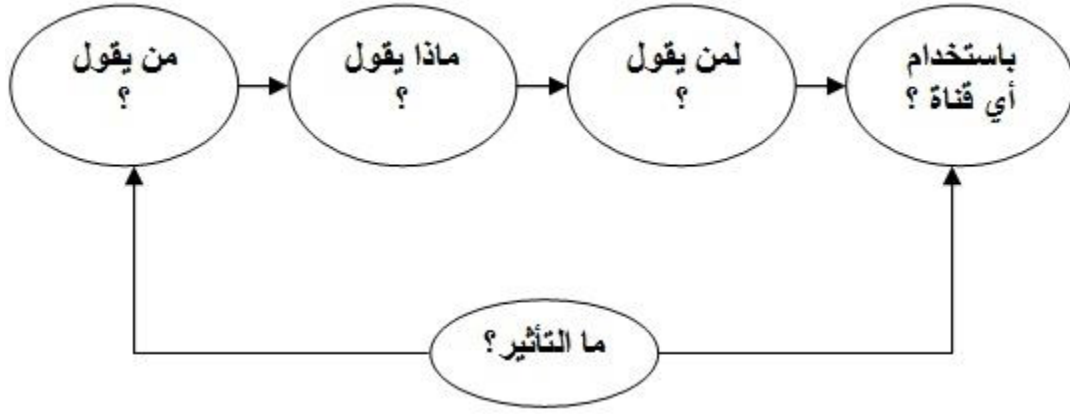


شكل رقم (05) يبين نموذج شانون وويفر.

2- نموذج هارولد لاسويل 1902-1978 Harold Dwight Lasswell

يقترح (هارولد لاسويل) خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال، هي:

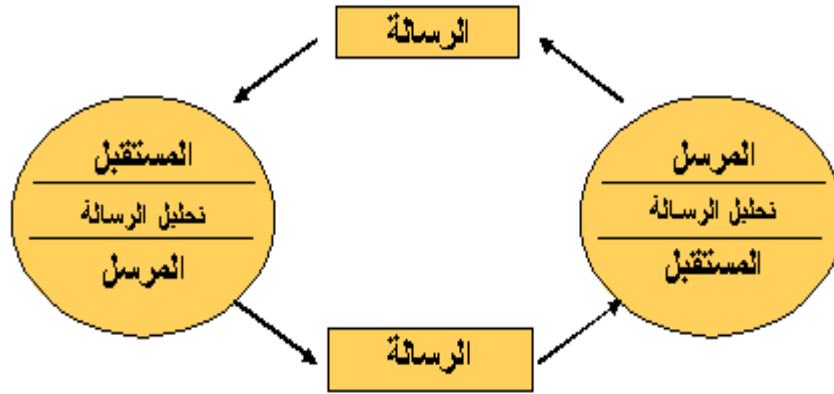
- من؟ Who ? (المرسل)
- يقول ماذا؟ Says What ? (الرسالة)
- بأية وسيلة (قناة)؟ In Which Channel ? (الوسيلة)
- لمن؟ To Whom ? (المستقبل)
- وبأي تأثير؟ With What Effect ? (التأثير) (مكاوي و السيد، 1998، صفحة 38)



شكل رقم (06) بين نموذج لاسويل. (خير الله، دون سنة، صفحة 82)

3- نموذج ولبر شرام 1907-1987 Wilbur Lang Schramm

يعد ولبر شرام أحد رواد الاتصال الجماهيري، إذ اعتبره البعض الأب المؤسس في ميدان دراسة الاتصال الجماهيري، ومن أشهر أعماله دراسة عمليات وتأثير الاتصال الجماهيري. وكان ولبر شرام قد صمم نموذج للاتصال لكنه لم يأخذ بعين الاعتبار في حينه العديد من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية التي تؤثر في عملية الاتصال الجماهيري، لذا فقد أعاد شرام تطوير هذا النموذج مرتين، وفي المرة الأخيرة أكد شرام من خلال نموذج المطور على أن العملية الاتصالية تتم في اتجاهين بالنسبة للمرسل والمستقبل، وأكد فيه على أهمية الترميز كعملية أساسية فرعية يقوم بها كل فرد في عملية الاتصال الجماهيري، مؤكداً أن الاتصال الذاتي الذي يتم بين الفرد وذاته هو الذي يسمح للفرد أن يتخذ قراراته بناء على المعلومات التي يستقبلها، وبالتالي يمكنه من تنظيم إدراكه عن الأشخاص والأحداث والمواقف التي يتعرض لها سواء كان مرسلًا أو مستقبلًا. ويظهر هذا النموذج في الشكل التالي:



شكل رقم (07) نموذج شرام للاتصال (Google Images ، بلا تاريخ)

تشير الدوائر الكبيرة على أنها الإطار الدلالي، أو التجربة المتراكمة عند المرسل والمتلقي. والمصدر يستطيع وضع أفكاره في رموز، ويستطيع المتلقي أن يفك هذه الرموز فقط على أساس خبرة كل منهما. فإذا لم نكن قد تعلمنا اللغة الروسية فإننا لا نستطيع أن نصيغ أفكارنا بالروسية، أو أن نفك رموز اللغة الروسية. وعلى هذا الأساس فإنه إذا كانت الدوائر فيها جزء كبير مشترك، يصبح الاتصال سهلاً، أما إذا لم تتقابل الدوائر، وإذا لم يكن هناك تشابه في الخبرة، يصبح الاتصال مستحيلاً. وإذا كانت الدوائر فيها جزء صغير مشترك، أي إذا كانت خبرة المصدر والمتلقي غير متشابهة، أو مختلفة إلى حد كبير، في هذه الحالة يصبح من الصعب جداً نقل المعنى المطلوب من شخص إلى آخر. وهذا يعكس الصعوبة الكبيرة التي تواجه الفرد الذي يتصل بفرد آخر ينتمي إلى ثقافة أخرى تختلف اختلافاً كبيراً عن ثقافته. (خير الله، دون سنة، الصفحات 79-80)

يمكن الإشارة في نهاية هذه المحاضرة إلى وجود مجموعة من النماذج الاتصالية لا يسع المجال لذكرها كاملة ونكتفي بذكرها مختصرة وكيف تطورت هكذا:

المرحلة الأولى: تسمى مرحلة التركيز على القوائم بالاتصال أو المرسل

- نموذج ارسطو

- نموذج لاسويل

- نموذج روس
- نموذج شانون وويفر
- نموذج وسلي وماكلين
- نموذج ديفيد برلو
- نموذج نيو كومب

المرحلة الثانية: تسمى بمرحلة تفاعلية الاتصال

نموذج ولبر شرام

المرحلة الثالثة: تسمى مرحلة تبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي باستمرار

- نموذج مكتب تقييم التكنولوجيا الأمر يكي
- نموذج واتز لأوك ويغن وجاكسون
- نموذج دانس الحزوني
- نموذج التوجه المشترك
- نموذج التقارب

المحاضرة الثانية عشر

VI- وظائف الإعلام والاتصال في مجتمعات المعلومات.

- مفهوم مجتمع المعلومات

يسمى مجتمع المعلومات Société de l'Imagination بمجتمع المعرفة Société du Savoir

المجتمع الفكري Société de l'Imagination مجتمع ما بعد الصناعة Société postindustrielle

مجتمع ما بعد الحداثة، المجتمع الرقمي، المجتمع الشبكي، المجتمع اللاسلكي، المجتمع الكوني، المجتمع المعلوماتي...

يأتي مجتمع المعلومات بعد مراحل متعددة مر بها التاريخ الإنساني، وتميزت كل مرحلة بخصائص ومميزات، حيث شهدت الإنسانية من قبل تكنولوجيا الصيد ثم تكنولوجيا الزراعة، ثم تكنولوجيا الصناعة وبعدها تكنولوجيا المعلومات، التي رسمت الملامح الأولى لمجتمع المعلومات هذا الأخير، تميز "بالتركيز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، والمادة الخام الأساسية به هي المعلومة، التي يتم استثمارها بحيث تولد المعرفة، معرفة جديدة. وهذا عكس المواد الأساسية في المجتمعات الأخرى، حيث تنضب بسبب الاستهلاك، أما في مجتمع المعلومات فالمعلومات تولد معلومات، مما يجعل مصادر المجتمع المعلوماتي متجددة ولا تنضب. (نشادي ع.، محاضرات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، 2017-2018، صفحة 25)

- مفهوم المعلومات:

- لغة: أحد المشتقات من المصدر علم وهي بهذا الاشتقاق تكون وثيقة الصلة بالعلم والمعرفة وهي التعلم والدراسة والإحاطة والإدراك والمعرفة والوعي والإعلام.

في اللغة الإنجليزية Information وتعني إيصال المعرفة، وما نتلقاه وما نحصل عليه من معارف وحقائق ومعطيات جاهزة والاستفادة منها وذلك عن طريق الإعلام ووسائل الاتصال والوسائط المتعددة.

- اصطلاحاً: ليس للمعلومات تعريف موحد ويمكن سرد التعريفات الآتية:

هي تلك الحقائق والأفكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة ويكون ذلك التبادل عبر وسائل الاتصال المختلفة في المجتمع، وعرفها "سارج كاكالي - Serge cacaly وآخرون بأنها: "البيانات المسجلة أو المدونة على شكل مكتوب أو شفهي أو على شكل أقراص مرنة أو على شكل إلكتروني، هذه المعلومات هي التي تمكننا من التعرف على شكل الأحداث السياسية وتطور العلوم والتكنولوجيا أو الاطلاع على آخر المستجدات وكذلك المستجدات وكذلك النتائج المتعلقة بالأبحاث العلمية ومتابعة التقدم المعرفي"

ويعرفها أحمد أنور بأنها: "بيان معقول أو رأي أو حقيقة أو مفهوم أو فكرة، كما قد تكون جميعاً مترابطة للبيانات أو الآراء أو الأفكار والمعلومات المرتبطة بالمعرفة، لأنه عندما يتم هضمها ومقارنتها وفهمها، تصبح معرفة، أي أن المعلومة هي التي تساعد في تغيير الحالة المعرفية للإنسان". (يونسى، 2019-2020)

- بعض تعريفات مجتمع المعلومات:

يقول كاستلز Castells: إن مجتمع المعلومات يمكن وصفه بأنه تدفق وانسياب للمعلومات يتم من خلال شبكات المنظمات والمؤسسات، وهذا التدفق والانسحاب يمثل سلسلة صادقة ومكررة ومبرجة من التبادل والتفاعل بين الفضاءات المادية (الفيزيائية) غير المتصلة والمحتملة من الفعالية الاجتماعية في المنظمات الرسمية والمؤسسات الاجتماعية.

يعرف غورنسي Gurnsey مجتمع المعلومات بأنه التحول من مجتمع صناعي إلى مجتمع حيث تكون المعلومات بمختلف أشكالها وأنواعها هي القوة الدافعة والمسيطرة.

ترى ناريمان متولي أن مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات والحاسبات الآلية وشبكات الاتصال، أي أنه يعتمد على التكنولوجيا الفكرية، تلك التي تضم سلعاً وخدمات جديدة مع التزايد المستمر للقوة العاملة المعلوماتية التي تقوم بإنتاج وتجهيز ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق هذه السلع والخدمات.

يذكر محمد فتحي عبد الهادي أن مفهوم مجتمع المعلومات لا يزال غير واضح المعالم بشكل عام، ويرى بعضهم أنه المجتمع الذي تُستخدم فيه المعلومات بكثافة كوجه للحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وعموماً فإن المجتمع يعتمد اعتماداً أساسياً على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري، وكسلعة استراتيجية، وكخدمة، وكصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة. (العسايفن، 2020، الصفحات 14-15)

- خصائص مجتمع المعلومات

حدد وبستر (Webster) مع (Martin) خمس خصائص لمجتمع المعلومات تتلخص في الآتي:

الخصائص التقنية Technological والخصائص الاقتصادية (Economic) والخصائص المهنية (Occupational) والخصائص الفضائية (Spatial) والخصائص الثقافية (Cultural)

وقد أكد (Nick Moore) ضرورة إيلاء النقاط الآتية الأهمية القصوى عند محاولة وضع استراتيجية لتحويل المجتمعات إلى مجتمعات معلومات:

- الخصائص التقنية Technological وتشمل:

- البنية التحتية المعلوماتية الوطنية (National Information Infrastructure): وهي الهيكل الفيزيقي والتخيلي لمجتمع المعلومات، وتشمل الشبكات المالية، وشبكات الخدمة العامة كالتلفونات والشبكات المتعاونة كالإنترنت، والشبكات المحلية، والشبكات الحكومية وشبكات وحدات الخدمات العامة كالمياه والمرور وغيرها من الشبكات.
- المعلوماتية (Informatics): حيث يمتاز مجتمع المعلومات بأنه يركز على العمليات التي تعالج فيها المعلومات، وأن المادة الخام الأساسية هي المعلومة. وفي مجتمع المعلومات فإن المعلومات تولد المعلومات.
- التخيلية أو الافتراضية (Virtuality): مجتمع المعلومات مجتمع تخيلي يرتبط بطريق المعلومات السريع أو كما وصفه (جيتس Gates) بأنه طريق المعلومات فائقة السرعة. وهذا الطريق، كما تخيله "جيتس"، تأخذ فيه التفاعلات المعرفية والمعلوماتية والاجتماعية والسلوكية أنماطاً مختلفة تماماً مما اعتدنا عليه. وقد بدأ هذا العصر فعلاً من خلال استخدام الإنترنت في مختلف مجالات الحياة، وحيث يمكن السباحة في الفضاء الخارجي لتصفح محتويات الكتب والاستماع إلى الموسيقى والشراء والبيع والسفر والعلاج و... إلخ.

- الرقمنة (Digitization): أي توظيف الأرقام أو الرقمية في التقنيات الحديثة، وهو الذي أدى إلى ثورة جديدة في هذا المجال، فظهرت الكاميرا والموسيقى والهواتف الرقمية والحواسيب الرقمية و... إلخ. لقد تحول الإنسان إلى أرقام، وبالتالي أصبحنا نعيش في مجتمع رقمي.
- التقنية (Technology): وهي من أهم خصائص مجتمع المعلومات، حيث يعتمد المجتمع عليها، وخاصة تكنولوجيا المعلومات، في تسيير حياته الاقتصادية والاجتماعية أكثر من غيره من المجتمعات الأخرى. وقد ساهم في سرعة هذه التقنيات، وبخاصة الحواسيب، الانخفاض الحاد في أسعارها.
- الاتصالات (Communication): لقد أدى استخدام الإنترنت على نطاق واسع في الاتصالات إلى الابتعاد عن الورق في التخاطب والتركيز على المعلومة المرسلة إلكترونياً. ولا يتوقف الحديث هنا عند البريد الإلكتروني، بل تعداه إلى مؤتمرات الفيديو والدردشات الصوتية والمصورة، وحتى الزواج عن طريق الإنترنت، وغيرها من السلوكيات التي لم تكن شائعة ولم تكن مقبولة اجتماعياً.
- الأتمتة (Automation) والتلقائية: فقد حلت التكنولوجيا محل الإنسان في كثير من الأعمال، فهناك الطيار الآلي، والإنسان الآلي في المختبرات وفي المصانع، والصراف الآلي، والمجيب الآلي في المنازل و... إلخ، وغيرها من التقنيات التي تشترك بخاصية التلقائية أو الإحلال محل الإنسان في تنفيذ عمله. (المجد - وكالات، 2021)

- وظائف الإعلام والاتصال في مجتمع المعلومات:

إن الدور الذي أنيطت به وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع كما هو معروف، يتمثل على سبيل المثال لا الحصر، في الوظيفة الإخبارية والوظيفة السياسية والوظيفة الاقتصادية والتربية والتعليم وزيادة الثقافة والمعلومات والترفيه والتسلية والإعلان والدعاية، إلخ. لكن في البدء يجب الإشارة إلى أن وسائل الإعلام والاتصال لم تتخلى عن الوظائف التقليدية المعروفة لوسائل الإعلام وهي:

1- الوظيفة الإخبارية: هي الوظيفة الأساسية وهي تغطية الأخبار في المدن والأقاليم المجاورة، حيث تحرص الوسائل الإعلامية على تقديم أخبار آنية وموضوعية وصادقة للجمهور بعيداً عن التحيز أو التحريض.

