

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 2 - أبو القاسم سعد الله -



كلية العلوم الإنسانية

قسم الاعلام والاتصال



مطبوعة بيداغوجية في مقياس

مدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال

موجهة إلى طلبة السنة الثانية ليسانس قسم الاعلام والاتصال

إعداد الدكتور: موارد أحداد

لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	جامعة الانتماء
01	د. رزيقة حيزير	جامعة الجزائر 2 - أبو القاسم سعد الله -
02	أ.د. حكيمة جاب الله	جامعة الجزائر 3

الموسم الجامعي: 2025/2024

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
1	مقدمة
2	المحور الأول: مفاهيم أساسية في الاتصال والاعلام وأوجه التشابه والاختلاف بينهما
2	1- الاتصال
5	2- الاعلام
6	3- أوجه التشابه والاختلاف بين الاتصال والاعلام
9	المحور الثاني: المفاهيم المشابه للإعلام والاتصال
10	1- الدعاية
11	2- الاشاعة
11	3- الاعلان
13	المحور الثالث: العملية الاتصالية: عناصرها وعوامل نجاحها
13	1- مفهوم العملية الاتصالية
13	2- عناصر العملية الاتصالية
17	3- عوامل نجاح العملية الاتصالية
22	4- أنواع الاتصال
27	5- عوائق الاتصال
29	المحور الرابع: نماذج من نظريات الاعلام والاتصال
30	1- نظرية الطلقة السحرية (الحقنة تحت الجلد، الابرة تحت الجلد، الرصاصة السحرية)
32	2- نظرية الاستخدامات والاشباكات
38	3- نظرية تدفق الاتصال عبر مرحلتين
43	4- نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)
48	5- نظرية الغرس الثقافي
53	المحور الخامس: نظريات فلسفة الاعلام
53	1- النظرية السلطوية
58	2- النظرية الليبرالية

61	3- النظرية الاشتراكية
64	4- نظرية المسؤولية الاجتماعية
67	5- النظرية التنموية
68	المحور السادس: عولمة الاتصال والاعلام (عصر الأنترنت والذكاء الاصطناعي)
68	1- تطور وسائل الاتصال الحديثة
72	2- عولمة الاتصال والاعلام في عصر الأنترنت والذكاء الاصطناعي
74	3- تحديات الاتصال والاعلام في عصر التكنولوجيا الحديثة (الذكاء الاصطناعي)
83	المحور السابع: نشأة وتطور وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية
83	1- الصحافة المكتوبة
93	2- وكالات الأنباء
98	3- الإذاعة
104	4- التلفزيون
107	5- السينما
111	المحور الثامن: وسائل الاعلام والاتصال في الجزائر قبل وبعد الاستقلال
111	1- الصحافة المكتوبة
116	2- الإذاعة
119	3- التلفزيون
122	6- السينما
124	7- الصحافة الالكترونية في الجزائر
127	خاتمة
128	قائمة المراجع

مقدمة:

تتناول هذه المطبوعة الجامعية الموسومة بـ "مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال" سلسلة من المحاضرات الموجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس LMD تخصص علوم الاعلام والاتصال، والمقسمة على ثمانية محاور رئيسية بارزة، تتفرع بدورها الى عناوين متنوعة تصب في إطار ما ينص عليه برنامج المقياس المدرج في عرض التكوين المقرر من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، مع إضافة بعض العناصر التي نرى بأنها مفيدة لاسيما تلك المتعلقة بالاتصال الرقمي والذكاء الاصطناعي.

وفرت المطبوعة بداية محورين هامين للتأسيس المفاهيمي للمقياس، تمهيدا للدخول الى المنظور الفلسفي لوسائل الاعلام والاتصال، والنظريات التي نشأت ضمن هذا التخصص الحديث والتي تُفسر علاقة وسائل الاعلام بالمحيط الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي، مروراً بالمرحلة التاريخية لنشأة وتطور وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية.

كما تتناول هذه المطبوعة أيضا الأطر النظرية التي ساهمت في تفسير العلاقة بين النظام السياسي وقطاع الاعلام، ثم عرجت المطبوعة على إفرازات التطور المستمر لوسائل الاتصال والاعلام والتحولات التي عرفت بها بفضل التطور التكنولوجي والذكاء الاصطناعي (عولمة الاعلام والاتصال). كما احتوت المطبوعة أيضا على عرضا تحليليا حول تاريخ نشأة وتطور وسائل الاعلام والاتصال في العالم، مع الإشارة الى نشأة وتطور وسائل الاعلام في الجزائر قبل وبعد الاستقلال والتحولات التي طرأت عليها في ظل التحول الرقمي وصحافة الذكاء الاصطناعي.

المكتسبات القبلية حول المقياس:

يُدرس مقياس "مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال" في السنة الثانية ليسانس، من منطلق أن الطالب على دراية عامة مسبقة بأولويات علوم الاعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة لها ولملم بها، وكذا مجالات دراستها وتخصصاتها والمفاهيم المشابهة، كونه قد تناولها في مادة "مدخل الى علوم الاعلام والاتصال" في السنة الأولى مع بداية مشواره الجامعي — جذع مشترك—.

❖ أهداف المقياس:

- ✓ تعريف الطلبة على مفاهيم علوم الاعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة لهما، والتعرف على مجالاته وتخصصاته
- ✓ تحديد الفرق بين المصطلحات الإعلامية والاتصالية الأساسية
- ✓ التعرف على الأنظمة الإعلامية وتأثيراتها
- ✓ التعرف على وسائل الاعلام والاتصال في الجزائر وأهم التحولات التي طرأت عليه في ظل المستجدات التكنولوجية الحديثة (الاتصال الرقمي)

المحور الأول: مفاهيم أساسية في الاتصال والاعلام وأوجه التشابه والاختلاف بينهما

1- الاتصال Communication

الاتصال لغة: ورد مفهوم الاتصال من الكلمة اللاتينية « Communis » والتي تعني باللغة الإنجليزية « Common » أي "عام" / "شائع"، وبالتالي فإنّ الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما.

ويعرفه فرنان تيرو على أنه " نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور"¹

ومن المعلوم أن المعنى القديم الذي كانت تحمله كلمة الاتصال هو الوصل والبلوغ وأما معناه العصري فهو مأخوذ من اللغة الإنجليزية أو الفرنسية وهما لغتان تستعملان لفظا واحدا للدلالة عليه وهي كلمة «Communication»

¹ زهير إحدادن: مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 23

تختلف كلمة "اتصال" عن كلمة "تواصل" فكلمة اتصال من الفعل "إتصل" أي وصل الشيء بالشيء ،
إحتك بشيء أو آخر بينما تعني كلمة "تواصل" في الاتصال تُعني العلاقات المتبادلة بين الطرفين ،أي هناك رغبة
من أحد الطرفين باتجاه الآخر وهذا الآخر يستجيب ويتفاعل مع تلك الرغبة أو انه قد يرفض ويغلق الاتصال، أما
في التواصل، فإن التفاعل أو الرغبة في المشاركة تحدث من كلا الطرفين².

• أما الاتصال اصطلاحا: هناك تعاريف متعددة للاتصال نورد منها:

✓ يعرف كارل هوفلاند « Carl Hovland » الاتصال على أنه: " العملية التي يقدّم خلالها القائم

بالاتصال منبهات لكي يعدل سلوك الآخرين "مستقبلي الرسالة."

✓ الاتصال " هو تلك العملية التفاعلية بين المرسل والمستقبل في إطار بيئة اجتماعية معينة، وهذا التفاعل يجعل

من غير الممكن فهم جانب واحد من جوانب تلك العملية بمعزل عن الجوانب الأخرى، وأن هذا التفاعل

والمشاركة بين المرسل والمستقبل يميز مفهوم الاتصال عن مفهوم الاعلام ويجعل مفهوم الاعلام معبرا عن

العملية الاتصالية لأنه يكون ذو اتجاه واحد³.

✓ الاتصال هو "العملية التي يتم من خلالها تبادل الرسائل بين طرفين أو أكثر بحيث يتفاعلون بمقتضاها فيما

بينهم من خلال منبهات مختلفة يتم الرد عليها برموز متفق عليها سلفا، ويكون موضوع الاتصال قضية معينة

أو معنى مجردا أو واقعا معينا"⁴

✓ أما الباحث العربي محمود عودة فيُعرف الاتصال بأنه: " تلك العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار

والمعلومات بين الناس، داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم، ومن حيث العلاقات المتضمنة

²نعيمة واكد، مدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، الجزائر، 2018، ص 08

³ناصر قاسيمي، الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016، ص 07

⁴ناصر قاسيمي ، مرجع سبق ذكره، ص 08

فيه، بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعي مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة أو مجتمع محلي، أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل⁵

✓ أما الدكتورة منال طلعت محمود فقد نوّهت في كتابها المعنون بـ : "مدخل إلى علم الاتصال" إلى أنّ كلمة "اتصال" تُشير إلى معانٍ كثيرة لدى الكثير من الناس، فالبعض ينظر إليها على أنّها علم والبعض يعتبرها نشاطاً، ويرى آخرون أنّها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض أنّها فن وهي قد تكون نشاطاً عفويّاً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً.

وحسب الدكتورة منال طلعت محمود بأن تعدّد المعاني المرتبطة بهذا المصطلح يعزي إلى التطور الذي حققه هذا العلم خلال تاريخه، ومن العوامل التي أدت إلى تعدّد الاستخدامات⁶:

- استخدام نفس المصطلح ليدل على كل من مجال الدراسة والأنشطة اللازمة له.
- طرق الدراسة لهذا المجال التي تعتمد على التقاليد العلمية من ناحية، وعلى الدراسات الفنية والإنسانية من ناحية أخرى.
- إنّ علم الاتصال يعتمد تقليدياً على كثير من العلوم الأخرى.
- تشير كلمة الاتصال إلى الأنشطة العفوية والأنشطة الهادفة.
- استخدمت كلمة اتصال في الأنشطة اليومية التي لا تحتاج إلى مهارة معينة، وكذلك في الطرائق الفنية التي تستلزم خبرة احترافية أو معرفة متعمقة في مجال ما.

⁵ ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 11-12

⁶ منال طلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، 2002، مصر، ص 11-12

- اللبس الواضح بين استخدام كلمة الاتصال بوصفها دراسة أو عملية، وبين الاتصال بوصفها رسائل أو تقنيات.

- الشعبية الواسعة التي يتمتع بها هذا المجال أو هذا العلم.

2- الاعلام Information

الإعلام لغة: يعني التبليغ والايصال، فيقال بلغت اليوم بلاغا أي وصلتهم الشيء المطلوب

فالإعلام في اللغة العربية هو مصدر لفعل " أعلم " وهو رباعي من العلم الذي يقصد به إدراك الشيء على حقيقته واعلمته، ولكن التعليم يختص بما يكون من تكرير وتكثير لغرض إحداث أثر على نفس المتعلم وسلوك مستحب عنده، أما الاعلام فأصبح يختص بالأخبار السريعة⁷.

وكلمة " إعلام " استُمدت من " أعلمه الشيء " وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر من المعلومات الموضوعية الصحيحة الواضحة.

أما الاعلام اصطلاحا، فقد قُدمت له الكثير من التعاريف، نذكر منها:

✓ **الاعلام هو** " نشر الحقائق الثابتة، الصحيحة، والأخبار، والمعلومات السليمة الصادقة، والأفكار والآراء، والاسهام في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور"⁸

أما سمير حسن فيعرف الاعلام على أنه: " كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بموضوعية ودون تزييف أو تحريف

⁷ لحرر عباس، زياتي الطاهر: الاعلام والاتصال في عصر العولمة، 2007، ص 233

⁸ منال أبو الحسن: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات، الوظائف والتأثير، الطبعة الأولى، مصر، 2006، ص 23

للقائع مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات، ما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة".⁹

3- أوجه التشابه والاختلاف بين الاتصال والاعلام

أثارت مسألة مفهومي الاعلام والاتصال جدلا بحثيا ومعرفيا بين الباحثين في حقل الاعلام والاتصال، نظرا لكون أن محاولة الفصل بينهما تثير غالبا تداخلا نظريا يجعل من المفهومين-متراپطين فيما بينهما بشكل كبير، وذلك بحكم الخصائص والمميزات المتشابهة التي يشترك فيها الاعلام والاتصال لا سيما وأن المعلومات هي المادة الخام لكليهما"¹⁰.

يعتبر الدكتور فاروق أبو زيد أن الاتصال هو عملية نقل الأفكار والمعلومات والآراء داخل مجتمع معين بينما الاعلام هو المنتج الإعلامي أي الأنباء والبيانات والآراء والأفكار وسائر مضامين ومخرجات وسائل الاتصال أو الاعلام. إنهما متقاربان في الشكل ومتباعدان في المعنى، ومع ذلك فإنّ الشواهد التاريخية تؤكد أن الفرد كعضو في جماعة يستقبل الرموز والصور والأنباء والمعلومات والأفكار وسائر الرسائل وينقلها إلى غيرها من الأفراد عبر الاعلام المباشر الذي يأخذ شكل الاتصال الشخص ي بحيث يأخذ أحيانا شكل الاتصال الجماهيري كالنشرات والكتب والإذاعة والتلفزيون والهاتف النقال والحاسوب والأقمار الصناعية"¹¹.

⁹عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والاسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993 ص 15

¹⁰فارس طباش: مطبوعة بيداغوجية في مقياس مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر2، كلية علوم الاعلام و الاتصال، 2020، ص 15

¹¹بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 205

إن الاتصال أشمل من مفهوم الاعلام، إذ أن هذا الأخير يقع ضمن دائرة الاتصال الذي هو عبارة عن عملية مستمرة لا تتوقف إلا بتوقف الحياة بينما الاعلام فهو فرع من أصول الاتصال وهو معني بالأخبار وايصالها هي والتقارير للجماهير عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري حيث تتم هذه العملية من خلال مراحل متعددة تبدأ من الانتقاء، والاختيارات الملائمة، الحذف والمونتاج، التشكيل والتلوين أي تحويل المادة الخام إلى مادة جاهزة بين يدي الجمهور الداخلي والخارجي¹².

ويمكن التمييز بين الاعلام والاتصال من حيث:

- ✓ أن الاعلام هو عملية نقل المعلومة أو الخبر من طرف إلى طرف آخر سواء كان فردا أو جماعة دون ان يكون هناك رد أو إجابة أو تعبير عن أي رأي من طرف المرسل إليه وفي هذه الحال تنتفي عملية التفاعل بين المرسل والمرسل اليه، وحالة التفاعل الوحيدة التي يمكن أن تشكل هي تفاعل المرسل اليه مع الرسالة بناء على مضمونها، اما الاتصال فهو أوسع من الاعلام إذ ينطوي على حالة التفاعل بين المرسل والمرسل إليه من خلال الاستمتاع الى الرسالة والرد عليها بين أطراف الاتصال.
- ✓ أهداف الاعلام محدودة بمحدودية الوسائل الإعلامية أما الاتصال يتضمنه ويشمله فعندما نتواصل مع الآخرين قد يحوي المضمون الاتصالي اعلاما، ولكن عندما تعلم الآخر من خلال وسيلة ما ليس بالضرورة اننا نتصل به ونتفاعل أو نتبادل مع المتلقي أطراف الحديث.
- ✓ يقتضي الاتصال في اطار سيرورة نقل الرسالة من المصدر الى المتلقي تفاعلا واشتركا وهو ما يسمى برجع الصدى بمعنى أن الاتصال يكون دائري وفوري اما الاعلام فلا يقتضي هذا التفاعل الآني بين المرسل والمتلقي.
- ✓ في الاتصال لا يقتضي شيوع الخبر عكس الاعلام.

¹²المرجع نفسه، ص 208

- ✓ الاعلام يأخذ اتجاهها واحدا من فوق الى تحت فهو يفرق بين مصدر الخبر والمستقبل له.
- ✓ الاعلام يصف الواقع وهذا يعني أنه لابد أن يتصف بالموضوعية والواقعية ويتعد عن الذاتية.

وفيما يلي هذا الجدول عبارة عن ملخص يوضح الفرق الكامن بين كل من مفهومي الاعلام والاتصال¹³:

جدول رقم (01): يوضح الفرق بين الاعلام والاتصال

الاتصال	الاعلام
الاتصال دائري فالرسالة تكون في اتجاهين	الإعلام أحادي الاتجاه
يشترط الاتصال قيام المستقبل بدور إيجابي (التفاعل مع المرسل)	لا يشترط حضور المستقبل خلال العملية الاعلامية
التفاعل ضروري بين طرفي العملية حتى يحدث الاتصال	لا يستدعي التفاعل المباشر بين طرفي الرسالة
الاتصال عبارة عن عملية بين طرفين	الاعلام عبارة عن نقل المحتوى

¹³فارس طباش: مرجع سبق ذكره، ص 17

الاتصال فيه رجع الصذر (التأثير)	الاعلام لا يكون فيه رجع الصدى كونه يتم في اتجاه واحد
---------------------------------	--

المحور الثاني: المفاهيم المشابهة للاعلام والاتصال

يتشابه مفهومي الاعلام والاتصال مع العديد من المفاهيم على غرار الدعاية، الاشاعة، الاعلان، الاشهار، لذلك سنحاول في هذا المحور في إزالة اللبس بين مفهومي الاعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة لهما.

1. مفهوم الدعاية

ارتبطت الدعاية في أذهان الناس بالكذب والخداع وتزييف الحقائق، وقد عرفها لينين بأنها: "الاستخدام العقلائي لحجج الفلسفة والتاريخ والعلم، بغرض التأثير على القلة المتعلمة"، وعلى ذلك فاستخدام الدعاية بالنسبة للعقائدي الشيوعي هو استخدام مرغوب فيه بل ويعبر عن معاني الصدق والأمانة في الدعوة.

كما عرفها معهد الدعاية الأمريكي عام 1937 "الدعاية الاعلامية تعبير عن رأي أو فعل يقوم بإعداده بصورة متعمدة وواعية، أفراد أو مجموعة من الناس بقصد التأثير على آراء وأفعال أفراد أو مجموعات أخرى لأغراض وأهداف تم تحديدها مسبقاً".

من جهة أخرى ينظر إلى الدعاية والإعلام على أنهما نظام متصل، أحد طرفيه الإعلام كعملية قائمة على نشر الأخبار والمعلومات والآراء بحيادية وموضوعية، بينما تقع الدعاية في الطرف الآخر كعملية قائمة على التشويه والتدخل وحجب المعلومات والآراء أو تلوينها بحسب أهداف ومصالح الأشخاص والقوى الاجتماعية التي تسيطر على وسائل الإعلام.

وحسب مرتن MERTON "الدعاية مجموعة من الرموز التي تؤثر على الرأي أو الاعتقاد أو السلوك وذلك بالنسبة للقضايا غير المتفق عليها في المجتمع".

❖ قواعد الدعاية:

- 1/ أسلوب التكرار: من خلال تكرار فقرات أو جمل معينة يسهل حفظها وتصديقها من قبل الناس.
- 2/ أسلوب المبالغة: من خلال إضافة صفات وهمية على المنتج أو الخدمة.
- 3/ أسلوب التقمص والتماثل والتقليد: من خلال استخدام أحداث محلية لتوضيح القضية، واستغلال سلامة نية المتلقي بربط واقعه وخبراته ومخاوفه مع ما يتم الدعاية له.
- 4/ الارتباط الكاذب: مثلاً استغلال تعلق الفرد بفنان أو مطرب أو شخصية عامة من أجل الترويج لأفكار معينة.
- 5/ أسلوب البساطة القابلة للتصديق: التعقيد في الصياغة قد يسبب الملل والعزوف عن متابعة الرسالة الدعائية من خلال شعارات يسهل حفظها.

2. مفهوم الاشاعة:

الاشاعة لغة اشتقاق من الفعل "شاع" الشيء يشيع شيوعاً ومشاعاً ظهر وانتشر، شاع بالشيء أي أذاعه. تعريف تشارلز أندال هي "عبارة عن رواية تتناقلها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق يؤكد صحتها".

✓ العوامل السيكولوجية المسببة لنقل الاشاعة:

حب الظهور // الرغبة في التأييد العاطفي // التسلية // متابعة الاشاعات // الشهادة

✓ أهداف الاشاعات:

1. تدمير القوى المعنوية وتفتيتها وبث الشقاق وعدم الثقة.
2. تحطيم وتفتيت معنويات الجبهتين العسكرية والداخلية.

✓ سمات الاشاعات:

1. الایجاز وسهولة التذكر وسهولة النقل والرواية.
2. القانون الاساسي للشائعات هو "قدرة الاشاعة السارية يتغير تبعا لمدى أهمية الموضوع عند الاشخاص المعنيين تبعا لمقدار الغموض المتعلق بالمساءلة المعينة.
3. تبدأ الشائعة من إيجاد خبر لا أساس له من الصحة أو تلفيق خبر فيه أثر من الصحة.
4. تزدهر بالعوز إلى الأخبار وعندما تكون الأخبار في أقصى وقرتها وحينما يرتاب الأفراد في الاخبار.

3. مفهوم الاعلان:

الاعلان Advertising هو نشاط اتصالي يهدف للإعلام عن سلعة أو فكرة أو خدمة والترويج لها عبر وسائل الاتصال بال جماهير.

إذا الاعلان يستخدم في دول المشرق العربي أما الاشهار في دول المغرب العربي يقابلها في الفرنسية Publicité في الانجليزية publicity ومنه الاعلان التجاري هو الاشهار.

تعريف جمعية التسويق الامريكية للإعلان:

"مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الاعلانية المرئية أو المسموعة أو المكتوبة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من أجل استمالته إلى التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها".

✓ سلبيات الاعلان:

من سلبياته أنه:

- يدفع الناس الى المبالغة في الاستهلاك، يحبط الفقراء لان قيمة الاعلانات تضاف لسعر المنتج.
- يبالغ في نقل المضامين أو يقدم أكاذيب.
- سيطرة المعلنين على وسائل الاعلام من خلال التهديد بحجب اعلاناتهم اذا ما بثت مضامين تضر بمصالحهم.

- رسم صور نمطية تحط من قدر بعض فئات المجتمع (مثال عرض الاشخاص الكبار في السن بصورة العاجزين، المبالغة في عرض المرأة بالتركيز على شكلها).
- دفع الناس للتركيز على الجوانب المادية وإهمال تطوير الذات (غنى النفس، العقل، الاخلاق).

جدول رقم (02): يوضح الفروق الأساسية بين الاعلام، الدعاية، الاشاعة والاعلان

الإعلام	تقديم	دعاية بيضاء: أحداث وآراء	الإشاعة: قد تكون	الإعلان: الترويج لسلعة
حقائق	وروايات قد تكون صحيحة أو خاطئة هدفها توجيه رأي المتلقي نحو سلوك أو فعل معين.	صادقة أو كاذبة أو مضخمة	أو خدمة من خلال وسائل الاتصال ووسائل	
ومعلومات بهدف تنوير المتلقي.	دعاية سوداء: تزيف حقائق لتشويه سمعة شخص أو مؤسسة.	دعاية سوداء.	الاتصال الجماهيري (جرائد اذاعة تلفزيون وسينما	

المحور الثالث: العملية الاتصالية: عناصرها وعوامل نجاحها

1- مفهوم العملية الاتصالية

لدى دراسته للانتخابات الرئاسية الأمريكية، صاغ العالم الأمريكي "هارولد لاسويل" Harold Lasswell

في الأربعينات 1948م عناصر العملية الاتصالية في شكل أسئلة، واتخذت بعده قبل الباحثين

ركيزة لتطبيق البحوث الخاصة بالاتصال والاعلام على حدّ سواء¹⁴.

¹⁴نعيمية واكد: مرجع سبق ذكره، ص 11

2- عناصر العملية الاتصالية:

وتتألف العملية الاتصالية (صيغة لاسويل) من خمسة نقاط أساسية، تعدّ حجر البناء لأي رسالة إعلامية واتصالية، وهذه النقاط تمّ تبسيطها في شكل أسئلة بسيطة، وهي الأسئلة التي تشكل عناصر العملية الاتصالية. حيث جاءت أسئلة لاسويل على النحو التالي:

1. من؟ / 2.. يقول ماذا؟ / 3. بأي قناة؟ / 4. إلى من؟ / 5. بأي تأثير؟

تتكون العملية الاتصالية، من العناصر التالية:

1. المرسل أو المصدر أو القائم بالاتصال: (من؟)

هو أول أطراف العملية الاتصالية، صاحب الفكرة أو المبادرة يفتح الفعل الاتصالي، فهو العنصر الأول في عملية الاتصال وقد يكون القائم بالاتصال فرداً أو مجموعة من الأفراد، فالمرسل هو الذي يقوم بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني إلى الآخرين، وعليه تقع مسؤولية "خلق التفاعل"، بمعنى أن عملية الاتصال بؤمتها تتأثر بتوجهات المرسل، فهو الذي بإمكانه أن يدفع المستقبل إلى أن يتفاعل مع محتوى الرسالة موافقة أو رفضاً¹⁵، عند نقله للمعاني والمعلومات والأفكار إلى الآخرين وعليه، وبحكم أن المرسل هو الطرف الأول في العملية الاتصالية، فإنّ تحقيق الهدف من الرسالة تقع على عاتق المرسل، ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن هناك خصائص يجب أن يتحلّى بها المرسل أو القائم بالاتصال، وهذه الخصائص والصفات نلخصها في النقاط التالية¹⁶:

¹⁵ نبهة صالح السامرائي: علم النفس الإعلامي مفاهيم، نظريات، تطبيقات، ط1، دار المناهج للنشر، الأردن، 2007، ص 214

¹⁶ نضال فلاح الضالعين وآخرون: نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 78

• المنطق والبلاغة: أي اللغة الواضحة، البساطة...

• فن الإلقاء

• الإقناع: أي القدرة على التأثير

2. المتلقي أو المستقبل أو الجمهور: (لمن؟)

يُشكل المستقبل أو المتلقي الطرف الثاني من عناصر العملية الاتصالية، يستقبل الرسالة ومحتواها، و يعتبر هو المستهدف من عملية الاتصال التي تنطلق من هدف محدد يتمثل في توصيل الرسالة إلى المستقبل ليتأثر بها ويتفاعل معها ومن دون هذا العنصر (المتلقي) لا يكون الاتصال كاملاً¹⁷.

كما يجب التنويه إلى أن المستقبل لا يستقبل الرسالة ولا يتأثر بها مباشرة، وإنما يقوم بعمليات تنقية واختيار حسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته ورغباته، وخلال عملية انتقال الرسالة من المرسل إلى المستقبل قد يطرأ عليها تحريفات في الصوت أو الكتابة، وهذا ما يُطلق عليه علماء الاتصال بالتشويش.

ولذلك يجب أن لا يُقاس نجاح عملية الاتصال بما يُقدمه المرسل، ولكن بما يُقدمه المستقبل من سلوكيات (استجابة) تدل على نجاح الاتصال وتحقيق الهدف¹⁸.

وقد صنف " دنيس هوويت " جمهور المتلقين إلى نوعين رئيسيين هما¹⁹:

¹⁷ نبيهة صالح السمارائي: مرجع سبق ذكره، ص 216

¹⁸ رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال المفاهيم الأساسية في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2008، ص

86

¹⁹ المرجع نفسه، ص 86

• **الجمهور العنيد (الجمهور الفعال):** وهذا النوع من الجمهور لا يستسلم تماما لوسائل الاعلام التي تسعى إلى تغيير آرائه ومواقفه واتجاهاته والسيطرة عليه.

• **الجمهور الحساس (غير الفعال):** وهذا النوع من الجمهور يتأثر بوسائل الاعلام ويستسلم لمحتواها ومضامينها.

ويرى آخرون على غرار " صالح أبو الصبع"، أنّ هناك نوعا ثالثا من الجمهور وهو " الجمهور اللامبالي" وهو الذي يتعامل مع الرسائل الإعلامية بإهمال ولا مبالاة (لا يرفض ولا يوافق) على ما تنشره وتبثه وسائل الاعلام.

3. الرسالة أو المضمون أو محتوى الرسالة: (يقول ماذا؟)

يُقصد بالرسالة المحتوى المعرفي الذي ينقله القائم بالاتصال إلى المتلقي، وتأخذ الرسالة عدة اشكال مثل الإيماءات والإشارات، والرموز، الابتسامة، النظر، وهناك نوعا آخر يكون عن طريق الندوات والمحاضرات، الصحف، الراديو والتلفزيون...إلخ.

فالرسالة هي " جوهر العملية الاتصالية" ²⁰، حيث لا جدوى للمرسل دون رسالة (مضمون، محتوى) محدّدة ومضبوطة يقوم بنقلها نحو المتلقي بإحكام وبأسلوب واضح مناسب لكون الرسالة همزة وصل بين المرسل والمتلقيين فالرسالة هي المعنى، الفكرة أو المحتوى، الذي ينقله المرسل للمتلقي وتتضمن المعاني، الآراء والأفكار حول موضوع ما يتم التعبير عنه باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة.

وعلى هذا الأساس يجب أن تكون الرسالة مفهومه وواضحة في ذهن المتلقي بنفس الدرجة لدى المرسل.

4. الوسيلة: (بأي قناة؟)

²⁰نعيمية واكد، مرجع سبق ذكره، ص 11

هي القناة أو القنوات التي تمرّ عبرها الرسالة بين المرسل والمتلقي أثناء عملية الاتصال فهي وسيلة الاتصال التي تنقل الرسالة وتوصلها من المرسل إلى المتلقي، فالرسالة الشخصية مثلاً نتلقاها عن طريق الحواس مثل: النظر، السمع... والرسائل العامة نتلقاها عبر وسائل الاتصال الجماهيري من صحف ومجلات ورايو وتلفزيون وسينما.

5. رجع الصدى: (بأي تأثير؟)

ونقصد به التفاعل أو رد الفعل أو الاستجابة التي تنشأ لدى المتلقي فور تلقي الرسالة من المرسل، وقد تكون إيجابية تُعلن عن مدى الاتفاق في الأفكار المطروحة أو تكون سلبية وتؤسس لعدم تماثلها، وقد تكون عملية الاستجابة بكافة أنماط الاتصال: الصوت والمنطوق أو الكتابة أو التعبير غير اللغوي (لغة الجسد).

3- عوامل نجاح العملية الاتصالية

إنّ نجاح عملية الاتصال، يتوقف على جملة من العوامل تتعلق بالمرسل، الرسالة، المتلقي، الوسيلة، رجع الصدى، وعليه، فإنّ عوامل نجاح العملية الاتصالية، تتمثل فيما يلي²¹:

أولاً: الشروط الخاصة بالمرسل: هناك مجموعة من الشروط التي يجب توفرها في القائم بالاتصال حسب " ديفيد

بيرلو " «David Perlo» و " ألكس تان " « Alex Tan »

أ- الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال حسب " ديفيد بيرلو": يرى بيرلو أن عملية الاتصال يتوقف

على توفر أربعة شروط أساسية في المصدر (المرسل)، وهي:

²¹ فيروز قاسحي: مرجع سبق ذكره، ص 32-33

1. توفر مهارات الاتصال وهي خمسة: إثنان تتعلقان بوضع الفكرة ورموزها وهما (الكتابة والتحدث)، واثنان

تتعلقان بفك رموز الرسالة) وتتمثلان في مهارة (القراءة والاستماع)، والمهارة الخامسة هي القدرة على

التفكير الدقيق، وهذه الأخيرة تساعد على تحديد الهدف من الرسالة الاتصالية.

2. اتجاهات المرسل نحو نفسه ونحو المتلقي: تؤثر اتجاهات المصدر على اتصاله بشكل مباشر، وعليه يجب أن

نحدد ما إذا كانت اتجاهات القائم بالاتصال نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي سلبية أو إيجابية.

3. اتجاهات المرسل نحو نفسه ونحو المتلقي: تؤثر اتجاهات المصدر على اتصاله بشكل مباشر، وعليه فإنه يجب

أن نحدد ما إذا كانت اتجاهات القائم بالاتصال نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي سلبية أو إيجابية.

✓ اتجاهات المرسل نحو نفسه: إذا كان اتجاه الفرد نحو نفسه سلبيا، فإن ذلك سوف يؤثر بالتأكيد على

الطريقة التي يتصل بها. مثل الطالب الذي يخاف أن يوجه حديثه إلى زملائه خلال عرضه للبحث، أو

مثل الموظف الذي يرفض الترقية خوفا من زيادة المسؤوليات، أو الصحفي الذي لا يستطيع البدء في الكتابة

لأنه لا يعرف أبجديات الكتابة الصحفية. هؤلاء جميعا لديهم فكرة سيئة عن ذواتهم (إنعدام الثقة) وهذه

الفكرة السيئة عن النفس ينقلها الفرد لاشعوريا إلى الآخرين ومن هنا فإن الثقة بالنفس عند المصدر تولد

عنده ثقة فيما يقوله أو يفعله.

