جامعة محمد بوضياف – المسيلة

كليـــة العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

# مطبوعة بيداغوجية

# في مقياس مدخل وسائل الإعلام والاتصال

موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس LMD علوم الإعلام والإتصال

إعداد الدكتور : فيصل بيبي

السنة الجامعية : 2024/2023

جامعة محمد بوضياف – المسيلة

كليـــة العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

# مطبوعة بيداغوجية

# في مقياس مدخل وسائل الإعلام والاتصال

موجهة لطلبة السنة الثانية ليسانس LMD علوم الإعلام والإتصال

إعداد الدكتور : فيصل بيبي

السنة الجامعية : 2024/2023

بسم الله الرحمن الرحيم

## فهـرس المحتويات


| العنـــــــوان | رقم الصفحة |
|---|---|
| **مقدمـة** | |
| أولا : الإعلام والاتصال: مدخل مفاهيمي. | 4 |
| **1- مفهوم الإعلام** | 4 |
| **2 –مفهوم الاتصال** | 8 |
| **3- المفاهيم والمصطلحات المشابهة** | 10 |
| **4-عناصر العملية الإعلامية والاتصالية** | 12 |
| **5- أنواع الاتصال** | 14 |
| **6- نماذج الاتصال** | 16 |
| **7- نظريات الإعلام الكلاسيكية** | |
| ثانيا :الصحافة المطبوعة (النشأة والتطور ) | |
| تمهيد | 18 |
| **1-لمحة عامة عن نشأة وتطور الصحافة المكتوبة** | 19 |
| **2- نشأة وتطور الصحافة في العالم** | 21 |
| **3- نشأة وتطور الصحافة في العالم العربي** | 24 |
| **4-الصحافة العربية أثناء السيطرة الاستعمارية الأوروبية.** | 25 |
| **5-تحولات الصحافة المكتوبة في الجزائر (قبل وبعد الاستقلال )** | 27 |
| - **قبل الاستقلال** | 27 |
| - **بعد الاستقلال** | 30 |
| ▪ مرحلة:1962- 1972 | 31 |
| ▪ مرحلة1972-1988 | 33 |
| ▪ مرحلة الإعلام التعددي 1988 و ما بعدها | 34 |
| - **الصحافة الجزائرية في ظل الظروف الراهنة** | 35 |
| ثالثا : الإذاعة والتلفزيون (في العالم ، العالم العربي ،الجزائر) | |
| 1-نشأة وتطور الإذاعة والتلفزيون في العالم | 37 |
| 2-نشأة وتطور الإذاعة والتلفزيون في العالم العربي. | 39 |

| | |
|---|---|
| **3-نشأة وتطور الإذاعة والتلفزيون في الجزائر.** | 43 |
| **أ-قبل الاستقلال** | 43 |
| **ب- بعد الاستقلال** | 44 |
| **ج- تحولات مهمة في التلفزيون الجزائري** | 45 |
| **د- مواكبة تقنية لأحداث الوطنية والدولية** | 46 |
| رابعا : وكالات الأنباء في العالم (نشأتها وتطوراتها) | |
| **1-ماهية وكالات الأنباء في العالم** | 47 |
| **2-نشأة وتطور وكالات الأنباء العربية** | 48 |
| **3- وكالة الأنباء الجزائرية** | |
| خامسا :السينما تطورها وإشكالها . | |
| **1- بداية ظهور السينما** | 52 |
| **2-مصطلح الفن السابع** | 54 |
| **3-مراحل صناعة السينما** | 55 |
| سادسا :. الإعلام الجديد و الاعلام القديم | |
| **1-الخلفية التريخية لظهور الاعلام الجديد** | 71 |
| **2-الإعلام الجديد وتجاوز عتبة الإعلام القديم** | 72 |
| **3-الخصائص الإعلامية لوسائط الإعلام الجديدة** | 73 |
| سابعا : تكنولوجيات الإعلام الاتصال" الأقمار الصناعية" | |
| **1-الخلفية التاريخية الأقمار الصناعية** | 79 |
| **2-أنواع الأقمار الصناعية** | 81 |
| **قائمة المراجع** | 83 |

**مقدمـــة :**

يعد مقياس مدخل وسائل الإعلام والاتصال من مقاييس الإعلام والاتصال المقررة على طلبة السنة الثانية وهذا لما يكتسيه هذا المقياس من أهمية مع التعريج عودة الى تاريخ وسائل الإعلام .

لأن العالم اليوم يعيش ثورة من التغيرات الاقتصادية والتقنية والعلمية بشكل متسارع ومذهل ،جعل العالم اجمع قرية صغيرة كل ذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والاقمار الصناعية التي تنقل كل انواع المعلومات بين اقطار العالم من الصورة الى المعلومة الى هذه التغيرات التكنولوجية المتسارعة، ومن بين ما أفرزت التكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال بكل أنواعها، التي بدأت في الظهور من الصحافة

المطبوعة الى ب وسائل الإعلام المرئيّة في منتصف القرن العشرين للميلاد مع ظهور التلفاز، مقارنةً بالانتشارِ الواسع لوسائل الإعلام المسموعة التي اعتمدتْ على جهازِ المذياع، وأصبح للتلفاز دورٌ مهمٌ في توثيق الأخبار بشكلٍ أفضل؛ إذ اعتمد على نقل الصوت والصورة مباشرةً من مكان الحدث إلى الناس في منازلهم، مما أدى إلى حدوثِ قفزةٍ نوعيّة في مفهومِ وسائل الإعلام، وبدخول الانترنت وعالم الاقمار الصناعية قفزت وسائل الاعلام قفزات جبارة وتغير العمل ، الإعلامي.

## أولا : مفاهيم أساسية في الإعلام والاتصال

### 1_مفهوم الإعلام.

**أ/ الإعلام: لغة**: ويعني التبليغ والإيصال، فيُقال بلغت القوم بلاغا أي وصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغكأي وصلك، وفي الحديث "بلغوا عني ولو آية"أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، ويقال أيضا "فليبلغ الشاهد منكم الغائب"، وأيضا "أمر الله بالغ" استنادا لقوله تعالى:﴿*إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ* ۚ ﴾أي نافذ يبلغ أين يريده، فالإعلام في اللغة العربية يحمل معنى البلوغ والوصول.

**ب/ الإعلام: اصطلاحا**: يُعرّفه **"حمزة عبد اللطيف"** بأنه" تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"[1]، فيركز هذا التعريف على الهدف الأساسي من الإعلام تزويد الجماهير بالمعارف المناسبة والتي تسهم في مساعدتهم على تكوين آرائهم وتوجهاتهم.

ويعرف الإعلام Information بوصفه >>عملية حصول أو إعطاء معلومات عن واقعة، أو مجموعة إشارات، أو معلومات يمكن أن تترجم إلى كلمات أو نصوص أو صور، ويمكن أن تعرف بوصفها مجموعة من الإشارات التي تم ترميزها ومعالجتها بالحاسب الآلي، إلى آخره من التعاريف التي تدل عن سِعة هذا المفهوم وانسحابه على حقول كثيرة(Coll : Quillet)

وبشكل عام، فهو يتضمن عملية تبليغ وقائع أو جعل المستعلَم أو المستعلِم يحصل على علم بواقعة أو وقائع بوصول الخبر إليه، كما يتضمن جملة وسائط ووسائل تفصح عن صيغ وأشكال للتعبير متعددة، بفضلها يتم التبليغ ونشر الخبر.

وقد أشار "فرنان تيرو" إلى هذه العناصر التي تتم من خلالها عملية الإعلام من خلاله تعريفه للإعلام الذي يقول فيه :"الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور ."[2]

وقد ظهرت الحاجة إلى قاعدة نظرية لتناول تقنيات الاتصال والإعلام بعد ازدياد حجم وسائل الاتصال

[1] عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1984، ص60.

[2] - زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1991، ص14.

وتعقدها، ويرجع الفضل إلى الرياضي "كلود إلوود شانون Claude Elwood Shannon " في صياغة نظرية للإعلام، وذلك في 1948 في كتابه " النظرية الرياضية للاتصال". وتهتم هذه النظرية بكافة أنواع الاتصال التي تطورت منذ ذلك الوقت، مثل التلفزيون والترميز ونقل المعلومات من خلال الحاسب الآلي، وتخزين المعطيات بفضل وسيلة دعم مغناطيسية أو بصرية.

وإجمالا تعرض هذه النظرية النموذج العام لنظام الاتصال، الذي يتكون من مصدر معلومة الذي ينتج الرسالة التي سيقوم بنقلها، وقناة اتصال من خلالها تعبر الرسالة، ومستقبل تتجه إليه الرسالة.

ونظرا لكون نظام الاتصال يعرف بعض العيوب التي لا يمكن تجنبها، بسبب محدودية قدرات قنوات الاتصال، أو بسبب تأثر الرسالة بعوامل الضوضاء والتشويش طبيعية، اقترحت نظرية الإعلام حلولا تقنية لهذه المشكلة، ساعدت على تحسين نقل الرسالة وزيادة فاعليتها ودقتها، وذلك بالرغم من محدودية القناة.