2- التعبير عن الآراء المختلفة: والدفاع عن الحقوق في الحرية والتعبير والمساواة وتقرير المصير.

3- الوظيفة الإعلانية: استخدام الإعلانات كمصدر مالي للحفاظ على ديمومتها. وفي نفس الوقت تسعى من خلال الإعلانات مساعدة الجمهور على اختيار المنتج المناسب الذي يلائم احتياجاتهم.

4- الوظيفة الترفيهية: تعتبر هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام بتقديم برامج الترفيه والتسلية مثل المسابقات والأفلام والرياضة والموسيقى والمسرحيات، أما في الجرائد فهي تُخصّص زوايا للترفيه تنشر بها القصص والألغاز والكلمات المتقاطعة والطرائف لتُخفّف عن الجمهور ولتحسن حالته النفسية.

5- الوظيفة التعليمية: المساهمة في العملية التعليمية والتربوية فقد جعلت هذه العملية أكثر حيوية وذلك لاستخدامها أساليب التشويق والإثارة وجذب الانتباه وهذا ما ساعدها على تثقيف الجمهور المستقبل وتنمية قدراتهم ومواهبهم الذاتية وإثراء تجاربهم ومعارفهم، واليوم أصبح هناك المئات من القنوات والإذاعات والمواقع الإلكترونية والجرائد والمجلات المتخصصة في شؤون التعليم.

6- الرقابة على أجهزة الدولة: تلعب وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية دوراً رقابياً مهماً فهي تشرف على سير عمل مؤسسات الدولة وتكشف عن الفساد في مؤسساتها وتفضح المرتشين من خلال تقاريرها وأخبارها وتحقيقاتها وتعرضها أمام الرأي العام وهذا ما أسهم بشكل كبير في عملية الإصلاح والتنمية وتحقيق الازدهار، فهي العين الساهرة على مصالح الشعب. (هيئة التحرير، 2020)

مع بروز مجتمع المعلومات ورقمنه المعلومة بما فيها المعلومة الصحفية جعل من وسائل الإعلام على قدر استغلالها و تطورها في عصر التكنولوجيا، حيث أصبحت وظيفة الإعلام تعرف اقصى درجات ممارستها بقياس الثانية بعد أن أصبح نشر المعلومة عن الأحداث اليومية ينشر في اللحظة

نفسها عبر التلفزيون و الإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي وحتى الصحافة الورقية تستدرك الأمر عبر مواقعها الالكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبح صراع وسباق المعلومة محمومًا جعل من وظيفة الإعلام الآن سيدة الوظائف لكنها مقابل هذا أصبحت وسائل الإعلام هشة و عرضة للأخبار الكاذبة والتهكير و الهرولة نحو المستجد من المعلومات بسطحية دون التمكن من التحقق من مصداقية المصدر أو المعلومة، عدا ان المنافسة وسباق الزمن هوى بالممارسة الإعلامية عن المتعارف عليه أخلاقيا في المهنة، كسراء الذمم و المحاباة و المساومة نظير معلومة صحيحة أو كاذبة.

في نفس الوقت وضمن هذا المعطى الجديد في المجتمع المعلوماتي، استجد على وظيفة الإعلام مصادر الخبر الجديدة من شهود العيان وفيديوهات الهواة المجهولين والمكالمات المتسربة التي تفتقد للمصداقية والاحترافية لكنها تكاد تصبح طرف اصيل في الحصول على المعلومة وضمان سرعة انتشارها وتحقيق سبق الصحفي.

في هذا التحول للوظيفة الإعلامية تراجعت بشدة الصحافة الاستقصائية لما تطلبه من احترافية ووقت وأخلاقيات يصعب توفرها في سباق المعلومة وبالنتيجة تراجعت الوظائف الأخرى للإعلام في التوجيه والتثقيف واللذان يتطلبان وقتا وجهدا وفي الأخير لا يضمنان الربح والتموقع في طبة المنافسة ومنه، كان التغيير الثاني لصالح وظيفة الترفيه والتي أصبحت أحد اهم مخرجات وسائل الإعلام من حصص وبرامج وصفحات ترفيهية تحاكي خصائص الفرد في مجتمعه المعلوماتي. (قرساس، دون سنة، صفحة 3)

يمكن إيجاز الوظائف كما يلي:

1- التوجيه: حيث تستطيع وسائل الإعلام المختلفة اكساب الجماهير اتجاهات جديدة أو تعديل القديم منها، ولكن هذا التعديل في ظل شروط معينة، وهي حسن اختيار المادة الاعلامية وملاءمتها للجمهور المستقبل وتقديمها في ظروف مناسبة.

2- الدعاية: تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الإعلام في الدعاية، ويأتي اهتمام الحكومات من جانبها لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها ووجهة نظرها في النواحي الداخلية والخارجية، ويرافق ذلك اهتمام بما تطرحه الدول الأخرى لكي تتفادى خطر وصول شيء لشعبها يشوش الأفكار ويعوق تنمية مواردها الموجهة على وفق أيديولوجيتها النابعة من ظروفها الخاصة.

3- التثقيف: هو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس خاصة فيما يتصل بنواحي الحياة العامة، والتثقيف عن طريق وسائل الإعلام دون قصد أو تخطيط سابق، أما عارضاً أو مقصوداً فهو حصيلة اتجاه الفرد إلى وسائل الإعلام وتفاعله معها بهدف معين وبخطة مسبقة ويكون باتجاهين موجه من قبل مرشد، أو اتجاه حر من خلال رغبة ذاتية لدى الأفراد.

4- التعرف الاجتماعي: فوسائل الإعلام تقوي الصلة الاجتماعية بين الأفراد عن طريق اظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم أو تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة إلى نفوس الناس.

5- الترفيه: وهو استخدام وسائل الإعلام المختلفة في تسلية الناس، ولكن ينبغي أن يكون لهذا الترفيه بعد يتجاوز التسلية إلى التأثير في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع.

6- الاعلان: ومهمة وسائل الإعلام هنا هي تعريف الجماهير بالسلع المختلفة، ومكانها، وكذلك حثهم على تجربتها وشراؤها. وعلى الرغم من أهمية الوظائف المذكورة أعلاه والدور الكبير الذي تؤديه في حياة المجتمع إلا أن بعضها قد يكون أكثر أهمية، ودورها أكثر وضوحاً في ظل التطورات الإنسانية كالتوجيه والتثقيف والاعلان. فوسائل الإعلام تعمل على جذب الجمهور من خلال توجيهه باتجاهات معينة مخطط لها، ويأتي هذا التوجيه بمقدار ما لدى الجمهور في المجتمع من ثقافة ودراية بالعديد من القضايا والأفكار والمعلومات. أما الاعلان فتكمن أهميته في ارتباطه المباشر بالجانب التجاري وبقوانين العرض والطلب والحد الأقصى من الربح، إلى الدرجة التي تؤدي إلى خلق نموذج ثقافي استهلاكي عالمي الذي بدوره قد يؤدي إلى تهديد الثقافات القومية من خلال بزوغ أنماط سلوكية وثقافية جديدة في المجتمع. وعليه ينبغي إضافة الإمكانيات التي أصبحت متاحة بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة للاستفادة منها في المجتمع، لدعم الوظائف الرئيسية التي تقوم بها وسائل الاعلام، فلقد الغت تكنولوجيا اقمار الاتصال عنصري الزمان والمكان مما سهل عملية التواصل الآني

بين أجزاء العالم المختلفة. كما سهلت عملية نقل البيانات والمعلومات لتحقيق أهداف تجارية، تنعكس آثارها على الدول المتقدمة والنامية على السواء. علاوة على ذلك فقد زادت من التطور الكمي والكيفي في أدوات الانتاج الاعلامي والثقافي وشبكات توزيع المادة الاعلامية والثقافية، واستحداث وسائل للتعليم الذاتي والتعلم عن بعد. إنّ هذه الوظائف الرئيسية والمساعدة تعمل على حمل المجتمع إلى برّ الأمان والتطور والتقدم والنمو، ولكن يجب أن يكون التحرك بالاتجاه الإيجابي والابتعاد عن الاتجاه السلبي لهذه الوظائف والتي حذر منها الكثير من الباحثين أمثال روبرت ميرتون الذي يقول: "قد تعتمد وسائل الإعلام إلى نقل معلومات وأنباء تثير الفتنة داخل الدولة أو نشر عداوة قوة أجنبية أو محلية أو مناخ الصراع أو الحرب أو قد تعتمد على خدمة أغراض حاكم أو جماعة محددة ممن يهيمنون على وسائل الاعلام". وروبرت ميرتون في هذا المجال يدعو إلى انتقاء الأفضل والمناسب مما يدور في شبكات الإعلام من معلومات وأفكار متولدة من برامج متنوعة ومختلفة من حيث المصدر والمضمون والهدف. (عبدالحسن، 2013)

المحاضرة الثالثة عشر

VII- وسائل الإعلام والاتصال : التطور والسمات.

مصطلح: مجتمع الإعلام ليس مصطلحًا جديدًا، إذا لم يكن بزاوية الميزات والسمات؛ فعلى الأقل بزاوية الاستخدام الذي تعرض له هنا أو هناك. لقد استعمله نوربير فينير بالعام 1948، مؤكّدًا على فكرة أن تداول المعلومات يعتبر الشرط الأساس للممارسة الديمقراطية.

من هنا، فإذا كان المصطلح غير جديد، فإن التطورات الهائلة التي طالت ميدان الإعلام والمعلومات والاتصال، على مستوى الشبكات التحتية والخدمات المتفرعة عنها، هذه التطورات أعطت لبنوء فينير تجسيدها الحقيقي على أرض الواقع.

إرهاصات "الظاهرة" كانت موجودة إذن منذ أواسط القرن الماضي، إلا أنها تمظهرت بقوة بداية القرن الحالي، لتتمحور حول أربع سمات كبرى لم تكن معهودة من قبل:

- السمة الأولى: اللامادية (immateriality): والمقصود بها هنا ظاهرة الاندماج القوي بين قطاعات المعلوماتية والاتصالات السلكية واللاسلكية والمسموع والمرئي. هذه الظاهرة تأتت بدورها بفضل تقنية الرقمنة، التي وُحّدت لغة هذه الروافد المختلفة، وجعلتها تتخاطب فيما بينها بواسطة بتات وامتتالية سلسلات من 0 و 1. فلم تعد المعلومات بموجب ذلك، تضع تمييزاً بين الخطوط الهاتفية التي تربط بين كل حواسيب العالم، وبين كلمة مسموعة أو صورة متلفزة، أو بيان معلوماتي، أو محادثة هاتفية، أو ما سواها. لقد بات بفضل اللغة الجديدة، التي استحدثتها التقنية الرقمية، بات لكل وسيلة إعلامية رديف رقمي يترجمها ويعبر عنها.

يبدو من غير الموضوعي والحالة هاته، الحديث عن أخلاق للصحافة المكتوبة، وأخرى للصحافة المسموعة، وثالثة للصحافة المرئية، كل فيما يخصها، وتبعاً لمنطق تمايزها عن بعضها البعض. لقد أضحي من الضروري التساؤل في البعد الأخلاقي "الجديد"، الذي من المفروض أن يكون الخيط الناظم لهذه الروافد الثلاثة وقد غدت "قطاعاً" واحداً، بنيتها التحتية واحدة، ولغته واحدة، وتوجهه المستقبلي واحد.

- السمة الثانية: المعرفة (Knowledge): القصد هو أن مجتمع الإعلام قد فسخ في المجال واسعاً للتعبير عن تحولين أساسيين اثنين:

التحول الأول: هو تقويض مبدأ احتكار المعرفة من لدن نخب ضيقة ومحددة، كانت الوحيدة التي تملك وسائل الحصول عليها. المعرفة باتت، بزمن مجتمع الإعلام، ملكاً مشتركاً تحطمت على محرابه شتى أشكال اللاتوازن والإقصاء اللذين كانا سائدين بزمن الندرة، زمن ما قبل الثورة الرقمية.

التحول الثاني هو أن مجتمع الإعلام لم يكتف بتجسيد مبدأ تقاسم المعرفة، بل أدى إلى تجذير مبدأ التشاركية في إنتاجها وتخزينها وترويجها، واستهلاكها بالفضاء العام، وعلى نطاق كوني.

بهذه السمة أيضاً، يبدو أن البعد الأخلاقي بات حقاً وحقيقة على المحك؛ فهو لم يعد وجهاً لوجه مع حالات "منعزلة"، كان أمر ضبطها ممكناً نسبياً من الناحية الأخلاقية، بل بات بإزاء مجال

تتقاطع بصلبه التحولات التكنولوجية مع القطاعات المؤسسية، مع اعتبارات عولة الاقتصاديات الوطنية والثقافات، ومع تزايد مد اقتصاد السوق في الزمن كما في المكان.

– **السمة الثالثة: المرونة (Flexibility):** والمقصود بها هنا أننا بإزاء مجتمع الإعلام، قد بتنا بإزاء مجتمع تتأثى القيمة المضافة بصلبه من المعارف والمهن الجديدة؛ فالتعلم المستمر، وتحديد المعارف، والرفع من منسوب الكفاءة، قد غدت هي المحرك العميق للمجتمع إياه، ليس فقط بالنسبة للأفراد، ولكن أيضاً بالنسبة للمنظمات.

يبدو البعد الأخلاقي، بهذه السمة، على المحك أيضاً وبقوة؛ إذ إن نزوع الفاعلين الاستراتيجيين الكبار لسياسات التدويل وتعدد الجنسية، قد أفرغت "الوازع الأخلاقي" من مضمونه، أمام استراتيجيات البحث عن الأسواق، وتوسيع الحصص منها، والرفع من الربحية إلى آماذ يصبح الكل في ظلها مع الكل ضد الكل.

– **السمة الرابعة: التحول (the shift):** والتحول بزمن مجتمع الإعلام، لم يمس فقط طبيعة ومكونات الدولة الوطنية، أو المؤسسات القومية، أو أدوار التقنيين والتنظيم الملازمة لهم، بل مسّ أيضاً مفاهيم كبرى، كانت لعقود طويلة في مأمن من كل تشكيك أو مزايمة؛ فمفهوم رأس المال أضحى بتات إلكترونية تنتقل بين الفضاءات الجغرافية دون إكراهات كبرى. ومفهوم العمل لم يعد مركزاً بمكان، ولا محصوراً بمجال، بل بات في حلّ منهما، بفضل الشبكات الرقمية التي مكّنت العمل عن بعد، والتبادل عن بعد، وهكذا.