✓ اتجاهات المرسل نحو الموضوع: مثلا حينما نقرأ كتابا أو مقالا صحفيا، أو نشاهد فيلما أو نحضر محاضرة

علمية، يبقى لدينا انطباع عن اتجاه الكاتب أو الممثل أو المحاضر تجاه الموضوع، وهذا الانطباع يتبلور في

شكل سؤال في أذهاننا وهو: هل هذا الكتاب أو الممثل أو المحاضر تمتنع بما يقوله ويفعله؟ أم أنه يتظاهر

بالتحمس له فقط؟ كل هذه الاعتبارات تؤثر على فعالية الاتصال.

4. اتجاهات المرسل نحو المتلقي: وهذا أيضا يؤثر على قدرة المرسل وفاعليته، فحينما يدرك المتلقي أن المرسل

يجبه ويهتم به يُصبح أقل انتقادا لرسائله والعكس صحيح.

5. مستوى معرفة المرسل وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته: فالمرسل لا يستطيع أو

يصعب عليه أن ينقل ما لا يعرفه، ولا يستطيع أن ينقل بفعالية مضمونا لا يفهمه، وعليه يجب أن يكون

المرسل على دراية بما يقوله وملما بالموضوع الذي يعالجه.

ب- عوامل فعالية المرسل حسب "أليكس تان"²²:

حسب "أليكس تان"، هناك ثلاثة عوامل رئيسية يجب أن تتوفر في المرسل، وهي:

1. المصدقية: ويعتمد قياس مصداقية المرسل على عنصرين أساسيين هما: الخبرة وزيادة الثقة في المرسل.

✓ الخبرة: بمعنى أن يكون المرسل يملك الخبرة الكاملة في نقل المعارف أو الإجابة عن قضية ما، وهذه الخبرة

تعتمد على التدريب والتجربة والقدرة على الاتصال (بما تحتويه من مهارات الكلام والكتابة والتعبير

والاحترافية)، فالشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقية عن الموضوع.

✓ أما مفهوم الثقة، فيشير إلى إدراك المتلقي عن المرسل بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون

تحيز.

2. الجاذبية: وتتحقق حين يكون القائم بالاتصال قريبا من الجمهور في النواحي النفسية والاجتماعية والأيدولوجية

ونظرا لصعوبة قياس هذه الخاصية الموضوعية، فقد ركّز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في:

²² Alex Tan : Mass Communication theories and research , ed New York, 1985,p.25

التشابه والمودة، وكذلك الحب، وذلك بناء على الغرض القائل بأن المصدر ذو الجاذبية سيكون تأثيره كثيرا عن الشخص المحايد أو ليس له الجاذبية في عملية الاقناع.

3. قوة المصدر أو ما يعرف أيضا بالسلطة والنفوذ.

ثانيا: الشروط الخاصة بالرسالة: من أهم الأمور التي يجب مراعاتها في الرسالة هو سهولة استيعابها من جانب المتلقي واستخدام الأساليب الاقناعية، ومراعاة حقائق الوسيلة المستخدمة في توصيل المعنى للجمهور المستهدف (المتلقي).

و يُحدّد الباحث " جورج كلابر " Georges Clapper " خمسة شروط يجب توفرها في الرسالة، هي:

✓ يجب أن تحتوي الرسالة على كلمات سهلة، بسيطة وواضحة، وجمل قصيرة قابلة للاستماع والقراءة بالنسبة للمتلقي.

✓ يجب أن تتضمن الرسالة اهتمامات المتلقي ومصالحه.

✓ يجب عدم التكرار وتنويع المفردات.

✓ الواقعية: أي التعبير عن الواقع بصدق وواقعية.

✓ القابلية للتحقق: ومعناه اشتمال الرسالة على جُمل وعبارات عملية يمكن إختيارها والتأكد منها في الواقع.

و حين نتحدث عن الرسالة فإن المرسل عليه أن يتخذ عدة قرارات مثل: تحديد الأدلة التي سوف يستخدمها وتلك التي سوف يستبعدها، الحجج التي يطيل فيها والتي يجب أن يختصرها، وأيضا نوعية الاستمالات التي يستخدمها في الرسالة، وهي:

- **الإستimalات العاطفية:** وتستهدف هذه الإستimalات التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال.

- **الإستimalات العقلية:** وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتنفيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة وهي تستخدم في ذلك:
✓ الإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

✓ تقديم الأرقام والإحصاءات.

✓ بناء النتائج على المقدمات.

- **استمالات الخوف:** يشير هذا المصطلح إلى النتائج غير المرغوبة عن عدم اهتمام المتلقي بتوصيات القائم بالاتصال، وتخطب إستimalات الخوف غريزة الخوف عند المتلقي، وتعمل على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي مثل: إثارة خوف الناس وتحذيرهم من الأمراض الخطيرة حتى يسارعوا إلى الكشف الطبي الدوري.

ثالثا: الشروط الخاصة بالمتلقي:

- وهي خمسة شروط، حسب " ديفيد بيرلو" «**David Perlo**» : إثنان تتعلقان بوضع الفكرة ورموزها وهما (الكتابة والتحدث)، واثنان تتعلقان بفك رموز الرسالة وتتمثلان في مهارة (القراءة والاستماع)، والمهارة الخامسة هي القدرة على التفكير الدقيق، وهذه الأخيرة تساعد على تحديد الهدف من الرسالة الاتصالية.

رابعا: الشر وط الخاصة بالوسيلة

وتتمثل في القدرة الاقناعية لكل وسيلة حسب محتواها، جاذبية الصورة، الصوت وغيرها.

خامسا: الشروط الخاصة برفع الصدى:

ورجع الصدى قد يكون:

✓ فوريا (آنيا) أو عاجلا كما هو الحال في الاتصال المواجهي، أو مؤجلا كما هو الحال في الاتصال الجماهيري.

✓ إيجابيا: يشجع المرسل على الاستمرار في تقديم الرسائل.

✓ سلبيا: لا يشجع المرسل على تقديم الرسائل وهذا يتطلب تعديل شكل أو محتوى الرسائل الموائية.

✓ داخليا: ينبع من إحساس المرسل بفعالية الرسالة وتأثيرها، وقد يكون خارجيا ينبع من المتلقين.

✓ حرا: يصل من المتلقي إلى المصدر مباشرة أو بدون عوائق أو تنقية، أو مقيدا.

4- أنواع الاتصال

إنّ تعدّد أنواع الاتصال وتصنيفاتها، يرجع إلى مؤشرات اللغة المستخدمة (الاتصال اللفظي، والاتصال غير اللفظي)، أو إلى درجة رسميته، أو إلى إتجاهه، أو إلى عدد المشاركين في العملية الاتصالية.

1. نوع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة:

يرى المهتمون بالاتصال الإنساني أن كلمة " لغة " لا ينبغي أن تقتصر على اللغة اللفظية وحدها، لذلك فهم يعتبرون كل فهم منظم ثابت يعبر به الانسان عن فكرة ت حول بخاطره، أو إحساس يحيش بصدوره إنما هي لغة قائمة بذاتها وعلى ذلك فإنّ التعبير بالصور، الحركة، الرموز، الاشارات... إلخ .

يُصبح لغة إذا حقق للإنسان هدف في نقل أحاسيسه وأفكاره إلى الغير. وعلى هذا الأساس قسم الباحثون

الاتصال الإنساني حسب اللغة إلى²³:

أ. الاتصال اللفظي: **Communication Verbale**

وهو الاتصال الذي يجمع بين الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية، وهذا النوع من الاتصال وُجد منذ تواجد

الانسان، فهو ظاهرة إنسانية شاملة، وبفضله يوصل الانسان ما بداخله.

ب. الاتصال غير اللفظي: **Communication non Verbale**

هو الاتصال الذي يسعى الفرد من خلال نظام من الرموز في حركاته وإيماءاته وملابسه، أي هو الاتصال الذي

يرتكز على لغة الجسد، لغة الأشياء، لكن يبقى هذا النوع من الاتصال يحتاج في بعض الحالات إلى الاتصال

اللغوي (اللفظي) بغرض التفسير والتبرير.

وقد أكد " راندال هاريسون " **Randall Harrisin** " ، بأنّ الاتصال غير اللفظي يمتدّ ليشمل تعبيرات

الوجه وإيماءات والرموز... إلخ، وعليه فقد قسم هاريسون أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة وهي:

• رموز الأداء: وتشمل حركات الجسد كتعبيرات الوجه، وحركات العيون والإيماءات... إلخ

• رموز اصطناعية: كنوع الملابس، وأدوات التجميل، الأثاث، وغيرها.

²³ حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1998 ، ص ص 25-26

• رموز إعلامية: نتيجة الاختيارات والترتيب، الابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية مثل حجم "البنت" ونوع الصورة، والألوان، ونوع اللقطة التلفزيونية بعيدة أو متوسط أو مقربة، وكذلك أسلوب استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية.

• رموز ظرفية: وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان، ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم، كترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم ومكانتهم الاجتماعية، أو تجاهل شخص نعرفه بطريقة متعمدة.

2. نوع الاتصال من حيث درجة رسميته:

يُقسم الاتصال من حيث درجة رسميته إلى نوعين²⁴:

أ. الاتصال الرسمي:

وهو الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليه في نظمها وتقاليدها، ويعتمد على الخطابات أو المذكرات أو التقارير أو المراسلات وهو ما يُعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها الهيكل.

ب. الاتصال غير الرسمي:

وهو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار، أو جهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعملهم، أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال

²⁴حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 30، 31

الرسمية أو تعبير عن خطوط تحددها وتدعمها السلطة الرسمية خلال السلم الهرمي المتدرج للتنظيم مثل اللقاءات بين الأشخاص مثلاً: يتقابل زميل في جهة مع زميل من جهة أخرى في جفل ويتبدلان وجهات النظر في موضوع يهمهما.

2. نوع الاتصال من حيث اتجاهه: وينقسم إلى²⁵:

أ. الاتصال النازل (الهابط) : **Communication descendante**

و يُقصد بالاتصال النازل من أعلى إلى أسفل، وهو عملية إرسال المعلومات من الجهات الإدارية العليا إلى الجهات الدنيا متضمنة تعليمات محدودة، و نظم القوانين، وأساليب تطوير الأداء، وقواعد الجزاء والعقاب ومختلف الأوامر والتعليمات الخاصة بتنفيذ القرارات اليومية.

ب. الاتصال الصاعد : **Communication ascendante**

و يُقصد به عملية إرسال المعلومات من الجهات الدنيا أي من الرؤوسين نحو الجهات العليا متعلقة بأداء المهام ومشكلات التنفيذ، وصعوبات تطبيق الإجراءات وذلك بغرض تحسين فعالية الأداء.

ت. الاتصال الأفقي: **Communication latérale**

هو تلك العملية التي تتم بين العاملين في نفس المستوى بغرض التشاور وتبادل الخبرات والمعلومات دون الرجوع إلى المستويات العليا.

²⁵ناصر قاسيمي: مرجع سبق ذكره، ص 10-11

أو هو الاتصالات الجانبية التي تتم بين الأفراد أو الجماعات في المستويات المتقابلة وهي اتصالات تزيد من انسجام وتماسك الجماعات المهنية المختلفة التي تبني قواعد وأساليب للتعاون خاصة بها ومناسبة لمستويات إدراكها ومستوياتها المهنية، وكثيرا ما يلجأ إلى الاتصال الأفقي نظرا للإرتياح النفسي الذي يتحقق من خلال تبادل أطراف الحديث عكس ما قد يحدث في الاتصالات الصاعدة خاصة في حالة عدم ديمقراطية المسؤول والإدارة وفي حالة تعقد الإجراءات التي يفرضها التنظيم الرسمي.

2. نوع الاتصال من حيث حجم المشاركين في العملية الاتصالية²⁶:

ويمكن تقسيم نوع الاتصال من حيث حجم المشاركين إلى ستة أنواع هي: الاتصال الذاتي، الاتصال شخصي، الاتصال الجمعي، الاتصال العام، الاتصال الوسيطي، الاتصال الجماهيري.

1. **الاتصال الذاتي**: وهو الاتصال الذي يحدث داخل الفرد، أو بين الفرد ونفسه، أي أنه الاتصال الذي يحدث داخل عقل الفرد ويتضمن أفكاره وتجاربه ومذكراته.

2. **الاتصال الشخصي**: وهو الاتصال المباشر، أو الاتصال المواجهي حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين، أو أكثر في موضوع مشترك، ويتيح أيضا فرصة التعرف السريع والمباشر على تأثير الرسالة، مما يُتيح فرصة أمام القائم بالاتصال لتعديل رسالته، لتصبح أكثر فاعلية وتأثير.

3. **الاتصال الجمعي**: وهو الاتصال الذي يحدث بين مجموعة من الأفراد مثل أفراد الأسرة، زملاء الدراسة أو العمل.

4. **الاتصال العام**: ويُعني وجود الرد مع مجموعة كبيرة من الأفراد، كما هو الحال في الندوات والمحاضرات والمسارح.

²⁶ خضرة عمر المفلح : الاتصال، المهارات والنظريات، وأسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص ص 31-32

الاتصال الجماهيري: هو عملية الاتصال التي تتم عن طريق استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، وهو يتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة، مع مقدرة على خلق رأي عام.

5. الاتصال الوسيط: وهو يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري، وهو يشمل الاتصال السلبي من نقطة إلى أخرى، مثل الهاتف والتلكس.

2 أهداف وأهمية الاتصال

1. أهداف عملية الاتصال²⁷: نذكر منها:

- إن الغرض الأساسي من عملية الاتصال هو إحداث تغيير في البيئة، أو في الآخرين، فالمرسل يقصد من إرساله التأثير في المستقبل، لذلك يجب التمييز بين مستقبل مقصود، وآخر غير مقصود في عملية الاتصال.
- أحداث تفاعل بين المرسل والمستقبل من حيث الاشتراك بفكرة، أو مفهوم، أو رأي.
- أحداث التأثير (الإيجابي) وتبادل المعلومات عن طريق استخدام الألفاظ والرسوم والصور...إلخ.

2. أهمية الاتصال: نذكر:

- فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والاطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى المجالات والميادين.

²⁷ خضرة عمر المفلح: مرجع سبق ذكره، ص 33

- يتيح الاتصال الفرصة لتعرف آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها على شكل حوار ونقاش بين طرفين من الناس أو مجموعة من الناس.

- يساعد الاتصال الأفراد والمجتمعات على نقل الثقافات والعادات والتقاليد واللغات من وإلى المجتمعات الأخرى.

- يستخدم الاتصال من خلال وسائله الجماهيرية المتعددة التأثير كوسيلة إعلان ناجحة

تلعب وسائل الاتصال المختلفة دورا هاما في عملية الانماء حيث يعدّ الانماء حركة تغيير وتطوير للمجتمع في حقل معين يصب في قنوات التنمية الشاملة.

5- عوائق الاتصال:

يُقصد بمعوقات الاتصال كل ما يُحول دون حدوث إتصال ناجح وفَعَال بين طرفي عملية الاتصال ويتوقف هذا النجاح على سلوك المرسل والمستقبل وعلى كفاءة الوسيلة، وهي كل ما يعترض عملية الاتصال من مشاكل لأحد عناصر العملية الاتصالية، وتعمل على تشويه وتحريف العملية الاتصالية ما يمنعها من تحقيق الهدف الذي وُجدت من أجله، ومن معوّقات الاتصال، نذكر²⁸:

1. لغة الاتصال: من أهم معوّقات عملية الاتصال بالمؤسسة، عدم وضوح الرسالة المراد تبليغها وإيصالها، ويرجع

ذلك إلى إستخدام لغة غير مفهومة، معقدة، وغير واضحة، أو كلمات لديها أكثر من معنى، وهو ما يصعب من تحقيق الهدف من عملية الاتصال، ويترتب عليها مشكلات عدة للإدارة والعاملين بالمؤسسة لذلك يجب استخدام اللغة بما يتناسب ونوعية المتلقي.

²⁸نعيمة واكد: مرجع سبق ذكره، ص 55-56

2. **موضوع الاتصال:** إنّ عدم الاهتمام بموضوع الاتصال يّدي إلى حدوث مشكّلات عدة تعوّق عملية الاتصال

في المؤسسة، فتحديد مضمون موضوع الاتصال يحتاج الى دراسة تحليلية للبيانات والمعلومات لبلورة الفكرة الأساسية لعملية الاتصال حتى تصل بصورة جيدة للمتلقي.

3. **عنصر الوقت:** لعنصر الوقت أهمية حيوية في نجاح الإدارة في تحقيق وظائفها بكفاءة عالية، و يعدّ الوقت

من العوامل التي تؤدي إلى عرقلة عملية الاتصال وفشلها، فالوقت يملك دور كبير في جعل الاتصال ضعيفا أو قويا. فقد يؤدي ضغط الوقت الذي تمّ فيه الاتصال إلى عدم فاعليته نظرا لاحتمال قصور الرسالة أو عدم توافر الوقت للمتلقي ليفهم الاتصال.

وهناك من يُصنّف معوّقات الاتصال إلى:

1. **معوّقات في المرسل:** ونذكر منها:

- عدم وضوح الهدف الحقيقي للاتصال، فعدم قدرة المرسل على تحديد ما الذي ينبغي تحقيقه من الاتصال، يعدّ من أهم معوّقات عملية الاتصال.
- عدم وضوح اللغة وصعوبتها.

معوقات في الرسالة: ومنها:

- سوء الادراك والفهم للمعلومات لدى المرسل أثناء صياغة الرسالة.
- عدم انتقاء المعاني السهلة والم عبّرة للأفكار.
- عدم تناسب موضوع الرسالة مع حاجة المستقبل.

2. **معوقات في المستقبل:** يقع المستقبل في نفس الأخطاء التي يقع فيها المرسل عند استقباله للرسالة ،فعدم

الفهم والادراك للرسالة يحول دون فكالترميز والاستجابة للمرسل مما يجعل عملية الاتصال تنقطع.

2. **معوقات خاصة بالوسيلة:** تتعدد الوسائل الناقلة للرسائل وتتعدد صفاتها، فما على المرسل إلا ان يختار

الوسيلة المناسبة للهدف والتي تتناسب مع موضوع الرسالة وطبيعة المستقبل، فعدم تناسب الوسيلة مع محتوى

الرسالة يتسبب في فشل الاتصال.

5. **معوقات في بيئة الاتصال:** للبيئة المحيطة بنا تأثير كبير في عملية الاتصال، وعليه يجب الاهتمام بالعوامل المحيطة

بهذه البيئة، وإلا فإن ذلك سيؤثر على عملية الاتصال، ومن هذه الأخطاء نذكر: التشويش، عدم فهم الأهداف

المشتركة لدى أحد أطراف العملية الاتصالية أو كلاهما ،التعارض في الأهداف.

المحور الرابع: نماذج من نظريات الاعلام والاتصال

تطورت نظريات الاتصال عبر التاريخ الإنساني مع المحاولات التي بذلها الباحثون لدراسة وتحليل عملية الاتصال

ووصف أبعادها وعناصر تكوينها، ودورها في تطوير وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية.

ونتيجة لتلك الأبحاث ظهرت العديد من النظريات المفسرة لتأثير وسائل الاعلام على الجمهور، وسنحاول خلال

هذا المحور التطرق إلى بعض نماذج من هذه النظريات.

1. نظرية الطلقة السحرية (الحقنة تحت الجلد) Hypodermic needle theory

ظهرت هذه النظرية نتيجة الدراسات الإعلامية التي تلت فترة الحرب العالمية الأولى والتي انصبحت حول دراسة

الأثر الذي تتركه الرسائل الدعائية المتوقعة من رسائل الاعلام المعروفة في ذلك الوقت، فقد وظفت وسائل الاعلام

من أجل كسب التأييد الشعبي وتحقيق الاستمالة الاقناعية، وقد ظهرت هذه النظرية متأثرة بمدرسة العلوم السلوكية

والتي اهتمت بدراسة السلوك الإنساني، على ضوء ما يُعرف بنظرية المثير والاستجابة والتي قامت على نموذج "بافلوف" وقد بدأت هذه المفاهيم بالظهور في الولايات المتحدة الأمريكية في العقد الثاني من القرن 20، وتأثرت هذه الاتجاهات بتجارب "جون وطسون" وانتهت إلى أن العقل الإنساني غالبا ما يكون استجابة لمثير خارجي وقد استغلت وسائل الاعلام في تلك الفترة لتعمل كمثيرات خارجية ومنبهات لتحقيق أهداف الدعاية المطلوبة.

وقد أكد " لازر سفيلد" و "كاتز" أنه لا توجد حواجز بين وسائل الاعلام والجمهور، فعندما تُطلق وسائل الاعلام رسائلها يتلقاها مباشرة الجمهور ومن هنا ظهرت هذه النظرية. وقد ساعد الاعتقاد عند معظم الباحثين في حقل الاعلام والاتصال الجماهيري خلال عقدي العشرينات والثلاثينات من القرن الماضي أن وسائل الاعلام تؤثر في جماهيرها بشكل كبير وفَعَّال نتيجة للانتشار الكبير للصحف وظهور وسائل إعلامية جديدة في هذه الفترة، مثل الراديو، والسينما، والاحساس المتنامي بدور هذه الوسائل في الحياة اليومية داخل المجتمع الأمريكي.

فماهي نظرية القذيفة السحرية (الرصاصية أو الطلقة السحرية، الحقنة / الابرة تحت الجلد)

ظهر التيار النظري الذي يقول بالتأثير القوي لوسائل الاعلام والاتصال في العشرينات من ق 20، أي بعد نهاية الحرب العالمية الأولى، صاحب هذه النظرية " هارولد لاسويل" **Harold Lassewell**، أطلقت على هذه النظرية العديد من المسميات من أهمها: **الرصاصية، الطلقة السحرية** أي أن الرسالة الإعلامية قوية جدا في تأثيرها شُبهت بالطلقة النارية التي إذا صوبت بشكل دقيق لا تخطأ الهدف مهما كانت دفاعاته، كما سُميت أيضا بنظرية **الحقنة أو الابرة تحت الجلد** شبهت الرسالة هنا بالحلول الذي يُحقن به الوريد ويصل في طرف لحظات إلى كل أطراف الجسم عبر الدورة الدموية ويكون تأثيره قوي ولا يمكن الفكك منه²⁹.

²⁹ فواز منصور الحكيم: سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 169

الفكرة الأساسية لهذه النظرية، الرسائل الإعلامية يتلقاها كل فرد من أفراد المجتمع بطريقة متشابهة وأن الاستجابات الفورية والمباشرة تأتي نتيجة التعرض لهذه المؤثرات وهو يشير إليه كل من "كاتز" و "لازر سفيلد" أن رسائل الاعلام ذات قوة مطلقة تقوم بإطلاق وسائلها فتتلقاها الجماهير دون أن يكون حائلا بينهما فكان الاعتقاد سائدا بأن الطبيعة الأساسية للبشر متشابهة بين كائن بشري وآخر من خلال مورثات بيولوجية داخلية تضمن الاستجابات للمؤثرات المقترحة بطرق معينة.

1- مسلمات هذه النظرية (فروض النظرية)

- تفترض هذه النظرية أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية، لأنه هو الذي يضع الرسالة ويقوم بتصميمها وبناءها ويختار الوسيلة أو القناة الأكثر تأثيرا وانتشارا، كما يختار التوقيت والظرف المناسب.
- تفترض هذه النظرية أيضا أن الرسالة تصل الى كل فرد بشكل مستقل وهو منعزل عن الآخرين، فلا تفاعل بينهم لأن الجماهير عبارة عن ذرات منفصلة.
- إن الفرد يتلقى الرسالة مباشرة من الوسيلة بدون وسيط.
- تفترض هذه النظرية أن الرسالة الإعلامية تصل إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة أي أن كل فرد يستقبلها بنفس الطريقة يعني لا توجد فوارق بين الأفراد في تفاعلها معها.
- تفترض هذه النظرية أيضا أن المتلقي يستجيب دائما وبشكل قوي للرسالة التي يتلقاها دون أن يكون له القدرة على الانتقاد أو التشكيك بما يحقق هدف القائم بالاتصال، فالمتلقي هو عنصر ضعيف جدا في العملية الاتصالية والمفعول به في حين ان المرسل هو العنصر المسيطر.

2- الانتقادات التي وُجّهت لنظرية القذيفة السحرية

لقد لاقت هذه النظرية رواجا خلال فترة ما بين الحربين العالميتين، وفي نفس الوقت فإن هذه النظرية اهتزت أمام نتائج الدراسات الميدانية التي أعقبت معارضة الصحافة الأمريكية للرئيس "روزفلت" رغم ذلك نجح في انتخابات

(1940) بعد أن كانت هذه النظرية ترى وسائل الاعلام تؤثر مباشرة في المجتمع ويمكنها إيهام الناس بما تشاء دون أن يكون لهم القدرة على الانتقاد أو التشكيك غير أن ما حدث في انتخابات أمريكا سنة 1939 اثبت عكس ذلك.

ومن الانتقادات التي وُجّهت لهذه النظرية، نذكر:

- ✓ أن الاعتماد على نظرية الرضاة الإعلامية في تفسير علاقة الانسان بوسائل الاعلام في كثير من التبسيط للطبيعة والكيفية التي يعمل بها من خلال النفس البشرية.
- ✓ إن القول بالتأثير المباشر الأني لوسائل الاعلام على الجمهور لم يلق ذلك القبول لدى قطاع عريض من المعتمين في حقل الاتصال الجماهيري، لأن الانسان ليس كائنًا سلبيًا يؤثر بكل ما يصادفه بمعزل عن تركيبته النفسية وبيئته الاجتماعية وخبراته السابقة.
- ✓ إن مغالاة أيضا نظرية الحقنة في قدرة وسائل الاعلام على التأثير في الجمهور لا يدفعنا الى نفي وجود ذلك متى توافرت عوامل ومتغيرات أخرى لما لها علاقة بالإنسان نفسه وبالوسيلة الإعلامية ومضمونها.

2. نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratification Approach

أدى إلى إدراك عواقب الفروق الفردية والتبين الاجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام إلى ظهور منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام، وذلك تحولا من الرأي القائل بأن الجمهور عنصر سلبي، إلى القول بأنه عنصر فعال في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الاعلام.

كما نفى حتمية التأثير المطلق لوسائل الاعلام على الجمهور فصعوبة التواصل إلى نتائج محددة حول التأثير المباشر لوسائل الاعلام أدت إلى ظهور اتجاه بحثي جديد يُعني بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الاعلام وجمهورها، وجوهر هذا المنظور الإجابة عن هذه الأسئلة: كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الاعلام؟ أي ماهي دوافع تعرض الجمهور

لوسائل الاعلام؟ وما هي الاشباكات التي يحققها وسائل الاعلام للجمهور؟، لذلك اتجه الباحثون لدراسة ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟³⁰.

ويعني مدخل أو نظرية الاستخدامات والاشباكات تعرض الجمهور لمواد إعلامية لاشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وتهتم الدراسة بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن 20 أدى إدراك تأثير عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقات بين الجماهير ووسائل الاعلام³¹.

منذ البداية حاولت هذه النظرية توضيح فائدة رسائل الاتصال للجمهور وذلك عن طريق دراسة استخداماته والاشباكات التي يحصل عليها من تلك الوسائل كمتغيرات متداخلة فيما بين رسائل الاتصال وتأثيرها عليه، ومن أجل تحديد الوظائف التي تؤديها وسائل الاتصال للجمهور لابد أن تكون عن طريق سؤال الأفراد ماذا ينتظرون من وسائل الاعلام؟ وما هي أسباب اختيارهم لبرنامج معين؟ وتفضيلهم على برنامج آخر؟ وبالتالي تتمحور هذه النظرية في أنها تُولي الأهمية للمتلقي وليس للرسالة.

والجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من " هيرتا وهيرزج " عام 1944 والتي هدفت إلى الكشف عن اشباكات الجمهور والرأي، وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية، وخلال عام 1945 تمكن " بيرلسون " من تحليل توقف ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع، حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي إفتقده بسبب غياب هذه الصحف، وتوصل إلى أن ما تقوم بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.

³⁰ محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص 270

³¹ محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص 297

وهذا إعتبر أشهر علماء الاتصال والاعلام أمثال " لازار سفليد" و " ويفير" و " ويلبر شرام" أنها شكلت نقلة نوعية في دراسات تأثير وسائل الاعلام، بالمقابل إعتبروا أنها غير مصممة لدراسة إشباع وسائل الاعلام، بقدر ما هي استهداف للعلاقة ما بين متغيرات إجتماعية، واستخدام وسائل الاعلام والاتصال³².

1- التطور التاريخي لنظرية الاستخدامات والاشباع

ظهر مدخل الاستخدامات والاشباع الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منظمة³³، حيث انطلقت فلسفة هذه النظرية من توقعات الجمهور وتطلعاته واستخداماته، فهي نظرية مختلفة في الأبحاث الإعلامية، ونظريات الاعلام، كما أنها نظرية ديمقراطية تنظر إلى الاعلام من وجهة نظر المتلقي وليس من وجهة نظر القام بالإعلام والاتصال³⁴.

وتعتبر هذه النظرية من أكثر تقاليد دراسات الجمهور انتشارا على النطاق العالمي في هذا الحقل من البحوث وهي تنطلق من السؤال الجوهرى التالي: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام؟ حيث يتم في اطار هذا النموذج البحث عن الحاجات التي تُشبعها وسائل الاعلام لدى الجمهور، غد يُحاول هذا النموذج التعرف على القوى التي تدفع الناس، مثلا إلى قضاء الكثير من الوقت في مشاهد تلفزيونية أو الاستماع إلى حصص إذاعية أو قراءة الصحف والمجلات والكتب³⁵.

2- فروض النظرية³⁶

³² بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص ص 84-85

³³ فيروز قاسحي، مرجع سبق ذكره، ص

³⁴ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 80

³⁵ علي قسايسية: مقاربات السلوك الاتصالي للجمهور، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء 11، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 85

³⁶ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 240-241

يرى "كاتز" ورفقائه أن منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وحسب "كاتز" فإن هذه الفروض تتمثل أساسا في:

1. **الجمهور النشط:** أي أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تُلبى أوقعتهم، ويكون ذلك بإنتقاء الرسائل التي تشبع حاجاته.
2. يُعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، عوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
3. أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يُشبع حاجاتهم، وأن وسائل الاعلام تتنافس مع مصادر الاشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات أي الجمهور يختار الوسيلة التي تسبع حاجاته.
4. يستطيع افراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يخترون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل.

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- 1- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض.
- 3- التأكيد من نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

3- العناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات والاشباعات

يتكون منظور الاستخدام والاشباع من مجموعة من العناصر، نذكر منها:

• افتراض الجمهور النشط: يعتبر مدخل الاستخدامات والاشباعات أن استخدام الجمهور لوسائل

الاعلام والاتصال يرتبط باحتياجاته وأهدافه، بالإضافة إلى ان الأسباب التي تدفع لاستخدام هذه

الوسائل تنبع من الوعي الذي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الاعلام. هذا ما يتنافى

والنظريات القديمة التي كانت تعتبر الجمهور متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعّال، غد ظهر

مفهوم الجمهور العنيف الذي يختار بوعي وسائل الاتصال التي يرغب في التعرض إليها ونوع المضمون

الذي يلي حاجاته النفسية والاجتماعية، وبهذا المعنى يمثل مفهوم الجمهور النشط جوهر هذه النظرية

والذي تشكل إيجابياته في استخدامه لهذه الوسائل في ثلاثة مستويات: الانتقائية، الاستغراق، الإيجابية.

4- دوافع وحاجات الجمهور من وسائل الاعلام

قسم "آلان روبن" دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاعلام والاتصال الى:

أ. دوافع نفعية: وتتضمن استخدام موجهة لمحتوى وسيلة الاتصال من أجل تحقيق أهداف معينة، واشباع

حاجة الفرد من المعلومات والمعرفة.

ب. دوافع طقوسية: وترتبط هذه الدوافع بالاسترخاء والصدقة والهروب من مختلف أنواع المشاكل سواء كانت

نفسية أو اجتماعية.

5- اشباعات وسائل الاعلام³⁷

وفق نظرية الاستخدامات والاشباعات، يتم وصف افراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية

واجتماعية لاستخدام وسائل الاعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها

"الاشباعات" **Gratification Sought** من خلال التعرض لوسائل الاعلام، والاشباعات التي

تتحقق بالفعل **Gratification Obtained** .