وإجمالا تهتم نظرية " نظرية الإعلام Théorie de Information "بقياس حجم المعلومات، والصور التي يتم من خلالها عرضها، أي من خلال ما يسمى الترميز، كما تهتم أيضا بنظام الاتصال الذي يقوم بنقلها ومعالجتها، ويستدل على الترميز بتحويل الصوت أو الصورة إلى إشارة كهرو-مغناطيسية، أو بترقيم الرسائل السرية بفضل " طريقة الرمز بالكتابة.Cryptographie "

علاوة على ذلك، فإنّ وسائل الاتصال عن بُعد ,Télécommunications والمعلوماتية، ونظرية الإعلام يتم تطبيقها في ميادين متعددة، منها مثل السيبرناطيقا Cybernétique واللسانيات وعلم النفس .

كما يُعرّف الإعلام **"أوتوجروت"** بقوله هو:"التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها"[1]، فالإعلام إذن معبر عن آراء وميولات الجمهور والمتلقين.

أما **"إبراهيم إمام"**فيشير إلى أن الإعلام هي عملية تفتقر للمشاركة والتفاعل[2]، انطلاقا من الاعتقاد السائد من قبل في كون العملية الإعلامية تكون في خط واحد من مرسل أو قائم بالاتصال إلى مستقبل، كما يعرفه **"سمير حسن"** على أنه:"كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق

[1] رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، الأردن: عالم الكتب الجديد، 2008، ص18.

[2] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، ص16.

والمعلومات وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المطروحة"

ومن هذا التعريف اشتقت معايير وخصائص يتميز بها الإعلام وهي:

- الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي وتتمثل مكوناته الأساسية في مصدر المعلومات والرسائل والوسائل الإعلامية، والجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية والأثر الإعلامي.
- الإعلام يتصف بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة دون تحريف أو تزييف.
- الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها وليس نشاط ذاتي يتأثر بشخصية الإعلامي أو القائم بالاتصال.
- يستهدف الإعلام شرح وتوضيح الحقائق وتبسيطها.
- كلما زاد المجتمع تعقيدا كلما زادت أهمية الإعلام[1].

**2_ مفهوم الإتصال.**

تعني كلمة الاتصال في اللغة العربية البلاغ ، فنحن نقول أوصله الشيء أو أوصل إليه الشيء، أي أبلغه إياه. كما تعني أيضا ربط الشيء بالشيء، ومن هنا نقول استوصلت المرأة ، أي سألت أنْ يُوصل شعرُها بشعرِ غيرها. وقد تعني الأداة التي يتم بها الوصل، وتسمى الموصِّل، أو الموصِّلات، كما هو الشأن في علم الطبيعيات، حيث تشير إلى الأجسام التي تنقل خلالها الكهرباء. وقد تشير إلى الارتباط والتلاحم، حين يأتي الحديث عن التواصل.

يعتبر هذا المصطلح النشاط الرئيسي الذي تندرج ضمنه كافة أوجه النشاط الإعلامي، فهو"العملية الرئيسية التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعا فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجماهير ومن هذه الأنشطة الإعلام، الإعلان، المعلومات، العلاقات العامة، الدعاية"[2]، كما لا يمكن أن تكون هناك عملية اتصال دون وجود ثلاث مراحل أساسية وهي:

[1] عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص ص16، 17.

[2] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2011)، ص9.

- **الترميز**: بمعنى وضع كود لما سيتم بثه وإرساله من قبل القائم بالاتصال، من خلال اختيار رموز مناسبة.
- **بث الرسالة**: بمعنى نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل بطريقة مباشرة أو عن طريق استخدام وسائط مناسبة.
- **تلقي الرسالة**: حيث يتم من خلالها استقبال الرسالة وتفكيكها وتحليلها من قبل المستقبل أو المتلقي، ثم القيام برد فعل تجاه مضمونها.

كثيرا ما يستعمل مفهوم الاتصال مكان مفهوم الإعلام، ويحدث والعكس أيضا في مرات عديدة. ويرى البعض أن مفهوم الإعلام يقتضي وجود الاتصال بشكل عام، في حين أن المفهوم الثاني لا يقتضي وجود الثاني.

فالاتصال لا يؤدي بالضرورة إلى الإعلام، فعند أداء طقوس معينة، أو حين ينفجر الكل في غمرة من الضحك الصاخب فإن الجميع يشعر بشعور مشترك وبالانتماء إلى إطار مجتمعي واحد، دون أن يرتبط هذا الشعور بمضمون معرفي ما، أي من دون وجود معلومة، ولذلك يرى الفلاسفة أن قيمة المعلومة وقياسها يكون ضمن حقل معرفي، في حين أن الاتصال يجد مضمونه ضمن الفعل والتنظيم .[1]

فالتواصل لا يحتاج بالضرورة إلى مضمون إعلامي لكي يحدث، فهو يتم ضمن نسيج من العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، حيث نجده يحدث حتى بين بين الأم و رضيعها الذي لم ينطق بعد، فهذه العلاقات تحقق تواصلا وشعورا مشتركا بلغة صامتة يتجاوز مداها لغة الحروف والإشارات. مما يعني أن الاتصال أعم من مفهوم الإعلام، الذي يكون بتبليغ مضمون رسالة.

**أ/ الاتصال لغة**: الاتصال ما اتصل بالشيء، ووصل وصولا أي بلغ، والوصل ضد الهجران، ووصل الشيء إلى الشيء وصولا أي انتهى إليه[2]، فالاتصال في اللغة العربية هو الاستمرار عدم القطع، وبلوغ الشيء منتهاه وهدفه.

وتعني كلمة communication التعبير والتفاعل وذلك من خلال رموز لأجل تحقيق هدف معين، وتحمل الكلمة عنصر النية والقصد، وهي مشتقة من الأصل اللاتيني communis بمعنى المشاركة وتكوين

[1] - Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, Alger, Editions Casbah, 1999, p72.

[2] ابن المنظور، لسان العرب، (بيروت: دار الفكر العربي)، ج6، ص ص936، 937.

العلاقة، وبمعنى الشائع أو المألوف، كما تعني عام أو مشترك، ومن ثم فالاتصال انطلاقا من المفاهيم السابقة عملية تتضمن المشاركة والتفاهم حول فكرة أو موضوع لتحقيق هدف أو برنامج[1].

**ب/ الاتصال اصطلاحا**: سنحاول عرض مجموعة من التعريفات؛ وسنبدأ بتعريفات الباحثين الأجانب، انطلاقا من كونهم هم من أسس لعلم الاتصال.

_ **تعريف "كولي cooly"**: يقول أن الاتصال:"ذلكالمكانزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، وهي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والخطوط الحديدية والبرق والتلفون، وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان"[2]، فالاتصال عنده هو الآلية التي تتمثل فيها العلاقات الإنسانية وتتطور من خلال اختيار مجموعة الرموز المتناسبة مع الرسالة، وكذا اختيار وسائل نشرها سواء تلك المتعلقة بالشخص ذاته أو التي أسهم التطور التكنولوجي في وجودها وظهورها.

_ **تعريف "كارل هوفلاند"**؛ يعرف الاتصال على أنه:"العملية التي يقدم من خلالها القائم بالاتصال منبهات(عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين(مستقبلي الرسالة)"[3]، فهذا التعريف يؤكد على أن الهدف من الاتصال هو تعديل السلوكات.

_ **تعريف "جورج لندبرج"**؛ الاتصال كلمة "تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، والرموز قد تكون حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، كما أن السلوك الناتج عن هذا التفاعل نتيجة لمجرد التعرض للرمز نفسه، بل لا بد من تهيئة الفرد الذي سيقوم بالاستجابة ليتقبل المنبه بشكل معين"[4]، فالاتصال حسب "لندبرج" ما هو إلا تبادل الفعل ورد الفعل بين طرفي الاتصال باستخدام منظومة رمزية مشتركية.

[1] مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط2.(بيروت: دار النهضة العربية، 2010)، ص23.

[2] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، (2007)، ص ص3، 4.

[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص24.

[4] جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (دار الفكر العربي)، ص51.

_ **عريف "نوبرت وينر"**؛ الاتصال:"يتضمن كل الإجراءات التي يمكن بمقتضاها أن يؤثر عقل بشري على عقل آخر، أو جهاز على جهاز آخر"[1]، يُلحظ أن هذا التعريف تعدى فكرة الاتصال بين الأشخاص ليشير لانتقال المعلومات ويتفاعل الأجهزة والآلات.

_ **تعريف "ريتشاردز"**؛ يقول الاتصال هو:"يحدث حين يؤثر عقل في عقل آخر، فتحدث في عقل المتلقي خبرة مشابهة لتلك التي حدثت في عقل المرسل ونتجت جزئيا عنها"[2]، إذن الاتصال هو تبادل معلومات بين طرفي الاتصال مما يُحدث تأثير وتأثر بينهما.

_ **تعريف "شانون وويفر"**؛ الاتصال هو:"يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر باستعمال رموز"[3]، إذن يؤكد هذا التعريف على عملية التأثير في الاتصال.