يكمن التحدي الأخلاقي، بسمة التحول، في أن هذا الأخير غير مستقر بطبعه وطبيعته، في حين أن الأخلاق تتميز بالاستقرار والثبات، وإن تسنى لها التحول، فلا يتم لها ذلك إلا بالمدى الطويل. كيف التوفيق إذن بين حقل إعلامي متموج المكونات والطبيعة، وبُعد أخلاقي خاصيته الأساسية هي الاستقرار والتحول البطيء؟ وبالتالي، فإن البعد الأخلاقي لمجتمع الإعلام إنما يستوجب مساءلة التحدي الذي يرفعه ذات المجتمع بوجه ذات البعد، في الزمن كما في المكان سواء بسواء. (اليحياوي، دراسات إعلامية: الأخلاق في مجتمع الإعلام، 2014، الصفحات 4-7)

VIII - السياسة والإعلام.

- مفهوم السياسة :

جاء في تعريف ومعنى السياسة في معجم المعاني الجامع، مصطلح سِيَّاسَة: (اسم) مصدر ساسَ السياسة هي:

- رعاية شئون الأمة بالداخل والخارج وفق الشريعة الإسلامية.

- مبادئ معتمدة تُتخذ الإجراءات بناءً عليها

سِيَّاسَةُ الْبِلَادِ: تَوَلَّى أُمُورَهَا، وَتَسْيِيرُ أَعْمَالِهَا الدَّاخِلِيَّةِ وَالخَارِجِيَّةِ وَتَدْبِيرُ شُؤْنِهَا السِّيَاسَةِ

تعريف ومعنى السياسة في قاموس الكل: اشتقت كلمة سياسية من اليونانية من كلمة بولس وتعني الدولة المدنية ويقصد بها: -القلعة في قلب المدينة: - وترمز للمدينة ساكنوا الضواحي الذين يشاركون في تلك المدينة وأعمالها، والسياسة هي جزء من محاولة الإنسان المستمرة لفهم نفسه ومحيطه، وعلاقاته مع الآخرين الذين يتعامل معهم. والسياسية هي دراسة الدولة ومؤسساتها وأجهزتها والمهام التي تقوم بها هذه المؤسسات والأجهزة والغايات التي أنشئت من أجلها، والسياسة هي البحث عن العدالة وهي مفهوم القوة والنفوذ والسلطة.. هي نشاط الدولة. (المعاني الجامع، 2010-2021)

- **علاقة السياسة بالإعلام:** يقول د. صالح السعيد: "ثمة تداخل شديد وتفاعل كثيف بين الإعلام والسياسة يزداد يوماً بعد يوم مع ثورة الاتصالات واتساع وسائل التواصل الاجتماعي وتمددتها في المجتمع.

تنتهي خلاصة أبحاث عالم الاجتماع الكندي مارشال ماكluهان إلى أن «الوسيلة» هي الرسالة (The medium is the message) بما يعني أن الحامل الافتراضي للرسالة يكون أهم من الرسالة من جهة التأثير، وكلما كانت صورة الوسيط أكثر وضوحاً كان تأثيره أقوى، واستدلّ بقوة تأثير صورة التلفاز الضعيفة من جهة الجودة قياساً مع صور الأفلام العالية الجودة.

ماكلوهان هنا يتحدث عن الوسائل التقليدية المعروفة، لكن وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، وهي هنا بمنزلة الحامل الافتراضي للرسالة حققت ميزات ثورية متطورة وغير مسبقة، فألغت التكنولوجيا الوسائطية الحاجز بين المرسل والمتلقي وسمحت لأول مرة بالاحتكاك المباشر بين المرسل مع المتلقي، وضغطت زمن التفاعل إلى أقصر فترة زمنية ممكنة، وأتاحت المجال لتفاعل فوري ولحظي مع الرسالة الإعلامية، يمكن من خلاله رصد وقياس مدى ونوع التفاعل الحاصل مع الرسالة في حينه.

هذه السرعة الرهيبة في البث والتلقي والتفاعل التي توافرت فتحت المجال لحملات جماهيرية على وسائل التواصل الاجتماعي في القضايا التي تشغل الرأي العام وتحمه، وقد تفوقت حملات التكنولوجيا الوسائطية في فاعليتها وتأثيرها ومردودها على وسائل تقليدية كالتظاهرات والاعتصامات... هناك تحول في الأدوار بين الإعلام والسياسة، فبعدما كانت العلاقة التاريخية بين الإعلام والسياسة تبادلية تكون للسياسي الأرجحية في ميزان العلاقة، أصبح الإعلام اليوم هو الذي يقود ويدير السياسة، وأصبح القرار البرلماني والحكومي «انتظارياً» وردة فعل لحملات التواصل الاجتماعي ليس إلا". (السعيد، 2017) والأمثلة كثيرة في الواقع تبين دور وسائل الإعلام في السياسة ولعل أبرز مثال تقليدي يمكن ضربه هو استخدام السياسي للإعلام في الحملات الانتخابية هذا من جهة، أما من جهة الإعلام فقد كانت هناك إقالات ومحاکمات للسياسيين كان سببها الإعلام.

يقول د. علي حمد إبراهيم: "بالنسبة لرجال السياسة تعتبر وسائل الإعلام الوسيط الأساسي والاستراتيجي للوصول إلى الجماهير العريضة للتأثير فيها وتكوين وتشكيل الرأي العام الذي يتبنى آراءهم وأفكارهم ووجهات نظرهم وبذلك براجمهم. فالسياسي الناجح هو ذلك الذي يحسن التعامل مع وسائل الإعلام والذي يعرف كيف يمرر خطابه السياسي عبر وسائل الإعلام بلباقة وبمهنية عالية. فالعلاقة بين وسائل الإعلام والحياة السياسية تشكل عنصراً مهماً من عناصر فهم الرهانات المرتبطة بتطور الديمقراطيات العصرية. تؤثر وسائل الإعلام في الحكام والمحكومين؛ فوسائل الإعلام تغير القوانين التقليدية للعبة الديمقراطية. فسمعة السياسي تحددها بدرجة كبيرة الصورة التي يكونها ويصنعها لنفسه من خلال وسائل الإعلام. هذه الصورة يجب أن تكون متناغمة ومتناسقة مع الصورة المقدمة

والصورة التي تدركها الحشود والجماهير. فإدارة الصورة تعتبر ظاهرة رئيسية ومحورية في جعل الحياة السياسية ظاهرة إعلامية، أي تتناولها وتناقشها وسائل الإعلام باهتمام بالغ وبتركيز كبير. من جهة أخرى نلاحظ أن التغطية الإعلامية لنشاط السياسيين وعملهم اليومي تترك أثارا كبيرة على الجماهير والمتابعين للفعل السياسي الذين يقومون بمتابعة نشاط السياسيين ومدى تطابق أقوالهم مع أفعالهم. وحسب ليبرمان Lippmann فإن الأخبار لا تعكس الحقيقة بل تفبرك الواقع: الأخبار والحقيقة ليسا الشيء نفسه، ولا بد من التمييز بينهما. فوظيفة الأخبار هي الإشارة إلى حادثة، ووظيفة الحقيقة هي إظهار الحقائق المخفية وربط الواحدة منها بالأخرى، ورسم صورة للحقيقة يستطيع الناس أن يتصرفوا بناء عليها... أدت تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال بصفة عامة إلى تأثيرات أربعة تمثلت فيما يلي: "تقنية" العلاقات تقوم على استخدام الآلات والأجهزة، حيث أصبحت العلاقات تقوم عن طريق الهاتف النقال أو الإنترنت بصفة سريعة وعملية جدا. "تسليع" جعل الاتصال سلعة وتجارة تقوم على مبدأ العرض والطلب والإغراء ومختلف تقنيات التسويق والإعلان والبيع والشراء. "تجزئة" الجمهور حيث أصبحت هناك وسائل اتصالية جد متخصصة تهدف إلى تلبية الاحتياجات الخاصة بكل فئة محددة من فئات الجمهور العريض. وأخيرا "عولمة" الإعلام والتي أدت إلى توحيد الخطاب والقيم والمعايير على حساب خصوصيات الدول والثقافات والحضارات. يبقى أن نقول إنه بفضل وسائل الاتصال التفاعلية والتي تتمثل في التليفون النقال والإنترنت نستطيع أن نستبشر خيرا بغد أفضل للاتصال الديمقراطي رغم التحفظات الكبيرة والمتعلقة بالفجوة الكبيرة بين الشمال والجنوب وبين الذين يملكون والذين لا يملكون على المستوى العالمي وعلى مستوى كل دولة. من جهة أخرى يرى النقاد أن استخدامات الإنترنت تميل نحو الاستهلاك وثقافة التهميش والتسطيح والانسلاخ والانجراف والذوبان في ثقافة الآخر أكثر منها نحو الأمور الجادة والمشاركة السياسية والمساهمة في صناعة القرار. (إبراهيم، 2017)

تعريف الأخلاق:

- لغة: مفردا خلق وهو مصدر مشتق من مادة (خ، ل، ق) التي تدل على التقدير ومنه الخلق الذي هو الطبع والسجية، فالخلق بفتح الخاء والخلق بضم الخاء مصدرهما واحد، ولكن الأولى خصت بالصورة والثانية بالطبع.

- اصطلاحاً: هي صفات مستقرة في النفس البشرية، فطرية ومكتسبة، ذات تأثير محمود أو مذموم على السلوك. قد تكون الأخلاق فطرية جبل الإنسان عليها، أو مكتسبة من بيئته أو دينه أو من مصادر متعددة.

فالإنسان يستطيع تعديل أخلاقه وإصلاحها، واكتساب الأخلاق الحسنة عن طريق التدريب والمحاولة، كما أن تلك الأخلاق إذا كانت محمودة كان تأثيرها في السلوك محموداً، وإذا كانت مذمومة كان تأثيرها في السلوك مذموماً. (جامعة سطيف محاضرات)

الأخلاق هي مجموعة صفات نفسية وأعمال الإنسان التي توصف بالحسن أو القبح سمو/ كرم الأخلاق (جامع المعاني، 2010-2021)

- تعريف الميثاق الأخلاقية (Ethical charters):

- مفهوم الميثاق (charter): (اسم) والجمع: ميثاق، وميثاق، وميثاق، الميثاق: مَوْثِقٌ؛ عَهْدٌ الميثاق: في القانون ما يتعاهد أو يتحالف عليه رسمياً شخصان أو أكثر، رابطة تتألف من أجل عمل مشترك.

ميثاق حقوق الإنسان: (القانون) قانون الأفراد، خلاصة الحقوق الأساسية لمجموعة من الناس ميثاق الأمم المتحدة: وَثِيقَةٌ سِيَاسِيَّةٌ تَتَضَمَّنُ مَبَادِئَ الْأُمَمِ وَالْقَوَاعِدَ الْأَسَاسِيَّةَ الْمُتَّفَقَ عَلَيْهَا مِنْ أَجْلِ احْتِرَامِهَا فِي الْمُمَارَسَةِ

ميثاق حقوق الإنسان: (قانونية) هو قانون الأفراد، خلاصة الحقوق الأساسية لمجموعة من الناس.
(المعاني الجامع، ميثاق، 2010-2021)

الميثاق: هو مجموعة مبادئ أخلاقية تنظم علاقة العاملين في مجال من المجالات وتكون ملزمة لهم.
وميثاق الشرف الإعلامي عبارة عن لائحة تحوي مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية تضبط الممارسة الإعلامية ويلتزم بها من يوقع عليها التزاماً أخلاقياً.

وتعد موثائق الشرف الإعلامي جزءاً مكملًا للقوانين الإعلامية في الممارسة والتطبيق، لأن هذه الموثائق ليست لها قوة القانون ولكن الالتزام الأدبي بها عرف إعلامي قد يرتفع مع الوعي إلى مرتبة أقوى من القانون.

- ميثاق الشرف الصحفي: عهد في التزام رجال الصحافة والإعلام بتزويد الجمهور بالأنباء الصحيحة والتحقق من صحة المعلومات التي يحصلون عليها، والإخلاص للمصلحة العامة وتجنب السعي وراء منافعهم الخاصة وألا يقبلوا لأنفسهم أو يكلفوا غيرهم بأعمال لا تتفق مع أمانة المهنة وكرامتها، والاحتفاظ بسرية المصادر التي يستقون منها الأنباء.

- أنواع الموثائق الأخلاقية

موثائق إجبارية أو إلزامية: تحمل هذه الموثائق بعض أشكال العقاب لمن يخالف أو ينتهك ما جاء بها من معايير للسلوك المهني، ويدخل في هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف المؤقت عن مزاوله المهنة.

موثائق اختيارية: أي تقوم على أساس ورغبة وإرادة من العاملين في المهنة بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل وتعد هذه الموثائق بمثابة تنظيم ذاتي لهم.

وفي ذات السياق جاءت أنماط أخرى لموثائق الشرف وأخلاقيات الإعلام يمكن إجمالها فيما يلي:

1- موثائق خاصة بوسائل الإعلام والاتصال وتشمل جميع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة والالكترونية والفضائيات.

2- موثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي: التعليمي، الإعلام، التسلية، الإعلان المباشر، الممول.

3- موثيق تتناول وسيلة واحدة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني.

4- موثيق تتناول جانبا أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كأن تعطي في الصحيفة مثلا التحرير والأخبار والأحداث الجارية والإعلان والتوزيع والترويج.

- معايير ومبادئ الموثيق الأخلاقية

- **المبادئ الأخلاقية:** المبادئ الأخلاقية هي نظام من المبادئ التي ترشد وتوجه العمل الصحفي وقوانين الإعلام وتشريعاته، وهي التي تحدد ما يمكن القيام به في وضع معين، وهي مبنية على قيم شخصية ومهنية واجتماعية وأخلاقية والاستثمار في مجال بناء منظومة من المبادئ الأخلاقية التي تستهدف حماية نزاهة الصحفيين هو استثمار له أهمية كبيرة إذ انه يمكن أن يساهم في تحسين صورة الإعلاميين ويساهم في زيادة فرص نجاح الوسائل الإعلامية التي يعملون بها وزيادة احترام الجماهير للعمل الإعلامي وهذه المبادئ هي:

- تجنب القيام بأي عمل يمكن أن يشكل إساءة لسمعة المهنة وكرامتها: وقد نقد الدكتور سليمان صالح هذا المبدأ وقال إن صياغته سلبية حيث تطالب الإعلاميين فقط عن الامتناع عن القيام بأي عمل يشكل إساءة لسمعة المهنة وكرامتها، ولكنها لا تتعدى ذلك إلى مطالبة الإعلاميين بالعمل على المحافظة على سمعة المهنة وكرامتها أو بناء صورة ايجابية للمهنة.

- حضر قبول الرشاوي: صنف أنتوني سميث هذا المبدأ من أخطر الجرائم المهنية، إذ أن قبول الصحفيين لأي نوع من الرشاوي المباشرة أو غير المباشرة هو أكثر ما يمكن أن يسئ إلى كرامة المهنة ومصداقيتها واحترام الجمهور لها ومع ذلك فان هناك الكثير من المؤشرات على تزايد الفساد بين الإعلاميين في كل أنحاء العالم ومن بين أخطر أشكال الفساد قبول الرشاوي.