³⁷ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 248-249

ويُفَرّق " لورانس وينر " Wenner.L بين نوعين من الاشباعات:

1. إشباعات المحتوى: **Content Gratifications**: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الاعلام، وتنقسم

إلى نوعين: النوع الأول اشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات. والنوع الثاني:

اشباعات اجتماعية: وبقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

2. اشباعات العملية: وتنتج من عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل،

وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول: إشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع

عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والاثارة. أما النوع الثاني: اشباعات شبه اجتماعية وتحقق من

خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية

وزيادة احساسه بالعزلة.

6- الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباعات

من أبرز هذه الانتقادات:

1. أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين « Open en

ded Way حول الاشباعات التي تقدمها وسائل الاعلام.

2. لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الاشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية

والنفسية للحاجات التي يتم اسباعها.

3. إن هذه الدراسات لم تُعط صورة مفصلة وأكثر تصاعديا لاشباعات وسائل ولا تؤدي إلى صيغة نهائية

لتعميمات نظرية.

4. كما أن هذه النظرية واجهت مجموعة من القيود المنهجية مثل عدم قدرة الباحثين على إقرار الاشباعات الصحيحة التي يحققها مستخدمو وسائل الاعلام من خبراتهم الاتصالية، بالإضافة إلى عدم القدرة على إقرار الاشباعات التي يتم الحصول عليها.

3. نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين Approach Uses and Gratification

1- نشأة النظرية وعوامل ظهورها³⁸

ظهرت نظرية التدفق على مرحلتين بعد تسجيل محدودية تأثير وسائل الإعلام على الجمهور المتلقي فنظرية التأثير المباشر التي أخذت مفاهيم عديد مثل الطلقة السحرية أو الحقنة تحت الجلد لم تستقر طويلا في أدبيات وبحوث الاعلام لأن العديد من الملاحظات والنتائج الميدانية انتهت إلى أن التأثير:

- وإن كان موجود إلا أنه ليس بالقوة التي كانوا يتصورونها.
- الاستجابة لا تتحقق بمجرد التعرض إلى الرسائل الإعلامية، لكن هناك عوامل عديدة تدخل إلى احداث التأثير أو الحد منها.
- ساهمت نتائج انتخابات 1940 بالولايات المتحدة الأمريكية عندما نجح "روزفلت" للمرة الثانية رغم معارضة الصحافة له ما أثار تساؤلات حول تأثير وسائل الاعلام في تغيير الاتجاهات والمواقف.
- دراسات أجريت حول التصويت الانتخابي أولها 1940، دراسة أجراها Paul Lazarsfeld ومعاونيه، توصلت إلى أن الاتصال الشخصي والاقناع المواجهي له دور أكبر في اتخاذ قرار التصويت.

³⁸ صونية عبيدش: مرجع سبق ذكره، ص ص 40-41

من هنا كان الفرض الخاص بتدفق المعلومات على مرحلتين والذي ينتقل من وسائل الاعلام (الراديو والصحف) إلى "قادة الرأي"، ومن هؤلاء الى القسم الأقل نشاطا منهم في قطاعات الشعب، وسمي بعد ذلك نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين.

وفي هذا الشأن وضع الباحثون بأن الوسيلة لا تؤثر مباشرة على الجمهور النهائي تأثير وسيلة الاعلام يتم بواسطة " قادة الرأي" الذين ينبون عن أفراد الجماعات التي ينتمون إليها.

2- فحوى النظرية

- أثبتت هذه النظرية أن الفرد في جمهور وسائل الاعلام ليس فردا معزولا ولكنه ينتمي بشكل أو بآخر إلى شبكة من العلاقات الاجتماعية التي تؤثر في سلوكه الاتصالي مع وسائل الاعلام وقراره الذي يعكس تأثيره بمحتوى الاعلام من عدمه (قائد الرأي ينتمي الى الجماعة التي ينقل لها المعلومات، وهذا ما يُثبت قدرته على التأثير حسب فروض هذه النظرية).
- أثبتت فرض التدفق على مرحلتين أن من خصائص الأفراد في جمهور وسائل الاعلام الانتماء والتفاعل الاجتماعي وليس العزلة التي كان يتصف بها هؤلاء من قبل.
- هناك صلة بين الاتصال وجها لوجه والاتصال الجماهيري (بمعنى ان الاتصال على مرحلتين يمر عبر وسائل الاتصال الجماهيري الى قادة الرأي بداية ثم يتم عن طريق الاتصال الشخصي ثانية عبر قائد الرأي).

3- فرضيات نظرية انتقال الاتصال على مرحلتين³⁹

- في دراسة أجراها "كانز" عام 1956 قدم التصور التالي لفروض انتقال الاتصال على مرحلتين:
- أن قادة الرأي والأتباع يمكن أن يتبادلوا الأدوار في ظروف مختلفة، فقائد الرأي في المجال الديني السياسي قد يكون تابعا في المجال الديني أو الرياضي مثلا.

³⁹ صونية عبدش : مرجع سبق ذكره ، ص ص 42-43

- يكون قادة الرأي أكثر تعرضاً واتصالاً بوسائل الإعلام فيما يتعلق بتخصصهم.
- تؤكد فرضية انتقال الاتصال على مرحلتين على اعتبار العلاقات الشخصية المتداخلة ووسائل اتصالية، وكذلك على اعتبار أنها تشكل ضغوطاً على الفرد ليتوافق مع الجماعة في التفكير والسلوك والتدعيم الاجتماعي.

- تشكل هذه النظرية قطيعة تامة مع النماذج الكلاسيكية (التي لها كقاعدة "شانون")، وتؤكد فكرة أن الاتصال الجماهيري لا يختزل الجمهور في مجموعة، في كتلة واحدة مدمرة، لكن بالعكس فهي مترابطة في نظام نقل تقليدي للاتصال سبق مجيء وسائل الإعلام الحديثة.

4- قادة الرأي: من هم قادة الرأي؟

يطلق مفهوم قائد الرأي على الشخص الذي يحتل مكانة مميزة في الجماعة، ففي الأسرة مثلاً قد يكون الأب هو القائد وقد يكون الأخ أو الأم... إلخ بحسب مكانته في الأسرة، لأن المكانة التي يحتلها ليست رسمية بل أعطيت له من طرف أفراد الجماعة نظراً للميزات التي تتوفر فيه. قادة الرأي هم أكثر الأشخاص تعرضاً لوسائل الاعلام، حيث أن لديهم اهتمام كبير بمضامين وسائل الاعلام على اختلاف طبيعتها، فقائد الرأي تجده يستمع للإذاعة، يشاهد التلفزيون ويقرأ الجرائد، كما أن لديه اطلاع كبير بعالم السينما، ومن كل هذا يبني معلوماته وينقلها للآخرين. قادة الرأي أشخاص اجتماعيين، ومصدر ثقة، فعندما يتناقشون مع غيرهم يعتبر كلامهم صادقا ويأخذ على محمل الجد⁴⁰.

ويعرف "روجرز" و"شوميكر" قيادة الرأي بأنها الدرجة التي يكون عندها قادراً على التأثير بصورة رسمية في اتجاهات الأفراد الآخرين أو في سلوكهم الظاهر بطريقة مطلوبة ومتكررة.

5- إسهامات النظرية⁴¹

⁴⁰ عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الاعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 111

⁴¹ صونية عبديش: مرجع سبق ذكره، ص 44

يؤكد "جوزيف كلابر" على فكرة تدخل متغيرات كثيرة في عملية التأثير الجماهيري، فلا يمكن في أي حال من الأحوال أن تكون وسائل الإعلام هو المتغير الوحيد في إحداث الأثر، وقد تحدث "كلابر" عما سماه بالعملية الانتقائية التي تدخل كمتغيرات وسيطة ضمن عملية الاتصال الجماهيري، فتضعف تأثير وسائل الإعلام في هذه الحالة، وتتمثل هذه المتغيرات في:

أ-التعرض الانتقائي:

يقصد به ذلك الاهتمام البارز بمضامين إعلامية على حساب مضامين أخرى، وهذا يعني أن الجمهور يقوم بعملية تصفية للرسائل التي تبثها وسائل الإعلام ، فتتحول الكثير من الرسائل إلى أشياء مهمة يتخلى عنها المتلقي لأنها بعيدة عما يريده أو يبحث عنه ، والواقع أن قطاعات الجمهور تميل إلى التعرض لمعلومات إعلامية تنسجم مع قابليتها واستعداداتها وتحاول تجنب المعلومات التي تتعارض مع هذه الاستعدادات ، فإذا كان الناس يميلون إلى التعرض للإعلام الجماهيري حسب اتجاهاتهم ومصالحهم ، فإنهم يحاولون تجنب مضامين إعلامية أخرى، فمن الواضح أن الإعلام لن يغير مواقفهم، بل ومن الممكن أن يقوي آراءهم الأولية.

ب-الإدراك الانتقائي:

تعتبر عملية الإدراك نشاط ذهني يسمح بإعطاء المعنى للأشياء التي تحيط بالإنسان، كما يقوم بتقديم تفسيرات لها وبإسقاط هذا الكلام على إدراك رسائل وسائل الإعلام المختلفة، فإن الأفراد يقدمون تفسيرات مختلفة لمضمون إعلامي واحد حسب خريطته الذهنية وانتمائه الاجتماعي.

وهذا يعني أن أعضاء فئات معينة من الجمهور، تنتمي إلى ثقافات تحتية خاصة، يعطون نماذج متباينة من التفسيرات لمضامين إعلامية معينة، أي أنه يحولون ويشكلون المعنى، بما يتلاءم مع استعداداتهم وقيمهم، حتى أنهم يحدثون أحيانا تبديلا جذريا في معنى الرسالة الإعلامية .والواقع أن الآليات النفسية التي تدخل لتقليص مصادر التوتر مبالغ به أو مصادر تنافر معرفي بين ميول الجمهور ومعتقداته وأحكامه المسبقة وبين مضامين الإعلام الجماهيري،

تؤثر بعمق في إدراك هذه المضامين ولهذا فإن الإدراك الانتقائي هو مستوى ثاني من تصفية الرسائل الإعلامية، حيث أن المتلقين يبنون المعاني التي يريدون، حسب القيم والمعتقدات واتجاهاتهم حول مختلف الموضوعات والقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام، وبذلك يتم تطويع الرسالة الإعلامية بما يتوافق مع الصيد المعرفي والقيمي التي يمتلكها المتلقي.

ت-التذكر الانتقائي:

يتمثل التذكر الانتقائي في إمكانية تخزين المعلومات التي مصدرها وسائل الإعلام ، ويخضع التذكر إلى مدى انسجام هذه المحتويات مع المتلقي ، وقد أثبتت الدراسات أن اختزان الرسالة الإعلامية في الذاكرة تجري عبر عمليات انتقائية شبيهة بالتعرض والإدراك الانتقائي ، فجواب الرسالة الإعلامية المنسجمة مع آراء المتلقي وميوله يجري اختزانها في الذاكرة بحجم أكبر من جوانب أخرى ، ويتصاعد هذا السلوك كلما تباعد زمن التلقي ، وقد بين "بارتلت" أنه مع مرور الزمن فإن عملية الاختزان في الذاكرة تنتقي العناصر التي أكسبها المتلقي معنى ، وتسقط أخرى تعارضا وأكثر بعدا نه، من ناحية أخرى من الناحية الثقافية .

ث-الفعل الانتقائي:

تتحدث هذه النقطة عن التمايز بين استجابات المتلقين للرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام داخل المجتمع، وهي آخر سلسلة فيما يخص علاقة الانتقاء بوسائل الإعلام ، وهنا يمكن أن نجزم بأن الفعل المرجو من المضمون الإعلامي لن يخرج عن فكرة الانتقاء بأن يكون السلوك محكوم أكثر بالجماعة التي ينتمي إليها المتلقي ، وبخريطته المعرفية والقيم التي يؤمن بها ، والثقافة الفرعية للمتلقي وهنا لا تترك المجال لتأثيرات وسائل الإعلام بمعزل عن المتغيرات التي ذكرناها آنفا ، حيث تعمل كوساطات تحد من قوة وسائل الإعلام من أجل توجيه الجماهير. ورغم التداخلات الموجودة في النظريات الانتقائية فإنها تعطي لنا في الوقت الراهن مؤشرات مهمة بالنسبة للمتغيرات الوسيطة التي تمشي جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام وتتكاثر من أن تبني فعل التأثير، ونعني أن ننظر إلى تجزئ

لفئات الجماهير من أجل فهم هذه التأثيرات بعيدا عن النظرة الشمولية التي ترى التأثير الموحد والمتساوي بمجرد التعرض لوسائل الإعلام.

6- الانتقادات الموجهة لنظرية انتقال المعلومات على مرحلتين⁴²

- تجاهلت النظرية حقيقة هامة وهي أن كمية كبيرة من المعلومات تسري مباشرة من وسائل الاعلام الى الجماهير بأكثر ما تسري عبر الوسيط وهنا يظهر أن دور الوسيط في نشر المعلومات يقل كلما زاد التعرض لوسائل الاعلام، إذ لا يوجد تمييز واضح بين مسألة التأثير على الآخرين في اتخاذ القرار وإنما نشر المعلومات. وفي هذا ذكر "كاتز": "ربما تنقل المثبرات الناشئة عن وسائل الاعلام أولا إلى قادة الرأي الذين ينقلون بدورهم ما قراؤوه أو سمعوه الى رفاقهم الدائمين الذين يؤثرون فيهم.
- إن المفهوم عن قادة الرأي من أنهم يتلقون المعلومات في وسائل الاعلام ثم يمررونها تثبت أنه مفهوم بدائي فقد وجدت عدة مؤثرات تُفيد أن قادة الرأي يحصلون على معلومات من مصادر أخرى غير وسائل الاعلام.

4- نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) Agenda Setting

أول إشارة حول وظيفة وضع الأجندة (ترتيب الأولويات) ظهرت عام 1958، في مقال لـ "لنورتن لونج" Long "Norton" إلا أن أول توضيح لهذه النظرية ظهر لدى "برنارد كوهين" Bernard Kohen " في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام 1963 ، هذه النظرية تقول أن وسائل الإعلام تسهم كثيرا في ترتيب الأولويات عند الجمهور ، وتقوم بمهمة تعليمية ، ووسائل الإعلام يمكن أن لا تكون ناجحة في أن تقول للناس بماذا يفكرون ، ولكنها ناجحة في أن تقول للناس عن الأشياء التي يفكرون فيها ، والإعلاميون يلعبون دورا

⁴² حسن عماد مكاي، سامي الشريف : نظريات الاعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000، ص 55

هاما في تشكيل حياتنا الاجتماعية ، وذلك عندما يختارون المواد والأخبار وترتيب الأولويات فيها ، وتصبح أولويات وسائل الإعلام هي أولويات لدى الناس⁴³.

توضح لنا نظرية وظيفة وضع الأجندة مدى مقدرة وسائل الإعلام على تغيير المعرفة عند الأفراد، وعلى بناء تفكير الناس، أي أن وسائل الإعلام تقوم بترتيب العالم وتنظيمه. يبقى عامل الوقت مهما بالنسبة لترتيب الأولويات (وضع الأجندة) ، فوسائل الإعلام تحتاج إلى أسابيع أو شهور لكي تضع مسألة على سلم أولويات الجمهور.

تتم بحوث " ترتيب الأولويات " بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تم المجتمع. وتفترض هذه النظرية أن وسائل الاعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا والأحداث التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها. هذه الموضوعات تثير إهتمامات الناس تدريجيا، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجمهور أهمية أكبر نسبيا من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الاعلام⁴⁴. وفي هذا الإطار يقول "برنارد كوهين" "إن وسائل الاعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجمهور كيف يفكرون؟ ولكن تنجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا عليه".

1- ماهي نظرية ترتيب الأولويات

مسماهما يوحي بمعناها الترتيبي الأهم فالأقل أهمية، لذلك فإن وضع الأجندة هي عملية تهدف إلى إعادة صياغة الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بناء الى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها.

⁴³ صونية عبيدش، مرجع سبق ذكره، ص 56

⁴⁴ حسن عماد مكايو، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2014، ص 288

تُعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدل (أي بعيدة المدى في التأثير) وعليه فإن هذه النظرية هي عبارة عن صياغة الأحداث المحيطة بقلب جديد يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهاته وما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة.

ترجع الأصول النظرية لبحوث "ترتيب الأولويات" إلى "والتر ليبمان Lippman" من خلال كتابه "الرأي العام" عام 1922 حيث يرى ليبمان أن "وسائل الاعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الاعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع".

وترتكز هذه النظرية على أن في مقدور وسائل الاعلام أن تغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة في دراسات الاعلام المبكرة.⁴⁵

2- فروض النظرية⁴⁶

الفكرة الأساسية في هذه النظرية، أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية (أو الصحافة بشكل عام، أي تتضمن الصحف والإذاعة والتلفزيون) الموضوعات في أثناء الحملة الانتخابية، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار. وبالأعم فممن المفترض أن هناك علاقة إيجابية بين ترتيب أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات اهتمامات الجمهور فمدى اهتمام الصحيفة بقضايا معينة وإبرازها والتركيز عليها شكلا ومضمونا تتوقع الصحيفة أن تكون تلك القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور نتيجة لقراءة الصحيفة، وهكذا بالنسبة لباقي وسائل الإعلام.

تقوم بحوث الأجندة بشكل عام ببحث العلاقة الارتباطية بين الترتيب الناتج لمفردات المحتوى من خلال التحليل، والترتيب الذي يقدمه الجمهور من وجهة نظره من خلال الإجراءات المنهجية للمسح، وبناء على نتائج هذه العلاقة

⁴⁵ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 288

⁴⁶ صونية عبدش، مرجع سبق ذكره، ص 58-59

التي تؤكد إيجابياتها في معظم الدراسات تقريبا، انتهى الرأي إلى تأثير وسائل الإعلام على بناء أجندة الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة.

إن العلاقة بين أولويات الوسيلة الإعلامية وأولويات الجمهور، هذه العلاقة ليست منعزلة عن الواقع الاجتماعي، ولا عن المتغيرات الأخرى، وهذه المتغيرات تؤثر على الوضع النهائي للأجندة، سواء للوسيلة أم للجمهور. ومن المتغيرات الهامة في هذا المجال، درجة تجانس المجتمع وعلاقته بتفضيل وسيلة معينة من وسائل الاتصال أو شكل من أشكاله، أيضا الخبرة المشتركة بالقضايا المطروحة بين الوسيلة والجمهور

3- أنواع بحوث وضع ١ لأجندة والإجراءات المنهجية لتوظيفها:

❖ حدّد Maxwell & Etc مستويين من أنواع بحوث وضع الأجندة :

- **المستوى الأول** : والمقصود به انتقال ترتيب أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور.
- **المستوى الثاني** : وهو امتداد للمستوى الأول، يهتم بأولويات العناصر والسمات في التغطية الإعلامية لموضوع ما بالنسبة للجمهور، وتأثير ذلك على الاهتمام بالموضوع وترتيبه بين الأولويات، بالإضافة إلى ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور على المستوى الكلي أو العام.

❖ من جهته حدّد Martin & Shaw أربع أنواع لقياس وضع الأجندة وهي :

- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور، وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام اعتمادا على المعلومات التجميعية.
- نموذج يركز على مجموعة من القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.
- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام، وعند الجمهور انطلاقا من فكرة أن التأثير يختلف من وقت لآخر.

- نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل.

❖ واهتم الباحثين **Shoemaker & Reese** بتحديد التأثيرات التي تشكل محتوى الوسيلة الاتصالية (

وضع الأجندة) من خلال خمسة نماذج رئيسية للتأثير:

- التأثير من العاملين في وسائل الاتصال من خلال خصائص القائمين بالاتصال وخلفياتهم الشخصية وأدوارهم المهنية واتجاهاتهم.

- تأثير نظام العمل ويتضمن الممارسات اليومية للقائمين بالاتصال وقيود الوقت، ومتطلبات المساحة، وطريقة الكتابة، والقيم الإخبارية، والاعتماد على المصادر الرسمية

- تأثير المؤسسة الرسمية على المضمون ارتباطا بهدف الربح

- التأثير على المضمون من خارج المؤسسة الاتصالية ويشمل المصالح وجماعات الضغط والتشريعات الحكومية

- تأثير الإيديولوجية، ويرتبط بسياسة الدولة وطبيعة النظام.

4- العوامل المؤثرة في ترتيب الأجندة

1. طبيعة القضايا

2. أهمية القضايا

3. توقيت إثارة القضايا

4. نوع الوسيلة المستخدمة

5- الانتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات⁴⁷

من خلال النظر إلى الدراسات التي تناولت أبرز الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية، نرى أنها تمثلت في الآتي:

⁴⁷ صونية عبيدش، مرجع سبق ذكره، ص ص 62-63

- ✓ اعتمد الباحثون المؤيدون لهذه النظرية أي الأجندة الإعلامية على مكونات سطحية ظاهرية، ففي تحديدهم لأهم القصص الخبرية التي يقدمها الإعلام في تغطيته، لجأ الباحثون إلى حصر عدد القصص المتناولة لقضية ما واعتباره مقياساً لتحديد أجندة وسائل الإعلام حول هذه القضية.
- ✓ ومن جهة أخرى لخص بعض الباحثين أهم مقاييس تحليل المحتوى بشأن بروز القصة الإخبارية على الشكل التالي: موضوع القصة، العناوين الصور، حجم العمود، أشرطة الفيديو والمثيرات البصرية الثابتة للإعلام المرئي والتلفزيوني، فكل ذلك لا يمثل سوى مثيرات وعلامات غير ذات علاقة بالمحتوى الخبري.
- ✓ إن إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تعقدها وسائل الإعلام على أساس أجندتها يؤدي إلى مشكلة وإلى حدوث تأثير بما يشمل على تلك المواد من قيم وأنماط وحيات وسلوك، وهذا وجه آخر للتأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

6- نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory

قبل التطرق إلى نشأة النظرية في البداية نشير إلى مفاهيمها الأساسية:

- **الثقافة:** وهي حسب تعريف إدوارد تايلور "كل معتقد من القيم والعادات والتقاليد والأخلاقيات وأنماط السلوك" ويتفق العديد من الدارسين على أن الثقافة هي الأفكار والمعتقدات وأنواع المعرفة بصفة عامة عن شعب من الشعوب وأن الثقافة ليست ظاهرة مادية وليست سلوكيات وإنما هي تنظيم لهذه المكونات
- **الغرس:** يعرف أنه زرع وتنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات والخبرة لدى من يتعرض لها، ومصطلح الغرس أصبح منذ سبعينيات القرن الماضي يرتبط بالنظرية التي حاولت تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون، والغرس يعتبر حالة خاصة من عمليات أوسع هي التنشئة الاجتماعية.

وبالتالي فمصطلح **الغرس الثقافي** ظهر لدراسة أو ارتبط بدراسة تأثير التلفزيون التراكمي والشامل بشأن الطريقة التي يرى الجمهور بها العالم الذي يعيش فيه وليس لدراسة الآثار المستهدفة لوسائل الإعلام.

نشأت هذه النظرية إثر الهاجس والخوف المتصاعد في الولايات المتحدة الأمريكية حول تأثيرات العنف التلفزيوني ومبادرة الحكومة الفدرالية إلى توضيح الموضوع، حيث شكل الرئيس جونسن لجنة تدرس أسباب العنف وكيفية اتخاذ تدابير وقائية ضده.

وعكف **GERBNER** على وضع استراتيجية ميدانية لدراسة تأثير العنف التلفزيوني على معتقدات الأفراد والنتيجة أن الواقع الإعلامي يمكن أن يمارس تأثيرا على المعتقدات وبالتالي على السلوك، بمعنى أن التلفزة تغرس معتقدات على الناس.

حيث قام فريق العمل بوضع نظام قياس أطلق عليه اسم "**فارس الغرس**" وتم تصنيف إجابات الواقع التلفزيوني أي تلك الإجابات التي تبرهن على أن معتقدات المشاهد قد تم غرسها بناء على إجابات المبحوث حول الواقع التي كانت إجابات تلفزية وليس إجابات مستمدة من الواقع الملموس، وأن عددا قليلا من أفراد العينة قدم إجابات من الواقع الحقيقي.

وتعتبر نظرية الغرس الثقافي أن التلفزة وخاصة (الدراما والمسلسلات) تشكل عاملا على التكيف الاجتماعي

ويمكن إجمال عمليات الغرس في المراحل الآتية:

- يلاحظ مشاهدو الأفلام والمسلسلات التلفزية عالما يختلف جوهريا عن العالم الحقيقي.
- يتأثر مشاهد التلفزيون (4 ساعات على الأقل) إدراكهم الحسي للواقع الاجتماعي بالمضامين التلفزيونية.
- لا يشاهد هؤلاء التلفزة بشكل اصطفائي، بل المشاهدة بالنسبة إليهم ضرب من الطقوس اليومية.

1- أصول النظرية:

صاحب هذه النظرية هو الباحث جورج جربنر **GERGE GERBNER** وظهرت النظرية في السبعينات من القرن 20 في الولايات المتحدة الأمريكية، وتدرس قدرات وسائل الإعلام في تشكيل المعارف للأفراد والتأثير على إدراكهم للحقائق المحيطة بهم، وبخاصة هؤلاء الذين يتعرضون بشكل متكرر لرسائل الإعلام⁴⁸.

يرى "هاوكينز وبنجري" أن عملية الغرس تتضمن عنصرين أساسيين هما: **التعلم غير المقصود، والاستدلال المعرفي**، حيث يؤدي اهتمام المشاهد بما يراه على الشاشة الى تعلم حقائق وقيم التلفزيون بحيث تصبح برامج التلفزيوني مصدرا لمعلومات المشاهد عن الواقع الاجتماعي.

تعكس نظرية الغرس تحول نظريات الاتصال البطيء من الاهتمام بالمشاهدة النفعية والتي يقوم بها الفرد لإشباع دوافع تستهدف التعرف الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، ومراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كنشرات الأخبار وبرامج المعلومات وغيرها إلى مدى أوسع بالاهتمام بالدوافع التي تشبع رغبات الفرد في تمضية الوقت والاسترخاء والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات وهو ما يعرف بالمشاهدة الطقوسية.

وتتمثل وظيفة تحليل الغرس في تحديد مدى وطريقة اسهام رسائل معينة في تشكيل الواقع الاجتماعي الذي يتماشى مع معظم القيم والصور الرمزية المقدمة بشكل متكرر عبر تلك الرسائل.

2- أهم أفكار نظرية الغرس الثقافي:

تتم هذه النظرية بدراسة وسيلة واحدة من وسائل الاعلام، ألا وهي التلفزيون، حيث يعود سبب اهتمام صاحب النظرية "جورج جربنر" بهذه الوسيلة الى انتشار العنف والجريمة في الولايات المتحدة الأمريكية في الستينات من القرن الماضي أي في الوقت الذي انتشر فيه التلفزيون. حيث يرى "جورج جربنر" أن التلفزيون عبارة عن أداة ثقافية قادرة على التأثير للمدى البعيد في تصورات الأفراد ومعتقداتهم عبر عمليات فعالة تشكل مضمون ما يطلق عليه

⁴⁸ كامل خور رشيد مراد: الاتصال الجماهيري والاعلام-التطور، الخصائص، والنظريات، دار المسيرة، الأردن، 2011، ص 140

" التطبيع الثقافي "، ويبرر "جربنر" سبب اعتقاده أن التلفزيون يمكنه التأثير على الأفراد لاسيما من ناحية العنف لكون التلفزيون يستمد مكانته وقوته من:

- عملية التكرار لرسائله الإعلامية، وبالتالي هو يقوم بعملية تعزيز القيم وأنماط السلوك المرغوب فيها.
- يستطيع أن يوصل رسالته الإعلامية الى كافة الأفراد في المجتمع.
- تسهيل عمليات المونتاج من إعطاء الصورة المرغوبة عن العالم أو اسقاط الجوانب الحقيقية منها.
- إن المراهقين والأطفال الذين يشاهدون التلفزيون بشكل كبير أي أكثر من 4 ساعات، يميلون الى المبالغة في ذكرى الأحداث المتعلقة بعدد رجال الأمن، والجريمة، ويعتقدون أكثر من غيرهم أن العالم مليء بالعنف.

7-فروض نظرية الغرس الثقافي:

- تنطلق نظرية الغرس الثقافي من فرض أساسي صاغه "جربنر" وهو الأشخاص كثيفي المشاهدة وهم الذين يقضون وقتا طويلا في مشاهدة التلفزيون يدركون العالم الواقعي بشكل مختلف عن أولئك قليلي المشاهدة وهم الذين يقضون وقتا أقل في مشاهدة التلفزيون، حيث يؤكد "جربنر" كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد في مشاهدة التلفزيون أدرك الواقع الاجتماعي بصورة أقرب الى النماذج والصور الذهنية والأفكار التي يقدمها التلفزيون من الواقع التلفزيوني، أي أنه كلما زاد الفرد لوسائل الاعلام خاصة التلفزيون كلما زاد الاعتقاد بأن العالم الحقيقي يعكس مضمون وسائل الاعلام.
- كما يرى "جربنر" وزملائه أن التلفزيون ينفرد دون وسائل الاعلام الأخرى باستخدام غير انتقائي للفرد حيث يمتص الأفراد المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع تماما، كما أن التعرض التراكمي للمضامين التلفزيونية يعمل على غرس وتنمية وجهات نظر معينة ليست حقيقية بل هي واقع تلفزيوني مصطنع.

- لا تهتم نظرية الغرس بالسوك العدواني لدى الطفل قدر اهتمامها الكبير بالمشاعر المصاحبة لمشاهدة ذلك السلوك العدواني عبر شاشات التلفزيون، مثل الخوف والقلق والانسحاب والعزلة والتي يمكن أن يمارسها الأطفال المشاهدون لعالم "غير واقع" يعتقدون من طوال فترة تعرضهم له أنه واقع، أي تجعل المشاهد يعتقد ان العالم التلفزيوني هو العالم الحقيقي الواقعي الذي يعيش فيه.

مما تقدم يتضح إن ما يقدم في التلفزيون مضمون واحد على فترات طويلة مع وجود صورة متكررة حيث يعتقد المشاهدون إن العالم الحقيقي يماثل العالم الذي يعكسه التلفزيون وتنظر نظرية الغرس الثقافي إلى وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون كوسيلة للتنشئة الاجتماعية، فمن خلال التفاعل الشديد مع التلفزيون يدرك الأطفال الواقع الاجتماعي بصورة قريبة مما تعكسه الشاشة السحرية وتذهب هذه النظرية الى القول بأن استمرار التعرض للتلفزيون ولفترات طويلة تغرس وتنمي لدى المشاهد اعتقاداً بأن العالم التلفزيوني ان هو الا صورة مطابقة للعالم الواقعي الذي يحياه⁴⁹.

8- كيفية حدوث الغرس الثقافي: يحدث الغرس عندما:

1. يقوم الأفراد بتعليم عناصر من عالم التلفزيون.
2. ثم حينما يستخدمون ما تعلموه في بناء صور ذهنية لديهم، وتشكيل مفاهيمهم من عالم التلفزيون التي تم غرسها أثناء المشاهدة عن العالم الحقيقي والحقائق التي يتعلمونها من عالم التلفزيون تصبح هي الأساس الذي يبنون عليه نظريتهم عن العالم ككل، وبذلك فإن التلفزيون هو المصدر المهم للقيم والإيديولوجيات ووجهات النظر والأحكام والاقتراحات والمعتقدات.

9- الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي: هناك العديد من الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي نذكر منها ما يلي:

⁴⁹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 172-173

1. لم تأخذ النظرية في اعتبارها المتغيرات الأخرى غير كثافة المشاهدة التي تدخل في عملية التأثير التلفزيوني مثل العوامل الديموغرافية.

2. أن المادة المقدمة من خلال التلفزيون، من الممكن أن تتعرض الى التزييف من قبل المشاهدين، كما أن استجابات المشاهدين قد تكون متحيزة، وبالتالي تصبح الأسس التي تبني عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهد والتأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيمها وأبعادها غير دقيقة.

أبدى العديد من الباحثين تحفظهم على هذا النموذج لأن عملية التحقق من دقته في سياقات اجتماعية لبلدان أخرى غير usa مثل انجلترا، استراليا، هولندا لم تؤكد النتائج التي وصل اليها GERBENER.