_ **تعريف "جيهان رشتي"**؛ تتبنى جيهان التعريف الآتي:"الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة –كائنات حية أو بشر أو آلات- في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات(منبهات) بين الأفراد على قضية معينة أو معنى أو مجرد واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية"[4]، فالاتصال هو عملية تحمل في معانيها الفعل ورد الفعل ونقل التجارب والخبرات.

_ وفي تعريف آخر؛ الاتصال هو:"عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما/ أو أشخاص، بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين، لتحقيق هدف ما، عن طريق الرموز، لتحقيق استجابة ما، في ظرف ما(أو سيق/ بيئة اتصالية) بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش"[5]، فهذا التعريف يعتمد على أبحاث علم النفس التي ركزت على المنبه والاستجابة، فبالتالي الاتصال عملية هادفة ومقصودة تعتمد على رد الفعل أو التغذية المرتدة من قبل المتلقي أو المستقبل.

وهناك **تعريف يشير** بمعناه العام إلى العملية التي تنقل بواسطتها رسالة معينة أو مجموعة رسائل من مصدر أو مرسل إلى المستقبل[6]، وهذا التعريف يركز على الاشتقاق اللغوي، والذي يشير إلى المشاركة في المعلومة أو الخبر وإشاعتهما، مما يؤكد على أحادية الاتصال.

---

[1] المرجع نفسه، ص53.

[2] مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2005)، ص130.

[3] مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ص130.

[4] جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاتصال، ص53.

[5] صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4.(الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004)، ص14.

[6] سهير جاد وعبد العزيز شرف، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، (القادرة: الهيئة المصرية للكتاب، 2003)، ص129.

تطور مصطلح الاتصال في مفهومه وتعريفه؛ ليرتبط ابتداء بنقل الخبر أو المعلومة، ثم حمل معنى التبادل بين المرسل والمستقبل، ليصل لمعنى التفاعل ودائرية العملية الاتصالية.

إذن فحسب الدلالات اللغوية لكلمة الاتصال، يتضح لنا أن عملية الاتصال تحدث بين طرفين، كما أنها تتم من خلال وسيلة، ويكون من آثارها حدوث ارتباط هذين الطرفين.

هذا وقد ورد المفهوم إلى اللغة الأجنبية (الغربية) من الأصل اللاتيني Communis والذي يعني المشاركة والاشتراك في الشيء، وهي تعني في اللغة الإنجليزية ذات الشيء.

أما في اللغة الفرنسية فتشير كلمة Communication في اللغة الفرنسية إلى عملية الاتصال، وإلى وقوعه « Action de communiquer, d'être en liaison »وإلى طرق الاتصال (طرق، قنوات، أنهار ..) « – Voies de »وإلى الرابطة أو الوسيلة التي من خلالها يتم الاتصال... الخ

هذا، ويعتبر المدلول اللغوي قريب من المفهوم الاصطلاحي، سواء في المعنى الكلاسيكي لكلمة اتصال، هذا المعنى الذي يجعل المستقبل مجردا من الإرادة عند عملية التلقي، أو من خلال التعاريف الحديثة التي تؤكد على التفاعل بين أطراف الاتصال أو تلح على عنصر الاختيار، إذْ أنها تعتبر الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معان تُشكّل في عقولهم صورا ذهنية عن العالم، وهم يتبادلون هذه الصور الذهنية عن طريق الرموز، ويعتبر هؤلاء الاتصال مشاركة في فكرة أو اتجاه أو موقف، دون أن يعني ذلك الاتفاق في الفكرة أو الاتجاه أو الموقف.[1]

ولكن يبقى جوهر الاتصال هو العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات وغيرها بين من يقوم بإصدارها والتعبير عنها وبين من يتلقاها، وما ينتج عن ذلك من تفاعل وتواصل وتغيرات، تختلف باختلاف النسق الذي تتم فيه العملية ، وهذا ما أوضحه محمود عودة عند تعريفه للاتصال بقوله :"مفهوم الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم، ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه، بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعي مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل".[2]

ولا يجب أن يعني أن التمييز بين التعاريف الكلاسيكية والتعاريف الحديثة، يعني أن الأخيرة حلت محل الأولى، بل يجب أن يفهم ذلك باعتبار أن التعاريف الكلاسيكية تخص على وجه الخصوص

[1] - حسين خريف، الاتصال: مفاهيم، أساليب وأنواع" في فضيل دليو وآخرين: الاتصال في المؤسسة، فعاليات الملتقى الوطني الثاني، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003، ص9.

[2] - محمود عودة، أساليب الاتصال والتعليم الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، القاهرة، دار المعارف، 1971، ص5.

الجانب الإعلامي للاتصال الذي يبقى يشهد علاقة تأثير للُمرسل للمعلومات والأفكار على المتلقي من خلال الأخبار والإشهار والدعاية وباستعمال مختلف أنواع ووسائل الاتصال.

مع الاعتراف بوجود بعض التعاريف التي غالت في هذا الإطار وجعلت الاتصال مجرد استجابة المتلقي للمرسل، مثلما هو الحال بالنسبة لتعريف ستيفنكس Stevens الذي هو " الاتصال هو استجابة الكائن الحي المميز لأي مرسل".[1]

أما التعاريف الحديثة فيمكن القول بأنها تعبر عن التطور في عمليات الاتصال داخل الإدارة العصرية ونظريات التربية الحديثة التي تؤكد على طرق التعليم التي يأخذ فيها التفاعل داخل الصف الدراسي مكانه فيها بوصفه عاملا مساعدا على نجاح العملية التعليمية.

وخلاصة للقول فإن التعاريف الحديثة تشير إلى ذلك النوع من الاتصال الذي يتم بين طرفين بشكل تفاعلي، كما يحدث في أساليب التربية الحديثة أو داخل المؤسسات ذات التنظيم العالي والديموقراطي، في حين أن التعاريف الكلاسيكية تؤكد على دور المرسل في توجيه المضامين نحو مستقبل بغرض تغيير مواقفه وسلوكه، وهذا ما أفاضت في ذكره مدراس الإعلام الأمريكية التي شرحت خصائص وشروط هذا التأثير، بل أنها توسعت في الكشف عما تعتبره أسلوبا تضليليا تقوم به وسائل الدعاية والإعلام الأمريكية على وجه الخصوص.

### 3-المفاهيم والمصطلحات المشابهة:

ولفهم المدلول الاصطلاحي لإعلام و لاتصال، يجدر بنا معرفة المفاهيم القريبة منه، ثم تحليله لمعرفة العناصر أو المكونات الأساسية للتعرف. ومن المفاهيم المجاورة ، بحكم التطورات المعاصرة أو بحكم الدلالة اللغوية أو الاصطلاحية، المفاهيم التالية:

#### أ- مفهوم الدعاية:

أما فيما يخص مفهوم الدعاية Propagande فقد تضاعف تأثيره مع تطور وسائل الإعلام، وتعرف الدعاية بأنها تشير إلى العملية التي تسعى من ورائها البعض إلى للتأثير على سلوك الجمهور ومواقفه، سواء لأهداف نبيلة أو غير نبيلة، مثل التأثير على سلوك الناخب أو الجندي أو المواطن العادي. وليس من السهل التاريخ لبدايات الدعاية، التي ارتبطت بالترويج لصاحب الحكم والملك

[1] - محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله، بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ، 1991، ص22.

والسلطة، وربما كان لها الفضل الكبير في تطوير أساليب الخطابة منذ عصور اليونان مرورا بحضارات وحكومات.

ويرجع "نعوم شومسكي Naom Chomsky "بدايات الدعاية في العصر الحديث إلى فترة انتخاب "ودرو ويلسون Woodrow Wilson "كرئيس للولايات المتحدة الأمريكية في 1916، بعد حملة انتخابية كان شعارها >>السلام من دون نصر <<وذلك في منتصف الحرب العالمية الأولى، حينما كان الشعب الأمريكي مسالما، ولا يفكر في التورط في حرب أوروبية، ولكن حكومة ويلسون كان قد فكرت في ذلك، ولذلك كون لجنة حكومية للدعاية كان هدفها هو إحداث تحول بمقتضاه يصبح الشعب المسالم إلى شعب مهوس بالحرب يرغب في تدمير كل ما يمت بصلة بالألمان، والدخول في الحرب ونجدة العالم.

وقد ساعد ها النجاح على استعمال نفس التقنيات فيما للتعبئة ضد الخطر الأحمر الشيوعي، (ثم الخطر الصفر) وقد ساهم بعض المثقفين التقدميين في هذه الحملات الوطنية، مثل "جون ديوي " John Dewey، وقد كان هؤلاء يشعرون بالفخر بوصفهم " الأعضاء الأكثر ذكاء في المجتمع". ويرى شومسكي أن الوزير البريطاني المكلف بالدعاية هو من روج للكثير من الإشاعات والحكايات التي كانت تشاع تبث يومها، وهو الذي توعد بتضليل أكبر عدد من الناس، وكان أهم شيء عنده هو التحكم في آراء "الأعضاء الأكثر ذكاء في المجتمع" الأمريكي، فهم من يتولى بعد ذلك هذا الدور التضليلي .[1]

وقد ساهمت "البحوث المخبرية Etudes en laboratoire " في مجال الاتصال، خاصة تلك التي التي قام بها كل من " كارل هويلاندarl Hovland "ومعاونيه في الكشفت عن تأثير الدعاية، من خلال توضيح شروط التأثير التي تجعل المتلقي ينصاع و يستجيب بشكل محدّد. كما أوضحت كيف يتأثر المتلقي بالمصدرLa source لاعتقاده وثقته فيه، بوصفه مطلع على الحقيقة أو على الأقل يُفترض فيه معرفتها.