- حضر قبول الهبات أو الامتيازات او المعاملة التفضيلية أو الرحلات المجانية أو أي شيء له قيمة: نشأت مشكلة ما يعرف بالفطائر المجانية FREEBIES من خلال الكثير من الهبات و أصحاب

المصالح الذين يقدمون للصحفيين الكثير من الرحلات مدفوعة النفقات و الإقامة المجانية في الفنادق و دعوات على العشاء و تذاكر السينما و المسرح و نسخا من الكتب و الأعمال الفنية الخ و هو ما يساعد الصحفيين على أداء عملهم و لكنه يؤثر بالتأكيد على ما ينتجونه من أخبار و مواد صحفية و يصف هوسمان حصول الصحفيين على مميزات و هدايا من المصادر بأنه أسوأ جوانب السلوك الصحفي ، ذلك أن الصحفي لا يمكن أن يحتفظ باستقلاليته بعد أن يكون المصدر قد دعاه إلى عشاء فاخر ، ولا يمكن أن يثق الجمهور في الحقائق التي تضمنها القصة إذا ما تم كشف هذه الحقيقة ، كما أن قبول هذه الهدايا يشكل انتهاكا من الصحفيين لحق الجمهور في معرفة الحقائق و يمكن أن يشكل ذلك نوعا من الخداع للجمهور إذا تأثرت وجهة نظر الصحفي أو الحقائق التي تتضمنها القصة بهذه الأشياء.

- صراع المصالح: عرضت الكتب الأكاديمية عددا كبيرا من الأنشطة التي يمكن أن تؤدي إلى صراع بين عمل الصحفي في الوسيلة الإعلامية وأنشطته الخارجية وعلاقاته وارتباطاته بأفراد أو جماعات أخرى، وهذه القائمة الطويلة يمكن أن تشل حركة الصحفي، وتجعل من الصعب الالتزام بها، وفي الوقت نفسه فإنها كثيرا ما تفتقر إلى المنطق، وتأتي من تقاليد صحفية غربية ومن خلال الكتب التي تناولت هذه الأنشطة يمكن أن نقسمها إلى ما يلي:

أ- أنشطة سياسية: يرى الكثير من ملاك الوسائل الإعلامية وإدارتها بالإضافة إلى الكثير من الأكاديميين والمهنيين أن الصحفي لا بد أن يتجنب القيام بأية أنشطة سياسية، ويشمل ذلك عضوية الأحزاب وجماعات الضغط أو الجماعات التي تقوم بحملات لتحقيق أهداف معينة. وهناك من يصل إلى مطالبة الصحفي بعدم ممارسة حقوقه السياسية كمواطن مثل الإدلاء بصوته في الانتخابات أو الترشح فيها أو اتخاذ أي موقف في أية قضية، وذلك بهدف أن يكون الصحفي موضوعيا أو محايدا ويتبنى هذه الرؤية بعض الصحفيين المهنيين ورؤساء التحرير.

ويأتي التركيز على حظر القيام بأي نشاط سياسي على الصحفي نتيجة المبالغة في التمسك بمفهوم الموضوعية، وهو أهم التقاليد الصحفية الأمريكية، وقد بدأ هذا المفهوم وما نتج عنه من تقاليد يتعرض لهجوم حاد، كما أن حرمان الصحفي من القيام بأية أنشطة سياسية هو تقييد لحقوقه

كمواطن وكنسان ويمكن أن يؤدي إلى انفصاله عن المجتمع الذي يعيش فيه، وعدم الشعور بأي ولاء للمجتمع أو قدرته على التفاعل مع قضاياها. ومع ذلك فهناك أنشطة وعلاقات سياسية تؤدي بالفعل إلى صراع مصالح وتؤثر على استقلالية الصحفي ونزاهته ومنها قيام السياسيين بطلب استشارات من الصحفيين، ولا شك أن الصحفي الذي يقدم هذه الاستشارة سيتأثر بشكل أو بآخر بمدى ثقة السياسي فيه وإشارته له، وبالتالي سيتأثر ما يكتبه عنه، وفي الكثير من الأحيان تكون هذه الاستشارات مجرد واجهة لتقديم رشاي خفية للصحفيين.

كما أن الكثير من الصحفيين يرتبط بعلاقات صداقة أو قرابة أو نسب مع السياسيين، وهذا بالتأكيد يؤثر على قدرتهم على نقل الحقائق إلى الجماهير لذلك فإن هذا هو الذي يحتاج إلى معالجة أخلاقية ب- الأنشطة و العلاقات التجارية و الاقتصادية: هناك الكثير من الصحفيين الذين يقومون بأنشطة تجارية و اقتصادية و يرتبطون بعلاقات مع شركات و رجال أعمال ، و كثيرا ما يقوم الصحفيون بتبادل المنافع مع هذه الشركات و الدخول في علاقات تجارية و شراء أسهم و بيعها و هو ما يؤدي في النهاية إلى أن يدخل الصحفيون أنفسهم في نسيج الطبقة الرأسمالية التي تسيطر على المجتمع وتدير حركته ، ويصبحون هم أنفسهم أصحاب مصالح ، ومن المؤكد أن المصالح هنا ستتصارع ، وسيكون الضحية الأولى في هذا الصراع هو مصلحة الجمهور في معرفة الحقائق ووظيفة وسائل الإعلام في الوفاء بحق الجماهير في المعرفة.

ج- قيام الصحفيين بأنشطة العلاقات العامة: إن الكثير من الصحفيين يحصلون على أعمال أخرى في العلاقات العامة بالإضافة إلى عملهم الصحفي وهذا ما يؤثر على ما يكتبونه من أخبار خاصة إذا تعلق هذه الأخبار بالمؤسسات التي يعملون بها، أو التي استعانت بهم كمستشارين وقد قامت بعض الصحف الأمريكية بطرد صحفيين عملوا في وظائف أخرى غير صحفية على أساس أن ذلك يؤثر على ما يكتبونه لصحفهم وهذا بالفعل يخلق صراع مصالح لدى الصحفي.

- عدم استعمال المعلومات للحصول على منافع شخصية : تفجرت مشكلة في وسائل الإعلام البريطانية ، حيث استخدم الصحفيون خاصة أولئك الذين يقومون بتغطية الشؤون المالية والاقتصادية

ما يحصلون عليه من معلومات للمضاربة في البورصة و شراء الأسهم و السندات و بيعها ، والتجارة في العملات مما مكنهم من تكوين ثروات طائلة ، كما يقوم هؤلاء الصحفيون باستخدام هذه المعلومات في تحقيق الأرباح قبل نشرها في الصحف أو إذاعتها في وسائل الإعلام، كما يقومون بنقلها إلى أقاربهم ، وإلى الأشخاص الذين يرتبطون معهم بعلاقات خاصة لاستخدام هذه المعلومات في تحقيق الأرباح ، وكان هناك الكثير من الحالات منها حالة الصحفي فوستر وينانس winans الصحفي بجريدة وول ستريت جورنال الذي استخدم المعلومات الاقتصادية التي حصل عليها لتحقيق ثروة كبيرة و كان يبحث عن المعلومات السرية لا لكي ينقلها إلى الجمهور من خلال الصحيفة التي يعمل بها، بل لكي يستخدمها في الحصول على الأموال.

- حظر تعامل الصحفيين مع أية جهات خارجية أو داخلية خاصة أجهزة المخابرات: ويثور بالنسبة لهذا المبدأ عدة مشكلات منها تعاون الصحفيين مع الحكومة والأجهزة الأمنية، فالصحفي يحصل على المعلومات من أجهزة الحكومة والشرطة فهل يمكن أن يصيغ قصصه الإخبارية لمساعدة هذه الأجهزة على أداء عملها؟ هناك اتجاه واسع يرى أن الصحفيين يجب أن يكونوا صحفيين فقط، ووظيفة الصحفي هي كتابة الأخبار وليس كتابتها أو صياغتها لتساعد البوليس، وإن أية صفقة يمكن أن يعقدها الصحفي مع البوليس أو أجهزة الحكومة سوف تفقده ثقة المصادر الأخرى، ولن تثق هذه المصادر أنه سيحافظ على وعوده بعدم الكشف عن أسمائهم.

هناك اتجاه آخر يرى أن هناك استثناءات تبيح للصحفي أن يتعاون مع الأجهزة الأمنية لتحقيق هدف معين، ويعرض أصحاب هذا الاتجاه حالة اختطاف مليونير في كندا عام 1983 حيث قام المختطفون بالتهديد بقتله إذا تم إبلاغ البوليس، واكتشف الصحفيون ذلك، ولكن ثلاث صحف وأربع محطات إذاعية منعت الخبر لمدة ثلاثة أيام بناء على طلب البوليس حتى تم إطلاق سراح المختطف وتم نشر الخبر

وهناك أيضا بعض الأشخاص الذين يتصلون بالصحف والوسائل الإعلامية ويهددون بالانتحار، ويقوم الصحفيون بالحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات لمساعدة البوليس على التدخل ومنع الانتحار

لكن كل الحالات التي يعرضها أصحاب هذا الاتجاه المؤيد للتعاون هي حالات إنسانية تستهدف إنقاذ حياة إنسانية وهي تدخل في باب الضرورات التي تبيح المحظورات

وهناك أوجه أخرى للتعاون مع أجهزة الحكومة والبوليس تؤدي إلى تناقص ثقة الجمهور في وسائل الإعلام منها نشر كل ما تريده الأجهزة الأمنية بدون أية رؤية نقدية بالنسبة للمعارضين للنظام والذين يتم اعتقالهم أو إصدار أحكام بالإدانة عليهم في ظروف معينة ودون عرض أي دفاع عن هؤلاء

لكن الأخطر من كل ذلك هو أن أجهزة المخابرات في كثير من الدول تقوم بتجنيد الصحفيين للقيام بأعمال تجسس تحت ستار واجباتهم المهنية ، وذلك تصرف لا بد من إدانته لأنه يقوض نزاهة المهنة ، كما يمكن أن يعرض الصحفيين الآخرين للشكوك والإيذاء البدني ، وقد أهابت لجنة ماكبرايد بالصحفيين أن يحدروا من هذه المحاولات ، كما دعت الحكومات إلى الامتناع عن استخدام الصحفيين لأغراض التجسس ، و يعتبر هذا السلوك من أخطر ما يؤثر على استقلال وسائل الإعلام و الإعلاميين ، و أن كل الإعلاميين و كل الوسائل الإعلامية لا بد أن تدين هذا السلوك كما يحق للوسيلة الإعلامية فصل الصحفي الذي يثبت أنه غير مستقل ، ويتعامل مع الأجهزة الأمنية أو أجهزة المخابرات بدون تعويض أو التزام بشرط الضمير أو بفترة الإنذار، بالإضافة أن هذه المشكلة تحتاج إلى عقوبات مهنية أخرى

- تجنب أي عمل يخل بمصداقية الوسيلة التي يعمل بها الصحفي أو يسئ إلى سمعتها:

هذا المبدأ هو مبدأ عام ، ويترك لضمير الصحفي و لالتزامه الأخلاقي أن يحدد بنفسه الأعمال التي يمكن أن تخل بمصداقية الوسيلة التي يعمل بها الصحفي أو يسئ إلى سمعتها و يرى سليمان صالح في هذا المبدأ أن أي انتهاك لأخلاقيات الإعلام يخل بمصداقية الوسيلة التي يعمل بها ، ويسئ إلى سمعتها ، ولكن هناك أعمال معينة يمكن أن تسئ بشكل مباشر إلى سمعة الوسيلة الإعلامية ولاشك أن الصحفي يجب أن يلتزم بعدم الإضرار بالوسيلة الإعلامية التي يعمل بها أو بسمعتها أو يعرض

مصادقيتها للخطر ويمكن أن يعتبر أي عمل يؤدي إلى هذا الضرر بالوسيلة الإعلامية نقضا للعقد مع الوسيلة الإعلامية.

- العلاقات بين الصحفيين: تعتبر العلاقات بين الصحفيين من المبادئ المهمة جدا في العمل الإعلامي ولها مبادئ خاصة بها وهي:

- عدم إعاقاة الزملاء عن أداء واجباتهم أو منعهم بأية وسيلة من الحصول على المعلومات

- إن العلاقات بين الصحفيين يجب أن تقوم على التوازن بين المنافسة العادلة والتضامن

المهني

- عدم كتابة تقارير عن الزملاء للأجهزة الحكومية.

- عدم تصفية الحسابات أو تسوية الخصومات بين الصحفيين عبر وسائل الإعلام حيث

أن ذلك يؤدي إلى تناقص احترام الجمهور لهم وللمهنة.

- احترام الصحفي لكرامة زملائه وشرفهم وحقوقهم المهنية.

- عدم إلحاق أي ضرر أو أذى بزملائه مثل الكشف عن معلومات أعطوها له بشكل سري

عن أنفسهم.

- مساعدة زملائه على تطوير قدراتهم المهنية، وفي الارتفاع بمعرفتهم وكفاءتهم ومساعدة

زملائه عند تعرضهم لأي مشكلات

- عدم تغيير مضمون المواد الصحفية التي يقدمها زملاؤه بدون إذنتهم.

- احترام الصحفي لحقوق زملائه وأن يدافع عن هذه الحقوق.

- يمتنع الصحفيون في علاقاتهم المهنية عن كافة أشكال التجريح الشخصي والإساءة المادية

أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم أو في مخالفة

الضمير المهني.

- التزام الصحفيين بواجب التضامن دفاعا عن مصالحهم المهنية المشروعة.

وقد لخص البعض مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية في:

- خدمة الحقيقة والدقة والموضوعية: والتي تحيلنا إلى أسس التغطية الإعلامية القائمة على الوقائع، حيث تتمحور التغطية حول كل ما له صلة بالأفعال المرتكبة من فعل ماذا وبحق من وكيف ولماذا وأين ومتى ويمكننا أن نعكس هذا الحدث ونختصره في جملة تتكون من فاعل ومسند ومفعول به ومتمم وسياق والموضوعية نقصد بها القدرة على نقل حدث بحيث يتداول بين الأشخاص بسهولة ودقة وعلى نحو قابل لإعادة الإنتاج مما يمكن صحفيين آخرين من تغطية نفس الحدث على نفس الشكل، بمعنى أن الحدث لم يكن مجرد توهم شخصي.
- تناول الحريص لمصادر المعلومات.
- حماية الشرف للكرامة وعدم انتهاك الحياة الشخصية.
- عدم تلفيق المعلومات.
- تقليل الضرر إلى أدنى حد ممكن.
- تصرف الصحفي بشكل مستقل.
- أن يكون الصحفي متحررا من أي التزام لأي مصلحة عدا حق الجمهور.
- أن يتذكر الصحفي أنه معرض للمساءلة من قبل الرأي العام.

لكن يصعب التقيد بهذه المبادئ وذلك لاختلاف الظروف التي تعيشها كل دولة واختلاف نظمها الإعلامية الراجعة لنظمها السياسية ومدى حرية الإعلام بها.

- **المعايير الأخلاقية:** إن الخطوة الأولى في التغطية الإخبارية لأي حدث عالمي يتمثل في ضرورة تحديد موقف الوسيلة الإعلامية منه ، ولكن هذا الأمر يجب أن يتم بشكل لا يتناقض مع الأهمية الذاتية للحدث، ولا مع موقف الجمهور وتوقعاته واحتياجاته من الحدث، فضلا عن القيم التي يحملها هذا الحدث، ويتفق الصحفيون على مجموعة من المعايير يتمكنون منها على غريزة بعض الوقائع التي توجد في المجتمع، غاضين النظر في بعض الوقائع الأخرى التي تبقى دون متابعة، وأهم هذه المعايير

والاعتبارات هي (الآنية أو الجدة، الواقعية، الأمانة، الدقة، الأهمية، القرب، الصراع، الغرابة والطرافة) إن هذه المعايير لا تتعدى في أغلب الأحيان مرتبة إعلان مبادئ يصعب التحقق منها.