المحور الخامس: نظريات فلسفة الاعلام

يتطرق هذا المحور من البرنامج الدراسي من مقياس مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال، إلى دراسة بعض النظريات المفسرة للإعلام، لذلك من المهم إدراك النظريات الإعلامية لأنها الأساس في الصياغة الفكرية للمجتمع، وهي تمهد لإدراك عمق التأثير وطبيعته وآثاره.

ونقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجمهور بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع.

1. النظرية السلطوية:

تعد نظرية السلطة أولى النظريات الإعلامية، وقد ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر مع ظهور الصحف المطبوعة (ظهور الطباعة)، ويُعد أفلاطون، ميكافيلي وهيغل المرجع الأساسي لهذه النظرية، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

طبقت هذه النظرية في دول المحور في أوروبا أبان الحرب العالمية الثانية⁵⁰، وغرضها الرئيسي⁵¹ هو الدفاع وحماية وتوطيد سياسة الحكومة القابضة على زمام الحكم وخدمة الدولة، وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، يتم احتكار تصاريح وسائل الاعلام، حيث تقوم السلطة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الاعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص إصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الاعلام خاضعة للسلطة الحاكمة⁵². تنظر نظرية السلطة للمجتمع على أنه قاصر ولا يميز بين ما يضره وما ينفعه، وعليه يكون مناصرو النظرية أمثال "أفلاطون" يجدون أن مركزاتها تتطابق مع مجتمع مثالي تمارس فيه الحكومة سلطتها، وهدفها في ذلك توحيد الأهداف الثقافية والسياسية. في هذه الحالة – هي التي تملك وسائل الإعلام الجماهيرية وبالذات التلفاز والإذاعة، وهي التي تعين الشخصيات المسؤولة عن إدارة هذه الوسائل بما يضمن تحقيق أهدافها، وهي جزء من نظرية التسلط في الحكم وسيادة الدولة المطلقة كما أشار لذلك هيجل.

وتمثل تجربة هتلر وفرانكو تجربة أوربية معاصرة، في ظل هذه النظرية، وقد عبر هتلر عن رؤيته الأساسية للصحافة بقوله: " أنه ليس من عمل الصحافة أن تنشر على الناس اختلاف الآراء بين أعضاء الحكومة، لقد تخلصنا من مفهوم الحرية السياسية الذي يذهب إلى القول بأن لكل فرد الحق في أن يقول ما يشاء".

ومن الأفكار المهمة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الاعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني (الحاكم)، ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

بشكل عام طبيعة العلاقة بين النظام الإعلامي والسلطة السياسية تحددها طبيعة السلطة السياسية نفسها ونمط الحكم السائد، فإذا كان نظام الحكم شموليا، سلطويا تعتمد فيه السلطة على تكميم الأفواه وجعل الصحفيين أبوابا لسياستها، والزج بكل الصحفيين الذين يخالفون طرحها أو يناقشونها في سياساتها في السجون. أما في الأنظمة

⁵⁰ علي عبد الفتاح: نظريات الاعلام، ص8

⁵¹ ليلي عبد المجيد: التشريعات الإعلامية، القاهرة، 2005، ص 19

⁵² منال طلعت محمود: مرجع سبق ذكره، ص 87

الديمقراطية نجد الصحافة فيها تتمتع بحريات واسعة للتعبير فنجدها تنتقد المسؤولين وتكشف إخفاقاتهم وتعري الواقع أمام الرأي العام دون تزييف للحقائق أو تعتيم لها⁵³.

من البديهي أن نذكر أن وسائل الإعلام ارتبطت ارتباطا وثيقا بالأنظمة السائدة التي تتواجد في إطارها النظام السياسي، النظام الاقتصادي (...)، فوسائل الإعلام تحدد وفق الأنظمة التي تعمل فيها ومنه، فقد أوجدت الأنظمة الإعلامية السائدة أنماطا من التعامل تعكس إلى حد بعيد طبيعة الأنظمة السياسية والإيديولوجية المتحكمة في العلاقة بين الحاكم والمحكوم. فيرى عدد من المنظرين أن وسائل الإعلام في أي مجتمع من المجتمعات هي مؤسسات وطنية تستجيب لضغوط القوى السياسية والاجتماعية ولتوقعات الجماهير.

يرتبط إذن أداء وسائل الإعلام بالنظم؛ إذ يشغل ضمن سياقها، فالنظام الإعلامي الذي يسود المجتمعات له صلة مباشرة بالأنظمة الاجتماعية بدرجة كبيرة، وعليه فالحكم على وسائل الإعلام ووظيفتها وطبيعة الممارسة الإعلامية تختلف على سبيل المثال بين دول الشمال ودول الجنوب، وهذا يحتم علينا عند تقييم أداء وسائل الإعلام أن نحتكم إلى المعايير التي يضعها كل مجتمع. وإلى متغيرات وخصوصيات كل مجتمع لكونها تضبط العلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة.

يعتبر الفكر السياسي لـ: "ميكيا فيللي" المرجع الأساس لنظرية السلطة، فهو يرى أن تأسيس الدولة وتشريع القوانين لا بد أن يكون على افتراض أن كل البشر بطبيعتهم سيئين وأن هؤلاء سيظهرون كما سمحت لهم الفرصة بذلك، فإذا كانت استعداداتهم الخفية مكبوتة في زمن ما فإنه لابد من الاعتقاد بأن الفرصة لم تسمح بذلك، ولكن مع الوقت لا يلبث أن يعلن عنها، فالرغبة في التسلط أو التملك حقيقة طبيعية مشتركة والإنسان دائم التسلط متى كان قادرا على ذلك.

⁵³ نصيرة صبيات :مدخل لوسائل الإعلام والاتصال، منشورات ألفا للوثائق، قسنطينة، 2023، ص 119

1- خصائصها ومميزاتها⁵⁴

من أهم مميزاتها، نذكر ما يلي:

- ✓ ملكية الصحف : حيث سمح للأفراد بتملك الصحف جنبا إلى جانب الحكومة، أي تطبيق الملكية المختلطة.
- ✓ الحصول على ترخيص من قبل الحكومة (تقييد التراخيص)
- ✓ اشتراط دفع تأمين مالي قبل إصدار الصحف.
- ✓ الموافقة المسبقة لممارسة العمل الصحفي من السلطة، أي اشتراط القيد المسبق (تشديد الرقابة)
- ✓ إصدار أحكام مسبقة وجائرة بحق العاملين بالإعلام (فرض العقوبات)
- ✓ للسلطة الحق في رفض الرقابة على الصحف.
- ✓ لا يسمح للصحف بنقد نظام الحكم.
- ✓ الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني، ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية
- ✓ فرض الضرائب على الصحف بهدف ارهاقها ماليا أو تخفيف نقدها لها.
- ✓ شراء الأقالام: وذلك بمنح الأموال السرية لأصحاب الصحف لشراء ذممهم وضمائمهم، لخدمة السلطة.
- ✓ مركزية المعلومات: جعلت هذه الأنظمة من نفسها المصدر الوحيد للحقائق والمعلومات، ولا يحق لوسائل الاعلام أن تنشر شيئا لا يكون مصدره النظام وأجهزته الرسمية أو دون موافقتها على النشر.

2- الإعلام في نظرية السلطة⁵⁵

يتمثل دور الإعلام وفق نظرية السلطة في:

⁵⁴ صونية عبيدش: مرجع سبق ذكره، ص 78

⁵⁵ المرجع نفسه، ص 79

✓ النظرية السلطوية ترتبط بنظم الحكم الاستبدادية والدكتاتورية التي لا تعترف ولا تؤمن بالديمقراطية وبالحرريات

العامة، وبعض دول العالم الثالث التي لا تزال الصحافة الحرة فيها مجرد إسم بلا مضمون.

✓ ينبغي على وسائل الإعلام أن تعمل في إطار دعم السلطة الحاكمة، وتقديم الرعاية الضرورية والغطاء اللازم

لتبرير أفعالها وقراراتها، والدفاع عن أعمالها، وعدم التقليل من هيمنتها أو إضعاف سلطتها وعدم الانحراف

عن السياسة الرسمية.

✓ يحظر توجيه أي نوع من النقد إلى الحاكم أو سياسته أو سلوكه الشخص ي أو نقد الجهاز السياسي، بصفة

عامة عدم نقد الدولة.

✓ في ظل نظرية السلطة، تعد الصحافة أداة من أدوات السيطرة السياسية، فالمعلومات تنتقل في اتجاه واحد

من الحاكم إلى المحكوم، بهدف تكريس الأوضاع القائمة، ومحاولة إشفاء الشرعية على ممارسات السلطة

السياسية.

✓ تأييد سياسة الحكومة، وتجنب أي إساءة إلى الأغلبية أو الطبقة المسيطرة، أو القيم السياسية والأخلاقية

السائدة، وكل هجوم عليها يعتبر فعلا جنائيا، ويجب ألا ينشر، ويجوز فرض الرقابة لتحقيق مبادئ السلطة.

3- آثار النظرية

✓ الرؤية الموحدة للشعب بناء على توجيه أدوات السلطة الإعلامية

✓ ترسيخ العقل الجمعي حيث تسود روح القطيع على التفكير العلمي

✓ تأصيل النظام الاستبدادي في الحكم

✓ التناقض والتنافر مع السلطة، خصوصا عند توفر مصادر إعلامية خارجية

✓ إضعاف الإعلام التنموي (في الدول المختلفة) ذ

2. النظرية الليبرالية (الحرية):

1- مفهوم نظرية الحرية وجذورها التاريخية

بعد أن عاشت أوروبا في القرون الوسطى عصورا مظلمة ساد فيها الجهل والتخلف وانتشار الاضطراب والفوضى وبسيطرة الكنيسة على الأفكار والمعتقدات وجثم الحكام الديكتاتوريون على صدور شعوبهم، وكتبوا حرياتهم وأخذت، وبعدها بدأت دول هذه القارة تنهض شيئا فشيئا، وبدأ بصيص نور الحضارة الأوروبية ينمو ويتسع في أواخر القرن السادس عشر، مستمدا ضياءه من الإنجازات العلمية التي كانت تتقدم باستمرار، وتقدم كل يوم شيئا جديدا إضافة للاكتشافات الجغرافية التي كانت تتسع رقعتها باطراد والأفكار الجديدة التي حملتها الثورة الفرنسية.

وفي هذه البيئة الناهضة التي كانت تريد أن تتخلص من الماضي، وتنطلق صوب تحقيق إخراج الطاقات الكامنة والتحرر من أسر المعتقدات والمبادئ المنبوذة ولدت الأهداف المكتوبة ولدت هذه النظرية مستمدة قوتها من الثورات الكبيرة التي شملت الأفكار السياسية والمؤسسات السياسية لغرب أوروبا .

وكان للسياسة التي مارستها الكنيسة كغلق باب التفكير والاجتهاد وحصره في رجالها أثر كبير في ظهور حركات إصلاحية ثارت على هذه السياسة، ودعت إلى إطلاق حرية الفكر والحوار وأعلنت رفضها التحجر والانغلاق، وانطلقت في القرنين السابع والثامن عشر ثورة فكرية، تدور حول اعتقاد الانسان أنه سيد نفسه وأنه يمكن عن طريق العلم والفهم أن يحقق أسباب القوة وأن يفهم وأن يسود العالم بطريقة أفضل.

وشكل ذلك نقطة انعطاف مهمة في تاريخ نظرية الحرية في أوروبا في القرنين الثامن والتاسع عشر، وخاصة الثورة الفرنسية التي انطلقت عام 1789، وأعلنت حقوق الانسان وكان لها مفهوم اقتصادي مفاده: ترك الفرد حرا في مزاوله نشاطه الاقتصادي ونشاطه الفكري، دون أي تدخل من جانب الدولة في هذا النشاط بأي شكل من الأشكال . ومع انتشار مبادئ هذه النظرية واتساع رقعتها أخذت دول أوروبا الغربية تنتهجها سياسة عامة لها، ثم

حدثت حول أخرى حذوها كالولايات المتحدة واليابان وعدد من دول أوربة الشرقية بعد تفكك الاتحاد السوفياتي في بداية التسعينيات.

وترى هذه النظرية أن وسائل الاعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب القوة والنفوذ في المجتمع، وتدعوا هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الاعلام كحق مشروع للجميع.

2- مبادئ النظرية

استندت هذه النظرية فلسفتها وأفكارها وتأثرت بآراء عدد كبار من الفلاسفة الغربيين في السياسة والاقتصاد والتربية منهم آدم سميث، جون لوك وجون ملتون، ولامارك ونيوتن.

وملخص هذه النظرية أن الانسان مخلوق يسيره العقل لا العاطفة والعقل من طبيعته البحث عن الحقيقة، وهذا يؤدي إلى معرفة قوانين الطبيعة، فالحقيقة تستمد من عقل الانسان لا من السلطة الحاكمة والانسان أيضا كائن أخلاقي والأخلاق هي التي تحدد التزاماته نحو الآخرين. وبالتالي ليس من واجب الحكومات أن تفرض أي سلطة على حرية الكلمة ولا على الصحافة الحرة، وحثهم في ذلك أن التحرر الخلاق أفضل من النظام المؤدي إلى الخمود، وركز منظرو هذه الفلسفة على الجانب الاقتصادي في حياة المجتمع، وأولوه عناية كبيرة واهتماما بالغا فلقد دعا آدم سميث إلى انتهاج قوانين الاقتصاد الكلاسيكية التي تدعو إلى عدم تدخل الحكومة في السوق نظرا لأنه سينظم نفسه وأوضح أن الحكومة المثلى هي التي تحكم بدرجة أقل وهكذا فالطريقة لمعرفة الحقيقة تكون بترك الآراء تتصارع وتتنافس بحرية في ميدان أو سوق حرة مما يتيح للأفراد الفرصة لمقارنة الآراء المختلفة واختيار الرأي الأصيل الذي يسود في النهاية بعد تداول المشاورات وتبادل وجهات النظر. واستطاعت المجتمعات بذلك تحقيق انتصارات مهمة منها: التوسع في التعليم، ومنح حقوق الانتخاب للكثير من المواطنين، وحق الفرد في ممارسة نشاطه الاجتماعي، والتنافس

في الحصول على أكبر قدر ممكن من الربح وزيادة الإنتاج بالجملة، كل ذلك أدى لاحقا إلى ظهور الديمقراطيات الرأسمالية وظهور الاحتكارات بأوسع معانيها. وفي الجانب الواقعي فإن تطبيق مبدأ حرية الصحافة لا يزال بعيدا عن كونه تطبيقا صريحا حيث لم تتم حتى الآن تسوية قضية ما إذا كانت حرية الصحافة هدفا في حد ذاتها أو وسيلة لتحقيق غاية أو حقا مطلقا.

على العموم، فإن نظرية الحرية أكدت على قدسية حرية التعبير والرأي والصحافة، ومع ذلك فإنها ارتكزت على جملة من المبادئ العامة، والتي تتمثل فيما يلي:

- ✓ ملكية الأفراد للصحافة والإعلام.
- ✓ إصدار الصحف غير مشروط بترخيص أو إخطار.
- ✓ لا يشترك دفع تأمين مالي قبل إصدار الصحف.
- ✓ للمواطن الحق في ممارسة العمل الصحفي بغير شروط.
- ✓ القضاء هو المخول في إصدار العقوبات على الصحافة.
- ✓ لا يحق لأي سلطة في المجتمع ومن بينها السلطة القضائية إلغاء الصحف.
- ✓ يمنع فرض الرقابة على الصحف.
- ✓ يسمح للصحف بنقد رئيس الدولة.
- ✓ يسمح للصحافة بنقد نظام الحكم

3- خصائص النظرية

تستند الفلسفة الإعلامية لنظرية الحرية إلى إبعاد كل أنواع سيطرة الحكومة وتحكمها في وسائل الاعلام فيما عدا بعض التدخلات فيما يخص قوانين القذف والخلاعة وذلك بهدف إنشاء سوق تاحة الفرصة لما يسمى بعملية التصحيح الذاتي للمجتمع والتفكير من خلال حرة للأفكار والحوار وتبادل الأفكار ومن أهم خصائصها :

التحرر من الضوابط الرقابية • حرية التراخيص • التركيز على الجانب المادي • استخدام المعايير المهنية • استخدام المواد الإعلامية • وضع قيود على تملك الحكومة للصحف • حماية مالكي وسائل الاعلام • الانعتاق من قيود النشر

بصفة عامة، يعطي هذا المفهوم إذن الحرية الكاملة للصحافة في أن تكتب ما تريد وأن تحصل على المعلومات من أي مصدر ، وأن أي فرد له الحق في أن يصدر صحيفة ، وأنه لا رقابة سابقة أو لاحقة على هذه الحريات ، ولا يعني هذا المفهوم إلا الاهتمام بتكوين رأي عام حقيقي يعبر بصدق عن الجماهير ويساعد في تقدمها ورقيا ، وهذا المفهوم يمجّد الرأي العام ويقده من جهة أخرى، فإن نظرية الحرية ترى أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ للقوة في المجتمع وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات بين الناس عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

3. النظرية الاشتراكية:

1- نشأة النظرية الاشتراكية (الشيوعية)⁵⁶

جاءت هذه النظرية كرد فعل مضاد للنزعة الفردية المتطرفة، والتي اتسمت بها النظرية التحررية إبان ازدهارها في القرن الثامن عشر، فقد ولدت هذه النظرية من رحم المظالم التي ترتبت على النزعة الفردية الجامحة. وقد انطلقت هذه النظرية من اسمها، فهي تعبر عن فلسفة الدولة والمجتمع بعد الثورة البلشفية التي وصلت إلى السلطة عام 1917، بقيادة " لينين " ويطلق عليها " بالنظرية البلشفية " وهذه النظرية طبقت في الاتحاد السوفياتي سابقا والدول التي كانت منضوية تحت عباءة الاشتراكية.

يرى " لينين "، بأن النظرية الاشتراكية أداة ضبط وسيطرة ودعاية وتوجيه وتأثير بهدف صياغة الرأي العام وفقا

لإرادة السلطة، وفي هذا النظام لا يمكن التحدث عن حرية الصحافة أو الصحافة الحرة.

⁵⁶ صونية عبدش: مرجع سبق ذكره، ص ص 86-87

النظرية الشيوعية تتصادم كلياً مع النظرية الليبرالية، حيث اعتبر منظرو هذه النظرية بأن النظرية الليبرالية ما هي إلا حرية الطبقة أو الطبقات التي تحكم، وبالتالي لا توجد حرية خالصة أو ديمقراطية خالصة، فهي حرية البورجوازية والبرجوازيين الذين يملكون الصحف وليست حرية الجماهير الذين يقرؤون الصحف أو يشاهدون ويستمعون لوسائل الإعلام.

2- أركان ومبادئ النظرية الاشتراكية⁵⁷

من أركان ومبادئ النظرية الشيوعية ما يلي:

- وسائل الإعلام هي أدوات للدولة وللحزب الشيوعي أي أنها مستقلة، ولا تقوم بمسؤوليات الإسهام في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه من زاوية نابعة منه، كما أن وسائل الإعلام لا تحت الدولة على اتخاذ القرارات السياسية.
- إن وسائل الإعلام والصحافة جزء لا يتجزأ من سلطات الدولة، كما أن هذه الوسائل تعاون مع قادة الأحزاب المحليين في نشر الإيديولوجية الشيوعية، فكما أن أجهزة الإعلام والصحافة تعتبر مصدراً أساسياً للثقافة والمعرفة.
- وسائل الإعلام في الأنظمة الشيوعية كما يقول منظروها وقادتها هي وسائل مسؤولة وحررة لكن المسؤولية والحرية عند الشيوعيين تختلف معاييرها في الغرب فالأخير ينظر إلى وسائل الإعلام الشيوعية، على أنها أدوات في يد الدولة والشيوعيين بالمقابل ينظرون إلى وسائل الإعلام ونظرية الحرية على أنها أدوات بيد الرأسمالية والطبقة النفعية البرجوازية، فيما يرى الغرب أن الشيوعية تعيش حرمان حرياتي، ولكن الموقف الشيوعي تجاه الغرب والرد عليهم بأن الإعلام الشيوعي هو أكثر ألوان الإعلام حرية في العالم.

⁵⁷ محمد منير حجاب، نظريات الإعلام، دار الفجر، مصر، ص 20 - 21

- النظرية الإعلامية الشيوعية تطالب بالربط ما بين مضمون المادة وبين احتياجات الجمهور ضمن منطقة الجدل، وذلك من خلال رصد العلاقات المتغيرة ما بين العام والخاص فالخاص ينبغي أن تعطيه الصحافة طابعا عاما.

- النظرية الشيوعية تطالب بالحرص على إيجاد التوازن ما بين المواد الصحفية القادمة من الأقاليم وبين المواد الصحفية والإعلامية القادمة من العواصم، والتوازن ما بين المواد الداخلية والخارجية.

- النظرية الشيوعية هي نظرية واقعية من وجهة نظر منظرها، بمعنى أنها تصور الواقع الاجتماعي دونما تدخل لتشويه هذه الصورة بالتهويل أو بالتهوين.

- النظرية الشيوعية طالبت بأن تكون الصحافة والإعلام ملتزمتين أي الارتباط بقضايا ومشاكل المجتمع والنظام السياسي القائم، وبالأيديولوجيا السائدة فيه وتلعب دورا كبيرا في توعية النظام الاجتماعي وبتلك الأيديولوجيا.

- الإعلام الشيوعي يطالب بعدم التركيز على القضايا الخاصة بل الاهتمام بالعمل الجماعي والحرص على إبراز العلاقة القائمة ما بين الحدث والمجتمع.

- الرفض المطلق للملكية الفردية لوسائل الإعلام بل أن الملكية الجماعية هي الأفضل من وجه نظر هذه النظرية.

ومن هنا فان أبرز الإشكاليات ما بين النظرية الشيوعية والنظرية الليبرالية نجد ما يلي:

- ملكية وسائل الإعلام في ضوء النظرية الشيوعية هي ملك للشعب والدولة بينما في النظرية التحررية يملكها الأفراد، وهي ملكية خاصة وليست عامة، حيث أن الملكية العامة تزيد أعباء التسلط على الحرية والإعلام بشكل خاص.

- النظرية الشيوعية تهدف إلى خدمة السلطة بينما النظرية الليبرالية جوهرها الربح.

- النظرية الشيوعية لا تؤيد انتقاء سياسة الحزب والدولة بل نقد خطط الحكومة بينما النظرية التحررية الليبرالية تنتقد رأس الدولة والمؤسسات.

- الشيوعية الفكرية هي جزء من النظام الحكومي الشيوعي.

3- خصائص ومميزات النظرية الاشتراكية (الشيوعية)

ومن أبرز خصائص النظرية الإعلامية الشيوعية ما يلي:

- ✓ الصحافة يمتلكها الأفراد ضمن الملكية العامة.
- ✓ ترخيص الصحافة مقيد بموافقة الحكومة.
- ✓ لا يشترط تأمين مالي قبل إصدار الوسيلة.
- ✓ الموافقة المسبقة للعمل في الصحافة من الحكومة.
- ✓ الدولة من حقها مصادرة الحريات ومن حقها وضع العقوبات على الصحفيين، كما أن القضاء له الحق في ذلك، وبذلك نلاحظ وجود نظام مختلط ما بين السلطة التنفيذية والقضائية للإجهاز على الصحافة والحرية.
- ✓ تعطيل الصحف وإغائها حق للسلطة.
- ✓ الحكومة يحق لها مراقبة الصحف وفرض قيود رقابية.
- ✓ لا يسمح لوسائل الإعلام أتمارس عملية نقد الدولة وللحزب بل انتقاد للسياسات فقط إنه وعند تحليل بعض من الأنظمة الإعلامية المتواجدة بالمجتمعات غير الاشتراكية نجد أنها تندرج داخل هذا النظام الإعلامي الاشتراكي، من منطلق كونها تعمل على إظهار واجهة ديمقراطية لضرورات داخلية وخارجية، ولكن تجد أن الجماعة السياسية التي تهيمن على السلطة تسيطر على وسائل الإعلام.

4. نظرية المسؤولية الاجتماعية

1- مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية وجذورها التاريخية

نتيجة ازدياد الشكاوى من الحرية المطلقة للصحافة والتي نجم عنها فساد الأخلاق وانحطاط القيم ونتيجة النقد المرير الموجه للصحافة ووسائل الاعلام بالنسبة لنمو حجمها، وزيادة احتكاراتها وأهميتها مما جعلها عامل ضغط حتى على الحكومة نفسها والتي ربما قد تؤدي إلى عرقلة إجراءاتها.

ونتيجة التطورات الصناعية والتعاونية الهائلة المتسارعة باطارد والتي أثرت في نمط الحياة السائد في الدول الغربية ونتيجة ارتفاع الأصوات التي تتهم سوق الأفكار الحرة بالإخفاق في الوفاء بما وعدت به من حرية الصحافة وتحقيق الفوائد المتوقعة وكل ذلك، وغيره أدى إلى نشوء من يطالب بالحرية الموجهة نحو خدمة المجتمع لتيسير المسؤولية مع الحرية جنباً إلى جنب.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية— هو مفهوم غربي-انتقل إلى الإعلام والصحافة من المجال الاقتصادي والعلاقات العامة، ويؤرخ لهذا المفهوم في الإعلام والصحافة بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية عام 1947 الذي نبه إلى أن التجاوزات التي تحدث من قبل الإعلام والصحافة لها أكبر الضرر على المجتمع، وهو التقرير الذي يُعد أساس نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، التي جاءت كمراجعة للنظرية الليبرالية التي سادت الإعلام والصحافة في الغرب حتى أربعينيات هذا القرن ، وقد أكمل التأسيس النظري لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة الرواد: "إدوارد جيرلاد ثيودور بتيرسون" "Petterson Gerald"، و"ويليام ريفيرز" "Rivers"، و"جون ميرل" "Mirell"، وغيرهم وصولاً لمنظريها المحدثين "ديني إليوت" "Elliot"، و"كليفر" "كريستيان وغيرهما"⁵⁸.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت ، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع ، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة— ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية ، ويجب

⁵⁸ محمد حسام الدين : المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 4112 ، ص ص 18-17

على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض ، كما أن الجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا ، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة ، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع ، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

2- مبادئ النظرية

من مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، ما يلي:

- تلتزم وسائل الإعلام بمسؤوليتها تجاه المجتمع.
- الحرية الإعلامية لا تنفصل عن المسؤولية.
- المجتمع يراقب ويوجه وسائل الإعلام لتحقيق المصلحة العامة.

3- وظائف الإعلام في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية

- ذكر الأحداث والوقائع اليومية كما هي، وينبغي ألا تكذب وسائل الإعلام وأن تميز ما بين الوقائع والآراء وتفصل بينهما ما استطاعت إلى ذلك سبيلا أي الفصل ما بين الدعاية والإعلام.
- الأهم من ذلك أن التغطية الشاملة للأحداث تتطلب المزيد من المتغيرات حولها، وعلى وسائل الإعلام أن تعمل لمنبر لتبادل التعليق والنقد، فهي ممثلة للشعب ككل وليس للمصالح الخاصة.
- التطوير الدقيق لجميع الجماعات الاجتماعية الأخرى تمثيلا صادقا والتعبير عن تطلعاتها المشروعة وقيمتها وأمانيتها.
- رعاية المثل العليا للمجتمع، من منطلق أن أي تحريف وتحريف للحقائق لا يخدم المجتمع، بل المطلوب تغطية الأحداث والوقائع.

- تنوير الجمهور حتى يكون قادرا على حكم نفسه بنفسه.

5. النظرية التنموية:

1- تعريف النظرية التنموية وجذورها التاريخية

نظرا لاختلاف ظروف العالم النامي ، وبخاصة الدول التي ظهرت للوجود في منتصف القرن العشرين، التي تختلف عن الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لابد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية الأربع التي استعرضناها والحقيقة أن هذه النظرية جاءت لتعالج الواقع الذي تعيشه دول العالم الثالث من حيث الإمكانيات والظروف والتي قطعاً تختلف عن دول العالم المتقدم من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية ، فكان لابد من وجود نظرية إعلامية تناسب ظروفه وتختلف عن النظريات الأربع السابقة ولذلك ظهرت النظرة التنموية في أوائل العقد الثامن من القرن الماضي.

إن المبادئ والأفكار التي تضمنتها هذه النظرية تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي، لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية، كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات، وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية، حسب الظروف السائدة إلا أنها في نفس الوقت، تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية.⁵⁹

2- أفكار النظرية

تتلخص أهم أفكار هذه النظرية فيما يلي:

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.
- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات

⁵⁹ عبد القادر رزق المخادمي: الإعلام والتنمية، قضايا وطموحات، دار هومة، الجزائر، 2003، ص 99

الاقتصادية للمجتمع.

- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة الوطنية واللغة الوطنية في محتوى ما تقدمه.
- أن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.
- أن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الاتصال لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.
- أن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية⁶⁰.

المحور السادس: عولمة الاتصال والاعلام (عصر الأنترنت والذكاء الاصطناعي)

لقد أصبح للإعلام والاتصال أهمية واسعة في المجتمعات الحديثة وهذا مع تزايد الثورة التكنولوجية التي شهدها العالم في مجال تقنيات الاتصال الحديثة، والتي جعلت العالم بالرغم من توسع رقعته الجغرافية يعيش وكأنه قرية صغيرة، ومن خلال كل هذا تظهر ملامح العولمة.

1- تطور وسائل الاتصال الحديثة⁶¹

2.1 الأنترنت

يُمثل ظهور الأنترنت النقلة الكبرى في المستجدات الإعلامية والاتصالية التي نقلت الحياة الإنسانية بما فيه الاعلام إلى أفق غير مسبوق، وأنتج أنواعا من التطبيقات الإعلامية.

بدأت الأنترنت كمشروع حكومي في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1960م حيث طلبت الحكومة الأمريكية من مؤسسة Rand Corporation بإنشاء نظام اتصال متطور لتبادل المعلومات والاتصال يربط القواعد العسكرية الأمريكية في العالم بعضها ببعض لتحقيق أكبر قدر من السهولة في العمل ويمنح هذه الشبكات قوة الوجود في الظروف الصعبة،

⁶⁰ منال محمود طلعت، مرجع سبق ذكره، ص 142

⁶¹ لحر عباس، الطاهر زياتي: الاعلام والاتصال في عصر العولمة، les cahiers du MECAS، 2007، ص 236

وهو في الحقيقة ترجمة لأمر الرئيس الأمريكي إيزنهاور بضرورة بناء قاعدة بيانات وتأمين القدرة على عدم اتلافها إذا ما قامت حرب نووية، وكان أول استعمال لها عام 1972م ، ثم انتقلت للاستعمال إلى مصالح أخرى، وفي عام 1983م تم السماح لدول صديقة للولايات المتحدة الأمريكية مثل النرويج، بريطانيا للاستفادة من خدمات الشبكة حتى أصبحت الوحيدة التي تستطيع ربط المستخدمين إلى عدد غير محدود من مصادر المعلومات والاتصالات وبتكلفة مالية رخيصة وعملية⁶².

تطورت الأنترنت من مجموعة من المشاريع والأفكار في الولايات المتحدة الأمريكية عندما قام الاتحاد السوفياتي عام 1957م بإرسال القمر الصناعي سبوتنيك إلى الفضاء، فأرسلت وزارة الدفاع الأمريكية وكالات الأبحاث المتقدمة في عام 1985م للاضطلاع بالدراسات العلمية في مجالات علوم الكمبيوتر والشبكات.

ومن أبرز مكونات النظام الاتصالي للأنترنت نجد شبكة الوايب التي تختلف عن الأنترنت في كونها مجموعة هائلة من وثائق النص التشعبي الموصولة ببعضها تعمل داخل الأنترنت ويُطلق عليها أحيانا (www) . أما الأنترنت فهي شبكة للأجهزة المادية من أجهزة اتصال ونظم توزيع وأجهزة كومبيوتر.

شهد عام 1991 تطورا مهما في مسيرة الأنترنت في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية تمثل **Wide Web** التي ابتكرها بعد تجارب كثيرة الفيزيائي البريطاني **تيم بيرنرز Tim Berners—Lee** في المعمل الأوروبي لفيزياء الجزيئات، وفي الستينات قام دوغلاس انغلبرت Douglas Engelbart بابتكار نموذج باسم Online System والذي اعتمد على تكنولوجيا النص التشعبي Hypertext بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة⁶³.