ومن جهة أخرى، ساهمت "التحقيقات الميدانية Enquêtes sur le terrain " في إثراء نتائج هذه الدراسات، بإضافة معلومات هامة تتعلق بالتأثيرات الفعلية Effets réels حيث أوضحت نسبية تأثير الدعاية السياسية من خلال الصحف والراديو، وبيّنت أن الفرد يتأثر أساسا بوسطه الاجتماعي، فغالبا ما يتخذ سلوكا انتخابيا معينا حسب تأثير الأقارب، كما اتضح من خلال النتائج

[1] - Naom Chomsky, Robert WX.McChesney, Propagande, média et démocratie, Alger, Les Editions El-Hikma,2000,pp17-19.

التي توصل إليها " بول لازارسفيلد Lazarsfeld "وغيره من الباحثين عند دراستهم للانتخابات الرئاسية في 1940، التي تواجه فيها روزفيلت وبويلكي. وقد دحضت نتائج الدراسة الاعتقاد لسابق حول التأثير الكبير للراديو والصحافة .[1]

وعلى كل فإن نسبية تأثير الدعاية من خلال وسائل العلام ميتها، لأن التطورات الحديثة بينت بأن سائسي العقول لا يستغنون عن تضليل العقول لإطالة سبات الجماهير[2]، أو لتعبئتهم لخوض حروب لا ناقة لهم فيها ولا جمل، وتمتلك الجكومات تجربة رائدة في هذا المجال لأنها، زجت بشعبها في عدة تدخلات عسكرية خارجية وحروب متتالية، مثل ما حدث في غواتيمالا والفيتنام وكوريا، وبنما، والخليج. فهناك تقاليد رئاسية في ذلك توارثها بوش، ولم يكن أبدا مؤسسا لها.

وهكذا فإن للدعاية أساليب عديدة تجعلها قادرة على النجاح والتأثير، لعل أهمها اعتمادها الدائم على البهتان والتضليل، وتزوير الحقائق، واستعمال الشعارات البراقة، والكذب من خلال الصورة والصوت، وتجنيد العلماء والفنانين ووسائل الإعلام ووكالات الأخبار العملاقة.

وهي تعتبر العدو اللدود للوعي الصحيح والتعليم النزيه والحر والثقافة المتفتحة، وهذا ما تأكد من خلال التاريخ، ولذلك صرح وزير الدعاية "جوبلز" في وقت هتلر بأنه : "كلما سمع كلمة ثقافة وضع يده على مسدسه" لأن الثقافة تكشف زيف أيديولوجيته، وتفضح ترهات ادعاءاته العنصرية المضللة.

**ب -مفهوم الإشهار:**

ومن المفاهيم الأخرى، ذات الصلة بمفهوم الاتصال، مفهوم الإشهار أو الإعلان Publicité الذي أصبحنا نجده في الطرقات وفي وسائل الإعلام المختلفة، وأصبح يشكل ظاهرة اجتماعية قائمة بذاتها.

وهو يعتبر مثل الاتصال عبارة عن مجموعة من المضامين التي تروج لسلعة أو خدمة أو فكرة ما، تصدر من مصدر معين، يستخدم وسيط اتصالي مناسب ليبعث برسالته إلى جمهور مستقبل، حتى يقنعه بما يقدمه له ويؤثر بالتالي عليه فيحبذ إليه ما يعرضه عليه، وتعرفه " كريستين لتانتوريه " Christine Leteinturierباعتباره :" يشير إلى كل تقنيات الترويج المستعملة للتعريف أو تحبيذ

[1] - Chazel François (influence) Encycopedie universalis.

[2] - عتبر البعض تضليل عقول البشر بمثاب"ة أداة للقهر" : هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، العدد 106 (أكتوبر 1986) (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب) ص5.

تنظيم ما، أو سلعة أو خدمة، أو حادثة أو فكرة، مما كان الشكل أو الغاية"[1]

ونجد نفس التعريف عند محمود عسّاف عندما يعتبره يشمل:" مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع وخدمات أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها".[2]

ونجد تعريفا آخر في موسوعة Encarta مفيدا من حيث تمييز للإشهار عن بقية العمليات الاتصالية الأخرى، من حيث أسلوب المتبع للتأثير على المستقبل، فهي ترى أنه :" يشير إلى الإعلانات التي تهدف لترويج البضائع والخدمات، والتي تحاول إحداث تأثير نفسي لأغراض تجارية، ويطمح الإشهار إلى التعريف بمُنْتَج للجمهور، وكذلك حث هذا الخير على اقتنائه، وهي تختلف عن وسائل الإقناع الأخرى مثل الدعاية والعلاقات العامة والاتصال ،ويرجع تاريخ الإشهار إلى قرون بعيدة[3]، فمن بين الطرق التي عرفت قديما الإعلان الخارجي من خلال اللوحات الإشهارية الملونة أو غيرها، والتي كانت توضع أمام المحل أو تُعلّق في المبنى لجلب أنظار المارة.

وقد وجدت بعض هذه الألواح في المدن الإيطالية القديمة، وفي العصور الوسطى كان الإشهار يُسند إلى " البراحين " أو "المنادين Crieurs publics "للترويج لبضائع التجار، أما الماركات والرسوم التي كانت ترمز إلى المنتج أي السلعة فقد ظهرت في نهاية القرن السادس عشر.

غير أن الولادة الحقيقة للإشهار كانت في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث استعمل الإشهار المباشر في أراضيها الشاسعة من خلال إرسال الكاطالوجات Catalogues ، ويعتبر بائعي الحبوب وموزعي الكتب هم أول من اعتمد هذه الطريقة، وبهذا ظهرت عمليات البيع من خلال المراسلة منذ 1870.

ومع حلول القرن العشرين توسع الإشهار داخل قطاعات أخرى، حيث بدأ البعض يعلن في الصحف الواسعة الانتشار مثل منتجي الأدوية وشركات سكك الحديد، وفي هذه الحقبة بدأ الصناعيين ، منهم صانعي الصابون، في صناعة منتجات التعليب، مما فتح تاريخا جديدا لتقنيات التعليب packagingالتي تعرف بالمنتج وتشهر به، وبذلك دخل الإشهار عهدا جديدا، فبعد أن كان الزبون في السابق يشتري المنتج ( سكر..بن ) في أكياس، بحيث تكون قيمة السلعة مجسدة في ثمنها، أصبحت

[1] - Christine Leteinturier,"Publicité", Encyclopedia Universalis.

[2] - أحمد عادل راشد، الإعلان، بيروت، دار النهضة العربية، 1981، 35، نقلا عن فضيل دليو، تخصصات اتصال المؤسسة :فضيل دليو وآخرين، مرجع سبق ذكره، ص23.

[3] - اعتمدنا أساسا على موسوعةEncarta

الآن الماركةMarque هي التي تتولى ذلك.

وبعد الحرب العالمية الثانية، تطور الإشهار بفضل تطور الاختراعات التقنية، فقد سمحت الكهرباء مثلا بظهور اللوحات الإشهارية المضيئة، وتقنيات الحصول على الكليشيه للطبع من حلال التقنيات التصويرية والكيماوية Photogravure ومع وصول جهاز الراديو ظهرت أساليب جديدة للإشهار من خلال الرسائل الصوتية. وبعد الحرب العالمية الثانية عرف الإشهار عصرا آخر مع دخول التلفزيون إلى هذا المجال، ومع حلول 1960 و1970 أصبح الإشهار الذي تعددت قنواته يمثل جزءا من إستراتيجية المؤسسة.

كما أصبح مفتاح نجاح أي وسيلة إعلامية، بل أن "منح" الإشهار في مثل بلداننا إلى الصحف والجرائد أصبح وسيلة امتنان أو إقصاء لبعض الصحف " المستقلة"، حيث تمنح الصفحات الإشهارية التي بإمكانها تغطية أغلب تكاليف إصدار اليومية لصحف معينة. ولكن مع ذلك يمكن القول أن الإشهار يلعب دورا بارزا في التعريف بالمنتجات المختلفة، وخلق منافسة بينها تعود بالنفع على المستهل من حيث السعر والجودة. هذا بالرغم من الآثار المدمرة للإشهار على الثقافة والقيم الاجتماعية بشكل عام.