ويمكن القول إن هناك عدة معايير مهنية تحكم سلوكيات الصحفيين والمراسلين في حالة تغطيتهم للأحداث، وتنقسم هذه المعايير المهنية إلى:

أ- معايير خاصة تتعلق بجمع المادة الخبرية: وتتمثل بضرورة أن يحتفظ الإعلاميون بالبيانات والمعلومات السرية التي يمكن أن يؤدي نشرها إلى الضرر بالأمن القومي للبلاد أو الأمن الشخصي للمواطنين، كما ينبغي للصحفيين والمراسلين اللجوء إلى وسائل أخلاقية مشروعة لدفع مصادر المعلومات للحديث أو الإدلاء بالمعلومات لأن غير ذلك لا يتفق مع القيم الأخلاقية للمهنة.

إن الصحفي هو الذي يحدد أهمية مصادر الأخبار في الحصول على مزيد من المعلومات و تقديمها إلى الجمهور ولذلك فالمسؤولية الإعلامية تحتم عليه احترام مصادر معلوماته فالصحفي ليس هدفه فقط الحصول على الخبر بأية وسيلة، لكن الطريقة التي يحصل بها على الخبر هي التي تحدد على المستوى البعيد وضعه و مصادره ونوعيتهم ومدى ارتباطهم به من عدمه وقد يفقد الصحفي أو المراسل خبرا كان يمكن أن يحقق به سبق، لكن ذلك ليس آخر المطاف مادام مصدره لم يصرح ببثه، بل طلب صراحة عدم بثه، فالمحافظة على المصادر أمر حيوي ويجب العمل على أن يضيف إلى تلك المصادر مصادر أخرى جديدة ، فكلما تعددت المصادر اتسعت دائرة الصحفي وزادت فرصته في سبق بالأخبار والموضوعات ، ولكن الحفاظ على سرية مصادر المعلومات والأخبار الصحفية هو التزام قانوني ومهني وأخلاقي على المراسل الالتزام به في جميع الأحوال والظروف.

ب- معايير مهنية تتصل بمسؤولية الصحفي تجاه نفسه: نظرا إلى أن عالمنا قد أصبح يركز على التخصص الدقيق فلا بد للصحفي أو القائم بالتغطية من مراعاة الآتي:

1- معرفة جيدة بالمجال الذي يعمل فيه وهذه المعرفة تأتي عن طريق العلم والتخصص الدقيق، فضلا عن الإلمام بعلوم العصر وثقافته وتياراته المتعددة.

2- مهارة تبرز في كفاءته وتدفع به إلى مقدمة الصفوف في مجال تخصصه.

3- تحرك واسع يجعله في موقع الأحداث، أو على الأقل على استعداد دائم للوصول إليها.

إلا أن المسؤولية الإعلامية الأخلاقية تضيف إلى ذلك عنصر (القيم) كي لا تتحول العملية الإعلامية إلى مجرد سباق محموم من أجل الأخبار وتسويقها، فالعملية الإخبارية هنا هدفها إعطاء القوة والمناعة وذلك عن طريق الإقناع العقلي والاستمالة الوجدانية السامية.

ج- معايير مهنية تتعلق بمسؤولية الصحفي تجاه مجتمعه: تتحقق مصلحة المجتمع بقيام وسائل الإعلام بدورها عبر ثلاثة أسس رئيسية:

1- مهنة جيدة للإعلاميين.

2- بيئة تشريعية تضمن الحريات الإعلامية، يعرف فيها الاعلامي حقوقه وواجباته والمباح والمعاقب عليه.

3- الالتزام بأخلاقيات المهنة.

وقد حدد الباحث البريطاني (ماكويل) المعايير الأساسية لوسائل الإعلام التي ينبغي أن تلتزم بها في أثناء نقلها لقضايا المجتمع وهذه المعايير:

1- الالتزام بالمعايير المهنية في حال تغطيتها للأحداث، والتحقق من المعلومات مثل: (الدقة، الحقيقة الموضوعية والتوازن).

2- تجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية، أو توجيه إهانات للأقليات.

3- الالتزام بتعدد المصادر وتنوع الآراء والالتزام بحق الرد والتنوع في المضمون بما يتيح فرصة الاختيار وتجعل الفرد قادرا على تكوين آرائه واتخاذ قراراته بناء على معلومات كافية ووجهات نظر متنوعة

4- اهتمام الوسيلة بالعمل على منع التشويه والتحريف وزيادة الالتزام بالموضوعية والعدالة في تغطية النزاعات العرقية.

وتنصب معايير الأخلاقيات في الغالب على أربعة قيم رئيسية متداخلة تشمل: قول الحقيقة، الالتزام بالعدالة، الحرية التضامنية (أي الشعور بالمسؤولية تجاه الآخر واحترام الكرامة الإنسانية).

و تعتبر المواثيق الأخلاقية جزءاً من عملية تنظيم يقوم بها الإعلامي نفسه ، ولها العديد من الميزات الإيجابية فهي تحول دون صدور القوانين الملزمة - هذه القوانين التي قد تسمح للإعلامي بالقيام بأشياء لا تتفق وقناعاته أو ضميره و تحول دون رفع الدعاوى المكلفة و تحل نصوصها محل كثير من النصوص القانونية المعقدة ، وفيها حماية للإعلامي ضد التدخل الحكومي - فالقوانين هي بمثابة أحكام للحياة و السلوك يتم فرضها بواسطة قوة خارجية ، كما ويستخدم القانون العقوبات ، بالمقابل فان الأخلاقيات أحكام للحياة و السلوك يفرضها الصحفي على نفسه أو تفرضها مؤسسته عليه ليلتزم بها ، و إذا ما انتهكت فقد لا يترتب عليها عقوبات كبيرة ، لأنها تتعلق في المحصلة النهائية بالأعمال الاختيارية. (جامعة سطيف محاضرات)

- فوائد المواثيق الأخلاقية

1. المواثيق الأخلاقية توفر إحساساً بالذاتية المهنية، وتشير إلى نضج المهنة.
2. الميثاق الأخلاقي يتيح للجماعة المهنية أن تعرف نفسها، ويخبر الممارسين للمهنة من هم؟ وماذا يجب أن يقوموا به؟
3. الميثاق الأخلاقي يساهم في تشكيل صورة واضحة عن ممارسي المهنة، ويحدد ما يتوقعه منهم المجتمع.
4. الميثاق الأخلاقي يساعد على تحسين مستوى الأداء المهني، وتعزيز الإحساس الداخلي بالانتماء للمهنة، والحرص على كرامتها وصورتها لدى المجتمع. (الشميري، 2010، صفحة 110)

- من يقوم بوضع المواثيق الأخلاقية الإعلامية؟

غالبية المواثيق الأخلاقية الإعلامية يقوم بصياغتها الإعلاميون أنفسهم، من خلال تجمعاتهم المهنية المختلفة، وذلك لتحقيق الأهداف الآتية:

1. تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام.
2. مواجهة أزمة المصداقية.

3. تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام.

4. تحسين صورة وسائل الإعلام أمام الجمهور. (الشميمري، 2010، صفحة 110)

نماذج من موضوعات المواثيق الأخلاقية الإعلامية

أ. مسؤولية وسائل الإعلام نحو المجتمع:

1. حرية الرأي والتعبير.

2. حرية الصحافة.

3. حق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومات.

4. حق وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات ونشرها.

5. واجب وسائل الإعلام في التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث.

6. الجودة النوعية للمعلومات المقدمة للجمهور.

7. الموضوعية وعدم التحيّز.

8. العدالة.

9. التوازن.

10. الأمانة.

11. عدم تشويه المعلومات.

12. عدم إساءة تقديم الصورة والمعلومات.

13. أهمية المعلومات للجمهور.

14. عدم الخداع في أساليب المعلومات واستخدام العناوين والصور.

15. الدقة.

16. التصحيح، وهو التزام الوسيلة بذاتها بتصحيح المعلومات الخاطئة، وهو يختلف عن حق الرد.

17. الفصل بين الخبر والرأي.

18. التعليق العادل على الأحداث.

19. احترام حقوق كل الأطراف في التعبير عن آرائها.

20. العرض المتوازن لآراء الأطراف المختلفة.

21. احترام حق النقد.

22. عدم التصوير النمطي لأي اتجاه فكري، أو سياسي، أو جماعة عرقية، أو دينية.

23. الدفاع عن مصالح المجتمع.

24. عدم التأثير على سلطات القضاء.

25. عدم محاكمة المتهم بواسطة الرأي العام.

26. احترام قاعدة أن المتهم بريء حتى تثبت إدانته.

27. نشر أحكام البراءة.

28. عدم تمجيد الجريمة أو الدعوة إليها، أو تشجيع العنف أو المخدرات.

29. احترام القيم العامة للمجتمع.

30. عدم نشر ما يشكل إساءة للذوق العام.

ب. مسؤولية وسائل الإعلام نحو الدولة:

1. احترام النظام والدستور والقانون.

2. احترام مؤسسات الدولة.

3. حماية الأمن القومي.

4. عدم نشر المعلومات السرية التي يشكل نشرها ضرراً بالمصلحة العامة.

ج. مسؤولية وسائل الإعلام نحو الأفراد:

1. احترام حق الخصوصية.

2. عدم انتهاك حرمة الأماكن الخاصة، أو الملكية الخاصة.

3. عدم نشر معلومات عن حياة الإنسان الخاصة بدون موافقته.

4. عدم استخدام أجهزة التنصت والتصوير الدقيقة.

5. عدم البحث في الأوراق الخاصة للشخص أو الوثائق أو ملفاته الإلكترونية بدون موافقته.

6. عدم وضع الأشخاص تحت ضوء زائف، مثلاً إظهار صورة شخص (بشكل عشوائي) أثناء الحديث عن مروجي المخدرات.

7. احترام الكرامة الإنسانية للفرد.

8. عدم الإساءة إلى الإنسان أو سمعته.

9. تجنب السب والقذف.

10. تجنب ما يمكن أن يزيد معاناة الأشخاص أو آلامهم، أو يسبب لهم ضرراً مادياً أو معنوياً.

11. احترام حق الأفراد في الرد على ما ينشر عنهم. (الشميمري، 2010، الصفحات 112-

114)

X- مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي.

نعيش اليوم في مرحلة جديدة يمرّ بها العالم تلعب فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً حيوياً ومؤثراً في شتى المجالات، حيث تغيّرت أنماط العمل والترفيه والتعليم، وتحوّلت إلى الرقمية Digitization، ونموذج الوسائط المتعددة، والتفاعلية Interactivity، والقابلية للتأقلم مع المستعملين أفراداً ومؤسسات. ولعل الشيء الذي يظهر فيه أثر هذا التحوّل المعلوماتي هو قطاع الإعلام والاتصال الجماهيري Mass Media. حيث تم تسجيل انخفاض أرقام توزيع الصحف، وربما هبوط الإيرادات الناتجة عن الإعلانات الصحفية.

في هذا الخصوص يقول رئيس مجلس إدارة صحيفة "أخبار اليوم" المصرية عهدي فضلي، عن بدء عصر جديد في الصحافة المطبوعة، خصوصاً في ظل التطور السريع للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وصعود الإعلام الرقمي في مواجهة الإعلام المطبوع: الصحافة الرقمية هي المستقبل لتمييزها بأنها تحافظ على البيئة عبر عدم استخدامها خامات ومعدّات قد تساهم في زيادة التلوث البيئي". ولعل البعض يتذكّر النقاش المثير عن مسألة النفايات الإلكترونية Electronic wastes، التي باتت مصدراً مؤرقاً لنمط من التلوّث يضرب البيئة والبشر سوية.

كذلك تحدّث رئيس اتحاد الناشرين المصريين، محمد رشاد عن المنافسة بين الإنترنت والصحافة التقليدية، قائلاً: أن النشر عبر الإنترنت غلب على النشر على الاسطوانات الرقمية وأقرص الليزر. كما أورد تقديرات تقول ان عدد الكتب المتوافرة على الإنترنت يفوق سبعة ملايين كتاب، لا يزيد الجديد بينها على 5 في المئة، وتندرج البقية ضمن إعادة نشر كتب ورقية صدرت منذ سنوات. وبين أن الإنترنت تضم قرابة 4 آلاف من الجرائد و30 ألف مجلة عامة ومتخصصة، مع ملاحظة أن 10 في المئة منها ليست إصداراً رقمياً لمطبوعات ورقية، فيما تصدر البقية ورقياً وإلكترونياً.

يشير الدكتور حسن عماد مكاوي لموضوع التكنولوجيا الرقمية وأثرها على الوسائل السمع بصرية". بدراسة أعدت في جامعة كامبردج، بيّنت وجود 1100 قناة تلفزيونية ناطقة بالعربية، تصل كلفة تشغيلها إلى نحو 6.5 بليون دولار سنوياً، وتتنافس على قرابة بليون دولار من حجم الإعلانات، وبالتالي تبلغ خسائر هذه القنوات نحو 5.5 بليون دولار سنوياً. كما تشير الدراسة إلى أن 85 في المئة من المشاهدين العرب يتابعون 25 قناة عربية، وتستحوذ 12 قناة منها على 85 في المئة من عائد الإعلانات، كما تستأثر شبكة أم بي سي "MBC بأكثر من نصف هذه النسبة من الإعلان. وأشارت الدراسة إلى أن عدد العاملين في الفضائيات العربية يقارب 800 ألف موظف، مع ملاحظة أن 95 في المئة منهم ليسوا ممن درس الإعلام المتلفز ولا ممن تخصص فيه. وشددت الدراسة على أن اختيار هؤلاء يجري عبر معايير لا علاقة لها بالتخصص أو الكفاءة، بل تركز على العلاقات الشخصية، بما يعطي بعض التفسير لتواضع المستوى المهني في معظم الفضائيات العربية". (عويس)

المحاضرة السادسة عشر

XI - الحداثة الإعلامية

- مفهوم الحداثة:

جاء في تعريف ومعنى الحداثة في معجم المعاني الجامع ما يلي: حَدَاثَة: (اسم) مصدر حَدَثَ والحداثة: في نطاق (الآداب) مصطلح أُطلق على عدد من الحركات الفكرية الداعية إلى التجديد والثأرة على القديم في الآداب الغربية وكان لها صداها في الأدب العربي الحديث خاصة بعد الحرب العالمية الثانية يميل كثير من المبدعين الآن إلى الحداثة باسم التجديد وتارة الصّدق الفني.

وفي في قاموس الكل، الحداثة في الفن والأدب، المُعاصرة وتَبَيَّ أشكال وأساليب حديثة في الكتابة ثلاث مفاهيم العصر. (المعاني الجامع، تعريف ومعنى الحداثة، 2010-2021)

الحداثة، اتجاه فكري أشد خطورة من اللبرالية والعلمانية والماركسية، وكل ما عرفته البشرية من مذاهب واتجاهات هدامة، ذلك أنها تضمن كل هذه المذاهب الفكرية، وهي لا تخص مجالات

الإبداع الفني، والنقد الأدبي، ولكنها تخص الحياة الإنسانية في كل مجالاتها المادية والفكرية على حد سواء" وهي بهذا المفهوم الاصطلاحي "اتجاه جديد يشكل ثورة كاملة على كل ما كان وما هو كائن في المجتمع" (زياد، 2006)

اليوم لا نعيش عصر الحداثة الذي أنتجه عصر النهضة، وإنما عصر اليوم هو عصر ما بعد الحداثة يتميز بثورة في المعرفة والمعلومات، حيث المعلومات تولد المعلومات في عملية ديناميكية لا يمكن التنبؤ بها، إننا في مجتمع المعلومات أين انتشرت المعرفة بسرعة وتوافرت المعلومات في شبكة متداخلة تمثلها الانترنت وما شاكلها، بعد أن كان البحث عن المعرفة والمعلومات يشكل معاناة حقيقية، يمكن أن نترجمها في الميدان الإعلامي بمشاكل الوصول إلى مصادر الخبر، اليوم أصبحت المشكلة في كثرة المعرفة وأهمية الانتقاء والمتابعة، وعلى الإعلام أن يستوعب هذه المتغيرات ويتكيف معها وإلا يخرج عن العصر ويتخلف عنه.