2.1 ثورة الاتصالات والمعلومات

⁶² مي عبد الله: تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة، نموذج جريدة النهار، مؤتمر صحافة الأنترنت الواقع والتحديات، الامارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة، 2005

⁶³ علي محمد شمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت ، جدة، الشركة السعودية للأبحاث ، 1998، ص 236

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطوراً تكنولوجياً في مجال الاتصال أدى إلى تغيرات جذرية في أنماط الحياة وأثر على الهياكل التي قامت عليها مكونات الاقتصاد والسياسة والاجتماع، وقبل التطرق إلى تطور وسائل الاتصال الحديثة لابد من الإشارة إلى الترابط القائم بين المعلومات الالكترونية وأجهزة الاعلام والاتصالات السلوكية واللاسلكية، وهذا ما يوضحه الشكل التالي: (الاتصال في عصر العولمة).

لقد ظهرت في السنوات الأخيرة ابتكارات عديدة طورت صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية، واكتسبت من خلالها وسائل الاتصال أهمية كبيرة خاصة الوسائل الالكترونية التي تعتبر قناة أساسية للمعلومات، ولعل أبرز مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات ذلك الاندماج بين ثورة المعلومات وثورة الاتصالات، ويتمثل هذا الاندماج

في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع المعلومات بسرعة كبيرة واستخدام الأقمار الصناعية في نقل البيانات والأخبار والصور عبر العالم.

يعتبر ظهور الأقمار الصناعية بداية مرحلة جديدة في تاريخ وتطور مختلف وسائل الإعلام والاتصال، فمن خلالها ساعدت الكثير من الوسائل على البروز مثل الكمبيوتر والانترنت والتلفزيون الفضائي والبث الرقمي...

ومن أهم جوانب التطورات التكنولوجية التي صاحبت وسائل الاعلام، نذكر ما يلي⁶⁴:

1. الراديو: بفضل التكنولوجيا الرقمية الفضائية تغير حاله، وأصبح منافسا قويا لتكنولوجيات إعلامية

آخر، وأمدته التكنولوجيا بجرعات لكي يستمر بالوجود ببرامجه وأخباره الهامة، واتجهت محطات الراديو نحو استخدام نظام التشكيل بالتردد (FM) في الارسل الإذاعي بدلا من نظام التشكيل بالاتساع (AM).

2. الفيلم السينمائي: غزت الثورة الرقمية السينما بإنتاج آلات التصوير لا تحمل فيلما بل قرصا رقميا

فور إنهاء التصوير ينقل الى الكمبيوتر لتتم كل خطوات انتاج الفيلم بلا حاجة لتمحيص أو تلوين فضلا عن المؤثرات التي يتيحها الكمبيوتر في اعداد الفيلم.

3. السينما عبر الهواتف المحمولة: غدت الهواتف المحمولة دور سينما متنقلة، إذ تستغرق عملية تحويل

فيلم كامل إلى صيغة تصلح للعرض على الهاتف عدة ساعات.

4. التلفزيون التفاعلي الرقمي: الذي يتميز بإدخال الوسائط المتعددة، هذا الجهاز التلفزيوني ذو

الوسائط المتعددة يقوم بوظائف متعددة.

⁶⁴ نعيمة واكد: مرجع سبق ذكره، ص ص 167-178

5. **تلفزيون الوايب (Web TV):** هو تلفزيون رقمي على شبكة الوايب مختلف عن التلفزيون

التقليد ويتم بثه على الشبكات الواسعة النطاق وشبكات الهاتف المحمول ويركز على العروض

التلفزيونية والمسلسلات القصيرة. من أبرز شبكات تلفزيون الوايب "يوتيوب" الخ. ويسمح

تلفزيون الأنترنت للمستخدم باختيار البرامج أو العرض التلفزيوني الذي يريد أن يشاهده من

أرشيف البرامج ومشاهدته إما عبر تقنية البث المباشر أو من خلال الحفظ والتشغيل فيما بعد.

6. **التلفزيون الجوال:** كأحد التطورات التكنولوجية الأخيرة في مجال تكنولوجيا المحمول والارسال

التلفزيوني.

2- عولمة الاتصال والاعلام

يرى "إدوارد غولت" أن العولمة هي: "تغيير طبيعة المجتمع من الصناعي الى المعلوماتي دون الاقتصار على

مكان وثقافة واحدة"، وهذا يعني تلك الفطرة النوعية الحاصلة في المنظومة العالمية دون مراعاة للحدود

الجغرافية (المكان) ولا حتى الناتج الثقافي. بينما يرى "جيمس روزناو" ان العولمة تكشف في جوهرها على

ثلاثة عمليات أساسية:

1. انتشار المعلومات لكافة انحاء العالم.

2. تذويب الحدود بين الدول.

3. زيادة معدلات التشابه بين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات.

فصيرة العولمة ترتبط بالتطور الهائل للتكنولوجيات المختلفة، حيث يتدعم منطق رأس المال بمنطق الكشف

التكنولوجي في نوع من التحالف الثلاثي المقدس بين المال والتقنية والإدارة السياسية الناتجة عنهما والموجهة لمسارهما.

أ. عولمة الاتصال يُقصد به:

1. جعل مجالات الاتصال المختلفة محل التدويل
 2. استغلال منافذ الاتصال ومنابعه لمصلحة جهة معينة
 3. التعامل الموحد مع ابجديات الاتصال بغض النظر عن الخصوصيات المحلية
 4. استقاء أساليب الاتصال من الأجندة العالمية دون تمييز عن خاصية المجتمع والمؤسسات
 5. المعالجة والتفسير للنشاطات الاتصالية بنظام القولية العالمية
 6. الاشتراك في نظم المعلومات العالمية بهدف استقاء بروتوكولاتها المفروضة على المتعاونين أو المنتسبين
 7. زرع أنماط اتصالية رمزية أو عنيفة ضمن سلوكيات الأفراد بصورة موجهة.
 8. التعبير عن مضمون الاتصال عبر ملامح الاتصال الموحدة (اللباس، الأكل، التقاليد... إلخ)
 9. النزعة الجديدة المركبة والمعقدة التي تنتهجها الدول الليبرالية لإعادة استعمار الدول النامية عبر محاولة خلق تكامل بين رأس المال والتكنولوجيا والمعلومات
- ب. عولمة الاعلام يُقصد به:

1. التقارب المصلحي بين وسائل الاعلام
2. الهيمنة الإعلامية لبعض وسائل الاعلام
3. التوجه الإعلامي لدول المركز
4. التسيير المالي لوسائل الاعلام من قبل الدول المحتلة
5. التحكم المقصود في وسائل وآلات البث والنشر وصياغتها
6. التوزيع المكثف للإشهار في وسائل إعلامية دون غيرها
7. احتكار مصادر الأخبار وفرضها على وسائل الاعلام
8. امتلاك الدول المهيمنة على وسائل الاعلام وتوجيه المعلومات حسب غايتها

كما يُقصد بعوامة الاعلام تلك النزعة الجديدة التي تميز الحريدة الإعلامية الدولية، بحيث تنتقل مجموعة من القنوات الإعلامية المختلفة والمتنافسة إلى تقارب مصلحي بين مجموعة من هذه القنوات من اجل الهيمنة على الاعلام العالمي ومن تم فرض حقيقة إعلامية واحدة، هي حقيقة فقط

3-تحديات الاعلام والاتصال في عصر التكنولوجيا الحديثة (الذكاء الاصطناعي)

يعد الذكاء الاصطناعي واحد من التحديات الهامة في العمل الإعلامي، حيث بدأ العمل بتقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، مما يطرح تحديا كبيرا على المؤسسات الإعلامية في توظيف هذه التكنولوجيا الحديثة والتحكم في سلبياتها.

1. مفهوم الذكاء الاصطناعي:

إن مفهوم الذكاء الاصطناعي في شكله المعاصر، هو من ميادين علم الحوسبة، إلا أن بدايته كانت على يد مختصي الأعصاب وعلم النفس⁶⁵، ومع التطورات التكنولوجية أضحى مرتبطا بأنظمة الحوسبة والخوارزميات ويجمع كافة التقنيات التي تهدف إلى محاكاة قدرات البشر والحيوان الذهنية وأنماط عملها دون برمجة مسبقة لتلك السلوك، وأهم هذه الخصائص: القدرة على الاستدلال، والتعلم الآلي الذاتي⁶⁶. وتجدد الإشارة أنه سادت في الساحة العلمية بعض المخاوف من تطورات الذكاء الاصطناعي تضم شكلين أولها يخص تهديد وظائف البشر، في البرامج الذكية التي يتم

⁶⁵ . تم الاسترداد من (DARPA/I20). Explainable Artificial Intelligence (XAI). David Gunning. (2017). <https://nsarchive.gwu.edu/sites/default/files/documents/5794867/National-Security-Archive-David-Gunning-DARPA.pdf>

⁶⁶ Sendhil Mullainathan و Jann Spiess). SPRING 2017. (Machine Learning: An Applied Econometric Approach. JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES. 106-87، (02)31، doi:10.1257/jep.31.2.87

تصميمها وأصبحت تنجز وظيفة الإنسان على أكمل وجه، بل وتتنقنها بكم جد منخفض من المخاطر والمضاعفات وأقل تكاليف وهذا ما يجعل إقبال أهل المال والأعمال عليها⁶⁷. أما الثاني فهو متعلق بانتقال التحكم في الأمور إلى الآلة بفقد الإنسان السيطرة. إن الأمر المخيف حسب الباحثين في هذا المجال هو التفكير في مصير الإنسان وسط عالم تنجز الآلة فيه وظائف كثيرة وجد حساسة، بالإضافة إلى ما يشهده العالم اليوم من اجتياح تكنولوجي وتعددية في الوظائف التي تتطلب تفاعلا مع الآلة، مما يجعل مستقبل البشر غامضا وكذا التنبؤ به صعبا للغاية⁶⁸. ويجدر الإشارة أن التطورات التي تشهدها الآلات ذات التعلم الذاتي في سلوكها الغير سابق البرمجة تخالف ما عهده العلم في المختبرات على مر التاريخ، حيث كان الباحث يدرك جيدا هدف سلوك اختراعه، ويستطيع بكل سهولة التدخل عند الحاجة إلى ذلك.

عرفه "نيلسون بأنه بناء آلات قادرة على القيام بالمهام التي تتطلب الذكاء البشري، وايلين ريتش" أنه دراسة كيفية توجيه الحاسوب لأداء أشياء يؤديها الانسان بشكل أفضل⁶⁹.

⁶⁷ Gerlind Wisskirchen, Blandine Thibault Biacabe و Ulrich Bormann). April 2017. (Artificial Intelligence 2 .IBA Global Employment Institute من الاسترداد . file:///C:/Users/user/Downloads/ArtificialIntelligenceandRoboticsandTheirImpactontheWorkplace.pdf

⁶⁸ Huimin Lu ,Yujie Li ,Min Chen و Others). April 2018. (Brain Intelligence: Go Beyond Artificial Intelligence .GROSS MARK .375–368 ,doi:10.1007/s11036-017-0932-8

⁶⁹ بد الجليل رضا ابراهيم. رؤية تحليلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في خدمة الاسلام ، النشأت جيبتي انموذجا. جامعة الشارقة 1، 2024، ص 7

وقد عرفته المفوضية الأوروبية بأنه مجموعة من الأنظمة التي تعرض سلوكا ذكيا من خلال محاكاتها لبيئتها، فتقوم باتخاذ القرارات المتوقفة على أهداف معينة بدرجة كبيرة من الاستقلالية⁷⁰.

2. نشأة الذكاء الاصطناعي:

في منتصف القرن العشرين، بدأ عدد من العلماء باستكشاف نهج جديد لبناء آلات ذكية، بناء على الاكتشافات الحديثة في علم الأعصاب، ونظريات رياضية جديدة للمعلومات، وتطور في التحكم الآلي، وقبل كل ذلك، عن طريق اختراع الحاسوب الرقمي، تم اختراع آلة يمكنها محاكاة عملية التفكير الحسابي الإنسانية، و قد أسس المجال الحديث لبحوث الذكاء الاصطناعي خلال مؤتمر في كلية دار تموث في 1956 من طرف مجموعة من الباحثين في مجال الذكاء الاصطناعي ، وخاصة جون مكارثي ومارفن مينسكاى، ألين نويل وهربرت سيمون الذي أسس مختبرات للذكاء الاصطناعي في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا (MIT) وجامعة كارنيجي ميلون (CMU) وستانفورد.

وبحلول منتصف الستينات من القرن الماضي أصبحت البحوث تمول من وزراء الدفاع الأمريكية، وقد شهدت أبحاث الذكاء الاصطناعي صحوة جديدة من خلال النجاح التجاري "للنظم الخبيرة"، التي تعتبر أحد برامج الذكاء الاصطناعي التي تحاكي المعرفة والمهارات التحليلية لواحد أو أكثر من الخبراء البشريين. بحلول عام 1985 وصلت أرباح أبحاث الذكاء الاصطناعي في السوق إلى أكثر من مليار دولار، وبدأت الحكومات التمويل من جديد. وبعد سنوات قليلة، بدءا من انهيار سوق آلة ال Lisp Machine (إحدى لغات البرمجة) وفي عام 1987، شهدت أبحاث الذكاء الاصطناعي انتكاسة أخرى، ولكن مع أوائل القرن الواحد والعشرين، حقق الذكاء الاصطناعي

⁷⁰ سناء أربطاز، اثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين اداء المؤسسة. مجلة العلوم الانسانية(3)، 2022، ص 03

نجاحات أكبر، وأصبح يستخدم الذكاء الاصطناعي في اللوجستية، واستخراج البيانات، والتشخيص الطبي والعديد من المجالات الأخرى في جميع أنحاء صناعة التكنولوجيا⁷¹.

3. خصائص الذكاء الاصطناعي: يتميز الذكاء الاصطناعي بمجموعة من الخصائص أهمها:

✓ القدرة على التفكير والإدراك.

✓ القدرة على اكتشاف المعرفة وتطبيقها.

✓ القدرة على التعلم والفهم من التجارب والخبرات السابقة.

✓ القدرة على استخدام الخبرات القديمة وتوظيفها في مواقف جديدة.

✓ القدرة على استخدام التجربة والخطأ لاستكشاف الأمور المختلفة عليها.

✓ القدرة على الاستجابة السريعة للمواقف والظروف الجديدة.

✓ القدرة على التعامل مع الحالات الصعبة والمعقدة.

4. مستقبل الاعلام في ظل الذكاء الاصطناعي:

يعتبر الاعلام من أهم المجالات التي تدخلت فيها الآلات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث أدت تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته والتطورات الهائلة التي شهدتها العالم في هذا القطاع إلى ثورة تقنية جديدة ساهمت في تأثير

71 أميمة دكاك .الذكاء الاصطناعي. منشورات الجامعة الافتراضية السورية. 2018م الاسترداد من

<https://pedia.svuonline.org/pluginfile. Artificial-intelligence.pdf>

وسائل الاعلام على الجمهور وتشكيل الرأي العام، مما استلزم من مختلف وسائل الإعلام، الاستعداد لهذا الأمر، الذي ضاعف من التنافسية والسباق للريادة إعلاميا على مستوى العالم⁷².

1- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الاعلام:

إن تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد وفرت لوسائل الإعلام أدوات أكثر ذكاء وتقدما وسرعة في نقل الخبر إلى المتلقي وتفاعل الأشخاص مع ذلك، خاصة وأنه وضمن الفترة الأخيرة أصبح العديد من الأفراد يقضون أوقات كبيرة في استخدام الحاسوب والهاتف النقال، في البحث عن المعلومات أو الترفيه أو حتى التواصل، وأن أهم ما يميز هذه الحواسيب أو التطبيقات "كمحركات البحث" هي قدرتها على حفظ البيانات، وبالتالي عند إضافة برمجيات ذكية لهذه التطبيقات يصبح من السهل تحديد أنماط المستخدمين تبعاً لاستخداماتهم وتفضيلاتهم، ولعل أبرز وأبسط هذه التقنيات هي قدرة الصحافة الالكترونية "أو التطبيقات الرقمية" على معرفة اتجاهات المستخدم ، إن قوة وسائل الإعلام يحددها قوة جذب المحتويات الإعلامية والإعلانية التي تقدمها، وسرعتها في الانتشار والتأثير، وهو الأمر الذي سيستمر مستقبلاً، لكن بوجود وسائل إعلامية ذكية متطورة لنشر الخبر والإعلانات التي تهتم برغبات وميول المرسل والمتلقي في نفس الوقت اعتماداً على تقنيات الذكاء الاصطناعي⁷³.

2- انعكاسات الذكاء الاصطناعي على الاعلام:

يعتبر البعد التقني الاتصالي للذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية من الجوانب الهامة والحيوية في عصر التكنولوجيا الحديثة، فالذكاء الاصطناعي يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحسين عمليات الإنتاج الإعلامي وتقديم

⁷² خالد عوض النوايسة .، خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. 2002، ص 288

⁷³ فريدة بن عمروش وآخرون، صحافة الذكاء الاصطناعي: دراسة في الأبعاد النظرية، التحديات والآفاق المستقبلية، استكتاب جماعي دولي محكم، التحولات الاتصالية للمنظمات الحديثة في ظل الذكاء الاصطناعي، جامعة الجزائر3، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، الجزائر، 2024،

المحتوى الإعلامي بشكل أكثر فاعلية وجذبا للجمهور، لذلك يمكن أن تكون التقنيات المتقدمة مثل الروبوتات الإعلامية، فعالة في تعزيز الإنتاجية وتحسين التجربة الإعلامية لكن في المقابل يمكن أن تكون هذه الروبوتات الإعلامية أداة تهديد في مجال الصحافة والإعلام، لذلك وجب على المحترفين في هذا المجال أن يكونوا مستعدين للتكيف مع هذه التحولات واستخدامها بشكل ذكي لتحقيق الأهداف الإعلامية بدلاً من تهديد الوظائف والتنوع في المحتوى الإعلامي.

ويعتبر دخول الروبوت عالم الصحافة والإعلام مرحلة متقدمة من إنجازات الذكاء الاصطناعي وأصبحنا نسمع عن "الروبوت الإعلامي"، "المذيع الروبوت"، و"الصحافة المؤتمنة" أو "صحافة الروبوت".

والروبوت الإعلامي أحد إنجازات الذكاء الاصطناعي المهمة في عالم الصحافة والإعلام، لأنه يحاكي تصرفات الإعلامي أو الصحفي البشري ويقلد حركاته، ويتميز بصفات ذكية كونه لا يخطئ ولا يتعب، وهو لا يتقاضى مرتباً ولا يحتاج ملابس وغيرها، لكنه مكلف في صنعه وأنظمته، ويحتاج متابعة تقنية خاصة في تحديثاته وصيانتها، كما أنه يمتلك تعبيرات الوجه والانفعالات التي يمكن إظهارها في حالات محددة، كالغضب والحزن من خلال الأعين، والأضواء وظهور شكل للقلب في شاشات عيونه دلالة على العاطفة والحب.

ومن المؤكد أن الاعلام ليس ببعيد عن التغيرات والتطورات التي يفرزها باستمرار الذكاء الاصطناعي، ويرى الخبراء أن انعكاسات الذكاء الاصطناعي على الاعلام كثيرة ومتعددة ومن شأنه أن يغير الكثير من جوانب وأوجه السلطة الرابعة. وهذه الانعكاسات فيها ما هو سلبي مثلما فيها ما هو إيجابي. ونحاول فيما يلي ابراز هذه الانعكاسات أو التأثيرات:

1.2. التأثيرات الإيجابية للذكاء الاصطناعي على الإعلام:

يقدم الذكاء الاصطناعي (AI) العديد من الإضافات والميزات التي يمكن أن تفيد صناعة الإعلام بشكل كبير، بما في ذلك الصحافة. ومن أهم هذه الميزات⁷⁴:

✓ **تعزيز إنشاء المحتوى تلقائياً:** تساعد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على إنشاء مقالات إخبارية وتقارير وملخصات بسرعة وكفاءة. وسوف تساعد هذه الإمكانيات الصحفيين في الكثير من المهام مثل تحليل البيانات والبحث والكتابة، مما يمكنهم من التركيز على المهام ذات المستوى الأعلى التي تتطلب الإبداع البشري.

✓ **تحليل البيانات ووجهات النظر:** يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي معالجة كميات هائلة من البيانات، ويمكن للصحفيين الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل الأنماط والاتجاهات والعلاقات المتبادلة في البيانات، والمساعدة في إعداد التقارير الاستقصائية.

✓ **تخصيص المحتوى:** يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تخصيص المحتوى بناءً على تفضيلات المستخدم وسلوكه. وهذا يعزز مشاركة المستخدم من خلال تقديم الأخبار ذات الصلة والمحتوى الذي يحتاجه أو يرغب فيه ، وبالتالي زيادة رضا الجمهور والاحتفاظ به.

✓ **التحقق من الأحداث:** يمكن للذكاء الاصطناعي مساعدة الصحفيين في التحقق من الأحداث ومن المعلومات من خلال الإظهار السريع لمصادر متعددة، واكتشاف التناقضات، وتحديد المعلومات الخاطئة المحتملة أو الأخبار المزيفة. كما يمكن للأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي أن تساعد الصحفيين في جهودهم لمكافحة انتشار المعلومات المضللة.

⁷⁴ فريدة بن عمروش وآخرون مرجع سبق ذكره، ص 110

✓ **النسخ التلقائي لأشكال مختلفة من المحتوى:** يمكن لتقنية التعرف على الكلام المدعومة بالذكاء الاصطناعي

نسخ محتوى الصوت والفيديو تلقائيًا، مما يسهل على الصحفيين إنشاء نصوص وتسميات توضيحية دقيقة.

يؤدي ذلك إلى تحسين إمكانية الوصول إلى المعلومة، ويتيح إنتاج المحتوى بشكل أسرع، ويسهل رواية

القصص وسرد الأحداث بالوسائط المتعددة.

✓ **مراقبة وتحليل الوسائط:** يمكن للأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي مراقبة وتحليل وسائل التواصل

الاجتماعي والمقالات الإخبارية والمناقشات عبر الإنترنت في الوقت الفعلي. وهذا يساعد الصحفيين على

البقاء على اطلاع دائم بالقصص الناشئة، وتتبع المشاعر العامة، وقياس تأثير تقاريرهم.

✓ **تحليل توجهات الجمهور واحتياجاته:** يمكن لأدوات تحليلات الذكاء الاصطناعي أن توفر رؤى قيمة حول

سلوك الجمهور وتفضيلاته وأنماط المشاركة لديه. حيث تساعد هذه البيانات الصحفيين على فهم جماهيرهم

بشكل أفضل، وبالتالي إنشاء المحتوى الذي يناسب هذه الجماهير بالأشكال التي تناسبها.

✓ **تحسين سير العمل:** يمكن للذكاء الاصطناعي تبسيط العمليات الصحفية المختلفة، مثل إدارة المحتوى،

والتحقق الآلي من الحقائق، وتوزيع المحتوى، وجدولة وسائل التواصل الاجتماعي. وهذا يسمح للصحفيين

بالتركيز بشكل أكبر على المهام ذات القيمة العالية وتحسين الإنتاجية الإجمالية.

ومن خلال الاستفادة من هذه الميزات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، يمكن للمؤسسات الإعلامية والصحفيين

تعزيز قدراتهم وكفاءاتهم وتقديم محتوى أكثر تخصيصًا وبشكل أكثر جاذبية لجماهيرهم. ومع ذلك، من المهم

استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول، مع ضمان الاعتبارات الأخلاقية والشفافية والرقابة البشرية في

الممارسات الصحفية.

2.2. التأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي على الاعلام:

رغم الجانب المشرق للذكاء الاصطناعي، إلا أن هذا الأخير يحمل أيضا جانبا مخيفا قد يهدد مستقبل الإعلام ويؤثر عليه سلبا، بشكل يجعل رجال هذه المهنة وخبراءهم ينادون بضرورة الوعي بهذه المخاطر والتحكم في آليات الذكاء الاصطناعي بشكل يطور هذه المهنة ويحافظ على أسسها القاعدية في نفس الوقت. ونذكر فيما يلي بعض التأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي على الإعلام:

✓ **تزيف الحقائق والمعلومات:** يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء ونشر المعلومات الخاطئة والأخبار المزيفة. مع التقدم في النصوص والصور ومقاطع الفيديو التي يتم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي، حيث أصبح من الصعب بشكل متزايد التمييز بين المعلومات الأصلية والمعلومات التي تم التلاعب بها. ويشكل هذا تهديداً كبيراً لنزاهة الصحافة ومصداقيتها.

✓ **التحيز والتمييز:** يمكن أن ترث خوارزميات الذكاء الاصطناعي التحيزات من البيانات التي تم تدريبها عليها، مما يؤدي إلى توصيات إخبارية متحيزة، أو محتوى شخصي، أو عمليات صنع القرار الآلية. وهذا يمكن أن يعزز التحيزات والتمييز المجتمعي القائم، مما يؤثر على عدالة وموضوعية التغطية الإخبارية.

✓ **تهديد وجود الوظيفة:** تتمتع تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل إنشاء المحتوى الآلي ومعالجة اللغات الطبيعية، بالقدرة على أتمتة بعض المهام الصحفية، مما يؤدي إلى إزاحة الصحفيين عن وظائفهم. وهذه أكثر نقطة مثيرة للاهتمام حيث يتخوف الكثيرون من استغناء المؤسسات الإعلامية على الكادر البشري واحلال تقنيات الذكاء الاصطناعي محله.

✓ **انعدام الشفافية والمصداقية:** يمكن أن تكون خوارزميات الذكاء الاصطناعي معقدة ومبهمة، مما يجعل من الصعب فهم كيفية اتخاذ القرارات أو إنشاء المحتوى. حيث يصبح من الصعب تحديد ومعالجة دقة البيانات أو الأخطاء أو الانتهاكات الأخلاقية في المحتوى الإخباري الناتج عن الذكاء الاصطناعي.

✓ **التلاعب والاستخدام الضار:** يمكن استغلال الذكاء الاصطناعي لأغراض ضارة، مثل نشر معلومات مضللة، أو التلاعب بالرأي العام، أو شن هجمات مستهدفة على المؤسسات الإعلامية. ويشمل ذلك روبوتات وسائل التواصل الاجتماعي التي تعمل بالذكاء الاصطناعي، أو الدعاية الخوارزمية، أو حملات التضليل المنسقة.

✓ **القدرة على التعامل مع المواقف الغامضة مع غياب المعلومة.**

✓ **استخدام الذكاء الاصطناعي لحل المشاكل المعروضة في غياب المعلومة الكاملة.**

✓ **التطور والإبداع وفهم الأمور المرئية وإدراكها.**

✓ **القدرة على تقديم المعلومة لإسناد القرارات الإدارية.**

المحور السابع: نشأة وتطور وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية

أولاً: الصحافة المكتوبة

1. مفهوم الصحافة المكتوبة

عبارة عن مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات يشرحها ويُعلق عليها، ويكون عن طريق مساحات من الورق المطبوع بأعداد كبيرة وبغرض التوزيع.

كما تُعرف على أنها: " عبارة عن إصدارات مطبوعة و/أو الكترونية تنشر دورياً الأخبار في مختلف المجالات وتشرحها وتُعلق عليها. ويكون ذلك بطبع أعداد كبيرة بغرض النشر والتوزيع و/أو بالعرض الإلكتروني في مواقع

خاصة"⁷⁵

⁷⁵ فضيل دليو: تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، ط4 دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص 80

2. نشأة الصحافة المكتوبة وتطورها

يرجع الدكتور "خليل الصابات" نخضة الصحافة المكتوبة وظهورها بالمعنى الذي نفهمه اليوم إلى سببين⁷⁶:

1. السبب الأول وهو تاريخي يتمثل في ظهور الطبقة البرجوازية

2. والسبب الثاني وهو اقتصادي يتمثل في اختراع الطباعة

1.2. الظروف التاريخية لظهور الصحافة عند الغرب:

من صفات الانسان التي فطرها الله عليه حُب المعرفة حول ما يدور من حوله، فهو في سعي دائم للإطمئنان بكل ما يتعلق به، فالتاجر يُحِب أن يعرف كيف يحمي تجارتها ويؤمنها والعامل يسعى للبحث عن إعلان العمل، والمواطن يُحِب أن يعرف ما يدور من حوله من وقائع وأخبار وأحداث. كذلك يتصف الانسان بحب إخبار الآخرين بأعماله وإنجازاته.

وعلى هذا الأساس بدأت الصحافة من نقل ونشر الأخبار، وكان الاتصال اللفظي يُلي المجتمعات الصغيرة، فلما تضخمت وكثرت هذه المجتمعات إبتكرت الكتابة كالنقش على الحجر، الخشب،... إلخ، والكتابة على الورق البردي، ولعل أول ما يُمكن تشبيهه بالمنشورات الحديثة هو المنشور الروماني **أكتاديونا Acta Diurna** ، وهو منشور منقوش على المعدن، وتعني كلمة هذه الكلمة أحداث اليوم وبدأ تقريبا في العالم 130 ق.م، وكانت محتوياته تتعلق بمواعيد المسرحيات، واخبار جيش البلاد، أخبار الوفاة، الأحداث الرياضية بالامبراطورية الرومانية.

ومع تطور صناعة الورق بدأت ملامح النشر في حضارات كثيرة مثل الفراعنة والصينيين ، وحسب المؤرخين تُعتبر صحيفة أفيزيو **Avviso** الايطالية والتي تُعني التنبيه أو الملاحظة من أوائل بدايات النشر التي اعتمدت على الكتابة بخط اليد وكانت هذه الصحيفة تكتب عن أخبار الأسعار والأخبار الاقتصادية. وهكذا استمرت

⁷⁶ خليل صابات: وسائل الاعلام نشأتها وتطورها، القاهرة، الانجلو مصرية، 1976، ص 35

صناعة الصحافة في العالم بطرق تقليدية بدائية إلى أن تطورت تكنولوجيا الطباعة على يد العالم **يوهان غوتنبرغ** في القرن 15، حيث يرجع إليه الفضل في تطور صناعة الصحافة المكتوبة، والطباعة تعد أحد أهم الأدوات التي غيرت الصحافة مع بداية القرن 15، ويُعد كتاب الانجيل أول كتاب طُبِع في عام 1456م وبلغ عدد صفحاته 42 صفحة.

ويعتقد أن أول جريدة بالمعنى الحقيقي بحروف مطبوعة على ورق هي جريدة **Relation** والتي تُعني علاقة ونُشرت بألمانيا عام 1605م. وتُعتبر هذه الجريدة حسب المؤرخين بأنها أول جريدة بالمفهوم الحديث لأنها صُدرت في فترات منتظمة ومتكررة متضمنتا مجموعة من الأخبار.



= صورة لصحيفة Relation =

وعليه، فإنّ ظهور الصحافة بمفهومها الحالي ارتبط بابتكار غوتنبرغ للطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة⁷⁷، حيث كان للطباعة أثر عميق في تغيير مفاهيم الاتصال والتواصل الفكري.

2.2. الطباعة والصحافة المكتوبة لدى العرب:

بالنسبة للطباعة في العالم العربي يُعدّ لبنان أول بلد عربي شهد الطباعة وذلك في منطقة "ديرزحيا" حيث طُبِعَ بها أول كتاب يُعرف بالمزامير، ثم انتقلت الطباعة الى حلب في سوريا سنة 1702م، وعرفت مصر الطباعة بالحروف المتفرقة والمسبوكة من المعدن خلال الحملة الفرنسية وذلك عام 1798م الى عام 1801م، وعرفت العراق وفلسطين الطباعة بالحروف المتفرقة سنة 1830م وبعدها انتقلت الى اليمن سنة 1877م.

عرف الوطن العربي الصحافة متأخرا بأروبا، بل لم يعرف الطباعة الا في أواخر القرن الثامن عشر مع الحملة الفرنسية على مصر بقيادة "نابليون بونابارت" سنة 1798م، والذي جلب معه آلات الطباعة وطبع أول صحيفتين باللغة الفرنسية وهما (**Le Courier de l'Egypte**) في شهر أوت 1798 و (**La Décade Egyptienne**) في شهر أكتوبر من نفسة السنة. وتخصصت الصحيفتان في تحقيق الوظيفة الدعائية للحملة الفرنسية حيث تناولت أخبارا متعلقة في مجملها بمحاسن الحملة وإيجابياتها المرتقبة على الشعب المصري. وفي السنة الموالية أي سنة 1799 أصدر نابليون أول صحيفة ناطقة باللغة العربية في الوطن العربي تحت اسم "الحوادث اليومية"، تكفل بالإشراف على تحريرها الأديب "اسماعيل بن سعد الخشاب"، واستمرت

⁷⁷ Francics Balle : Media et sociétés, 13edi, Montchrestein, Paris, 2007, P.33

بالصدور هي والصحيفتين الناطقتين باللغة الفرنسية إلى غاية 1801 تاريخ نهاية الحملة المذكورة على

مصر⁷⁸.