**ج-الفرق بين الإعلام والدعاية.**

تتفق الدعاية مع الإعلام في كونهما وسيلتان من وسائل الوصول للجماهير ومخاطبتهم، ويعملان في تكوين الرأي العام باعتبارهما عمليتان اتصاليتان، كما يختلفان في:

- تعتمد الدعاية على نشر معلومات وأفكار محرفة ومزيفة وتركز على وجهة نظر واحدة، عكس الإعلام الذي يعرض الحقائق كما هي في الواقع.
- تحدد الدعاية أهدافها مسبقا، خاصة تلك التي تهدف لتغيير السلوكات وتكوين الاتجاهات بما يتماشى وقناعات القائم بالاتصال، بينما يسعى الإعلام إلى تقديم معلومات للمتلقي ليُكون وجهة نظره بكل حرية، انطلاقا من حرية الفرد وحقه في المعلومة.
- تحاول الدعاية السيطرة على عقول الجماهير وتشتيت آرائهم وإثارة البلبلة في صفوفهم وهدم المبادئ، بينما يحاول الإعلام تنوير الرأي العام.
- الدعاية تسير في اتجاه واحد، بينما العملية الإعلامية قد تسير في اتجاه واحد أو في اتجاهين خاصة مع التطور التكنولوجي الحاصل والتفاعلية التي عرفتها الوسائل الإعلامية الجديدة.
- تحاول الدعاية تحقيق أهداف غالبا وقتية وظرفية دون انتظار لنتائجها، بينما الإعلام يبني على نتائجه رسائل جديدة تسعى لتلبية حاجات الجمهور.

**د- تعريف العلاقات العامة.**

لقد عُرّفت العلاقات العامة حسب دائرة المعارف البريطانية بأنها السياسات والأنشطة التي تستهدف نقل المعلومات وتحسين اتجاهات الجمهور نحو فرد أو مؤسسة أو دائرة حكومية، أو أي هيئة أخرى، أما "محمود محمد الجوهري" فيؤكد على أن العلاقات العامة مسئوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة للحصول على ثقة وتأييد جمهورها الداخلي أو الخارجي، وذلك بالإخبار الصادق والأداء النافع الناجح وفقا للتخطيط العلمي السليم، حتى يصبح عملها مرشدا وهادفا[1]، وقد زاد الاهتمام بالعلاقات العامة مع تطور المجتمع واستحداث مؤسسات ومنظمات لها كيانها وأجهزتها على اختلاف مجالها، إضافة إلى تعقد العلاقات الاجتماعية والتحديات المفروضة عليها، مما أدى إلى التفكير في أداة للتسيير الفعّال، لذا جاءت العلاقات العامة كعامل هام لمحاولة إيجاد عناصر توافقية بين المنظمة وجمهورها الداخلي أو الخارجي.

_ **أهداف العلاقات العامة:** تهدف العلاقات العامة إلى تحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور تجاه المؤسسة، ما يضمن خلق بيئة إيجابية تعمل على بناء علاقة تشاركية وفاعلة لتحقيق مصلحة بين طرفي العلاقة المؤسسة والجمهور، كما تسعى لتحقيق[2]:

- دعم العلاقة المشتركة بين المؤسسة والجمهور إلى حد الثقة المتبادلة بينهما.
- تفعيل دور وسائل الاتصال التقليدية والحديثة لخدمة أهدافهما.
- التأثير الإيجابي على الرأي العام حول أنشطة المؤسسات.
- العمل على توعية الجمهور بأهداف المؤسسات الحكومية والخاصة.

## 4- عناصر العملية الإعلامية والاتصالية:

من خلال التعريف الذي أوردناه سابقا للاتصال ( إلى نقل وتبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة، على نحو يقصد به ويترتب عنه، تغير في الموقف أو السلوك) يمكن أن نحدد عملية الاتصال من خلال العناصر التالية، التي تعد شروطا لإتمام هذه العملية:

. " نقل وتبادل المعلومات" : أي أنه عملية اجتماعية، تتضمن شيئا ما (معلومات، رسالة، محتوى) يتم إيصاله، من خلال النقل والتبادل، فنحن أمام مسألتين تتعلق الأولى بمحتوى وتتعلق الثانية بطرق إيصالها.

1 -ففي ما يخص عملية نقل وإيصال المحتوى، فقد أصبحت العملية اليوم من أهم الفنون والعلوم،

[1] عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية، ص25.

[2] عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، (الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2013)، ص ص24، 25.

ففي مجال التربية والتعليم مثلا، تعدّدت النظريات والعلوم التي تهتم بعملية نقل المضمون التعليمي. وفي مجال الإشهار أصبح التدريب على ذلك يستدعي تضافر عدة علوم وفنون. وفي مجال الإدارة استحدثت مصالح العلاقات العامة ، واستحدثت لها فروع علمية ودورات تدريب لإنجاح مهمتها في الترويج لخدمات المؤسسة وإقناع المتعاملين والزبائن.

هذا وكثيرا ما يتم الحديث عن أساليب الاتصال للتعبير عن مختلف الطرق المتبعة لتحقيق عملية نقل الرسالة، ويتضح من خلال تفحص الأساليب الخمسة التي حددها " فيرجينا ساتير (Virginia Satir) "[1]أن هذه العلمية شديدة الارتباط بشخصية المرسل، بتكوينه وبالموجهات التي توجه أفعاله وممارساته: ولذلك فهي تتنوع حسب الأفراد والهيئات، ففي الوقت الذي يعتمد فيه البعض الطرق العنيفة للتبليغ، بشكل مبرر (كما في التدريبات الشاقة للجنود وغيرهم) أو غير مبّرر حينما يكشف عن الأمر عن نزوع عدواني لدى الشخص، نجد البعض الآخر يعتمد الحوار والإقناع العقلي كوسيلة للتعبئة واستيعاب الأفراد، ولزيادة تفعيل أداء المستخدمين أو الأنصار. هذا في حين يعتمد البعض الآخر طرقا ملتوية غير واضحة، هذا في حين يكتفي فيه البعض بالاسترضاء وتلافي الخصام وتسيير الأمور بشكل يجنبه الوقوع في المشاكل..

وبسبب أهمية مسألة نقل المعلومة داخل عملية الاتصال شدّد " (إدوين إميري (Edwin Emery "عليها عند تعريفه للاتصال عند قوله : الاتصال هو فن نقل المعلومات والآراء، وكذلك الاتجاهات من شخص إلى آخر، وذلك عن طرق توجيه وسائل الإعلام والاتصال عن طريق الصورة أو الصوت أو الذوق أو الشم أو غيرها من الحواس".[2]

2 -أما بالنسبة للمحتوى أي الرسالة، فهي تعني كل ما من شأنه أن يوجه أو يرسل للجهة المستقبلة، من أفكار وقيم و تعليمات ومعارف ومهارات وأوامر ..الخ ، ويجب أن نفرق بين المحتوى المشار إليه للتّو، والشكل عند الحدث عن الرسالة، فقد تكون الرسالة على شكل لغة (الكلام أو أصوات أو إشارة أو رمز أو صورة أو نغم أو رسم أو شكل معماري) ولذلك كانت العمارة والزخرفة مثلا أو الصور تعبيرا عن رسالة خاصة تكشف عن هوية الأمة وبشكل عام تأخذ الرسالة أشكالا بحسب ما تتلقاه حواس الإنسان. ويتحدد نجاح المرسل في تبليغ رسالته في حسن اختيار الأسلوب والشكل والمحتوى، فأحيانا يتطلب المضمون التعليمي، أن يستعمل المرسل أشكال التعبير الجسدية عندما يتعلق الأمر مثلا

[1] - لمزيد من التوسع أنظر: محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص44- 47.

[2] - نفس المرجع السابق : ص 19-20.

بالتعريف ببعض الموضوعات التي لا يمكن أن يستوعبها التلميذ إلا من خلال ذلك، وأحيانا يكون التعبير من خلال الرسم أقوى تعبير عن فكرة ما وهكذا ...فالعبرة بتحقيق المرام.

. تتم "بين أطراف مؤثرة " ومتأثرة : أي بين مرسل « Emetteur » ومستقبل « Récepteur » فقد يكون المرسل فردا أو هيئة، وقد يكون منتجا للخطاب وصانعه، أو مجرد منفذ وناقل له. ولذلك وجب التفريق مثلا بين من يعدّ التقرير وبين الذي يذيعه، ومن يصنع القرار ومن يبلّغه.. هذا، وينسحب ما قيل سابقا فيما يخص المرسل عن المستقبل ( أو المتلقي) أيضا فقد يكون فردا أو مجموعة أفراد أو هيئة، وتتحدد ما يطلب من المستقبل حسب علاقة المرسل به، وما ذا يريده منه، ولذلك وجب التفريق بين المتعلم ضمن العملية التربوية والذي يتلقى المعرفة من مبلغها الذي هو المعلم، وبين الجندي الذي يتلقى أوامر التدريب أو الحرب..هذا وتجدر الإشارة إلى طبيعة نجاح أي رسالة تتعلق بشروط خاصة بكل من المرسل أو المستقبل على حدى وبمدى العلاقة بينهما. فقد يعود التشويش أو اللبس أو الفشل في تحقيق أهداف الاتصال إلى الوسائل أو شكل الرسالة أو أسلوب الاتصال..