المتابع لهذا الميدان يكتشف، أن الإعلام ظهر متلازماً مع ظهور البشرية، لأنه يتعلق بالإخبار وهذه العملية من دون شك قديمة جداً ولا يعرف لها أثراً، غير أنه منذ العصور الأولى للبشرية، بدأ الإعلام بالشعراء، من خلال المدح أو الهجاء، ثم مع انتشار الكتابة ظهرت الصحف وأصبحت الوسيلة الرئيسية للإعلام، ثم انتشر الراديو وسحب من جمهور الصحف البعض، ثم ظهر التلفزيون وأصبح هو الوسيلة الأساسية للتأثير في الرأي العام، وخاصة التلفزيون الوطني؛ لأنه كان وحده المتاح، ثم ظهرت الفضائيات وأصبحت الوسيلة الأساسية للتأثير في الرأي العام، وفقد التلفزيون الوطني معظم مشاهديه.

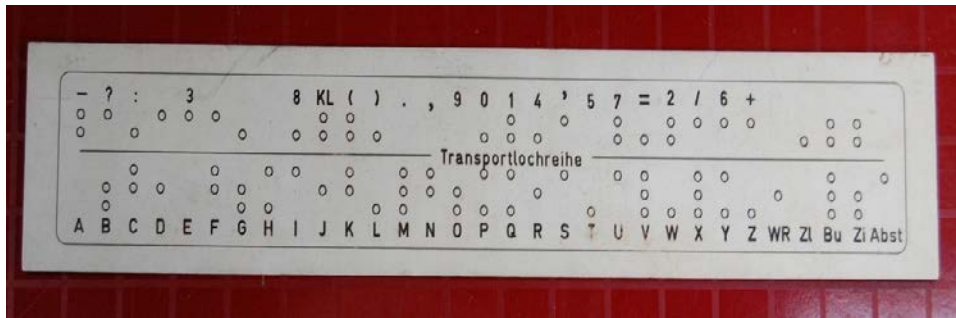
والآن جاء عصر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ومتابعتها في تزايد، وعلى حساب الصحف والتلفزيون، وخاصة لدى الشباب، مع تميز شبكات التواصل الاجتماعي وتفرداها عن الصحف والتلفزيون، بأنه يمكن من خلالها متابعة الصحف الإلكترونية وما يعرض في الفضائيات، كما أنها الوسيلة الأرخص بجانب عزوف الشباب عن الصحف والتلفزيون، وأصبح من المتوقع والطبيعي تزايد متابعة الإنترنت على حساب الصحف الورقية والتلفزيون.

والصراحة تقتضي أن يعرف الجميع ويستعد للاختفاء التدريجي لكلاهما، أو على الأقل انحسار دورهما بشدة.. بسبب تضاعف دور وسائل التواصل الاجتماعي على حساب الإعلام التقليدي الذي تراجع بشدة بفعل تزايد نسبة الشباب، ورخص أسعار متابعة الإنترنت. (حاتم، 2018)

1- وسائل التسجيل الجديدة.

في التكنولوجيات الموجودة يمكن حصر وسائل التسجيل في خمس مجموعات رئيسية من تقنيات وسائط التسجيل:

- التقنيات الميكانيكية (Les technologies mécaniques): الأشرطة المثقبة (Les Bandes Perforées (Rubans perforés) هي اليوم غير موجودة الآن.



شكل رقم (08) يبين شريط مثقب يحمل رموز الأحرف والأرقام. (FEB et G. Natan, s.d.)

- التقنيات المغناطيسية (Les technologies magnétiques): وهي الأقدم والتي ما فتئت تتقدم بثبات منذ الخمسينيات. تتخذ الوسائط المغناطيسية شكل أشرطة (تسمى أيضاً خراطيش في بعض الحالات) وأقراص، على سبيل المثال القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص بك.

- التقنيات البصرية (Les technologies optiques): يعود تاريخها إلى بداية السبعينيات (تم بناء Laserdisc في عام 1972) وتطورت عندما تم طرح أول أقراص صوتية مضغوطة (CD audio) في السوق في عام 1981. ثم أشهر الوسائط هي بشكل طبيعي (CD-R disque compact enregistrable) القرص المضغوط القابل للتسجيل) و (DVD-R) القرص القابل للتسجيل)

ومؤخراً (Blu-Ray) ويُطلق عليه أيضاً الليزر الأزرق ولكن اسمه الرسمي هو (BD) يتمتع بسعة تخزين 25 جيجا بايت على وجه واحد و50 جيجا بايت على الوجهين. كما توجد هناك وسائط بصرية على شكل أشرطة.



شكل رقم (09) يمثل صورة تبين شكل الأقراص المضغوطة. (Taneja, 2017)

- التقنيات المغناطيسية الضوئية (Les technologies magnéto-optiques): مزيج من الاثنين السابقتين، والقراءة بصرية بحتة. مثل القرص البصري الفائق (UDO: Ultra Optical Disc) وهو قرص يبلغ قطره 133 مم. سعته التخزينية 60 جيجا بايت (جانب واحد) أو 120 جيجا بايت (وجهان) وعمره التقديري 50 عامًا تجعله مرشحاً محتملاً للأرشفة، على الرغم من التكلفة العالية وسرعة التسجيل البطيئة نسبياً.

- ذاكرة فلاش (Les mémoires flash) وهي ذاكرات شبه موصلة قابلة لإعادة الكتابة. يتم استخدامها في أجهزة USB ومشغلات الموسيقى الرقمية والكاميرات، وفي السنوات الأخيرة، في الأجيال الجديدة من أجهزة الكمبيوتر المحمولة. (BANAT-BERGER & HUC, 2021)

مثلاً على الكاميرات نجد أن وسائل التسجيل الأكثر استخداماً هي:

- Mémoire Flash / Carte Mémoire (de type SD, microSD, compact Flash, Memory Stick, ...)
- Disque Dur

- Cassette Mini DV (Mini Digital Video)
- Mini DVD (TGE ADONIS, 2010)

وهكذا يتغير الحال من وسيلة إلى أخرى.

المحاضرة السابعة عشر

2- الإنترنت والتطبيقات الإعلامية الرقمية على الواب.

- تطبيقات الإعلام الجديد:

تعتبر الوسائل هي الطريقة الاتصالية الناتجة عن اندماج تقنيات الاتصال الحديثة كالحاسوب والهواتف الذكية والشبكات والوسائط المتعددة بالإعلام الجديد. وتعدد وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونموً وتداخلاً مع مرور الوقت، ومنها: المحطات التلفزيونية التفاعلية والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار، والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الانترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة.

- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي Social Media

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر، يوتيوب، وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها بالاس (BALAS) 2006 على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة.

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."

هي مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي.

وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني "للويب" الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

- نشأة الشبكات الاجتماعية وتطورها:

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب (Web1.0) والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت (Web 2.0) غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

المرحلة الأولى: يشير (Web1.0) إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير

للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم (Sixdegrees) وقد أخفق هذا الموقع عام 2000 ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة. شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "لايف جورنال" وموقع "كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية: تشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الإنترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأم ريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم، حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندير friendster" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك skyrock" تحقيق كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير Facebook والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008 أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى مثل twitter و YouTube لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.

- أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي: منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلا" ومنذ بدايتها اختلفت المواقع التي تصدر القائمة بين سنة وأخرى، فتاريخيا كان لموقع "سكس ديفريز" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته الأولى، وكذلك موقع "أوماي نيوز" وغيرها، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات وأهمها: "الفيسبوك" "تويتر" "يوتيوب" و هي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي و كذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

- الفيسبوك Facebook

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (الشركات) أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

- النشأة والتطور: أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد -الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم- وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، و ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة

فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ليتحدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض. (نشادي ع.، 2017-2018، الصفحات 101-104)

وحاليا تذكر الأرقام الواردة في بعض التقارير أن شبكة "فيس بوك" احتلت المرتبة الأولى عالميا من بين 17 شبكة اجتماعية ومنصة للتراسل النصي جرى رصد بياناتها بداية العام الحالي في مؤشر عدد المستخدمين النشطين حول العالم.

وذكر التقرير العالمي الذي أعدته data reportal والذي صدر بعنوان "تقرير الإحصائيات الشاملة ديجيتال جويلية 2021 Digital 2021 July Global Statshot Report" - أن عدد مستخدمي فيسبوك سجل 2.85 مليار مستخدم نشط شهريا في جميع أرجاء العالم لتواصل هذه الشبكة انتشارها مع توفيرها العديد من المزايا لمستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المنشورات المختلفة والمحتوى الفيديوي والصور والتواصل الاجتماعي وفي مجال التسويق والإعلام وغيرها العديد من مجالات التواصل. وبحسب بيانات التقرير فإن عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين باتوا يشكلون نسبة تصل إلى 36 % من إجمالي عدد سكان العالم المقدر تعدادة بحوالي 7.8 مليار نسمة. (Kemp, 2021)

- أهم مميزات الفيسبوك

- الملف الشخصي Profile : عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على :

معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعها بالتحديد.

- إضافة صديق Add friend: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.

- إنشاء مجموعة Groups: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية ... وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- لوحة الحائط Wall: وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- النقرة Pokes: منها يتاح للمستخدمين إرسال نقرة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- الصور Photos: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

- الحالة Status: تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- التغذية الإخبارية Newsfeed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

- الهدايا Gifts: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف (: الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

- السوق Market Place وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

- إنشاء صفحة خاصة على موقع Facebook ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Facebook Adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصول على صفحتك في الفيسبوك.

- التعليقات Facebook Notes وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين. (نشادي ع.، 2017-2018، الصفحات 104-106)

- اليوتيوب YouTube من موقع إلى منصة

النشأة والتطور: تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة ثلاثة 3 موظفين سابقين في شركة (Pay Pal) وهم: (تشاد هيرلي) و(ستيف تشين) و(جاود كريم) في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأديبي فلاش Adobe flash لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها. (نشادي ع.، 2017-2018، صفحة 108)

في أكتوبر 2006، نجد أن Google اشترت YouTube مقابل 1.65 مليار دولار. وشمل البيان الصحفي الذي يعلن عن عملية الشراء اقتباسات من الوالدين المؤسسين الفخوريين، يتباهيان بتعايش الشراكة بين شركتيهما: "لقد بنى فريق YouTube منصة إعلامية مثيرة وفعالة تدعم مهمة Google لتنظيم معلومات العالم وجعلها متاحة ونافعة في كل أنحاء العالم"، قال إريك شميدت Eric Schmidt، الرئيس التنفيذي لشركة Google

"بدمج قوى العمل مع Google ، يمكننا الاستفادة من نطاقها العالمي وقيادة التكنولوجيا خاصتها في تقديم تجربة ترفيه أكثر شمولاً لمستخدمينا وخلق فرص جديدة لشركائنا" هذا ما قاله تشاد هيرلي Chad Hurley، الرئيس التنفيذي، والمؤسس المشارك لشركة YouTube. واستكمل قائلاً:

"إنني على ثقة من أنه بهذه الشراكة، ستتوفر لنا المرونة والمصادر المطلوبة للسعي نحو تحقيق هدفنا الممثل في بناء منصة الجيل التالي لخدمة وسائل الإعلام على مستوى العالم"

وبعد قرابة ستة أشهر، أدخل موقع YouTube تغييراً طفيفاً على الفقرة التي استخدمها في وصف خدمته في جميع بياناته الصحفية. وكان هذا "الموقع الإلكتروني" و"الشركة" و"الخدمة" و"المنتدى" و"المجتمع" الآن أيضاً "منصة توزيع لمنشئي المحتوى الأصلي والمعلنين الكبار والصغار"

ويعمل وسطاء مثل YouTube - تلك الشركات التي توفر تخزيناً وتصفحاً وتسليماً للمحتوى الرقمي لشركات أخرى - من أجل ترسيخ مكانة قابلة للاستمرار وطويلة الأمد في حقل اقتصادي وثقافي متقلب. وعلى غرار الناشرين والشبكات التلفزيونية واستوديوهات الأفلام السابقة لها، تحمي الشركات الراسخة موقعها في السوق بينما، في ظلها، تعمل الشركات الأصغر من أجل دعم مواقعها الخاصة وتوقع الاتجاهات في قطاع توزيع المعلومات.

إن هيمنة YouTube في عالم مقاطع الفيديو على الإنترنت يجعله واحداً من حفنة من منصات الفيديو ومحركات البحث وأدوات التدوين ومساحات الإنترنت التفاعلية التي تعد الآن الرعاية الرئيسية للنقاش الثقافي مع انتقاله إلى الإنترنت.

وعلى ذلك النحو، مجدداً على شاكلة الشبكات التلفزيونية والناشرين التجاريين من قبلهم، تواجه تلك الشركات والمواقع على نحو متزايد تساؤلات متعلقة بمسئولياتها: لمستخدميها وفئات الجماهير الرئيسية التي تعتمد على المحتوى الذي تقدمه، وللأفكار الأوسع نطاقاً في الصالح العام. (Hartley، Burgess، و Bruns، 2018، الصفحات 133-134)

وفي سياق هذه المطالب المالية والثقافية والتنظيمية، لا تعمل هذه الشركات على المستوى السياسي فحسب، بل أيضاً على نحو استطرادي بهدف صياغة خدماتها وتقنياتها. فقد أصبحت توظف

مصطلح "منصة" (Platform) هذا المصطلح الذي أضحى مؤخرًا شائعًا على نحو متزايد في وصف خدمات الإنترنت الخاصة بوسطاء المحتوى. فتوظيف الوسطاء لمصطلح "منصة" (أو "المرحلة الثانية من تطور الإنترنت" 2.5 أو "مجتمع" أو "مواقع تواصل اجتماعي" أو "الحوسبة السحابية") يساعد فقط في الكشف عن الصفة التي يبنونها لأنفسهم.