COURIER DE L'EGYPTE.

N.º 1.º

LE 12 FRACTEUR, VI.º ANNÉE DE LA RÉPUBLIQUE.

NOUVELLES.
Cydon, 27 *messidor* an 6. Le vaisseau de guerre le *Strégé* est arrivé d'Ancône sur ce port, escortant un convoi de trois mille Français qui sont venus pour renforcer la garnison des îles Ioniennes. La prise de Malte par la France a fait ici une joie universelle. Les départs incessants d'Ithaque, de Corcyre, et de la mer Egée sont dans la situation la plus satisfaisante. Il y règne le plus grand enthousiasme pour la liberté, et le plus grand attachement à la mère patrie.
Le 17 messidor. Notre Paquis est toujours sous les ordres de Villard, commandant en second l'armée du grand seigneur sous le capitaine-pacha, qui est destiné à faire la guerre à l'insolent Oglou, qui reprend toujours de nouvelles forces. Après le combat malheureux où notre armée a perdu 200 hommes, et a été obligée d'abandonner le champ de bataille, l'armée de ce seigneur s'est encore augmentée.
 Il y a quelques jours, est arrivé ici l'ajutant général Rose qui a eu une audience de cérémonie du fils du pacha, à l'issue de laquelle il a été expédié un courrier sur un dompteur, portant au Pacha une dépêche extraordinaire.
Malte, 25 *messidor*. La fête du 14 juillet

s'est célébrée ici avec la plus grande pompe. Les biontais de la liberté se font sentir dans toutes les classes; il n'est pas un seul Maltais qui ne bénisse l'heureux changement qui a eu lieu.
 Trois frégates anglaises bloquent notre port. Le vaisseau de guerre le *Dago* et la frégate la *Carthagénienne* sont sortis pour leur donner chasse.
 Le vice-roi de Sicile avait refusé de nous donner des vivres, mais sur les instances de notre ambassadeur à Naples, il vient de permettre l'exportation de la Sicile. Au reste nous avons du blé pour la garnison et les habitants pour dix-huit mois.
Tripoli, 28 *messidor*. Le pacha de Tripoli, des l'envoyé qu'il a eu reçu la demande du Général en Chef, de mettre en liberté tous les esclaves maltais (le Général en Chef lui avait envoyé une grande quantité de Tripolitains et autres esclaves turcs) les a envoyés par un bâtiment à Malte, avec une grande quantité de blé et de fruits, et quatre superbes chevaux de race dont il a fait présent au général commandant à Malte.
Alexandrie. La ville est encombrée de malfaits et d'équipages de nos vaisseaux, provenant de l'éclat. Tous les prisonniers ont été rendus.

LA DECADE EGYPTIENNE, JOURNAL LITTÉRAIRE ET D'ÉCONOMIE POLITIQUE

FORMATION de l'Institut d'Egypte.

Le Général en Chef BONAPARTE, par un arrêté en date du 5 fructidor an 6, a ordonné qu'il serait établi au Kaire un Institut pour les Sciences et les Arts. Cet établissement doit principalement s'occuper :

1.º Du progrès et de la propagation des lumières en Egypte ;
 2.º De la recherche, de l'étude et de la publication des faits naturels, industriels et historiques de l'Egypte.

L'Institut d'Egypte est divisé en quatre sections qui sont celles de Mathématiques, de Physique, de Littérature et beaux Arts, et d'Économie politique. Chaque section est composée de douze membres. Dans le moment actuel, celle de Mathématiques est la seule qui soit complète. Il y a deux places vacantes dans celle de Physique, six dans celle d'Économie politique, et quatre dans celle de Littérature et beaux Arts.

N.º 1. 1.º trimestre, AN 7.

B

وانتظر العالم العربي إلى غاية 3 ديسمبر 1828 ليتم إصدار أول جريدة عربية (أي تحت إشراف عربي

كامل) في مصر على يد "محمد علي باشا" سماها (الوقائع المصرية)، مستفيدا من إنشاء أول مطبعة

عربية وهي "مطبعة بولاق" سنة 1820، وصدرت الجريدة باللغتين العربية والتركية، وكانت عبارة عن

جريدة رسمية نصف شهرية توزع على موظفي الدولة وضباط الجيش والطلاب لإعلامهم بقرارات الوالي

آنذاك. وتعتبر جريدة "الوقائع المصرية" إضافة إلى كونها أول صحيفة عربية -أقدم صحيفة عربية

حية أيضا، إذ لا تزال تصدر إلى يومنا هذا في شكل ملحق للجريدة الرسمية المصرية تعنى بنشر القرارات

الحكومية المختلفة⁷⁹.

⁷⁸ علي سردوك: (2017-2018): مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية

العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، ص 7

⁷⁹ علي سردوك: مرجع سبق ذكره، ص 8

صورة لإحدى صفحات جريدة الوقائع المصرية-



وبعد ذلك التاريخ توالى العرب في إصدار الصحف، حيث يعتبر القرن التاسع عشر عهد انطلاق الصحافة المكتوبة في الوطن العربي، ففي لبنان صدرت جريدة "حديقة الأخبار" سنة 1858 ، وفي سنة 1860 صدرت جريدة "الرائد" في تونس، وصدرت صحيفة "سوريا" بسوريا سنة 1865 ، و في ذات السنة صدرت مجلة "يعسوب الطب" (في مصر) ، وهي أول مجلة متخصصة في العالم العربي، وفي ليبيا صدرت جريدة "طرابلس الغرب" سنة 1866 ، وصحيفة "الزمان" في مصر سنة 1883 وتعتبر أول صحيفة يومية في العالم العربي، وصحيفة "المغرب" في المغرب سنة 1898 ، وجريدة "النفيير" في فلسطين سنة 1909 ، وجريدة "القبلة" في السعودية سنة 1924، وتعتبر سنة 1995 تاريخ انطلاق الصحافة الالكترونية في العالم العربي بعدما قامت جريدة "الشرق الأوسط" بنشر نسخة الكترونية لصفحاتها على شبكة الأنترنت.

3. عوامل ازدهار الصحافة المكتوبة

1.3. ظهور الطباعة

من أبرز العوامل التي ساعدت على ازدهار الصحف ونهضة الصحافة، وتطور الفن الطباعي، وكذا إنشاء الخدمات البريدية وتنظيمها مما ساعد على جمع الأخبار ونقلها وتبادلها، بالإضافة إلى استفادة الصحافة من الاختراعات الجديدة وخاصة السكك الحديدية والبواخر ووسائل النقل التي سهلت عملية توزيع الصحف، وأيضا اختراع البرقية والتلغراف... إلخ⁸⁰.

2.3. تطور الفكر والحريات في القرن الثامن عشر

يعتبر القرنان السابع والثامن عشر مرحلة انتقالية في تطور حريات وحقوق الأفراد ضد الدولة ... حتى اذا جاء عام 1965 م كانت الحكومة الإنجليزية قد انسحبت آخر ألوان الرقابة الحكومية الرسمية على الإنتاج الفكري، ويُعتبر القرن الثامن عشر عصر حرية التعبير حيث اشتهرت شعوب كثيرة في المستعمرات بحرية التعبير. أما حرية الصحافة لا تُعد أن تكون امتداد لحرية الفكر أو الاعتقاد حينما تبرز الى العالم الخارجي وتتجاوز مرحلة الفكر التي يؤمن بها الشخص الى مرحلة اشراك الآخرين في هذه الفكرة بعرضها عليهم. فحرية الفكر هي حركة داخل الانسان يتولد عنها الاعتقاد بفكرة معينة، وممارسة هذه الحرية أي التعبير عنها هو الذي يعرف بحرية الرأي، وحرية الصحافة إحدى تطبيقاتها، لأن الرأي قد يُعبر عنه في كتاب كما في الجريدة، وقد يعرض مطبوعا أو مصورا أو مذاعا بل انه قد يُعبر عنه في خطاب أو حديث⁸¹، وتحت تأثير كتابات لوك في إنجلترا ومونتسكيو في فرنسا بدأت عقيدة الحرية تستقر في أذهان الناس.

فما إن قامت الثورة الفرنسية عام 1789م حتى أعلنت أن حرية تبادل الأفكار والآراء تعدّ من أقدس حقوق الانسان، وأن لكل مواطن أن يتكلم ويكتب ويطلع بحرية، ولا يكون مسؤولا إلا إذا أساء إستعمال هذه الحرية في الحالات التي يحددها القانون، وفي أعقاب ثورة التحرير الأمريكية من الاستعمار الإنجليزي نص الدستور الأمريكي

⁸⁰ تيسير أبو عرجة: دراسات في الصحافة والاعلام، دار مجدلاوي، الأردن، 2000، ص 28

⁸¹ جمال الدين العطيفي: حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية، ط2، القاهرة، مطابع الأهرام، 1974، ص 18

عام 1791م على أنه ليس من حق الكونجرس أن يصدر أي قانون ينتقص من الحرية الصحفية. أما في إنجلترا فقد ظلت حرية الصحافة مسلووبة رغم أن الرقابة على الصحف كانت قد ألغيت منذ عام 1695، ولم يتقرر للصحافة حريتها إلا بعد صدور قانون لورد كامبل عام 1843م.

3.3 الثورة الفرنسية وتأثيراتها على نمو الصحافة

اندلعت الثورة الفرنسية مع نهاية القرن الثامن عشر، حيث ثار الشعب الفرنسي على الملك المتسلط وحاشيته الظالمة، فأدى ذلك إلى دحر الملكية وإعلان الجمهورية، ما ترتب على ذلك اعلان مبادئ الحرية وحقوق المواطنين، وتغيير الحياة في فرنسا بل وفي أوروبا والعالم بأكمله⁸².

كانت الصحافة الفرنسية قبل الثورة خاضعة لنظام ملكي مطلق يتسم بالاستبدادية والطغيان، يعتمد إلى استخدام كافة الوسائل التي تسوغ له المحافظة على أركانه من مختلف الجهات ومن بينها الصحافة حيث فرضت الحكومة العديد من القيود على عملية الطباعة والنشر والتوزيع، وفرض الضرائب الباهظة التي تثقل كاهل أصحاب المطابع وتجعلهم يعرفون عملية الطباعة والعمل الصحفي.

وخلال فترة ما بعد الثورة ازدهرت الصحافة الفرنسية حيث ظهرت المئات من الصحف والدوريات بلغ عددها 250 نشرة وصحيفة إلا أن ذلك لم يتم طويلا نتيجة للصراع بين أنصار الثورة وأيضا الملكية، حيث فرضت القيود الشديدة عملية الطباعة وبسيطرة نابوليون بوناپرت على الحكم عام 1799م قام على الفور بفرض القيود على الصحافة كما حدد عدد الصحف المسموح بها وأمر بغلق الصحف غير المصرح لها، حتى لم يبق في فرنسا بحلول عام 1811م سوى أربعة صحف، وبعد هزيمة نابليون بوناپرت عام 1815م عادت الملكية من جديد بتولي الملك لويس الثامن عشر عرش فرنسا، حيث أطلق الحريات وتعهد باحترام الصحافة وضمان حريتها، ولم يدم طويلا وعاد الى

⁸² عبد اللطيف حمزة: الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 2001، ص 29

فرض الرقابة على الصحف، وفي عهد الملك شارل العاشر قام بالضغط كثيرا على الصحافة حتى قامت ثورة جويلية 1830م والتي أطاحت به وجاءت بالملك لويس فليب الذي ألغى الرقابة على الصحف الأمر الذي انعكس على ازدهار الصحافة في فرنسا. وتطورت الصحافة الفرنسية في النصف الثاني من القرن 19 فألغى نص الحصول على ترخيص لإصدار الصحف كما صدر قانون المطبوعات عام 1881م ويعتبر من أهم القوانين التي اعترفت بحرية التعبير حيث نصت مادته الأولى على حرية المطبعة والمكتبة.

وتعتبر فرنسا أول دولة تصدر صحيفة رسمية، فعندما تقلد رشييو مقاليد السلطة في فرنسا وأدرك فائدة الصحافة وأثرها على الرأي العام، أصدر في 30 ماي 1631م جريدة **la Gazette de France** التي عاجلت الأخبار الداخلية والخارجية المختلفة بعد موافقته عليها وفي 1762م أصبحت هذه الجريدة أكبر حجما⁸³. وحذت معظم دول أوروبا حذو فرنسا، فأنشأت صحف رسمية وظهرت في بريطانيا أول صحيفة إنجليزية يومية عام 1702م وهي صحيفة **ديلي كران** ، أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد ظهرت أول صحيفة عام 1690م في بوسطن وهي صحيفة **دي بابلوك أوكورنس The Public Ocurrance** وظهرت صحيفة عام 1704م **News Lettre**

وتعتبر جريدة التايمز اللندنية أم الصحف في تاريخ الصحافة بالعالم لأنها ذات تاريخ عميق، كما كانت أول صحيفة في العالم تنظم طرق توزيعها باستعمال قطارات السكة الحديدية.

4. العصر الذهبي للصحافة المكتوبة (القرن 19):

كانت التطورات الاقتصادية ونهضة الصناعة لهما الأثر الكبير في تطوير الفن الصحفي وخاصة بعد الثورة الفرنسية حيث كان الناس يحفظون عن ظهر القلب المادة الثانية من اعلان حقوق الانسان التي تنص على

⁸³ إميل يوفان: تاريخ الصحافة، ترجمة محمد إسماعيل محمد، القاهرة، الدار المصرية للطباعة والنشر، ص ص 16-17

أن: "حرية نشر الأفكار والآراء من أثنى حقوق الانسان، ومن حق كل مواطن أن يتكلم وأن يكتب وأن يعلن رأيه بحرية". ولما ظهرت اختراعات ميكانيكية في النص الأول من القرن 19 سمحت للصحافة لأن تنهض نهضة جديدة، ففي 28 نوفمبر 1814م أدخل جون والتر الابن في جريدة التايمز آلة بخارية من اختراع ألماني يدعى "كورينج" زادت من سرعة العمل بحيث أصبحت تطبع ألفا ومائة (1100) نسخة في الساعة وانتشر هذا الاختراع في أرجاء القارة⁸⁴.

وفي 1818م اخترع "لوريلو" حبر الطباعة في باريس وساهم اختراع السكك الحديدية والتلغراف الكهربائي وغيرها في زيادة سرعة الاعلام وسهولته. كما سمح استحداث الحفر على الخشب في عام 1830م بتقدم الصحافة المصورة، ولكن الثورة الحقيقية في الصحافة تحققت بصورة خاصة حين اكتشف مارينو في عام 1867م أول آلة طباعة بطريقة "الروتاتيف" وتبع ذلك اكتشاف لا يقل عنه أهمية وهو آلة "اللينوتيب" في إنجلترا عام 1885م وهي آلة لجمع الحروف بطريقة صهر الرصاص.

5. مميزات ووظائف الصحافة المكتوبة:

1.5. مميزات الصحافة المكتوبة: تتميز الصحف عن باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى بأنها:

1. تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض كما تتيح له الفرصة لكي يقرأ الرسالة أكثر من مرة⁸⁵
2. تسمح الصحيفة بتطوير وتناول المواضيع التي تكون طويلة ومعقدة
3. المضمون الصحفي أقل اكتمالا من المضمون التلفزيوني مثلا أو الراديو وهو ما يتطلب مساهمة القارئ في تأويل ما يقرؤه بلغة أخرى فإن المضمون الصحفي أقل تنميطة من المضمون التلفزيوني أو الراديو.

2.5. وظائف الصحافة المكتوبة

⁸⁴ زينب ياقوت: مطبوعة بيداغوجية محاضرات في مقياس مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، السنة الأولى ليسانس، 2017-2018، كلية علوم

الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، ص 54

⁸⁵ جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، ص 366

تتلخص أهم وظائف الصحافة المكتوبة في النقاط التالية:

1. الاعلام: اعلام الناس بما يهمهم ويتصل بحياتهم العامة والخاصة سواء في مجتمعهم الداخلي أو في المجتمع العالمي.
2. التعليم: وذلك من خلال تقديم المعلومات وتحرير الانسان من الجهل والاستغلال والغش والأخلاق الفاسدة
3. النصح والإرشاد والتوجيه
4. التفسير والتوضيح
5. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والمحافظة عليها
6. الترفيه والتسلية
7. التسويق والاعلان

ثانيا: وكالة الأنباء

1- تعريف وكالة الأنباء:

هي مؤسسة إعلامية وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم بامكانياتها البشرية (الصحفيين - المراسلين) والمادية، وصياغتها وبيعها لوسائل الجماهيرية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون وتُعرفها منظمة اليونيسكو بأنها: " تلك الوكالات التي تمتلك إمكانيات تقنية 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 المواد الإخبارية العالمية والمحلية وارسالها بأسرع ما يمكن الى:

- مكاتب الوكالة في الخارج للتوزيع المحلي على الصحف والإذاعة والتلفزيون

- وكالات الأنباء المحلية المتعاقدة معها

- الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون بالخارج المشتركة فيها مباشرة

2- أسباب ظهور وكالات الأنباء:

تتعدد أسباب ظهور وكالة الأنباء، ومن أبرزها⁸⁶:

- تكاليف جلب الأخبار وهو سبب اقتصادي يخص بالدرجة الأولى المؤسسات المهمة بالأخبار وعلى رأسها وسائل الاعلام المختلفة.
- تطور الفن الصحفي في منتصف القرن 19، وازدياد أهمية الأخبار بالنسبة للصحف وتنوع مادة الأخبار.
- تنوع مصادر الأخبار الرئيسية، فلم تعد تقتصر على الأسواق، والبورصة بل تعددت الأماكن التي تحدث فيها الوقائع وامتدت الأخبار لتغطي مختلف جوانب الحياة.

3- نشأة وتطور وكالات الأنباء في العالم:

يُمكن ارجاع الأصول التاريخية لوكالات الأنباء إلى زمن الفينيقيين⁸⁷، حيث كانوا يُجارهم يقومون بجمع الأخبار الضرورية الخاصة بمهنتهم ويُرسلونها الى زبائنهم.

ولكن تأسيس وكالة الأنباء بمعناه الحديث يرجع الى نهاية عشرينات القرن 19، حيث بدأ الفرنسي المجري الأصل شارل لويس هافاس (Havas) بالتفكير في الاستغلال التجاري لمجال جمع الأخبار وتوزيعها وانتهى به الأمر عام 1835م الى انشاء أول وكالة أنباء سُميت باسمه وكان ذلك انطلاقا من مكتب لجمع الأنباء بباريس ومراسلين بمعظم العواصم الأوروبية، وكان هافاس يعتمد في جمع الأخبار، بالإضافة إلى المراسلين الخاصين على ترجمة الصحف الأجنبية وعلى البريد والحمام الزاجل ثم التلغراف بعد 1837 (تاريخ اختراعه)⁸⁸.

⁸⁶ إبراهيم امام: وكالات الأنباء، دار النهضة العربية، القاهرة، 1972، ص 2-26

⁸⁷ فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 97

⁸⁸ المرجع نفسه، ص 98

وبعد عقده لاتفاق سريع مع الحكومة عام 1938م أصبحت وكالته تستفيد من دعم مالي يُسدد له من الأرصدة السرية لوزارة الخارجية لتغطية عجزه المالي في جمع الأخبار، ثم أُمّت وكالته واستبدلت عام 1957م بوكالة الأنباء الفرنسية (AFP) .

وكانت وكالة هافاس نقطة انطلاق لأكبر وكالتين أوروبيتين أنشئتتا من طرف "متربصين" "متدربين" ألمانين كَوْنهما "هافاس"، وهما: برنارد وولف (B. Wolff) الذي أسس وكالة الأنباء الألمانية عام 1849م، وجوليوس رويتر (Reuter) الذي أنشأ وكالة رويتر للأخبار بلندن عام 1851م.

وعليه، فحسب المؤرخين تُعتبر وكالة "هافاس" أول وكالة أنباء في العالم، حيث رفع مؤسسها شعار " الاعلام من أجل الاعلام"⁸⁹. ومع مطلع القرن العشرين، تعددت الوكالات في أوروبا وأمريكا، ومن أبرز هذه الوكالات، نذكر:

- وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) Agence France Press: وهي أول وكالة أنباء في العالم أسسها هافاس عام 1835م وتحولت الى وكالة الأنباء الفرنسية عام 1957م وكانت هذه الوكالة تحصل على معونات من الحكومة الفرنسية ثم أصبحت هيئة تتمتع باستقلال ذاتي بموجب قانون صدر عن الحكومة بهذا الشأن وهو القانون رقم 57-32 المؤرخ في 10 يناير 1957م ، وتوجد مكاتب هذه الوكالة في 151 دولة ومنطقة بعدد 201 مكتبا وتُوزع خدماتها باللغات الفرنسية والانجليزية والاسبانية والألمانية والبرتغالية والعربية، عملاتها هم وسائل الاعلام من جميع أنحاء العالم، كذلك الشركات والمؤسسات والمنصات الرقمية، ومصدر تمويلها الرئيسي هو اشتراكات عملائها. ويُدير وكالة الأنباء الفرنسية مجلس إدارة يرأسه الرئيس والمدير التنفيذي.

■ وكالة رويترز Reuters

⁸⁹ فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 98

تأسست وكالة الأنباء البريطانية على يد جوليس روتير عام 1851 م لتتحول فيما بعد الى شركة عام 1925 م باسم روتيرز نظرا لتوسعها بعدما أصبحت عبارة عن اتحاد لعدة صحف بريطانية، كانت بدايتها تُركز على التغطية الإعلامية من الجزر البريطانية، أما في وقتنا الحالي فتُعدّ وكالة روتيرز رقم واحد عالميا من حيث الاحترافية الإعلامية ومن حيث الإمكانيات البشرية، المادية | ، والتكنولوجية. وقد اختارت هذه الوكالة شعارا لها هو "السرعة والدقة" وتوزع خدماتها في 153 منطقة ولها مكاتب في ستون عاصمة.

■ وكالة وولف Walff الألمانية:

تأسست سنة 1848 بألمانيا بعد ظهور ثلاث وكالات ذو أهمية بالغة في العالم ولقد نشأ الصراع واشتدت المنافسة على مناطق النفوذ فاتفقوا على تقسيم مناطق خاصة لكل وكالة فقد كانت وكالة وولف تنشط في النمسا، المجر ودول أوروبا الشمالية.

■ وكالة Associated Press (AP) :

تأسست عام 1892م بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي عبارة عن خدمة مملوكة لمجموعة من الصحف الأمريكية، حيث يقوم العمل في الوكالة على أساس مساهمة الصحف في تزويدها بالأخبار والمعلومات جنبا الى جنب مع المراسلين المنتمين الى الوكالة⁹⁰.

■ وكالة تاس Tass :

⁹⁰ ألبير بير، فاطمة عبد الله محمود: الصحافة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987، ص ص 40-44

ظهرت وكالة الاتحاد السوفياتي عام 1918، باسم Rosta ثم تحولت الى وكالة Tass عام 1925م وتقلص نشاطها بعد تفكك الاتحاد السوفياتي لتُستبدل عام 1992م بوكالتين روسيتين حكوميتين هما: "اتار-تاس" Itar-« و Tss و "ريا نوفوستي" « Ria –Novosti »⁹¹.

وكانت الوكالتان الأمريكيتان "Associated Perss" و « United Intrenational Press » ، ووكالة "رويترز" البريطانية، ووكالة الأنباء الفرنسية، وتاس 'الاتحاد السوفياتي سابقا' أكبر الوكالات العالمية التي كانت تستقي منها الصحف والاذاعات والتلفزيونات أخبارها⁹²

وفي السياق نفسه تطورت وكالات الأنباء بعد ذلك كما وكيفاء، حيث ظهرت العشرات الوكالات الجهوية والمحلية والمتخصصة، ومنها أول وكالة عربية للأنباء وهي وكالة "سوننا" السودانية التي أنشأت عام 1946م، انباء الشرق الأوسط المصرية عام 1956م وتعتبر أهم وأكبر وكالة عربية لحد الآن، ثم تلتها عام 1961 كل من وكالة الأنباء التونسية، ووكالة الأنباء الجزائرية التي (تأسست بتونس قبل أن تنتقل إلى الجزائر بعد استقلالها عام 1962)، وفي عام 1965م ظهرت ثلاثة وكالات انباء عربية في كل من الأردن (بترا) سوريا (سانا) وليبيا (جانا)⁹³

4- أنواع وكالات الأنباء⁹⁴

أ. وكالة الأنباء المحلية: وهي وكالات تملكها معظم الدول مهمتها الأساسية هي تغطية أهم الأخبار

الرئيسية ومن هذه الوكالات وكالة أنباء الشرق الأوسط

ب. وكالة الأنباء الإقليمية: هي وكالات تشترك عدة دول في تمويلها ومنها وكالة الأنباء الإسلامية.

⁹¹ فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 99-100

⁹² المرجع نفسه، ص 100

⁹³ المرجع نفسه، ص 101

⁹⁴ راضية حميدة: مرجع سبق ذكره، ص 36

ت. وكالة الأنباء العالمية: هي وكالات تملك إمكانيات تقنية واسعة لاستقبال أخبارها ونقلها حيث تستخدم شبكة من المراسلين لجمع الأخبار من عدد كبير من دول العالم كما تستخدم عدد كبير من المحررين في مركزها الرئيسي لتحرير المواد الإخبارية العالمية والمحلية.

ثالثا: الإذاعة

1- تعريف الإذاعة

تعددت تعاريفات الإذاعة وتشعبت لكنها تصب في مجال واحد يمكننا تحديده لغة واصطلاحا حتى يتضح ويتحدد المفهوم أكثر؛ فهي في اللغة: "تعني النشر العام وذويوع ما يقال، وهي من أذاع الشيء بمعنى نشره وأذاعه"⁹⁵. يعود مصطلح الإذاعة إلى كلمة راديو *raduis* باللاتينية، وتعني نصف قطر الدائرة، والتسمية تعني عملية إرسال الموجات الصوتية، لأنها ترسل على شكل دوائر عبر الفضاء ضمن مركز إرسال، وقد كانت تسمى أيضا في بداية ظهور اللاسلكي ب *wireless*، إلا أن الأمريكيين فضلوا تسميتها بالراديو *radio* ثم أضيف لها بعد عام 1914 م مفهوم تلغراف ليصبح المفهوم راديو تيليغراف *radio telegraph*، ومنه جاءت تسمية الراديو بين الدول والمجتمعات والقوميات في العالم، ويعني هذا أن كلمة مذياع هي تسمية أمريكية ظلت مستخدمة إلى يومنا هذا. تعني كذلك الوسيلة التي توصف بأنها جماهيرية الاتصال؛ فهي أداة تربطنا بالعالم سياسيا واقتصاديا وثقافيا، ويعتبر الراديو إحدى تكنولوجيات الإعلام التي سجلت عملية انتقال المعلومات والأفكار إلى الجماهير المستمعة أو ما يعرف بالإعلام الجماهيري؛ فالإذاعة هي أكثر وسائل الإعلام انتشارا وشعبية عبر العال

⁹⁵ عبد الباسط محمد الخطامي: مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2015، ص 20

وتعرفها دائرة المعارف البريطانية بأنها "النشر المنظم أو التي تهدف للإمتاع أو التثقيف أو الإعلام وغيرها، تستقبل في آن واحد بواسطة جمهور متناثر، يتكون من أفراد أو جماعات، بأجهزة استقبال ملائمة"⁹⁶

3- نشأة وتطور الإذاعة

تعود البدايات الأولى لظهور الإذاعة إلى عام 1824م أين اكتشف العالم الإنجليزي وليام ستيرجون "sturgeon" الموجات الكهرومغناطيسية ثم قام بتعديلها العالم الأمريكي جون هنري "jaune henry" بعد ذلك بأربع سنوات قام سامويل موريس "samuel morice" في عام 1837م على ابتكار أبجدية تعتمد على استخدام النقاط والشرط باستخدام الأسلاك الكهرومغناطيسية التي تنتج حركة وما نسميها الآن البرق أو التلغراف وفي عام 1876م استطاع غراهم بيل "graham bille" أن يخترع التلفون الذي ساعد على نقل الصوت من مسافات بعيدة، مستخدماً تكنولوجيا التلغراف؛ أي سيلان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلاً بواسطة مطرقة التلغراف شريحة صغيرة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وبهذا استطاع تحويل الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة التلفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي⁹⁷.

بعد اختراع توماس اديسون tomas edison في عام 1877م جهاز الفونوغراف phonographe تمكن العالم الألماني اميل بيرلينغر، emile berlinger في عام 1887م من ابتكار المسطح، flat disc الذي يستخدم في تسجيل الصوت، وبدأ تسويق أجهزة الفونوغراف منذ عام 1890م كوسيلة شعبية جذابة للموسيقى في الأماكن العامة. لقد جاء ظهور الإذاعة كنتيجة لأبحاث العلماء في الكهرباء والمغناطيسية كبداية لثورة الإلكترونيات إلى أن غيرت بل قضت على الوسائل التقليدية والحديثة منعرجاً كبيراً على حياة الإنسان، ولدت الإذاعة في العصر

⁹⁶ هاشم أحمد عمر: الدور الديني والإعلام في مناهضة الظواهر السلبية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مكة، 2011 ص 66

⁹⁷ المرجع نفسه، ص 67

الحديث، وارتبط اسمها باسم "جاليلو ماركوني marconi" الذي استفاد من كافة البحوث الإيطالية والفرنسية والروسية والألمانية مما أدت إلى اكتشاف الموجة الكهرومغناطيسية عام 1865م، اكتشافا نظريا ثم تطبيقيا عام 1888م بفضل العالم الألماني "هرتز" الذي اكتشف موجات الراديو بالقياسات⁹⁸، ومنه سميت بالموجات الهورترية نسبة لمكتشفها "هرتز".

ثم جاءت اكتشافات "ريجي" في إيطاليا عام 1891 م، فاستفاد منها "ماركوني" عندما بدأ العمل على تنفيذ أجهزة الراديو اعتمد على تلك النظريات في بلدة والده بإيطاليا، ثم رحل بها إلى بريطانيا وسجل اختراعاته بها عام 1896م، وحقق نجاحا هائلا وأسس شركة للاتصالات اللاسلكية تهدف إلى إرسال البرقيات دون وصل سلكي، واخترع العالم "دي فوراست" عام 1906 م مصباح الرديوفون المذياع الهاتفي واستطاع هذا الأخير من اختراع الصمام الثلاثي الذي ساعد على تقوية الإشارات اللاسلكية، ويستطيع تضخيم الإشارات الراديو، وأصبح العنصر الأساسي في مستقبل المذياع، وتمكن العالم "ريجينالد فسندين" من إرسال الكلام عن طريق اللاسلكي من محطة أقامها في ولاية ماساشوتس الأمريكية شرق الولايات المتحدة الأمريكية وعاصمتها بوسطن.

وفي عام 1906 تحدث ريجينالد بواسطة موجات لراديو من برنت روك ماشاسوتس إلى سفن مبحرة في المحيط الأطلسي، كما ذهب "دي فورست" إلى فرنسا وأقام محطة إذاعية في "برج ايفل" وأقام فريست بنقل برنامج من مسرح في مدينة نيويورك الأمريكية عام 1910 م، ولم تصبح الإذاعة الصوتية حقيقة واقعة إلا في سنة 1920، وأنشأت شركة "ويستنكهاوس" محطة إذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية، و قد استطاعت تلك المحطة أن تنقل نتيجة انتخاب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية "وارين هاردينغ" في نفس الليلة، و قد كان ذلك الحدث ضجة قوية في الصحافة الأمريكية لأنه سجل أول نصر للإذاعة على الصحافة في نقل الأخبار⁹⁹.

⁹⁸ هاشم أحمد عمر، مرجع سبق ذكره، ص 67

⁹⁹ الناشف أنطوان: البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، ط1، منشورات جلي الحقوقية، بيروت، 2003، ص13

ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة " ديترويت نيوز " ¹⁰⁰ ، وبدأت صناعة الإرسال الإذاعي عام 1922م حتى كان هناك أكثر من 600 محطة إذاعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعد سنتين ازداد هذا العدد إلى 1400 محطة إذاعية وكانت غالبية هذه المحطات تقوم على أساس الدعاية التجارية إلى جانب عملها الأصلي ¹⁰¹ ، وهذا ما يفسر انتماء وانجذاب الشعب الأمريكي للإذاعة حيث كانت الولايات المتحدة الأمريكية تحوز على 600 محطة إذاعية وكانت أول نجاح إليها كوسيلة إعلامية خاصة في الحملات الانتخابية.