**5-أنواع الاتصال:**

يعتبر الاتصال من بين المباحث المشتركة بين العديد من العلوم الاجتماعية والإنسانية، وهذا ما أشرنا إليه في المحاضرات السابقة لذا وجدنا العديد من التعريفات والتصنيفات التي تختلف حسب تخصص كل باحث، وسنتطرق في هذه المحاضرة إلى تصنيفات الاتصال حسب عدة معايير؛ وهذه التصنيفات كان لها أثرا هاما في ظهور نماذج الاتصال ونظرياته وتطورها، كما أن ذلك أسهم في الإحاطة بالاتصال وفهم آلياته ومن ثم إيجاد سبل تفعيله في الممارسات اليومية وكذا على مستوى المؤسسات الرسمية.

لقد صُنف الإعلام بحسب الاعتبارات والمستويات التي يُستخدم فيها؛ وفيما يلي بعض هذه الاعتبارات:

**أولا: أنواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة.**

ينقسم الاتصال حسب اللغة المستخدمة فيه إلى:

**1/ الاتصال اللفظي**: ويتم استخدام الكلمات البسيطة الواضحة المعنى، المألوفة الجرس، والجمل القصيرة بقدر الإمكان لتحقيق الفهم المشترك[1]، ويعتمد الاتصال اللفظي على ألفاظ اللغة ورموزها؛ والتي تشير إلى أشياء ومعان محددة، لذا فمن الضروري على القائم بالاتصال أن يقدم مضمون رسالته ويختار رموز يفهمها المستقبل، فيُصيغها بصورة واضحة باستخدام كلمات شائعة ومفهومة للجمهور، ولنجاح هذا النوع من الاتصال يجب الأخذ بعين الاعتبار اختلاف الجماهير من حيث اللغة واللهجات، واختلاف معاني الكلمة من منطقة إلى أخرى، وينصح الباحثان "روجر هايود **Roger Haywood**وديفيد داري **David Dary**" عند صياغة الرسائل الإعلامية بأهمية الالتزام بـ:

- ✓ تجنب استخدام العبارات القديمة التي لم تعد مفهومة إلاّ لدى قلة من الجمهور.
- ✓ مراعاة ضرورة استخدام العبارات السهلة البسيطة باعتبارها لغة الناس.

وقد أثبت دراسة[2] أن الاتصال الشفوي يستحوذ على أكثر من 80% من إجمالي الوقت المخصص للاتصال التنظيمي من قبل المدير، بينما ترتفع هذه النسبة لدى مزودي الخدمات أو رعاية الزبائن لتصل إلى 90%.

الاتصال اللفظي هو اتصال كما أشرنا إليه سابقا اتصال يعتمد على الموروث اللغوي والمصطلحي، **كمكتوب** والذي يمنح القائم بالاتصال فرصة المراجعة والتصويب والإضافة كالكتابة الصحفية والكتب والمجلات، أو **كملفوظ ومنطوق وشفهي** حيث يُواجه المرسل الجمهور باستخدام لغته المنطوقة معتمدا على براعته في ذلك وسلاستها، وتدفق الأفكار وقدرته على الإنصات، وكلما كانت الألفاظ المختارة تنتمي لذات الدائرة والخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل كلما أدى ذلك لفعّالية في الاتصال.

**2/ الاتصال غير اللفظي:** يعتمد الاتصال عموما على الألفاظ وعلى غيرها من الإشارات والحركات والإماءات وتعبيرات الوجه ونغمات الصوت وغيرها مما يعبر عنه باللغة المماثلة، وهو بذلك منظومة

[1] عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016)، ص26.

[2] حميد الطائي، بشير العلاق، أساسيات الاتصال: نماذج ومهارات، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص46.

متكاملة مما سبق ذكره، يقوم بها الفرد أثناء تواصله مع الآخر أحيانا بقصد وأحيانا دونه، كالصمت والبكاء والغضب والابتسامة واحمرار الوجه...، وقد ضل الاعتقاد سائدا لفترة طويلة حول أهمية الكلمة في التواصل دون الانتباه للغة الموازية لها، إلى أن بدأت الأبحاث والدراسات لفك شفرات ودلالة الإشارات والرسالة الاتصالية التي تقدمها أثناء التفاعلات الاجتماعية.

والاتصال غير اللفظي يعتمد على ثلاث لغات وهي[1]:

- لغة الإشارة؛ وهي المكونة من إشارات بسيطة أو معقدة يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره.
- لغة الحركة أو الأفعال وتتضمن جميع الحركات التي يأتيها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريده من معان أو مشاعر.
- لغة الأشياء وهي ما يتم استخدامه غير الإشارة والأدوات والحركة للتعبير عن معان وأحاسيس.

ويمكن تقسيم الاتصال غير اللفظي إلى أربعة أنواع[2]:

- **رموز الأداء**: وتشمل حركات الجسد وتعبيرات الوجه والإيماءات..
- **رموز اصطناعية**: كنوع اللباس والديكور والماكياج والمعمار..
- **رموز إعلامية**: كحجم البنط المستخدم في الطباعة، وموقع الذي يحتله الخبر أو الموضوع، ونوع الصور المستخدمة، وكذا أنواع اللقطات وزوايا التصوير ونوع الإضاءة...
- **رموز ظرفية**: وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان، كترتيب جلوس الضيوف حسب أهميتهم...

ويشير المختصون إلى وجود سبع مهارات في ذلك[3]:

- مهارة العين: ولها آثراها على الألفة أو التخويف أو المشاركة، وتشكل 90% .
- مهارة وضع الجسد والحركة: فالطريقة التي تظهر بها جسدك تعكس الانطباع الذي يكونه الآخرين عنك.

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص27.

[2] عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ص27.

[3] عبد الرحمن تيشوري، مهارات الاتصال الشخصي، من الموقع: https://hrdiscussion.com يوم الزيارة:08/ 2023/12

- مهارة تعابير الوجه: فالناس ثلاث وجوه إما منفتحة ومبتسمة، أو محايدة يمكن أن تتحول من ابتسامة إلى نظرة حارة أو حادة، أو وجوه جدية وحارة سواء اعتقدوا أنهم يبتسمون أو لا يبتسمون.
- مهارة المظهر واللباس: يؤكد الباحثون أن تسعون بالمائة من شخصياتنا يتم تغطيتها بالملابس، فيبقى عشرة بالمائة تظهر في وجوهنا، لذا علينا أن نكون مدركين للرسائل الاتصالية التي تحملها ملابسنا.
- مهارة الصوت: تشكل النغمات الصوتية حوالي 84% من مصداقية الرسائل الاتصالية.
- مهارة اللغة غير المنطوقة.
- مهارة اشراك المستمع: أي التفاعل مع الآخر

ويؤكد مارك ناب **Mark knapp** أن المهام التي يؤديها الاتصال غير اللفظي في علاقته بالاتصال اللفظي على النحو الآتي[1]:

1- التكرار والإعادة: بإعادة الاتصال غير اللفظي بالقول.
2- التناقض: ويكن للسلوك غير اللفظي أن يناقض السلوك اللفظي.
3- البديل: يمكن للاتصال غير اللفظي أن يكون بديلا للاتصال اللفظي.
4- مكمل أو معدل.
5- التنظيم: من خلال تنظيم الاتصال بين المشاركين كحركة الرأس أو العينين، وتغيير المكان، وإعطاء إشارة لشخص ليكتمل الحديث أو يتوقف عنه.

**ثانيا: أنواع الاتصال من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية.**

ويركز هذا التصنيف على حجم الجمهور والمتلقين المشاركين في العملية الاتصالية وهي:

**1/ اتصال ذاتي**: وهو الاتصال الذي يحدث داخل أنفسنا، ويعتبر أساس جميع أشكال الاتصال البشري الأخرى، فدون نظام فعّال للاتصال الذاتي لن يستطيع الكائن الحي أن يؤدي وظيفته في البيئة التي يعيش فيها، أي الانفتاح لأشكال الاتصال الخارجية فهذا النظام للاتصال يسمح بشكل متتالي

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص ص28، 29.

للفرد أن يتخذ القرارات بناء على المعلومات التي يتلاقاها عبر حواسه[1]، فهو يعتمد على العمليات الفكرية والنفسية التي تحدث داخل الفرد، وهو يمر بذات المراحل التي يمر بها الاتصال بين الأشخاص سوى أن المرسل والمستقبل هو الشخص ذاته، كما أن الاتصال الذاتي هو أصل الأنواع الأخرى.

وهو من أهم مستويات الاتصال على الإطلاق لأنه نقطة البداية؛ حيث يكون الشخص هو المرسل والمستقبل في ذات الوقت، وتتمثل الرسالة في مجموعة الأفكار والمشاعر، والقناة الاتصالية في هذا النوع من الاتصال هو المخ الذي ينقل التداعيات، ورجع الصدى يكون على شكل التحدث مرة ثانية مع النفس[2]، والاتصال الذاتي لا يختلف عن الاتصال بين الأفراد سوى أن المرسل والمستقبل هو شخصية واحدة، فهو عملية نفسية تتم في ذواتنا كعملية اتصالية مكتملة[3]، فالاتصال الذاتي هو أصل الأنواع الأخرى إذ تتوقف عليه بناءً على التحليلات والتفسيرات وقراءة المشهد في ذواتنا ومن ثم التعبير عنها حسب نوع الاتصال، كاستقبال المحاضرة عبر الحواس ليتم تقييمها إما بالرضا أو بالاعتراض لوجود خبرات مسبقة حولها، وكل هذا بعمليات إدراكية من خلال تفكيك الرموز وتحليلها ومحاولة فهمها وإضافة الفهومات الخاصة باستدعاء الخبرات السابقة، ومن ثم القيام بردة الفعل والاستجابة.