إن موقع YouTube لا يتعين عليه تقديم خدمته لمستخدميه فحسب، وإنما أيضًا للمعلنين والمنتجين الإعلاميين الرئيسيين الذين يأمل في كسبهم كشركاء له، وكذلك لصناع السياسة. ويسهم مصطلح "منصة" في الإفصاح عن الكيفية التي يعرض من خلالها YouTube ومواقع أخرى نفسها لتلك الجماهير أو المجموعات، مما يسمح لها بتقديم عرض ترويجي تقديمي على نطاق واسع مع نبذ التوترات المتأصلة في خدمتها: بين المحتوى المنتج من قبل المستخدم والمنتج تجاريًا، بين تنمية المجتمع وتقديم الإعلانات، وبين التدخل في توصيل المحتوى والاحتفاظ بموقف حيادي. (Burgess، Hartley، 2018، صفحة 135)

ينبغي ألا نفاجأ بأن المصطلح اكتسب مجددًا حافزًا أو قوة دافعة حول المحتوى المنتج من قبل المستخدم ووسائل الإعلام الخاصة بالتدفق والتدوين والحوسبة الاجتماعية. لقد كان ثمة انتشار لـ "المنصات" فقط في مواقع مقاطع الفيديو على الإنترنت: تلك المرئية للمستخدمين (مثل YouTube و Vimeo و Daily Motion) وتلك المعروفة فقط للمنتجين التجاريين الساعين لبث محتوهم (مثل Birghtcove و Castfire ومنصة "Helix Media Delviery Platform" التابعة لـ Real Media وخدمة "the Platform" التابعة لـ Comcast) وتنضم هذه المنصات إلى منصات التدوين ومشاركة الصور وشبكات التواصل الاجتماعي في تسابقهم الآن للاستحواذ على الانتباه على الإنترنت. واليوم، ليست المنصات كذلك بالضرورة لأنها تسمح بكتابة شفرة أو تشغيلها، بل لأنها تمنح فرصة للتواصل أو التفاعل أو الترويج. (Burgess، Hartley، و Bruns، 2018، صفحة 137)

تضمينها وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

مميزات اليوتيوب:

هناك العديد من الأدوات الخفية داخل المنصة والتي لا يعرفها الكثير من المستخدمين، حيث نرصدها كما يلي:

- **الحصول على صور متحركة من الفيديوهات:** من السهل للغاية الحصول على صورة متحركة من فيديوهات يوتيوب، وذلك بطريقة بسيطة للغاية، فكل ما يحتاجه المستخدم هو اختيار الفيديو الذي يرغب في الحصول على صورة متحركة منه، وفي شريط العنوان يضيف كلمة GIF قبل اسم يوتيوب، حيث سيتم نقل المستخدم إلى موقع جديد يضم نفس الفيديو مع أدوات لاقتصاصه وإنشاء صورة متحركة.

- **تشغيل الفيديو من وقت محدد:** يمكن للمستخدم مشاركة فيديو معين مع بدءه من وقت معين، وذلك من خلال اختيار مربع Start at عند مشاركة الفيديو، والذي يسمح للمستخدم تحديد بداية عرض الفيديو.

- **وضع التلفزيون:** يمتلك يوتيوب وضع TV mode والذي يسمح للمستخدم تكبير الشاشة بشكل كبير حتى يتمكن من مشاهدة الفيديوهات بمليء الشاشة مثل مشاهدة التلفزيون العادي، حيث يمتلك واجهة مختلفة عن الواجهة التقليدية لمنصة يوتيوب المعروفة، والذي يمكن الوصول له من هنا [http: www.youtube.com/tv](http://www.youtube.com/tv)

- **اختصارات لوحة المفاتيح:** تدعم منصة يوتيوب التحكم بها من خلال لوحة المفاتيح، حيث يمكن للمستخدمين الاعتماد على الكثير من اختصارات لوحة المفاتيح للتحكم في الفيديوهات المعروضة وشاشة الفيديوهات وغيرها من الأمور.

- **حفظ الفيديوهات لمشاهدتها في وقت لاحق:** كما يمكن لمستخدمي يوتيوب أيضا حفظ بعض الفيديوهات في وضع "أوف لاين" لمشاهدتها في وقت لاحق في حال عدم وجود اتصال إنترنت، وهو ما يعتبر من الأمور المميزة للغاية والتي تتيح للمستخدمين العديد من المميزات. (حواس، 2017)

- التويتير Twitter

- التعريف: يرى أحد الباحثين أنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط. وأخذ تويتير اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة. ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويتيرات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتير خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة RSS عبر الرسائل SMS النصية

النشأة والتطور: ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (obvius) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، بعد ذلك أطلقت الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة (obvius) بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم (twitter) ومع ازدياد إعدادات من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتير كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 واليوم يعتبر تويتير مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، و يتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" وتأثير التويتير القوي فيه.

- مميزات التويتير: للتدوين عبر موقع التويتير مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة

- محمول ومتحرك: فموقع تويتير يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

- مجاني: لإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتير هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول وهي خاصة مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم وهذا ما ساهم في نشر تويتير حقا.

- أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتير يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة ويسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.

- مناسب للتواصل الشخصي: فالتويتير يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والفوري عبر التويتير يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع المتابعين لك كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كغوغل فإن تدويناتك القصيرة على تويتير ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكثر عدد ممكن من المهتمين.

- الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، ولا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.

- أداة تسويق فعّالة: فاليوم صار "تويتر" يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

- شعار مميز (unique badge): يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل: java أو Html مما يعطي طابعاً شخصياً وموثقاً مع كل تدوينة.

- ميزة التتبع (following): فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها follow زر التتبع ويجمع بينكم هموم مشتركة. (نشادي ع.، 2017-2018، الصفحات 107-108)

المحاضرة الثامنة عشر

3- المنافسة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

- الإعلام التقليدي: يتمثل الإعلام التقليدي في تلك المؤسسات التي تصدر الصحف والمجلات ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون.

- الإعلام الرقمي: يطلق على الإعلام الرقمي العديد من المسميات، كالإعلام التفاعلي، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال، online media، الإعلام السيبروني CYBER MEDIA، الإعلام التشعبي (HYPER MEDIA وعلى كل، فقد ظهر الإعلام

الرقمي أو الإعلام الجديد (New Media) في الجزء الأخير من القرن العشرين، معتمداً على تقنية الإنترنت في إيصال المعلومة، ويشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع تقنيات الحاسوب والأجهزة الذكية، وله أشكال متعددة منها: المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، والقنوات والصحافة الإلكترونية، والإعلانات التجارية عبر الإنترنت، والمدونات، واستخدام الهواتف الذكية في البث التلفزيوني. (البشاري، 2021)

ومن تعريف الإعلام الرقمي: هو الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية المتاحة للوصول إلى الجمهور أينما كنا وكيفما يريد.

وأيضاً الإعلام الجديد هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر:

1- الكمبيوتر 2- الشبكات - 3 الوسائط المتعددة. (مطر، 2013، صفحة 10)

- أدوات الإعلام الرقمي:

تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتدخلت مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل:

الحطات التلفزيونية التفاعلية، والتلفزيون الأرضي الرقمي وتلفزيون الاي بي وتلفزيون الانترنت والفيديو عند الطلب، والصحافة الالكترونية، ومنتديات الحوار، المدونات، المواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، الإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، الهواتف الجواله التي تنقل الإذاعات الرقمية، البث التلفزيون التفاعلي، مواقع الانترنت، الموسيقى، المتاجرة بالأسهم، الخرائط الرقمية، مجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة. (كوارتز الدولية للتدريب والإعلام، 2020)

- خصائص الإعلام الرقمي:

1. التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية وليست في اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

2. الحرية الواسعة: سمح الإعلام الجديد بتجاوز القيود التي كانت مفروضة في الإعلام القديم من قبل الدولة، حيث أصبح بإمكان المواطن الاطلاع على القضايا التي كانت محرمة عليه.
3. الشمول والتنوع في المحتوى: يتيح الإعلام الجديد المشاركة والانتشار، فلكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته للآخرين.
4. التوفر والتحديث المستمر: بإمكان الفرد أن يعود إلى أي موضوع وقت ما شاء وأينما كان بفضل خاصية الأرشفة.
5. المرونة: سهولة الوصول إلى المعلومة. (شقرة، 2014، الصفحات 55-57)
6. اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.
7. الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل وحاسب الانترنت والهاتف الجوال، والأجهزة المكيفة، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.
8. العالمية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
9. تعدد الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد ...
10. الانتباه والتركيز: نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فانه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.
8. الأرشفية والتخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي أرشفة وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

- بين الصحافة التقليدية والصحافة الالكترونية:

1. الصحيفة الورقية التقليدية تجمع الأخبار والمحتوى وتحررها وتخرجها في نصوص وصور ثابتة بأنواعها ويتم طباعتها ورقياً لتوزع في اليوم التالي.
2. الصحافة الالكترونية صحافة آنية يتم تحديثها وتحديثها طوال اليوم وعلى مدار الساعة وتحتوي النصوص المكتوبة والصور الثابتة والرسوم البيانية ومقاطع الفيديو والتفاعل الآني والمشاركة الفعالة مع الجمهور وذلك في التعليق الفوري على الموضوعات والأخبار والمشاركة في استطلاعات الرأي.
3. كما تتميز النصوص المكتوبة في الصحافة الالكترونية بأنها (نصوص نشطة) تعطي تفاصيل ومعلومات أكثر عند النقر على الكلمة المفتاحية ذات الدلالة في النص، وغالباً ما تكون الكلمات النشطة ذات لون مختلف في الكتابة وذات خط سفلي. (مطر، 2013، الصفحات 11-12)

- BANAT-BERGER, F., & HUC, C. (2021, 11 22). *section 6 : Supports d'enregistrement et stratégies de stockage*, 2. Consulté le 11 04, 2021, sur http://www.piaf-archives.org/http://www.piaf-archives.org/sites/default/files/bulk_media/m07s06/co/Module_section06_4.html
- Kemp, S. (2021, 07 21). *Digital 2021 July Global Statshot Report*. Consulté le 11 04, 2021, sur <https://datareportal.com/https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>
- أشرف عبد العزيز, ن. ع. (2020). *نشأة وتطور الصحافة الأمريكية*. Consulté le 10 23, 2021, sur https://www.alnogbaa.com/https://www.alnogbaa.com/2020/01/blog-post_86.html
- أشواق عبدالحسن. (08 04, 2013). *وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع*. تاريخ الاسترداد 11 02, 2021, من <https://www.balagh.com/https://www.balagh.com/article/%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81%D8%A9-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9>
- الصوراني, غ. (2013). *عصر النهضة وتطور الفلسفة الأوروبية والتنوير حتى نهاية القرن الثامن عشر*. Consulté le 20 أكتوبر 2021, sur <https://www.ahewar.org/https://www.ahewar.org/debat/s.asp?aid=346893&t=4>
- عيساني, ر. ا. (2010). *الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج*. الرياض.
- نسيم عبد العزيز أشرف. (2020). *نشأة وتطور الصحافة الأوروبية*. تم الاسترداد من https://www.alnogbaa.com/https://www.alnogbaa.com/2020/01/blog-post_32.html
- FEB et G. Natan. (s.d.). *Les Bandes Perforées (Rubans perforés)*. Consulté le 11 04, 2021, sur <http://www.histoireinform.com/http://www.histoireinform.com/Histoire/+Infos/chr2inf7.htm>
- Google Images . (s.d.). *ولبر شرام*. Consulté le 10 29, 2021, sur https://www.google.com/https://www.google.com/search?q=%D9%88%D9%84%D8%A8%D8%B1+%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D9%85&newwindow=1&client=firefox-b-d&sxsrf=AOaemvIlcyBOfODMcQC77IJOZ31MNVLDw:1635525197629&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=7mIxyvLBzWjhAM%252Ceo3pHulCK6hQeM%252C_%253BEVTbwmCLB7erK
- Axel Bruns, John Hartley, Jean Burgess, و. (2018). *إعلام جديد.. تكنولوجيا جديدة* (الإصدار 1). (المجمعة العالوية للتدريب والنشر، المحرر، و هدى عمر السباعي، المترجمون) القاهرة، مصر: WILEY-BLACKWELL.

- Taneja, M. (2017, Mai 11). Consulté le 11 04, 2021, sur <https://www.deskdecode.com:https://www.deskdecode.com/cd-dvd-blu-ray/>
- TGE ADONIS. (2010). *Support d'enregistrement*. Consulté le 11 04, 2021, sur <http://icar.cnrs.fr/>: <http://icar.cnrs.fr/projets/corvis/support.html>
- ابن منظور. (بلا تاريخ). *لسان العرب* (الإصدار 1، المجلد 11). بيروت، لبنان: دار صادر.
- أبو عون، ن. (2020). *عالم الثقافة*. Consulté le 10 27, 2021, sur <https://www.worldofculture2020.com:https://www.worldofculture2020.com/?p=42590>
- اتحاد وكالات أنباء دول منظمة التعاون الإسلامي. (2021, 10 26). تاريخ الاسترداد 26 10, 2021، من https://www.una-oic.org:https://www.una-oic.org/page/public/page.aspx?page_ID=1
- آلاء جابر. (22 يناسر، 2018). *أنواع الاتصال*. تم الاسترداد من https://mawdoo3.com:https://mawdoo3.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84
- الأشقر، م. (2021). *الموسوعة السياسية/ إعلان حقوق الإنسان والمواطن لسنة 1789*. Consulté le 10 27, 2021, sur <https://political-encyclopedia.org:https://political-encyclopedia.org/dictionary/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86%20%D8%AD%D9%82%D9%88%D9%82%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%A7%D9%86%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%B7%D9%86%20%D9%84%D8%B3%D9%86%D8%A9%201789>
- الإعلام و الإعلام البيئي في المجتمع. (بلا تاريخ). *الإعلام و الإعلام البيئي في المجتمع*. بسكرة. تاريخ الاسترداد 27 10, 2021، من <http://thesis.univ-biskra.dz/2234/3/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A.pdf>
- الأمم المتحدة. (s.d.). *الإعلان العالمي لحقوق الإنسان*. Consulté le 10 27, 2021, sur <https://www.un.org:https://www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html>
- الدّندل، ج. (2021، مايو 11). *نتائج الثورة الفرنسية*. Consulté le 10 23, 2021, sur https://sotor.com:https://sotor.com/%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%A6%D8%AC_%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%88%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%86%D8%B3%D9%8A%D8%A9
- المجد — وكالات. (2021). *خصائص المجتمع المعلوماتي*. تاريخ الاسترداد 30 10, 2021، من <https://almajd.ps:https://almajd.ps/news5132/>
- المعاني. (2010-2021). تاريخ الاسترداد 20 أكتوبر، 2021، من <https://www.almaany.com:https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84/>

- المعاني (2010-2021). المعاني الجامع: <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B5%D8%AD%D9%8A%D9%81%D8%A9/>. Consulté le 10 23, 2021, sur
- المعاني الجامع. (2010-2021). تعريف و معنى السياسة في معجم المعاني الجامع. تاريخ الاسترداد 11 03, 2021 من <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9/>
- المعاني الجامع. (2010-2021). تعريف ومعنى الحادثة. تاريخ الاسترداد 11 04, 2021, من <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D8%A7%D8%AB%D8%A9/>
- المعاني الجامع. (2010-2021). ميثاق. تاريخ الاسترداد 11 05, 2021, من <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%85%D9%8A%D8%AB%D8%A7%D9%82/>
- الوكالة الموريتانية للأخبار. (2021). تاريخ الاسترداد 10 26, 2021, من <https://www.ami.mr/>
- آمال فرساس. (دون سنة). مدخل لوسائل الإعلام و الاتصال. الجزائر.
- إيلاف. (1 أبريل, 2004). "وكالة انباء الخليج" تصبح "وكالة انباء البحرين". تاريخ الاسترداد 10 26, 2021 من <https://elaph.com/Web/Archive/1001276159416388900.html>
- توزيع الصحافة وأماطه ومشكلاته في الجزائر. (بلا تاريخ). سطيف، الجزائر. تاريخ الاسترداد 10 27, 2021, من <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&esrc=s&q=&rct=j&https://www.google.com/url?sa=t&url=https%3A%2F%2Fcte.univ-dz1.dz%2FwjjgZ2ZqOrZAUMyYUKHdz4A3wQFnoECA8QAAQ&usg=AOvVa&setif2.dz%2Fmoodle%2Fmod%2Fresource%2Fview.php%3Fid%3D35578w0odriovIoEDJvEPeQIXR1S>
- جامع المعاني. (2010-2021). الأخلاق. تاريخ الاسترداد 11 03, 2021, من <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82/>
- جامعة الدول العربية, 2004). مايو 23. (الميثاق العربي لحقوق الإنسان). Consulté le 10 27, 2021, sur https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/328/ACHR2004_ARA.pdf
- جامعة بيرزيت. (2018). الخدمات العامة. تاريخ الاسترداد 10 28, 2021, من <https://ontology.birzeit.edu/term/public%20services>