في عام 1947م اخترع العلماء والمهندسون في مختبرات للهاتف الترانزيستور "الذي حل محل الصمام و الترانزيستور يتميز على الصمام بمميزات عديدة، مما جعله يحل محله في أجهزة الالكترونية على نطاق واسع، و لكنه تطور بشكل كبير و قد احدث ظهور " الترانزيستور "تطورا كبيرا على جهاز الراديو، فتقلص حجمه ليصبح صغيرا و صار يستقبل جيدا وبوضوح ورخيصا، ويعد ظهور "الترانزيستور" ثورة مهمة بنسبة للإذاعة و التلفزيون ¹⁰² ساهم بشكل كبير في اقتناء الأشخاص له أو بما يسمى الآن الراديو.

من خلال ما ذكر سابقا ندرك أن اختراع الإذاعة لم يرتبط باسم شخص وبلد أو زمان محدد وإنما عبر عدت باحثين ومخترعين من أماكن مختلفة تطورت أحداثها شيئا فشيئا إلى أن تحقق هذا التطور لها وأصبح المتلقي يتلقى البث الإذاعي عبر شبكات الانترنت أو عن طريق التطبيقات الإلكترونية الحديثة.

4- نشأة الإذاعة في الوطن العربي

ظهور الإذاعة ونشأتها الأولى في الوطن العربي يعود الى الدول المحتلة التي كانت تستخدمها لأهداف عسكرية واستعمارية؛ فكانت مصر والجزائر من أولى البلدان العربية استخداما للإذاعة، ويعود تاريخ ظهور الإذاعة في الوطن

¹⁰⁰ فضيل دليو: مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية، ط1، ديوان الطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 136

¹⁰¹ حميدي عاصف: العمل الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار مفاتيح النجاح و اسرار الإبداع، الامارات العربية، 2004، ص 15

¹⁰² الرحمن عبد الله محمد عبد: سوسيولوجيا الإتصال و الإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2002، ص 34

العربي إلى سنة 1925م؛ حيث جلبها المحتل إلى البلدان العربية خدمة لأغراضه والاستفادة منها، وقد مرت الإذاعة في الوطن العربي بثلاث مراحل أساسية وهي:

أ - مرحلة الاستعمار: دخلت الإذاعة معظم الدول العربية عن طريق الاحتلال الفرنسي واليطالي مثلما حدث في لبنان وليبيا والجزائر، إلا أن أثناء فترة الاستعمار كان هناك أيضا نوعين من الإذاعات؛ إذاعات تابعة للمستعمر تعمل في إطار سياسته الاستعمارية وإذاعات يمكن تسميتها إذاعات مضادة للإذاعات المستعمر.

ب)- فترة ما بعد الاستقلال: كانت فيها الإذاعة في أغلب الدول العربية ملكا للدولة، تستعملها كوسيلة للتنمية وفرض النظام، وقد عملت الأنظمة العربية على استغلال الإذاعة في مجال الدعاية لسياسة الدولة والتنمية¹⁰³، وكانت مركزية في أغلب الدول العربية، ولا زالت إلى يومنا هذا ملكا لها.

ج)- فترة العولمة:

إن التحولات الناتجة عن العولمة الإتصالية، والتي فرضت على جميع الدول إما التكيف مع ما يفرضه مجتمع المعلومات من واقع جديد زالت فيه كل الحدود التي كانت قائمة، وإما الاستسلام لتبعية الدول التي تستعمل كل إمكانياتها للوصول إلى كل فرد وإشباعه بما يسعى إليه، خاصة عن طريق وسائل الإعلام، مما يجعل كل دولة تفقد السيطرة على مجتمعها كليا أو جزئيا، حسب ظروف المجتمع وما يملكه من مقومات وعقائد، ومن هنا سعت الدول العربية إلى محاولة التغطية الإعلامية عن طريق الإذاعات الموجهة والإذاعات المحلية التي تخاطب الجمهور المحلي انطلاقا من خصوصيته وظروفه وقضاياها المحلية¹⁰⁴.

5- الإذاعة: الأنواع، الخصائص والوظائف

¹⁰³ الرحمن عبد الله محمد عبد: مرجع سبق ذكره، ص 35

¹⁰⁴ المرجع نفسه، ص 36

1.5. أنواع الإذاعات

تم تقسيمها إلى أنواع كثيرة تبعا لقوة إرسالها، وحسب المعيار الجغرافي، وهي كالآتي:

■ الإذاعة الدولية:

هي الإذاعة التي تبث من داخل دولة معينة إلى دول أخرى، وتكون لغتها باللغات المناسبة لسكان تلك الدول، أو هي المحطات الإذاعية التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك تعتبر موجه تغيير قد توجه للمغتربين من البلد الأم، ومثال هذا النوع إذاعة صوت العرب، وإذاعة صوت أمريكا.

■ الإذاعة المركزية:

أي الإذاعة الوطنية التي تبث برامجها من عاصمة الدولة، ولها من البث ما يغطي البلد كله، ويعبر صوتها حدود الدولة؛ فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالشموليات دون التفصيلات؛ لأنها تخاطب مستمعين مختلفين ومتنوعين، وتختلف اهتماماتهم ووظائفهم وثقافتهم وتقاليدهم.

■ الإذاعة الجوارية (المحلية):

الإذاعة الجوارية هي أداة أولية تدعم حق الاتصال للفرد بالجماعات الصغيرة وبالجماعات المحلية، علاوة على كونها أداة سياسية لإصلاح عدم التوازن في سريان المعلومات من العواصم إلى المحليات والمناطق النائية¹⁰⁵، كما أنها تقدم خدمة إذاعية محلية لمجتمع محلي متجانس، بمعنى أن برامجها تخاطب مجتمعا خاصا محدود العدد، يعيش على أرض محدودة المساحة ومتجانسة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

¹⁰⁵ جمال راسم محمد: الإتصال و الإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، 2004، ص 202

2.5. وظائف الإذاعة

تؤدي على العموم وظائف أساسية نذكر منها:

- تقوم الإذاعة بتزويد الجمهور بالمعلومات والأحداث التي تحدث خارج الوطن وداخله.
- تنقل التراث الاجتماعي المتمثل في القيم والمعايير الاجتماعية، والتقاليد من جيل إلى آخر هي الأداة المثلى للثقافة والتوعية والتسليّة والتنمية.
- وظيفة المرافقة والصداقة: ولقد تبين أن الراديو يلعب دور الرفيق بصفة عامة، ويساعد في خفض التوترات الناجمة عن روتين العمل اليومي من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى.
- التعارف الاجتماعي؛ إذ تقوي الإذاعة الصلة الاجتماعية بين الأفراد عن طريق إظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم، بالإضافة إلى تقديمها شخصيات معروفة ومشهورة المحبوبة إلى قلوبهم
- تنمية الحوار الاجتماعي عن طريق طرح البدائل وترك النتيجة للحوار.
- المحافظة على القيم والمبادئ الاجتماعية ومقومات المجتمع؛ كالمواطنة والولاء والانتماء عن طريق التفاعل ودفع عملية المشاركة الاجتماعية.
- خلق توافق اجتماعي من خلال إنشاء رأي عام تجاه قضية ما.
- التشجيع على الإبداع ومحاربة الإشاعات والدعاية المغرضة من خلال نشر الحقائق.
- وظيفة مراقبة البيئة: تعد هذه الوظيفة حاضرة بقوة في وسائل الإعلام ومنذ وقت مبكر لأن الإنسان بطبيعته حاله يبحث عن الاستقرار، وهذا لا يأتي إلا بمراقبة البيئة لمعرفة الأخطار التي تحيط به¹⁰⁶

رابعاً: التلفزيون¹⁰⁷

¹⁰⁶ الخطامي عبد الباسط محمد: مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2015، ص 90

¹⁰⁷ فضيل دليو: تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 133-144

1- تعريف التلفزيون

لغتنا: التلفزيون كلمة مركبة من كلمتين (Tél) ومعناه "عن بعد" و (Vision) ومعناه "الرؤية" وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو "الرؤية عن بعد" استعملت هذه الكلمة لأول مرة عام 1900م.

أما من الناحية الفنية: فيمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه: " طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت عن بعد وبواسطة الموجات الكهرو مغناطيسية والاسلاك النحاسية (الألياف البصرية مؤخرا) والأقمار الصناعية.

2- النشأة والتطور

لم يكن ظهور التلفزيون على هذا الشكل فجأة بل كان تدريجيا، تضافرت جهود وعوامل كثيرة وفرت له، انطلاقا من النظام التقني للراديو، ومع ذلك فقد كان التطور التكنولوجي في مجال التلفزيون أكثر سرعة مما كان عليه في الراديو والجدير بالذكر هنا أنه وبالموازاة مع الأبحاث حول بث الصوت عن بُعد ومعالجة الصورة الصورة بمصباح "إيديسون" الكهربائي، أجريت تجارب لارسال الصور الثابتة منذ منتصف القرن 19 تُوجت عام 1907م بإختراع جهاز يستعمل ضمن شبكات مهنية يُدعى "البلينوغراف" « Belinographe » نسبة الى اسم مخترعه الفرنسي (E.Belin) ومع ذلك لا يعتبر التلفزيون امتدادا له لأنه لا يستعمل دعامة ثابتة بل نقاطا ضوئية ولذلك فهو أقرب الى النظام التقني للراديو.

ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال الأمريكي "إيديسون" التي أمنت تحويل الطاقة المضئية الى صورة كهربائية والعكس منذ 1879م، وأعمال الألماني (نيكوف) (Nipkow) الذي اخترع عام 1884م أسطوانة مثقوبة (ثقوبا لولبية) لتركيب الصورة، يُمكن للضوء الذي يمر من خلالها أن يُقسم الأجسام المصورة كهربائيا الى عناصر خطية تكون في مجموعها صورة من الصور، ثم طوّر الباحث الأمريكي « Jenkins » مبدأ (Nipkow) عام 1890م، ولكنه لم يتمكن عمليا من ترجمة أبحاثه وأفكاره غيره من أمثال "ماركوني" حتى عام 1925م حيث قدم الاثباتات الميكانيكية على قدرة البث

التلفزيوني، وقبل ذلك بسنة أي 1924م استطاع العالم البريطاني « Jhon Baird » وضع أول تصميم عملي للتلفزيون (معتمد للنظام الميكانيكي) استخدمته عدة دول لاحقا، كما استطاع فيما بعد أن يخرج الـ B.B.C في سنة 1936م.

ولكن مع ظهور تكنولوجيا الالكترونيات مع نهاية العشرينيات الذي مكن لاحقا وعلى المدين المتوسط والبعيد، من حل المشاكل التي كانت تعترض تطبيق أعمال الباحثين في المجال التلفزيوني ذي النظام الميكانيكي.

وتعتبر سنة 1927م موعد ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول ارسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن.

وكانت فترة 1929-1931 بمثابة نقلة نوعية للتلفزيون عندما اخترع "فلاديمير زوريكين" (Zworykin) معتمدا على النظام الالكتروني أنبوب الصورة المستقبل خلافا للأسطوانة المثقوبة ثم أنبوب الكاميرا التحليلي (Iconoscope) تبعه تطور نوعي آخر في أواخر الأربعينيات مع اكتشاف جهاز "أرثيكون" الذي يتميز بحاجته العلمية الى كمية أقل من الضوء، إلى أن أُستغني تدريجيا (ابتداء من 1978م) عن الأنبوب وأصبحت الشاشة مسطحة (بلازمية بلورية) والصورة رقمية.

أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم نسبيا فقد بدأ سنة 1939م حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربعة ساعات من البث اليومي، ثم جاءت الحرب العالمية الثانية لتضع حدا مؤقتا لتطوره في أوروبا ولتفسح المجال للولايات المتحدة الأمريكية البعيدة عن هذه الحرب، لتواصل التطور الكبير للتلفزيون، وكانت قد بدأت الإذاعات التلفزيونية بالولايات المتحدة الأمريكية في الفترة نفسها تقريبا، ولكن الانتشار الجماهيري لأجهزة التلفزيون بالولايات المتحدة الأمريكية لم يتم إلا بعدما سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية باستخدام التلفزيون في المنازل. وهذا فإن الارسال الواسع (الجماهيري) للتلفزيون لم يبدأ إلا بعد منتصف القرن العشرين حيث طورت صناعة التلفزيون وارتفع عدد أجهزة الاستقبال. ففي عام 1952 ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكية بعدما اكتشفها الأمريكي

(جولدمارك) في مخابر C.B.S واستُفيدا من اختراع "الترانزستور" الالكتروني عام 1960م في تقليص حجم الجهاز فتعددت القنوات التلفزيونية، ولم يحل عام 1970م حتى عمت أجهزة الاستقبال 90% من البيوت الأمريكية وعم الارسال التلفزيوني معظم بلاد العالم.

أما في البلاد العربية، فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان قبل استقلالها ومنها الجزائر التي عرفت سنة 1956م، وفي سنة 1957م دخل التلفزيون العراق، ثم لبنان عام 1959م، مصر وسوريا عام 1960م، الكويت عام 1961م، المغرب والسودان عام 1962م وباقي الدول العربية

3- أهمية التلفزيون

✓ وسيلة إخبارية هامة توظف الصورة والصوت

✓ وسيلة خارقة في الاقناع والتأثير والسيطرة

✓ تعمل على الترفيه والتسلية.

✓ التشقيف والتعليم

خامسا: السينما

1- نشأة وتطور السينما

يرجع البعض بدايات السينما، أو بتعبير أدق ما قبل البدايات إلى ما دَوَّنه الفنان والمهندس والعالم الإيطالي، ليوناردو دافنشي من ملاحظات ذكرها جيوفاني باتستا دي لابورتا، في كتابه السحر الطبيعي Natural Magic عام 1558، فقد لاحظ دافنشي أن الإنسان إذا جلس في حجرة تامة الظلام، بينما تكون الشمس ساطعة خارجها، وكان في أحد جوانبها ثقب صغير جدًا في حجم رأس الدبوس، فإن الجالس في الحجرة المظلمة، يمكنه أن يرى على

الحائط الذي في مواجهة هذا الثقب الصغير ظلالاً أو خيالات لما هو خارج الحجرة، مثل الأشجار، أو العربات، أو الإنسان الذي يعبر الطريق، نتيجة شعاع من الضوء ينفذ من الثقب الصغير.

أما البداية الحقيقية لصناعة السينما تعود الى عام 1895م نتيجة للجمع بين ثلاثة مخترعات سابقة هي اللعبة البصرية، والفانوس السحري، والتصوير الفوتوغرافي، عندما قام الاخوان لوميير (أوجوست ولويس) Auguste & Louis Lumiere اللذان كان يُديران مصنعا لتصنيع الأدوات الفوتوغرافية في ليون بفرنسا، بعرض أول أفلامهما "العمال يُعادرون مصنع لوميير" في 22 مارس 1895م في قبه الجراندي كافيه Grand Café، بمدينة باريس، لذلك فالعديد من المؤرخين يعتبرون لويس لوميير المخترع الحقيقي للسينما، فقد استطاع أن يصنع أول جهاز لالتقاط وعرض الصور السينمائية، ومن هذا التاريخ أصبحت السينما واقعاً ملموساً. وقد شاهدت نيويورك في أبريل 1895، عرضاً عاماً للصور المتحركة. ثم ما لبث آرمان وجينكينز، أن تمكنا من اختراع جهاز أفضل للعرض، استخدماه في تقديم أول عرض لهما في سبتمبر من السنة نفسها- الأمر الذي حدا بتوماس إديسون Thomas Edison لدعوتهما للانضمام إلى الشركة التي كان قد أسسها. وفي العام التالي تمكن إديسون من صنع جهاز للعرض يجمع بين مزايا الجهازين، وأقام أول عرض عام له في أبريل 1896 فلقني نجاحاً كبيراً. وانتقلت سينما لوميير الى بلاد العالم منها الى مصر واليابان والهند وأستراليا، ولم تمض سنة على اول حفلة عرض في باريس حتى كانت العروض السينمائية تغزو العالم كله¹⁰⁸.

ظلت السينما صامته الى غاية 1903 م، حيث قام المخرج الأمريكي "إدوين بورتو" بتصوير أول فيلم بكاميرا متحركة، ثم تلاه التطور النوعي الذي أحدثه الفنان الأمريكي (غريفت)(Griffith) عام 1915م عندما صور

¹⁰⁸ ماجي الحلواني حسين: مقدمة في الفنون الاذاعية والسمعية البصرية، القاهرة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 1999، ص 113

فيلمه الأول مستعملاً الكاميرا استعمالاً حراً وفي حركة متتابعة فاتحاً بذلك عهد المونتاج السينمائي، وبهذا بدأت المنافسة الشديدة بين السينما في أوروبا وأمريكا لتفرض هذه الأخيرة سيطرتها منذ ذلك الحين.

وبحلول عام 1927م كانت جهود المخترعين آتت ثمارها، وفي عام 1929م أصبحت عملية تسجيل الصوت على شريط الصورة عملية شائعة وهكذا انتهت السينما الصامتة إلى الأبد.

ويقسم الناقد والمؤرخ السينمائي الأمريكي فيليب كونجليتون، المراحل التي مرَّ بها تطور الفيلم السينمائي من منظور التأثير بنمو السوق إلى العصور التالية:

1. **عصر الريادة: 1895 - 1910:** في هذا العصر بدأت صناعة الفيلم، الكاميرا الأولى، الممثل الأول، المخرجون الأول كانت التقنية جديدة تماماً، ولم تكن هناك أصوات على الإطلاق، ومعظم الأفلام كانت وثائقية، خبرية، وتسجيلات لبعض المسرحيات، وأول دراما روائية كانت مدتها حوالي خمسة دقائق، وبدأت تصبح مألوفة

2. **عصر الأفلام الصامتة: 1911-1926:** ويتميز هذا العصر عن سابقه بكثرة التجريب في عملية مونتاج الأفلام، فلم تكن هذه المرحلة صامتة بالكامل، فقد كانت هناك استخدامات لطرق ومؤثرات صوتية خاصة، بينما لم يكن هناك حوار على الإطلاق حتى المرحلة التالية، فاختلف الشكل، واختفت التسجيلات المسرحية لتحل محلها الدراما الروائية، ويعد هذا أيضاً بداية مرحلة الأفلام الشاعرية ذات الطابع التاريخي الأسماء الشهيرة في هذه المرحلة ضمت شارلي شابلن Charles Chaplin.

3. **عصر ما قبل الحرب العالمية الثانية: 1927-1940:** يتميز هذا العصر بأنه عصر الكلام أو الصوت، ولكن فيليب كونجليتون يرى، أن هذا التصنيف غير دقيق، فذلك يعني أن هناك مرحلتين في تاريخ الفيلم: الصمت والكلام.

وببدأ هذه العصر بإنتاج أول فيلم ناطق بعنوان "مغني الجاز" عام 1927، بالإضافة إلى أفلام ناطقة أخرى متنوعة أنتجت في هذه المرحلة، كما شهدت أفلام الثلاثينيات استخداماً أكثر للألوان، وبدأت الرسوم المتحركة، وفي هذه المرحلة أيضاً ظهرت العروض النهارية للأفلام، وبدأت تتنامى في المسارح مع موجة الكوميديا، وبرز نجوم لفن السينما انتشرت أسمائهم في ذلك الحين.

4. **العصر الذهبي للفيلم: 1941-1954:** أحدثت الحرب العالمية الثانية كل أنواع التغيرات في صناعة الفيلم، فخلال وبعد الحرب ازدهرت الكوميديا بشكل ملحوظ، وتربعت الأفلام الموسيقية على عرش السينما، كما انتشرت أفلام الرعب، ولكن باستخدام ضئيل للمؤثرات الخاصة بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج، لذلك ظهرت الأفلام الجماهيرية في هذه المرحلة والتي يمكن تصنيفها إلى أفلام استخبارات، أما أفلام الخيال العلمي فقد ظهرت حوالي عام 1950.

2- نشأة السينما العربية

بعد الانتشار السريع لموجة السينما في العالم خاضت الدول العربية تجارب في السينما ولكنها كانت محتشمة في البداية إلى أن أصبحت هنالك سينما عربية قائمة بذاتها. فكانت مصر السبابة إلى ذلك حيث شاهد الجمهور المصري أول عرض سينمائي في 05 نوفمبر 1896م بالإسكندرية بعرض شريط سينمائي فرنسي يحتوي على مجموعة لقطات متفرقة، وعند عام 1912 ظهرت أول صور متحركة مصرية على شاشة مقهى الاسكندرية وفي عام 1928 تم عرض أول فيلم مصري من اخراج ستيفن روستي¹⁰⁹.

¹⁰⁹ زهير الخالدي: خطوات على طريق السينما، ط1، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1989، ص 31

المحور الثامن: وسائل الاعلام والاتصال في الجزائر قبل وبعد الاستقلال

أولا: الصحافة المكتوبة

I. الصحافة المكتوبة في الجزائر أثناء الاحتلال الفرنسي 1830-1962

جاء الاستعمار الفرنسي بالصحافة المكتوبة من أجل طمس الشخصية الجزائرية، ومن أجل تسهيل الدخول إلى عمق الجزائريين عن طريق الدعاية الإعلامية في الصحف لترويج فكرة الجزائر فرنسية.

يرى أغلبية المؤرخين والباحثين في تاريخ الجزائر بأن ظهور الصحافة المكتوبة في الجزائر يعود إلى ما بعد الاحتلال الفرنسي 1830.

في هذا الاطار يقول زهير إحدادن في إحدى محاضراته : من المعلوم أن الصحافة ظاهرة جاء بها الاستعمار إلى الجزائر، وعندما بدأت تنتشر في الأوساط الإسلامية الجزائرية، كان الجزائريون هم اللذين كانوا يُحَرِّكُونَهَا، وكان يقصدون بذلك إقناع المسلمين الجزائريين بأن أحسن وسيلة يستعملونها للدفاع عن حقوقهم هي وسيلة الصحافة، وأن هذه الوسيلة تفيدهم أكثر ما تفيدهم الأسلحة الفتاكة التي لا تطرح المشكل أو المشاكل وإنما تزيد في تعقيدها.

فقبل تاريخ 1830م لم تشهد الجزائر ميلاد صحيفة إعلامية، فجذور الصحافة في الجزائر تعود الى بداية احتلال الفرنسيين للجزائر، وقد كان هؤلاء مصحوبين بمختلف أنواع المعدات العسكرية وأفراد رجال الثقافة والاعلام المزودين بدورهم بالوسائل الإعلامية، من مطبعة وهيئة التحرير، انكبت على الفور على نشر جريدة تدعى "لستفيت دالجي" (Estafette

d'Alger)، هي أول جريدة تصدر في الجزائر باللغة الفرنسية، يُشرف عليها ضابط من الجيش الفرنسي، وكانت تتولى

جمع سلسلة من الأخبار والمعلومات التي لها صلة بما يجري من مستجدات عن السياسة الفرنسية وعن الحملة الفرنسية التي يقودها

الجيش الفرنسي المتواجد في الجزائر

وبعدما تمكّن الغزاة من احتلال الجزائر، والمكوث فيها تم الاستغناء عن هذه الجريدة التي لم تر الوجود سوى في عدد من فقط لأنها كانت وليدة الظرف، ثم عُوضت بالعديد من الجرائد التي تخدم مصالح فرنسا وتشرف عليها السلطات الاستعمارية، ومن أجل ذلك تم توفير كل الإمكانيات المالية والمادية لها لضمان استمراريتها وآداء رسالتها ونذكر من هذه الجرائد:

■ **الممرن الجزائري (Le moniteur Algérien)** الصادر يوم 27 جانفي 1832م باللغتين الفرنسية والعربية، وقد استمرت في الصدور أكثر من خمسين سنة. بعدها قامت السلطات الاستعمارية بإصدار صحيفة ثالثة وهي "النشرة الرسمية لعقود الحكومة" (**Bulletin Officiel des Actes Gouvernement**) وقد صدر العدد الأول منها في 20 أكتوبر 1834.

■ جريدة "الأخبار" بعنوان عربي وفرنسي الحروف، التي تم إصدارها تسع سنوات بعد الغزو الفرنسي بمقتضى قرار المارشال "كونت فالي" وبالتحديد يوم 12 جويلية 1839 واستمرت الى غاية 1898

هكذا بدأت الصحافة الفرنسية في الجزائر تتكون شيئا فشيئا بأشراف أقلام فرنسية في أول الأمر، ولإعطائها مصداقية أكثر وضمان البقاء لها، عمد الفرنسيون الى تكوين نخبة جزائرية باللغة الفرنسية، حتى يساهم الجزائري بدوره عن وعي أو عن غير وعي في اعتماد هذه الجرائد وتقريبها من المواطن الجزائري. وبعد مرور أكثر من سبع عشر عاما من الوجود الفرنسي في الجزائر أصدرت فرنسا أول جريدة باللغة العربية "المبشر" بتاريخ 15 سبتمبر 1847م من طرف الملك لويس فليب.

ونظرا للدور الذي كانت تقوم به هذه الجرائد خدمة للرسالة الاستعمارية في الجزائر، ظلت قائمة وفي تزايد مستمر، وبكثير من العناية والاهتمام إلى غاية رحيل فرنسا عن الجزائر. وفي هذا الصدد يقول زهير إحدادن أن جريدة المبشر لعبت دورا كبيرا في اظهار الصحافة الجزائرية، فلقد كانت بمثابة مدرسة تخرج منها الصحفيون الأوائل الذين أنشؤوا فيما بعد الصحف باللغة العربية في الجزائر مثل محمود كحول، ومامي إسماعيل اللذين أسندت اليهما الحكومة الاستعمارية جريدة (كوكب افريقيا) (ما بين 1907 و1914) وجريدة النجاح (ما بين 1919-1956) اللتين عوضتا جريدة "المبشر" بعد مرحلتها الثانية.

إن الخط الصحفي من قبل هذه الصحف المعلنة عن ولائها الكلي للحكومة والمشجع للسياسة الاستعمارية في الجزائر لم يكن يخدم سوى مصالح ضيقة لفرنسا، وخوفا من فقدان فرنسا لمصالحها، وظهور انفجار الأهالي، إلتزمت مجموعة من الفرنسيين المؤمنين بضرورة بقاء الجزائر أرض فرنسية بإنشاء صنف آخر بإنشاء صنف آخر من الجرائد الحكومية التي تتظاهر بأنها تدافع عن حقوق الجزائريين وتستنكر ما تقوم به الحكومة الاستعمارية من أعمال تعسفية في حق الأهالي، داعين السلطات الفرنسية الى الاهتمام والانشغال بقضايا المسلمين الجزائريين وهم يسعون من وراء ذلك الى كسب الجزائريين خدمة وتحصينا للوجود الفرنسي، وكان في طليعة هذا الصنف من الجرائد جريدة "المنتخب" وهي جريدة أسبوعية تصدر باللغتين العربية والفرنسية، تأسست في شهر أبريل 1882م بمدينة قسنطينة، وقد تمكنت هذه الجريدة من جلب فئة المسلمين المثقفين بالعربية الى المساهمة بأقلامهم العربية في عملها الإعلامي، لاقتناعهم بأنها تُدافع عن حقوقهم.

✓ وبعد الحرب العالمية الأولى 1919-1939: تميزت هذه المرحلة بظهور العديد من الصحف ذات التوجه الحزبي والايديولوجي، ومن أبرز هذه الصحف جريدة "الإقدام" الموالية للأمير خالد، والصادرة بالجزائر العاصمة سنة 1920، وجريدتي "المنتقد" و "الشهاب" للشيخ عبد الحميد بن باديس الصادرتين بقسنطينة سنة 1925م، وفي ذات السنة تأسست صحيفة "الجزائر" على يد الصحفي الشهير "محمد السعيد الزاهري"، وكان شعار الجريدة "الجزائر للجزائريين" وتوجهت بنقد لاذغ للسلطات الاستعمارية وهو ما تسبب في إيقافها بعد صدور أربعة أعداد منها فقط. جريدة "البصائر" الناطقة باسم جمعية العلماء المسلمين الجزائرية سنة 1935، وجريدة "الشعب" الناطقة باسم حزب الشعب سنة 1937م وكان رئيس تحريرها مفدي زكرياء.

✓ الحرب العالمية الثانية إلى غاية اندلاع الثورة (1940-1954): تميزت هذه المرحلة بتوقف أغلب الصحف الجزائرية بسبب اندلاع الحرب العالمية الثانية من جهة والمضايقات المستمرة للسلطات الاستعمارية اتجاه الصحف المعارضة من جهة أخرى باستثناء بعض الصحف التي تمكنت من اصدار أعدادها كصحيفة "المساواة" الناطقة باللغة الفرنسية والتابعة لحزب أحباب البيان والحرية سنة 1944 ولكنها توقفت عن الصدور سنة 1945.

✓ وبعد الحرب العالمية الثانية، استأنفت الصحافة الجزائرية صدورها، ففي سنة 1947 صدرت صحيفة "المغرب العربي" وهي

أحدى الصحف السبعة التي أسسها محمد السعيد الزاهري، وجريدة "الداعي" سنة 1950 وجريدة "القبس" سنة 1952.

وفي الفترة 1954-1962 وهي الفترة التي سُميت بمرحلة صحافة الثورة، حيث تميّزت هذه المرحلة باندماج كلّ إيديولوجيات

الصحف الجزائرية في خدمة الأغراض الدعائية لجيش التحرير الوطني، وقد ظهرت خلال هذه المرحلة العديد من الصحف الثورية

أبرزها:

■ صحيفة "الوطن" التابعة للولاية التاريخية الأولى سنة 1955.

■ صحيفة "المقامة الجزائرية" سنة 1955 والتي تحوّل اسمها فيما بعد الى صحيفة "المجاهد" سنة 1956 الناطقة باسم جبهة

التحرير الوطني والتي كانت تصدر بصفة سرية في البداية، وبسبب المضايقات المستمرة للسلطات الاستعمارية انتقلت

للصدور من بلدان مجاورة (المغرب، تونس) الى غاية 1962.

II. الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الثورة التحريرية

1- مرحلة الاستقلال وما قبل التعددية السياسية (1962-1988):

تعتبر سنة 1962 الشمعة الأولى من تاريخ الجمهورية الجزائرية الحديثة المستقلة بداية متشعبة نوعا ما للصحافة خصوصا بعد أن

وحدت جميع الآراء الصحفية والنزاعات النقدية في جريدة واحدة وهي "المجاهد".

عمدت الدولة الجزائرية في هذه المرحلة على انشاء عدد من الصحف أغلبها كانت ناطقة باللغة الفرنسية، وكانت أولى الصحف التي

أنشأت بعد الاستقلال هما صحيفتي « Le Peuple » و « الشعب » سنة 1962، تلتها مجموعة من الصحف الأخرى مثل جريدة

الجمهورية وجريدة النصر الجهويين سنة 1963، وجريدة « Alger le Soir » سنة 1964، وكانت أغلب صحف تلك الحقبة

متشابهة من حيث المضمون ولا تحظى بإقبال واسع من الجمهور الجزائري¹¹⁰.

¹¹⁰ فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 216

وعلى المستوى القانوني، فقد غابت النصوص التي توضح وتنظم العمل الإعلامي إلى غاية صدور قانون الاعلام سنة 1982¹¹¹

2- مرحلة التعددية الإعلامية (1989 الى يومنا هذا):

رغم التطور الذي عرفته الصحافة بعد الاستقلال إلا أنها بقيت تُعاني التبعية للغة الفرنسية خصوصا وأن الفرنسية كانت راسخة في أذهان الجزائريين، خاصة بعد اختفاء جريدتي الجزائر الجماهيرية والشعب وتعويضهما بجريدة المجاهد التي بقيت وحدها تغطي مرحلة الفراغ والركود في الصحافة الجزائرية ومع بداية الثمانينات عرفت الصحافة المكتوبة تطورا ملحوظا لعدة أسباب، نذكر منها:

✓ إرادة السلطة في إقامة نظام اشتراكي للإعلام

✓ محاولة تعريب الصحافة اليومية

✓ نظرة وحيزة للوضع القانوني للصحافة المكتوبة، وبعد أن أصبحت الجزائر من الدول التي لها كلمتها في الساحة الدولية استوجبت على السلطات الجزائرية ترك الساحة الإعلامية للكفاءات الناشطة في المجال الإعلامي في ذلك الوقت بحيث ازداد عدد الصحف والمجلات وأصبحت الصحافة المكتوبة منافسة للإذاعة والتلفزيون.

وقد تميزت هذه المرحلة بانفراج نسبي في مجال حرية التعبير بعد صدور دستور 1989 الذي أقرّ بحرية الصحافة وحرية انشاء الصحف الخاصة، فظهرت العديد من الصحف الخاصة مثل "الخبر" (وهي أول صحيفة خاصة باللغة العربية) و (El Watan) و"الشروق العربي" و (Le Soir d'Algérie) (وهي أول صحيفة جزائرية خاصة ناطقة باللغة الفرنسية) سنة 1990، وصحيفة "الجزائر اليوم" سنة 1991، وصحيفة (Liberté) سنة 1992¹¹².