**2/ الاتصال الشخصي**: وهو الشكل الذي تتم فيه العملية الاتصالية بين الأشخاص بطريقة مباشرة، حيث يتبادلون المعلومات والأفكار والاتجاهات، دون قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية، فتتميز بالتفاعل بين طرفي الاتصال وبتبادل الأدوار[4]، وهو كما يقول "روبرت كينغ ميرتون" اتصال مواجهي مباشر بين القائم بالاتصال والمتلقي، يؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته، ويؤكد "برومان ارنيست وبرومان نانسي" أنه حوار بين عدد صغير من الأشخاص المتصلين ببعضهم البعض لتحقيق أهداف معينة[5]، وقد حدد "دين سي بارنلند**Dean c-Brenlund** خمس خصائص لهذا الاتصال؛ تتمثل في[6]:

[1] محمد علي أبو العلا، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية، (دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2014)، ص20.

[2] حميدة سميسم، نظريات الاتصال، مطبوعة لملخص كتاب مقدمة إلى علم الاتصال عبد الرحمن درويش، جامعة الدراسات العليا: قسم الإعلام، (دمياط: مكتبة نانسي، 2005)، ص11.

[3] صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص18.

[4] أحمد محمد عليق وآخرون، وسائل الإتصال والخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2004)، ص153.

[5] بوعزيز بوبكر، محاضرات في مقياس مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ص62.

[6] صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ص ص19، 20.

- التصورات المشتركة والتواجد في مكان واحد: بمعنى الوجود المادي للأشخاص في مكان واحد يؤدي إلى الاحتكاك الاجتماعي، وهو شرط مسبق لمثل هذا النوع من النشاط الإنساني.
- التفاعل المركزي: التركيز على ما يسترعي الانتباه البصري والمعرفي، كما يحصل في المحادثة، ويتم هذا التفاعل بمد إشارات باليد أو بالنظرات ذات الدلالة مما يؤدي لفهم الرسالة.
- تبادل الرسائل: من خلال التفاعل المركزي؛ يتبادل الطرفين الرسائل فيقدم كلاّ من المشاركين للآخر تلميحات يظن معها أن الآخر سيفسرها كما قصدها هو.
- وجها لوجه: فالتفاعل يقوم على أساس مواجهي، ويمكن فيه مشاركة كل الأطراف.
- غير محكم البناء: وذلك لعدم وجود قواعد لغوية أو تعبيرية تحكم رسائل الاتصال.

كما يتميز الاتصال الشخصي بالمرونة من خلال إمكانية تعديل الرسائل في ظل وجود رجع الصدى الفوري وبالتلقائية والفعّالية نظرا لوجود ثقة بين الطرفين، وبالمصداقية لمعرفة الطرفين وتواجدها في مكان واحد[1]، ومن عيوبه أنه يتطلب نفقات عالية وجهدا كبيرا ووقتا أطول خاصة إذا تلعق الأمر بنقل الأفكار والمعلومات إلى عدد كبير من الأفراد، كما أنه لا يتيح نشر المعلومات أول بأول، وينتج عنه تشتيت للرسالة من قبل المستقبلين[2]، فالاتصال الشخصي اتصال مواجهي يتم في جلسة موحدة المكان والزمان، وبحضور طرفي العملية الاتصالية، وقد يكون مخطط لها كما في اللقاءات الرسمية وقد تكون دون تخطيط كما في المحاورة أو المحادثة، ويتميز بالمرونة وتبادل الأدوار وتعديل الرموز المستخدمة.

**3/ الاتصال الجمعي**: وهو اتصال يقوم فيه المرسل بمواجهة أكثر من شخص؛ كالخطب والندوات والمحاضرات، يتم في مكان معين وزمان محدد، ويمكن للمرسل أن يتعرف إلى حد كبير على ردود فعل رسالته من خلال انفعالات الحاضرين، وقد يستخدم فيه وسائل تكنولوجية لمساعدته على توصيل الرسالة[3]، وهو نوع يعكس حجم المشاركين في الاتصال خاصة المستقبلين والذين يحدث بينهم تفاعل، حيث يسود التأثير الانفعالي العاطفي بشكل عال ولكن في حدود التجمع القائم، كما يتميز بوحدة الاهتمام والمصلحة، كما أنهم يتميزون بتنظيم داخلي ومستوى وعي مرتفع، وتعتريه العديد من

[1] عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، ص41.

[2] رحيمة عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، ص50.

[3] محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)،ص ص77، 78.

خصائص الاتصال الشخصي أو المواجهي، وإن كان لا يشترط معرفة القائم بالاتصال[1]، فالاتصال الجمعي اتصال يعتمد على كثرة المستقبلين وتفاعلهم مع المرسل، واتحادهم في الموقف الاتصالي والأهداف والتواجد الفيزيائي، يعتمد على التخطيط القبلي للقاء وعلى المرونة أيضا، ويحدث بين عدد من الأشخاص يمكن الوصول إليهم، ويزداد هذا العدد وينقص حسب المكان والهدف، فقد يكون اجتماع أسري للعائلة الكبيرة، وقد يكون محاضرات جامعية، أو خطب مسجدية...

**4/ اتصال جماهيري**: اتصال منظم مدروس يقوم على إرسال رسالة علنية وعامة، وهي صادرة عن مؤسسة للاتصال بالجماهير، ويتم فيه إرسال رسالة إعلامية عبر وسيلة إعلامية آلية تتميز بقدرتها على صنع نسخ كثيرة من الرسالة الأصلية، لتوزع على جمهور عديد ومتفرق يتميز بأنه جمهور ضخم وغير متجانس، وبأن رسائله عامة وعلنية وعابرة منشؤها في الأغلب مؤسسات كبيرة، وهو أيضا عملية مدروسة ومنظمة يكون رجع الصدى فيها نسبيا، حيث المرسل لا يرى الجمهور مباشرة ولا يعرف عنه إلا القليل عن طريق بحوث ودراسات الجمهور، وهذا الأخير يتميز بعدم التجانس وبالضخامة[2]، ويمكن التمييز بين خمس مراحل أساسية تشكل عملية الاتصال بالجماهير تم تلخيصها كما يلي[3]:

- القائمون بالاتصال المحترفون الذين يقومون بصياغة عدة رسائل تقدم لفئات متباينة من الجمهور.
- يتم بث هذه الرسالة فوريا.
- تصل الرسائل إلى عدد كبير من المتلقين الذين يتعرضون لها بطرق انتقائية.
- تم تفسير هذه الرسائل من خلال دلالات المعاني التي تعكس خبراتهم، والتي تتفق في كثير أو قليل مع دلالات القائم بالاتصال.
- نتيجة لذلك يحدث التأثير بطريقة أو بأخرى.

وقد بدأ الاهتمام بالاتصال الجماهيري مع ظهور الوسائل الجماهيرية وما أحدثته من تأثيرات على جمهور المتلقين، خاصة وأنه يصل إلى عدد كبير منهم دون اعتبار لمستوياتهم الثقافية والاقتصادية، ولا للفئات العمرية واختلاف الثقافة والتوجهات والأفكار والقيم، فجمهورها إذن جمهور

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ص38.

[2] حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، ص ص59، 60.

[3] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ص39.

عريض غير متجانس، يتلقى الرسالة الإعلامية وهو مجزأ ومبعثر، أسهمت العديد من التقنيات في إضافة رجع الصدى الفوري على رسائل الاتصال الجماهيري لكنها تبقى محدودة في بعض الوسائل وبعض أنواع الرسائل والجمهور، ومع ذلك فقد استطاع هذا النوع من الاتصال اختصار الوقت والجهد وتحقيق الانتشار للرسالة الإعلامية رغم بعض العوائق التي تعتريها خاصة من حيث رقابة حارس البوابة.

**ثالثا: أنواع الاتصال من حيث درجة الرسمية.**

**1/ الاتصال الرسمي:** "وهو الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليه في نظمها وتقاليدها، ويعتمد على الخطابات أو المذكرات أو التقارير حيث يوجد في كل منظمة إنسانية ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها الهيكل"[1]، فهو يتم داخل المنظمة الرسمية وضمن قوانينها ولوائحها التنظيمية، ويأخذ هذا الاتصال عدة اتجاهات وهي:

**1-1/ الاتصال الصاعد:** فالتدفق الحر للمعلومات والبيانات والتغذية العكسية من قاعدة الهيكل التنظيمي إلى قمته يشير إلى حالة من التفاعل والتفاهم بين المستويات الإدارية، وتسلك هذه الاتصالات عدة سبل كالاجتماعات الدورية والتقارير المكتوبة، ومجموعة الاقتراحات والشكاوى والمنازعات[2]، فهو يأخذ خط من أسفل إلى أعلى، من المرؤوسين إلى الرؤساء ويرتبط في مرونته بالنظام السائد داخل المنظمة.