- جامعة سطيف محاضرات . (بلا تاريخ). تشريعات اعلامية/ أخلاقيات المهنة الاعلامية. (جامعة سطيف، المحرر) سطيف، الجزائر. تاريخ الاسترداد 11 03 , 2021، من <https://cte.univ-setif2.dz: chapterid=5331&setif2.dz/moodle/mod/book/view.php?id=20367>
- حسن عماد مكاوي ، و ليلي حسين السيد. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة (الإصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. تاريخ الاسترداد 10 29 , 2021، من <https://www.noor-book.com/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D9%88%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D9%87-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%B5%D8%B1%D9%87-%D8%AF-%D8%AD%D8%B3%D9%86-%D8%B9%D9%85%D8%A7%D8%AF-%D9%85%D9%83>
- حواس، م، 2017). فبراير 23 5. (مميزات لا تعرفها داخل موقع يوتيوب.. الصور المتحركة أبرزها. اليوم السابع. Consulté le 11 05, 2021, sur <https://www.youm7.com/story/2017/2/23/5-%D9%85%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A7%D8%AA-%D9%84%D8%A7-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%87%D8%A7-%D8%AF%D8%A7%D8%AE%D9%84-%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9-%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%>
- حياة مكيد. (2016-2017). دروس في مقياس الاتصال السنة الثانية ليسانس. 6. الجزائر.
- خالد بن سلطان بن عبد العزيز. (2020). موسوعة مقاتل من الصحراء/ نظريات الصحافة وعلاقتها بالسلطة. تاريخ الاسترداد 10 27 , 2021، من http://www.moqatel.com: http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Fenon-Elam/sahafa/mol01.doc_cvt.htm
- خضر، م، 2019). أكتوبر 29. (بحث حول وكالات الأنباء. Consulté le 10 23, 2021, sur https://mawdoo3.com/: https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%AD%D9%88%D9%84_%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%A8%D8%A7%D8%A1
- سكاي نيوز عربية. (4 يونيو، 2013). تراجع توزيع الصحف في العالم. تاريخ الاسترداد 10 27 , 2021، من <https://www.skynewsarabia.com: https://www.skynewsarabia.com/varieties/271546-%D8%AA%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%8A%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AC%D8%B9-2012>
- سميحة زدي. (11 11 , 2016). تطور الفكر و الحريات و اثره على الصحافة. تاريخ الاسترداد 10 22 , 2021، من <https://30dz.yoo7.com/: https://30dz.yoo7.com/t2107-topic>
- سميحة ناصر خليف. (2021). موضوع كيف تطورت الكتابة. تاريخ الاسترداد 20 أكتوبر، 2021، من [https://mawdoo3.com/:](https://mawdoo3.com/)

- https://mawdoo3.com/%D9%83%D9%8A%D9%81_%D8%AA%D8%B7%D9%88%D8%B1%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A9
- صالح السعيد. (22 مارس, 2017). الإعلام والسياسة وما بينهما. *القبس*. تاريخ الاسترداد 03 11, 2021
<https://alqabas.com/article/373113>
- <https://alqabas.com/article/373113-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D9%88%D9%85%D8%A7-%D8%A8%D9%8A%D9%86%D9%87%D9%85%D8%A7>
- صالح شاكروتوت. (2004). أهمية وكالات الأنباء كمصدر من مصادر الإعلام. (جامعة أهل البيت، المحرر) *أهل البيت* (1)، الصفحات 322-323. تاريخ الاسترداد 26 10, 2021، من
<https://abu.edu.iq/sites/default/files/journals/abu/1/1-11.pdf>
- عبد الحميد، ر. (2020). يوليو 11. *أين ظهرت أول صحيفة في العالم؟*. Consulté le 11 05, 2021, sur <https://mqaall.com: https://mqaall.com/where-first-newspaper-world-appear/>
- عبد الرحمان نشادي. (2016-2017). الجرائم المعلوماتية في وسائل الاتصال الحديثة. 21-22. الجزائر.
- عبد الرحمان نشادي. (2017-2018). محاضرات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال. 7-8. الجزائر.
- عبد الرحمان نشادي. (2017-2018). محاضرات في تكنولوجيا الإعلام والاتصال. 31-34. الجزائر.
- عبد الفتاح فرج، إيمان الخطاف، سوسن الأبطح، و نذير رضا. (20 نوفمبر, 2017). الصحف الورقية في العالم العربي... إما التجدد أو الاندثار. *السرق الأوسط* (14237). تاريخ الاسترداد 27 10, 2021، من
<https://aawsat.com/home/article/1088996/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B1%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D8%A5%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%AF%D8%A>
- عبد المنعم أحمد حاتم. (08 09, 2018). تطور الإعلام في عصر ما بعد الحداثة. *بوابة الأهرام الإلكترونية*. تاريخ الاسترداد 04 11, 2021، من
<https://gate.ahram.org.eg/News/2009644.aspx>
- علي حمد إبراهيم. (04 11, 2017). الإعلام والسياسة والرأي العام. *الشرق*. تاريخ الاسترداد 03 11, 2021
<https://al-sharq.com/opinion/04/11/2017/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A3%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85>
- علي خليل شقرة. (2014). *الإعلام الجديدك شبكات التواصل الاجتماعي* (الإصدار 1). (دار أسامة للنشر والتوزيع، المحرر) عمان، الاردن.

- عيسى العسافين. (2020). *الإجازة في الإعلام والاتصال*. BMC (الجامعة الافتراضية السورية، المحرر) الجمهورية العربية السورية: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية. تاريخ الاسترداد 30 10 2021، من <https://pedia.svuonline.org/>
- عيسى يونس. (2019-2020). محاضرات "مدخل إلى مجتمع المعلومات". الجلفة، الجزائر. تم الاسترداد من [http://elearning.univ-djelfa.dz/course/view.php?id=1209](http://elearning.univ-djelfa.dz/course/view.php?id=1209&lang=ar)
- غادة الحلايقة. (3 نوفمبر، 2015). أين ظهرت الصحف لأول مرة. تاريخ الاسترداد 20 أكتوبر، 2021، من <https://mawdoo3.com/>:
https://mawdoo3.com/%D8%A3%D9%8A%D9%86_%D8%B8%D9%87%D8%B1%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81_%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84_%D9%85%D8%B1%D8%A9
- فريال أوصيف. (2013). تاريخ الاسترداد 23 10 2021، من <http://academic-space.blogspot.com/>: http://academic-space.blogspot.com/2013/09/blog-post_953.html
- فهد بن عبد الرحمن الشميمري. (2010). *التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام* (الإصدار 1). الرياض، السعودية. تاريخ الاسترداد 26 10 2021، من http://saudimediaeducation.org/sme/pdf/media_book.pdf
- قاموس المعاني . (2012-2021). تاريخ الاسترداد 20 أكتوبر، 2021، من <https://www.almaany.com/>: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B9%D9%84%D9%85/home.php?lang_name=ar-servicategoryces=%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D9%86%D9%8&arword=%D&service=dict&A+%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B98%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85+
- قاموس المعاني. (2010-2021). تاريخ الاسترداد 20 أكتوبر، 2021، من <https://www.almaany.com/>: <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B3%D9%8A%D9%84%D8%A9/>
- قاموس المقاتل. (2020). *نشأة الصحافة وتطورها*. Consulté le 10 28, 2021, sur <http://www.moqatel.com>: http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Fenon-Elam/sahafa/sec02.doc_cvt.htm
- كوارتز الدولية للتدريب والإعلام. (2020, 01 28). *ما هو الاعلام الرقمي؟؟*. Consulté le 11 04, 2021, sur <https://www.facebook.com/>: <https://www.facebook.com/info.quartz/posts/2695637993890862/>
- مأمون مطر. (2013). *الإعلام الرقمي (استخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلام)*. تاريخ الاسترداد 04 11 2021، من <https://www.google.com/url?q=https://www.academia.edu/keypass/d3dnN2RBOXpmMHpIN0cxYkw2MkhSOXNFMnE1N3R3YXk3bXBzQm5HL0tiOD0tLXYrNEdkM1crcDluREtwaE5IR2NKK1E9PQ%3D%3D-->

- ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، و مصطفى يوسف كافي. (2014). تكنولوجيا الإعلام والاتصال (الإصدار 1). (دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، المحرر) عمان، الاردن: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- مجد خضر. (29 أكتوبر، 2019). بحث حول وكالات الأنباء. تاريخ الاسترداد 1023، 2021، من <https://mawdoo3.com/>:
https://mawdoo3.com/%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%AD%D9%88%D9%84_%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%A8%D8%A7%D8%A1
- مجلة الخليج. (07 01، 2019). "أكتنا ديورنا" أول صحيفة للخبر المخطوط. الخليج. تاريخ الاسترداد 11 14، 2021، من
<https://www.alkhaleej.ae/%D9%85%D8%AD%D8%B7%D8%A7%D8%AA/%D8%A3%D9%83%D8%AA%D8%A7-%D8%AF%D9%8A%D9%88%D8%B1%D9%86%D8%A7-%D8%A3%D9%88%D9%84-%D8%B5%D8%AD%D9%8A%D9%81%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AE%D8%A8%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AE%D8%B7%D9%88%D8%B7>
- محمد البشاري. (12 جويلية، 2021). الإعلام الرقمي ودوره في التعليم. تاريخ الاسترداد 11 04، 2021، من
<https://www.alittihad.ae/opinion/4204863/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85>
- محمد علاوة. (جوان، 2017). الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة العلاقة بينهما. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 1(2-1)، صفحة 162. تاريخ الاسترداد 10 28، 2021، من <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/57231>
- محمد عويس. (بلا تاريخ). المتكاتف الصحفي « مستقبل وسائل الإعلام في ملتقى عربي أول للصحافة الرقمية. (صحيفة الحياة، المحرر) تاريخ الاسترداد 11 03، 2021، من <https://www.mediaobserver.org/>:
<https://www.mediaobserver.org/article.php?id=6838>
- محمد محفوظ. (2005). تكنولوجيا الاتصال، دراسة في الأبعاد النظرية والعلمية لتكنولوجيا الاتصال. القاهرة، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- محمود محمود. (2017). أفكار ورجال: قصة الفكر الغربي. مؤسسة هنداوي. تاريخ الاسترداد 10 22، 2021، من <https://www.hindawi.org/books/49271737/11/>
- محي محمد مسعي. (1999). ظاهرة العولمة الأوهام والحقائق (الإصدار 1). مصر: مطبعة ومكتبة الشعاع.

- مؤسسة هنداوي. (2017). أفكار ورجال: قصة الفكر الغربي. جانفي، 1: مؤسسة هنداوي. تاريخ الاسترداد 22 أكتوبر، 2021، من <https://www.hindawi.org/>: <https://www.hindawi.org/books/49271737/11/>
- موسوعة الهولوكوست (s.d.). موسوعة الهولوكوست/الدعايات النازية. Consulté le 10 27, 2021, sur <https://encyclopedia.ushmm.org: https://encyclopedia.ushmm.org/content/ar/article/nazi-propaganda>
- موقع بيروت. (2004-2021). حرية الصحافة وعلاقة الصحافة بالسلطة. Consulté le 10 27, 2021, sur <https://www.yabeyrouth.com: https://www.yabeyrouth.com/5439-%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D9%88%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%B7%D8%A9>
- موقع مرافيم. (بلا تاريخ). ما اسم وكالة الأنباء الروسية من 7 حروف. تاريخ الاسترداد 10 26, 2021، من <https://www.mrafym.com/: https://www.mrafym.com/3185/%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D8%B3%D9%85-%D9%88%D9%83%D8%A7%D9%84%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%A8%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%B3%D9%8A%D9%87-%D9%85%D9%86-7-%D8%AD%D8%B1%D9%88%D9%81>
- نسرين حسونة. (2014). الإعلام الجديد.. المفهوم و الوسائل والخصائص والوظائف. تاريخ الاسترداد 10 28, 2021، من <https://nisreenhassouna.wordpress.com: https://nisreenhassouna.wordpress.com/2014/04/08/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AE/>
- نماذج الاتصال. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 10 29, 2021، من https://faculty.ksu.edu.sa: https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/m3-_nmdhj_itsl_wwzyfh.pdf
- هشام رشدي خير الله. (دون سنة). محاضرات في نظريات الإعلام. 75. مصر. تاريخ الاسترداد 10 29, 2021، من <http://mu.menofia.edu.eg/PrtlFiles/Faculties/edv/Portal/Files/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%20%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D9%84%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A9%>
- هيثم مناع. (16 10, 2007). الولايات المتحدة ومستقبل حقوق الإنسان. تاريخ الاسترداد 10 27, 2021، من <https://www.aljazeera.net: https://www.aljazeera.net>

<https://www.aljazeera.net/opinions/2007/10/16/%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9-%D9%88%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D9%84-%D8%AD%D9%82%D9%88%D9%82-2>

- هيئة التحرير. (31 03, 2020). 6 وظائف أساسية تقوم بها وسائل الاعلام . تاريخ الاسترداد 30 10,

2021، من <https://www.annajah.net>: <https://www.annajah.net/6->

<https://www.annajah.net/6-%D9%88%D8%B8%D8%A7%D8%A6%D9%81-%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%82%D9%88%D9%85-%D8%A8%D9%87%D8%A7-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-article-24918>

- وكالة الانباء الكويتية. (2018). وكالة الانباء الكويتية كونا . تاريخ الاسترداد 26 10, 2021، من

<https://www.kuna.net.kw>:

[id=1&https://www.kuna.net.kw/UsefulInfoLinks.aspx?language=ar](https://www.kuna.net.kw/UsefulInfoLinks.aspx?language=ar&id=1)

- وليد محمد عمشه. (2021). وكالات الأنباء . تاريخ الاسترداد 26 10, 2021، من [http://arab-](http://arab-ency.com.sy)

[ency.com.sy: http://arab-ency.com.sy/detail/11171](http://arab-ency.com.sy/detail/11171)

- ويكيبيديا. (3 9, 2020). إيتار تاس. تاريخ الاسترداد 26 10, 2021، من <https://ar.wikipedia.org/>:

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D8%AA%D8%A7%D8%B1_%D8%AA%D8%A7%D8%B3

- يحيى اليحياوي. (14 نوفمبر, 2013). قضايا في تجاذبات العلاقة بين الإعلام والاتصال والسياسية. مركز الجزيرة

للدراستات، 4-5. قطر. تاريخ الاسترداد 27 10, 2021، من

<https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/mediastudies/documents/20131114101239846734Communication%20%26%20Politics.pdf>

- يحيى اليحياوي. (09 سبتمبر, 2014). دراسات إعلامية: الأخلاق في مجتمع الإعلام. (مركز الجزيرة للدراسات،

المحرر) تاريخ الاسترداد 03 11, 2021، من <https://studies.aljazeera.net>:

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2014/09/2014997515340375.html#a3>