تميزت صحف هذه المرحلة بتنوع مضمونها وتنوع خطها التحريري، ما نتج عنه تنامي مقروئية الصحف في الجزائر، كما شهدت هذه المرحلة تفوق معدلات سحب الصحف الناطقة بالعربية مقارنة بنظيرتها الناطقة بالفرنسية.

¹¹¹ زهير احدادن: مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 116

¹¹² فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 223-225

أما في الشق القانوني لتنظيم الاعلام في الجزائر فقد عرف أيضا تطورات منذ قانون الاعلام 1990 وصولا الى قانون الاعلام 2012.

ثانيا: الإذاعة والتلفزيون

1. الإذاعة:

1.1 الإذاعة أثناء الاحتلال الفرنسي

عرفت الجزائر الإذاعة سنة 1925م على يد الاستعمار الفرنسي وكانت برامجها آنذاك موجهة للمعمرين المقيمين بالجزائر¹¹³، وكان مقرها قرونوبل بباريس وتُسميت "إذاعة شمال افريقيا" وبقيت على هذا الوضع الى سنة 1959.

لكن البداية الحقيقية للبث الإذاعي الجزائري تعود الى تاريخ 16 ديسمبر 1956م عندما أنشأت قيادة الثورة من المغرب إذاعة "صوت الجزائر المكافحة" استجابة لنداء 01 نوفمبر 1954 حيث أصبحت أداة فعالة لتجنيد الرأي العام الوطني والدولي خدمة الأغراض الإعلامية للثورة التحريرية¹¹⁴.

في السنتين الأوليتين من ثورة نوفمبر المجيدة، اعتمدت قيادة الثورة الجزائرية في إيصال صوتها إلى الشعب الجزائري وإلى العالم على إذاعات الدول العربية وعلى الخصوص المصرية والتونسية. وهنا يجب الإشارة بالدور الفعّال الذي لعبته إذاعة صوت العرب من القاهرة، إذ حُصصت ثلاثة برامج أسبوعية للجزائر، وكانت تُذاع باللغتين العربية والفرنسية. أما الإذاعة التونسية فقد خصصت برنامجا تونسيا هو "هنا صوت الجزائر المجاهدة الشقيقة" يُذاع ثلاثة مرات في الأسبوع. ومن أهم منشطي هذا البرنامج محمد عيسى مسعودي، وكان البرنامج يث الأخبار العسكرية والتعليق السياسية، ودعمت الشبكة الخارجية، ودعمت الشبكة الخارجية بإنشاء عدة محطات منها: محطة طرابلس ودمشق، القاهرة، بغداد، بكين والرباط¹¹⁵... وغيرها.

¹¹³ مرشد عبد الصافي: الاعلام الإذاعي والتلفزيوني، عمان الجنادرية، 2017، ص 71

¹¹⁴ البشير المولدي: الإذاعة ومقومات البث، مجلة إتحاد الإذاعات العربية، العدد 2، تونس 2009، ص 40

¹¹⁵ نبيل راغب: العمل الصحفي، ط1، مصر، دار نوبار للطباعة، 1999، ص 342

كان أول ميلاد للإذاعة الجزائرية في المغرب في شهر ديسمبر 1956، بعد أن استطاعت الثورة الحصول على أجهزة اتصالات متطورة أمريكية الصنع، وخصوصا تلك التي تستعمل لربط الوحدات الكبيرة وعلى مسافات بعيدة بعد إدخال تعديلات عليها أصبح من الممكن استعمالها في البث الإذاعي. كانت هذه الإذاعة تبدأ برامجها بعبارة هنا "إذاعة الجزائر المكافحة" أو "صوت جبهة التحرير يخاطبكم من قلب الجزائر"، وكان يُبث هذا البرنامج باللغة العربية والفرنسية والأمازيغية، وتضمنت برامج الإذاعة البلاغات العسكرية والتعاليق السياسية والرد على الدعاية الاستعمارية وغيرها من البرامج ذات الطابع الدعائي.¹¹⁶

2.1 الإذاعة بعد الاستقلال:

بعد الاستقلال وبالتحديد في 28 أكتوبر 1962 تم استعادة السيادة الوطنية على قطاع السمعى البصري في الجزائر، وفي سنة 1982 أصبح من الممكن اعتبار الإذاعة والتلفزة الجزائرية أنها دخلت دخولا صحيحا الى عالم الاتصال بتجهيزها بأحدث التقنيات وبمشاركتها في تجارب رائدة.

وبموجب المرسوم رقم 85-146 أنشأت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة، بعدما انقسمت الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إلى أربعة مؤسسات مستقلة وهي:

- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة
- المؤسسة الوطنية للتلفاز
- مؤسسة البث الإذاعي
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعى البصري

¹¹⁶ البشير المولدي: مرجع سبق ذكره، ص 41

بعدها جاء المرسوم التنفيذي رقم 91-102 المتضمن تحول المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة، تتمتع بالشخصية المعنوية واستقلالية التسيير كما تخضع لوصاية يعينها رئيس الحكومة.

في سنة 1986، شهدت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إعادة هيكلة تمخضت عنها أربع مؤسسات مستقلة هي: المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة، المؤسسة الوطنية للتلفزيون، المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري¹¹⁷.

ورغم صدور دستور 1989 وتأكيد على مبدأ التعددية، وتحويل الإذاعة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري وصناعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-102 الصادر بتاريخ 20 أبريل 1991¹¹⁸، لم تتمتع الإذاعة الجزائرية بالحرية المنشودة وظلت لسان حال الدولة الجزائرية، مثلما كان الحال منذ الاستقلال.

وبصدور قانون السمعي البصري (2014) الذي أقر حق إنشاء مؤسسات إذاعية وتلفزيونية خاصة يتوقع المتتبعون إطلاق العديد من القنوات الإذاعية الخاصة التي بإمكانها تغيير الملامح الحالية للإعلام المسموع في الجزائر.

وتضم الإذاعة الجزائرية حاليا 55 قناة إذاعية: 48 إذاعة محلية، 03 قنوات وطنية ناطقة بثلاث لغات: القناة الأولى بالعربية، القناة الثانية بالأمازيغية، والقناة الثالثة بالفرنسية، و04 قنوات متخصصة إذاعة القرآن الكريم، الإذاعة الثقافية، إذاعة القرآن الكريم، الإذاعة الثقافية، إذاعة جيل FM الموجهة للشباب، وإذاعة الجزائر الدولية التي تبث برامجها بأربعة لغات (العربية، الفرنسية، الإنجليزية والاسبانية)¹¹⁹.

¹¹⁷ علي سردوك: مرجع سبق ذكره، ص 38

¹¹⁸ المرجع نفسه، ص 39

¹¹⁹ المرجع نفسه، ص 39

2. التلفزيون

1.2 التلفزيون الجزائري قبل 1962:

ظهرت التلفزة في الجزائر في 24 ديسمبر 1956 إبان الفترة الاستعمارية أين أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر أين أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر بـ 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة، العاصمة، ووهران.

كانت تركز البرامج على قاعدة تقنية بدائية، كانت أيضا تجلب في جزء كبير منها من فرنسا وتركز على إيجابيات المستعمر مبرزة مشاهدته الثقافية وفي الوقت ذاته تعمل على إبراز علاقات الهيمنة على المجتمع الجزائري مشوهة في أغلب الأحيان نضاله السياسي ورصيده الحضاري.

وكانت البرامج المعروضة آنذاك فرنسية، ولقد استمر هذا الوضع حتى سنة 1962، وبذلك أنتجت العديد من الأفلام الجزائرية ومعظمها تُعد أفلام وثائقية تتمحور حول ثورة التحرير¹²⁰، وبعد الاستقلال السععي وبالتحديد في 28 أكتوبر 1962 تم استعادة السيادة الوطنية على قطاع السععي البصري في الجزائر، تأسيس التلفزيون الجزائري رسميا في الفاتح من أوت 1963.

2.2 التلفزيون بعد الاستقلال 1962:

لم تلبث الدولة الجزائرية غداة الاستقلال أن اتخذت التدابير اللازمة من اجل استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون، لما يمتلكه هذا القطاع الحساس من أهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية، وكذا في ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن المسخ الذي استعمله المستعمر طويلاً.

¹²⁰Bertrand Claude Jean, Média introduction a la Presse la radio et la télévision, Ellipses, 1ed, Paris, 1999, P.469

و تطبيقا لهذا التوجه الذي يتعلق بأداة من أدوات السيادة الوطنية قام كل الإطارات والتقنيون والعمال الجزائريون في 28 أكتوبر 1962 برفع التحدي والتغلب على صعوبات التكوين وشكلوا يدا واحدة تحذوهم الروح الوطنية فالتزموا بتحقيق سير الحسن لأجهزة الإذاعة والتلفزيون وفي استمرار الإرسال في حين ظن الإطارات والتقنيون الفرنسيون أن ذهابهم سيتسبب في عرقلة الإرسال لمدة طويلة. و لكن الجزائريون شغلوا المحطة بإمكانيات جد بسيطة. .

و في الفاتح أوت من عام 1963 أسست الإذاعة والتلفزيون الجزائري ومن اجل هذا ركزت الدولة على تجهيز هذا القطاع. و كانت الهيئة المشرفة هي “الإذاعة و التلفزيون الجزائري” RTA

أما المؤسسة الوطنية للتلفزة فقد تكونت بناءً على المرسوم الوزاري المؤرخ في 01 جويلية 1987 تم تقسيمها إلى: بعد إعادة هيكلة مؤسسة الإذاعة والتلفزة، أي فصل الإذاعة عن التلفزيون.

1 - المؤسسة الوطنية للتلفزة ENTV 2 - المؤسسة الوطنية للإذاعة ENRS

في سنة 1986، شهدت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائرية إعادة هيكلة تمخضت عنها أربعة مؤسسات مستقلة هي: المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة، المؤسسة الوطنية للتلفزيون، المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

ورغم صدور دستور 1989 وتأكيد على مبدأ التعددية السياسية والاقتصادية والفكرية، متبوعا بقانون الاعلام الصادر سنة 1990 الذي أكد على حرية الاعلام والأنشطة المرتبطة به، وتحويل التلفزيون إلى مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري وصناعي بموجب المرسوم 1991، إلا أن الممارسة الإعلامية أثبتت عكس ذلك وظل التلفزيون الناطق الرسمي باسم السلطة الجزائرية، مع الغياب النهائي للقنوات التلفزيونية الخاصة: وبصدور قانون السمعي البصري (2014) الذي أقر حق انشاء مؤسسات تلفزيونية خاصة، فقد سمح ذلك بتغيير المشهد السمعي البصري في الجزائر.

ويضم التلفزيون الجزائري العمومي حاليا 09 قنوات تلفزيونية، وبعد صدور قانون 2014 وإنشاء سلطة ضبط السمعي البصري هناك 07 قنوات خاصة تم منح الاعتماد القانوني لها.

أما على المستوى التقني فقد عرفت الخدمات التلفزيونية العديد من التطورات، مستفيدة من الاختراعات والتجارب التي تلت اختراع التلفزيون، فقد استفادت المحطات التلفزيونية مثلا من اختراع الباحث الأرمني "هوفانيس أداميان" (Hovannes Adamian) للتلفزيون الملون سنة 1928، والتطورات اللاحقة التي تلت ذلك الإختراع سمحت بظهور أول بث تلفزيوني ملون في العالم، وكان ذلك بتاريخ 25 جوان 1951 في الولايات المتحدة الأمريكية عبر محطة ¹²¹(CBS)

كما استفاد التلفزيون من اختراع الأقمار الصناعية وبفضلها تم إجراء أول بث تلفزيوني مباشر، عبر القمر الاصطناعي "تلستار 1" (Telstar1) من الولايات المتحدة الأمريكية إلى فرنسا وإنجلترا بتاريخ 11 جويلية 1962.

ويعتبر اختراع أقمار البث المباشر سنة 1990، بمثابة نقطة التحول توجيه البرامج لمشاهديه مباشرة، فانتشرت القنوات التلفزيونية الفضائية بشكل ملفت، وشيئا فشيئا اختفت محطات البث الأرضي التقليدية خاصة مع تطور أجهزة استقبال القنوات الفضائية وانتشارها. وقد شهدت فترة التسعينات أيضا تطور تكنولوجيا البث الرقمي الذي شكل نقلة نوعية للبث التلفزيوني من حيث جودة الصورة والصوت، وبذلك تخلت كل القنوات الفضائية شيئا فشيئا عن نظام البث التناظري الذي اتسم به البث التلفزيوني عند ظهور أقمار البث المباشر مطلع التسعينات.

أما بداية الألفية الثالثة، فيمكن اعتبارها بمثابة "عصر الرفاهية التقنية" فهي الفترة التي شهدت فيها أجهزة التلفزيون عدة تطورات سواء على مستوى تقنية التشغيل أو على مستوى تقنية العرض، فعلى مستوى تقنية التشغيل فقد اختفت تدريجيا الأجهزة العاملة بنظام أنبوب لكاثود التي تتميز بسمكها الكبيرن وظهرت بدلها أجهزة تلفزيونية أقل سمكا، بدءا بأجهزة "البلازما" ثم "أل سي دي" (LCD) ثم (LED) وغيرها.

¹²¹ Albert Abramson, The History of télévision : 1942 to 2000, north carolina, MCF arland, 2003, p46

أما على مستوى التقنية، فقد ظهرت شاشات تلفزيونية فائقة الجودة (HD) تتيح جودة ووضوح عاليين للصورة والصوت، اختلفت أنظمتها بين (P720) و (P1080) و (I1080)، إضافة الى (4K) التي تعتبر أحدث تقنية عرض الصور التلفزيونية. ولم تكتفي أجهزة التلفزيون بهذا القدر من التطور إنما تعدت ذلك بإدراج ميزة التفاعلية على خدماتها، وظهور ما يُعرف (بالتلفزيون الذكي) الذي بفضل اندماجه مع الأنترنت أصبح يتيح لمستخدميه تصفح مواقع الأنترنت انطلاقاً من جهاز التلفزيون¹²².

ثالثاً: السينما في الجزائر

1. السينما في الجزائر أثناء الاحتلال الفرنسي:

تاريخ سينما الجزائر مديد ويعود إلى البدايات الأولى للسينما العالمية فقد كانت الجزائر مسرحاً للسينما توغراف منذ نشأته في أواخر القرن التاسع عشر، إذ كلف "لومير" المصور "فيليكس مستغش" بتصوير مشاهد من الجزائر فكانت قائمة الأشرطة طويلة ثم عرضها سنة 1897، ومنها الجزائر، دعوة المؤذن، وساحة الحكومة، وكذلك منظر من تلمسان¹²³.

وقد شهدت الجزائر سنة 1937 تصوير فيلم (بي بي الموكو) لـ "جوليان دوفييفيه" مع "فان غابان"، كما صورت بعد الحرب العالمية الثانية العديد من الأفلام الأقل شهرة إلى غاية سنة 1954، وكانت حصيلة هذه المرحلة من الزمن ما يقارب ثمانين فيلماً مطولاً، صنف كلها ضمن السينما الكولونيالية¹²⁴.

فالجزائر كانت مسرحاً لتصوير وإنتاج العديد من الأفلام الفرنسية والعالمية خلال الحقبة الاستعمارية، ومن بين تلك الأفلام: فيلم "البلاد" سنة 1929، فيلم « Golgotha » سنة 1935، وفيلم "قيصرية" و "الإسلام" سنة 1949 بالإضافة إلى الفيلم الأمريكي الشهير "طرزان" سنة 1932¹²⁵.

¹²² علي سردوك: مرجع سبق ذكره، ص 45-46

¹²³ نورة بن بوزيد: مرجع سبق ذكره، ص 81

¹²⁴ المرجع نفسه، ص 81

¹²⁵ <https://www.imdb.com>

وخلال الثورة التحريرية تمّ انتاج بعض الأفلام القصيرة من قبل مصلحة السينما التابعة لجيش التحرير الوطني ثم الحكومة الجزائرية المؤقتة لاحقا، ومن أبرز تلك الأفلام:

● فيلم "أمة الجزائر" للمخرج روني فوتيهه(René Vautier) سنة 1955

● فيلم "اللاجئون"، وفيلم " الجزائر الملتهبة" سنة 1958

● فيلم " عمري ثمانية سنوات" وفيلم "ياسمينه"، وفيلم "صوت الشعب" وفيلم "بنادق الحرية" سنة 1961

2. السينما ما بعد الاستقلال:

لم تحظى السينما باهتمام الدولة الجزائرية بعد الاستقلال، ورغم أنها ورثت من الاستعمار ما يُقارب 300 دار عرض، إلا أن هذا العديد تراجع كثيرا بسبب عدم الاستغلال ورغم انشاء العديد من الهيئات المسؤولة عن العمل السينمائي مثل ديوان الأحداث المصورة الذي تأسس سنة 1963، المركز الوطني للسينما سنة 1964، المركز الجزائري للسينما سنة 1967، الديوان الوطني للتجارة والصناعة السينما توغرافية سنة 1967، الوكالة الوطنية للأحداث المصورة سنة 1983، المركز الفني السينمائي سنة 1987، المركز الوطني لتطوير السينما سنة 2010¹²⁶.

إلا أنّ تلك المؤسسات لم تؤدي الدور المنوط بها في ترقية وتطوير الإنتاج السينمائي، فأدى ذلك على غياب الثقافة السينمائية في الجزائر بعد إقرار التعددية (سنة 1989) والانفتاح على النشاط السمعي البصري (2014)، فظلت السينما الجزائرية منذ نشأتها غائبة على المستويين الوطني والدولي، رغم بروز بعض الأفلام التي حققت جوائز عالمية على غرار فيلم: "معركة الجزائر" للمخرج الإيطالي (جيلو بونتيكوروفو)(Gillo Pontecorvo) الفائز بجائزة الأسد الذهبي بمهرجان "موسترا"(Mostra) السينمائي بالبندقية إيطاليا سنة 1966، بالإضافة إلى فيلم "وقائع سنوات الجمر" للمخرج الجزائري محمد لخضر حمينه والذي فاز بجائزة السعفة الذهبية بمهرجان (كان) (Cannes) السينمائي الدولي سنة 1975¹²⁷.

¹²⁶ علي سردوك: مرجع سبق ذكره، ص 32-33

¹²⁷ المرجع نفسه، ص 34-35

رابعاً: الصحافة الالكترونية في الجزائر

أحدث الأنترنت تغييراً في مفهوم العمل الصحفي، وظهر ما يُعرف باسم "الصحافة الالكترونية" التي كان ارهاص نشأتها بداية السبعينات عبر استخدام تقنية التكبست والفيديوتكبست، وكانت أول صحيفة الكترونية ظهرت في العالم على شبكة الأنترنت هي صحيفة "هيلز نبورج أجيلاد" السويدية وكان ذلك مطلع عام 1990¹²⁸.

والصحافة الالكترونية هي نتاج امتزاج الاعلام بالتقنية الرقمية وبرغم عمرها القصير فقد حققت ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين، وتمكنت من تقديم مكاسب عديدة الى المهنة الإعلامية وإلى جمهور القراء وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين مثل المعلنين والطبقة السياسية والنخب الثقافية وسواهم، لكن هذه المكاسب ارتبطت - وما زالت - بتطور التقنية وانتشارها وبطبيعة الجمهور الذي يستخدمها، فالصحافة الالكترونية طرحت نوعاً جديداً من الصحافة وهو "صحافة المواطن" يتميز بالتفاعلية والتواصل الفوري بوسائل وطرق متنوعة تكسر حواجز الصمت في سرعة نقل الحس الشعبي تجاه الحدث والمواقف والشخصيات وحرية طرح المواضيع الحساسة والخطيرة.

وأمام هذا المستجدات السريعة الحاصلة في مجال الاتصالات والمعلومات والتي تستفيد منها الصحافة الالكترونية، أصبح من الضروري ضبط هذا النوع وذلك من خلال توفير إطار قانوني (تشريعات قانونية) كضابط للممارسات الصحفية الالكترونية، وعدم وجودها يخلي المسألة من الضوابط الفاعلة ويجعل هناك خروجاً عن القيم والأخلاقيات والآداب العامة في المجتمعات هذا من جهة، ومن جهة أخرى يجب تفعيل موانيق الشرف المهني وهو مظهر من مظاهر المنظمات غير الحكومية نشأ في الغرب ثم انتقل الى الشرق¹²⁹. فالتحلي بالأخلاق في العمل الصحفي هو فن واحساس في المقام الأول، فلا أحد فوق مستوى الشبهات أو خارج نطاق المحاسبة، الا بما يُمليه عليه ضميره وحسه الداخلي أولاً، ولتحقيق ذلك يجب الاهتمام بتفعيل التربية الرقمية من أجل تعزيز الدور الاتصالي ومواجهة الاشاعة والدعاية،

¹²⁸ خالد محمد غازي: الصحافة الالكترونية والتقنية الرقمية - مفاهيم تأسيسية عربية-، وكالة الصحافة العربية، مصر، 2022، ص ص 05

¹²⁹ المرجع نفسه، ص ص 05-06

وتفعيل التربية الإعلامية وذلك من خلال الاهتمام بالوظيفة التربوية (العلاقة بين الاعلام والتربية). إضافة الى هذا يجب إعلاء قيم الحريات الصحفية في ظل حماية قانونية ودستورية للصحفي والمجتمع أيضا.

1- تعريف الصحافة الإلكترونية: Online Journalism

هي ممارسة الصحافة على الخط مباشرة أي يتم نشرها على شبكة الأنترنت¹³⁰.

وهي نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني (الانترنت) وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون آليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مُضافا إليها مهارات وآليات تقنية المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لإستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة¹³¹.

2- الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

حُظي قطاع الاعلام في الجزائر بعد دستور 2020 بالاعتراف بحرية الاعلام والاتصال لا سيما في المجال الإلكتروني وهذا تماشيا مع التحول نحو الاعلام الرقمي الذي شهده العالم بداية القرن الحالي من خلال تأطير وتنظيم هذا الاعلام وضبط نشاطه في اطار قانوني وتنظيمي يُحدد الحقوق والواجبات، وهو ما تجسد في المرسوم التنفيذي رقم 20-332 الصادر بتاريخ 22 نوفمبر 2020، إذ أولت الدولة أهمية خاصة لإعادة ترتيب قطاع الاعلام في الجزائر، تجسيدا لمبدأ استقلالية الصحافة وترقيتها وتطويرها للوصول بها للإحترافية المهنية والحرية المهنية التي تسمح للصحفي ان يمارس فيها مهامه النبيلة.

وقبل صدور هذا المرسوم، شهدت الساحة الإعلامية في الجزائر فرغا كبيرا في المنظومة التشريعية المنظمة للصحافة الإلكترونية، وبفضل المرسوم تم تحديد كفاءات ممارسة نشاط الاعلام عبر الأنترنت ونشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني، فمن خلال هذا المرسوم أسست الجزائر منظور تحديد للنشاط الإعلامي ومحاولة التوضيح وبطرق إجرائية الكثير من المواد المتضمنة في قانون

¹³⁰ خالد محمد غازي: مرجع سبق ذكره، ص 91

¹³¹ المرجع نفسه، ص 91

الاعلام 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012 بما يتوافق مع خصوصية الوسائط المستخدمة، وبما يتماشى مع حتمية التوجه التي فرضتها الممارسة الصحفية والجمهور الذي صنعتها من جهة أخرى.

ومنذ صدور المرسوم التنفيذي رقم 20-332، شهد قطاع الصحافة الالكترونية في الجزائر تطورا ملحوظا إذا بلغ عدد المؤسسات الإعلامية التي تمارس نشاط الاعلام عبر الأنترنت حوالي 150 مؤسسة إعلامية، وهذا ما يدل على أن الصحافة الالكترونية أصبحت خيارا للعديد من الراغبين في ممارسة الاعلام، إذ أصبحت تُلي رغبة واحتياجات فئة واسعة من المجتمع الجزائري، كما أن تشجيع الدولة واعطائها للعديد من الحقوق والضمانات للراغبين في ولوج ممارسة الصحافة الالكترونية، جعلت فكرة المبادرة في تأسيس دعائم الكترونية أمرا مرغوبا فيه.

وبعد الانتشار الواسع للصحافة الالكترونية في الجزائر، أصبح يعول عليه في الكثير من المحطات خاصة في ظل المرافقة الحقيقية لجهود الدولة في العملية التنموية، كما أن الصحافة الالكترونية في الجزائر اليوم أما تحديات كبيرة فرضتها طبيعة الممارسة الإعلامية عبر الأنترنت، ولعل أهمها مواجهتها للأخبار الكاذبة والمغلوطة (التضليل الإعلامي) خاصة في ظل الانتشار الواسع للمعلومة، وتدفقها من الكثير من المصادر المجهولة، الأمر الذي جعل مستخدمي الشبكة العنكبوتية في أغلب الحالات ضحية لهذه الأخبار، مما يفرض توفير جبهة إعلامية داخلية ذات بعد وطني للتصدي للحملات الإعلامية المغرضة ومواجهتها وفق خطة واضحة الأهداف، تعمل على تعزيز روح الانتماء وتكوين ثقافة استخدامية انتقائية لما يُنشر عبر الأنترنت.

خاتمة:

نرجو في نهاية مطبوعتنا أن يتمكن طالب السنة الثانية ليسانس بالإمام بأهم الفروقات وأوجه التشابه بين الاعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة لها، كما نتمنى أن يستوعب أهم النماذج المتعلقة بنظريات الإعلام والاتصال، ونظريات فلسفة الاعلام، إضافة إلى الاطلاع الوافر على ما تعلق ببحوث الإعلام والاتصال وواقعها في العالم العربي والجزائر، إضافة الى الاطلاع على المستجدات التي يشهدها مجال الاعلام والاتصال لاسيما تلك المتعلقة بتوظيف التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي. على أن نشير إلى أن هناك مواد سيدرسها خلل مشواره الجامعي ليتعرف أكثر على تخصصه لكونه ثري ومتشعب، وعلى سبيل المثال لا الحصر نذكر مقياس "نظريات الإعلام،" استراتيجيات الاتصال"، "تقنيات الاتصال" التي سيدرسها في السنة الثالثة، وغيرها من المواد المهمة بعلوم الإعلام والاتصال.

قائمة المراجع

1- المراجع باللغة العربية

1. أبو الحسن منال: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات، الوظائف والتأثير، الطبعة الأولى، مصر، 2006
2. أبو عرجة تيسير: دراسات في الصحافة والاعلام، دار مجدلاوي، الأردن، 2000
3. إحدادن زهير: مدخل لعلوم الاعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014
4. ألبير بير، فاطمة عبد الله محمود: الصحافة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987
5. بد الجليل رضا ابراهيم. رؤية تحليلية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في خدمة الاسلام ، التشات جيبتي اغوذجا. جامعة الشارقة1، 2024
6. بن عمروش فريدة وآخرون، صحافة الذكاء الاصطناعي: دراسة في الأبعاد النظرية، التحديات والآفاق المستقبلية، استكتاب جماعي دولي محكم، التحولات الاتصالية للمنظمات الحديثة في ظل الذكاء الاصطناعي، جامعة الجزائر3، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، الجزائر، 2024
7. جمال راسم محمد: الإتصال و الإعلام في الوطن العربي، ط3، مركز الدراسات الوحدة العربية، 2004
8. حجاب محمد منير: نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020
9. حميدي عاصف: العمل الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار مفاتيح النجاح و اسرار الإبداع، الامارات العربية، 2004
10. الخاطمي عبد الباسط محمد ا: مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2015
11. دكاك أميمة ،.الذكاء الاصطناعي. منشورات الجامعة الافتراضية السورية. 2018
12. دليو فضيل: تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، ط4 دار الخلدونية، الجزائر، 2013
13. دليو فضيل: مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية، ط1، ديوان الطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998
14. سردوك علي: مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، مطبوعة بيداغوجية، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قلما، 2017-2018
15. السمارائي نبيهة صالح ا: علم النفس الإعلامي مفاهيم، نظريات، تطبيقات، ط1، دار المناهج للنشر، الأردن، 2007
16. سناء أرتباز.. اثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين اداء المؤسسة. مجلة العلوم الإنسانية، 2022
17. السيد ليلي حسين ا: الاتصال ونظرياته المعاصرة دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998
18. صبيات نصيرة : مدخل لوسائل الإعلام والاتصال، منشورات ألفا للوثائق، قسنطينة، 2023
19. الضلاعين نضال فلاح وآخرون: نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014

20. طباش فارس: مطبوعة بيداغوجية في مقياس مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر2، كلية علوم الاعلام و الاتصال، 2020
21. الطيب عيساني رحيمة: مدخل إلى علوم الاعلام والاتصال المفاهيم الأساسية في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2008
22. عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، الأسس النظرية والاسهامات العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993
23. عبد اللطيف حمزة: الصحافة والمجتمع، القاهرة، دار القلم، 2001
24. عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الاعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004
25. العطفي جمال الدين: حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية، ط2، القاهرة، مطابع الأهرام، 1974
26. علي محمد ثمو: التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت ، جدة، الشركة السعودية للأبحاث ، 1998
27. غازي خالد محمد: الصحافة الالكترونية والتقنية الرقمية - مفاهيم تأسيسية عربية-، وكالة الصحافة العربية، مصر، 2022
28. فواز منصور الحكيم: سوسيولوجيا الاعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011
29. قاسمي ناصر ، الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016
30. قسايسية علي: مقاربات السلوك الاتصالي للجمهور، الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء11، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005
31. كامل خور رشيد مراد: الاتصال الجماهيري والاعلام-التطور، الخصائص، والنظريات، دار المسيرة، الأردن، 2011
32. لحر عباس، زباني الطاهر: الاعلام والاتصال في عصر العولمة، 2007
33. محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004
34. المخادمي عبد القادر رزيق: الإعلام والتنمية، قضايا وطموحات، دار هومة، الجزائر، 2003
35. مرشد عبد الصافي: الاعلام الإذاعي والتلفزيوني، عمان الجنادرية، 2017
36. المشاقبة بسام عبد الرحمان: نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014
37. المشاقبة بسام عبد الرحمن: نظريات الاتصال دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015
38. المفلح خضرة عمر: الاتصال، المهارات والنظريات، وأسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015
39. مكاوي حسن عماد ، سامي الشريف : نظريات الاعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000
40. مكاوي حسن عماد ، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1998
41. منال طلعت محمود: مدخل إلى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، 2002، مصر
42. مي عبد الله: تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة، نموذج جريدة النهار، مؤتمر صحافة الأنترنت الواقع والتحديات، الامارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة، 2005
43. الناشف أنطوان: البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، ط1، منشورات جلي الحقوقية ، بيروت، 2003

44.النوايسة خالد عوض النوايسة : خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
2002

45.هاشم أحمد عمر: الدور الديني والإعلام في مناهضة الظواهر السلبية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، مكة، 2011
46.واكد نعيمة، مدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، الجزائر، 2018

2- المراجع باللغة الأجنبية

1. Alex Tan : Mass Communication theories and research , ed New York, 1985
- 2.David Gunning .(2017) .Explainable Artificial Intelligence (XAI .(*DARPA/I20* .
تم الاسترداد من
<https://nsarchive.gwu.edu/sites/default/files/documents/5794867/National-Security-Archive-David-Gunning-DARPA.pdf>
3. Sendhil Mullainathan و Jann Spiess) .SPRING 2017 .(Machine Learning: An Applied Econometric Approach .JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES .106-87 ،(02)31 ،doi:10.1257/jep.31.2.87
4. Gerlind Wisskirchen ،Blandine Thibault Biacabe و Ulrich Bormann) .April 2017 .(Artificial Intelligence 2 .IBA Global Employment Institute من . تم الاسترداد من
<file:///C:/Users/user/Downloads/ArtificialIntelligenceandRoboticsandTheirImpactontheWorkplace.pdf>
5. Huimin Lu ،Yujie Li ،Min Chen و Others) .April 2018 .(Brain Intelligence: Go Beyond Artificial Intelligence .GROSS MARK .375-368 ،doi:10.1007/s11036-017-0932-8
6. Francics Balle : Media et sociétés,13edi, Montchrestein, Paris, 2007
7. Bertrand Claude Jean,Média introduction a la Presse la radio et la télévision, Ellipses,1ed,Paris, 1999
8. Albert Abramson,The Histroy of télévision : 1942 to 2000, north carolina, MCF arland, 2003