**1-2/ الاتصال الهابط:** وهو الاتصال الذي يتم من الأعلى إلى الأسفل، أي من أعلى هرم في الترتيب الإداري إلى أدناه، ويكون على شكل أوامر وتعليمات.

**1-3/ الاتصال الأفقي:** يكون بين المستويات الوظيفية المتشابهة أو المتساوية، وهو يسهم في تسهيل انتقال المعلومة بين العاملين ومزجهم في مجموعات مترابطة مهنيا واجتماعيا[3]، ويعتبر من بين أهم

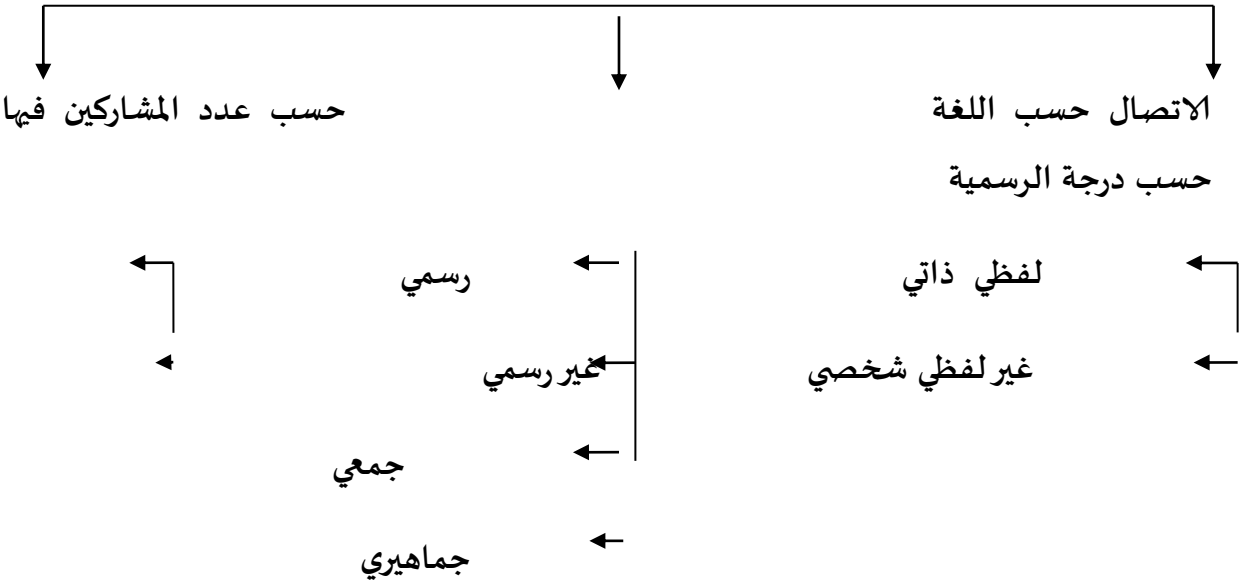
[1] علي نضال فلاح الضلاعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ص90.

[2] حميد الطائي، بشير العلاق، أساسيات الاتصال: نماذج ومهارات، ص57.

[3] أسامة محمد السيد، عباس حلمي الجمل، الاتصال التربوي: رؤية معاصرة، ص115.

أنواع الاتصال داخل المؤسسة لأنه يسمح بتداول المعلومات والخبرات، ويخلق مجالا للتعاون والعلاقات الطيبة.

**2/ الاتصال غير الرسمي:** ويتم داخل المنظمة بين الأفراد ورفاق العمل، حيث تتصف العلاقات بينهم بالاستقلالية عن الوظيفة والسلطة الرسمية وبالتلقائية والعفوية، ويتميز بسهولة وسرعة انتشار، وله مظاهر كاللقاءات في المكاتب أو الاتصال من شخص لآخر، وعادة ما ينشأ بعد فشل القنوات الرسمية في أداء وظيفتها أثناء توزيعها للمعلومات بين أعضاء المنظمة وفي كافة مستوياتها[1].




**الشكل رقم (1): يمثل أنواع الاتصال**

تبين لنا من خلال تعريف عملية الاتصال تنطوي على أهداف مختلفة، بحسب النسق الذي تتم فيه، وحسب المرسل والرسالة وطبيعة الجمهور المستقبل، فهو يتم بين أطراف تشترك في الأهداف، كما هو الحال في المؤسسة، أو بين مؤثر ومتأثر كما هو الحال، في الغالب، في التعليم والإشهار والدعاية وغير ذلك.

ومن هنا يتضح لنا بأننا لا يمكن أن نتحدث عن الاتصال من دون الحديث عن آثاره، وما يترتب عنه من نتائج، وهذا يجرنا بالطبع لقول أن مما العملية الاتصالية تنطوي على أهداف يسعى المرسل إلى تحقيقها لدى مستقبله.

[1] فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي، مدخل لعلوم الاتصال والإعلام:الوسائل،النماذج والنظريات، (الأردن:دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، 2017)، ص33.

هذا، ويتحدّد الأثر حسب محددات ومعطيات عديدة (أسلوب الاتصال ، شكل الخطاب ومحتواه، والوسائل المستعملة..) وكما يتنوع الثر يتنوع الهدف أيضا.

ونظرا لأهمية الأثر المتوخى من عملية الاتصال،أي عنصر الاستجابة، نجد البعض يركز على هذا العنصر عند تعريفه للاتصال، على نحو ما نجد عند " ( Stevensستيفنس .) "الذي يرى بأنّ " الاتصال هو استجابة الكائن الحي المميّز لأيّ رمز"[1]وهو ما ذهب إليه " كاري كرونكيت (Cary cronkites) "عند قوله بأن :" الاتصال بين البشر يتم عندما يستجيب الإنسان لرمز ما" .[2]

ولكن يبقى دائما الثر مرتبطا بعناصر كثير منها المضامين المرسلة، والتي قد تكون سلبية، تهدف إلى تزييف وعي الأفراد، وتحويلهم إلى مجرد حشود لا يشعر الفرد فيها بأية مسؤولية خلقية في تصرفاته وسلوكياته، أو تحويله إلى مجرد ذوات استهلاكية لا تشعر بأي استقلالية في التفكير والتصرف. وإلى كائنات خاضعة، وهذا ما تقوم به بعض المؤسسات العملاقة التي تسيطر على أجهزة ووكالات الإعلام والاتصال. والتي تستعمل عدة أساليب لتحقيق أهدافها، والتي من بينها محاولة خلق اتجاهات فكرية وسلوكية نمطية، وخلق أذواق وعادات استهلاكية، تنسجم وأهدافها، وتضمن تحقيق مصالحها، وتؤمن استمرار تدفق خدماتها وسلعها.

وهذا ما جعل العلماء يؤكدون اليوم على المفهوم الإعلامي للاتصال، بعد أن أصبحت عمليات الاتصال بفضل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تتسم بعمق التأثير وسعة الانتشار، فمن خلالها يمكن أن يتوجه المرسل إلى عددٍ لا حصرَ لهُ من المستقبلين في وقت واحد.

وقد تكون كذلك أداة تنوير وتثقيف، وهذا ما تساعد على تحقيقه، وبشكل سريع وأفضل، التطورات العلمية والتقنية المتسارعة نراه في مجال تكنولوجيا الكومبيوتر (عتاده وبرمجياته) وتكنولوجيا الاتصالات (الأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية) وكذا تطور شبكة الإنترانيت.

وهكذا، فمع زيادة انتشار الاتصال زادت أهميته بفضل دوره الأساسي بوصفه أساس العلاقات الإنسانية، حيث بفضله يمكن أن تتطور هذه العلاقات وتتعمق، وذلك بما يتضمنه من رموز ومعلومات وأفكار وتجارب.[3]

**6-نماذج الاتصال:**

[1] - محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص24.

[2] - نفس المرجع السابق، ص24.

[3] - حسين خريف ، مرجع سابق، ص9.

أ_ رسائل منظمة ليس نحو الجمهور مباشرة وإنما نحو وسيط هو الذي يقوم ببثها في خطوة ثانية نحو الجمهور وان قادة الرأي كان لهم الأثر الكبير في اتجاهات الناخبين أكثر من الأثر الذي كان متوقعا أن تحدثه وسائل الاتصال الجماهيرية، لهذا فسر الباحثون نتائج الانتخابات الأمريكية بقولهم" أن الرسائل الإعلامية لم تكن ذات تأثير عبر متغير وسيط هو قادة الرأي"[1]، يؤكد النموذج أن الرسائل الإعلامية تمر عبر مرحلتين للوصول إلى الجمهور المستهدفة؛ حيث في المرحلة الأولى تقوم الوسيلة الإعلامية ببث رسائلها فيتلقاها قادة الرأي؛ الذين يقومون فيما بعد وكمرحلة ثانية بإعادة بثها وإرسالها للجمهور المستهدف عن طريق الاتصال الشخصي، مع الإشارة إلى أن قادة الرأي قد يُغيرون من الرسالة الأصلية بإضافة تحليلاتهم وتفسيراتهم ووجهات نظرهم.

**ويتوقف تأثير قادة الرأي في الجمهور على[2]:**

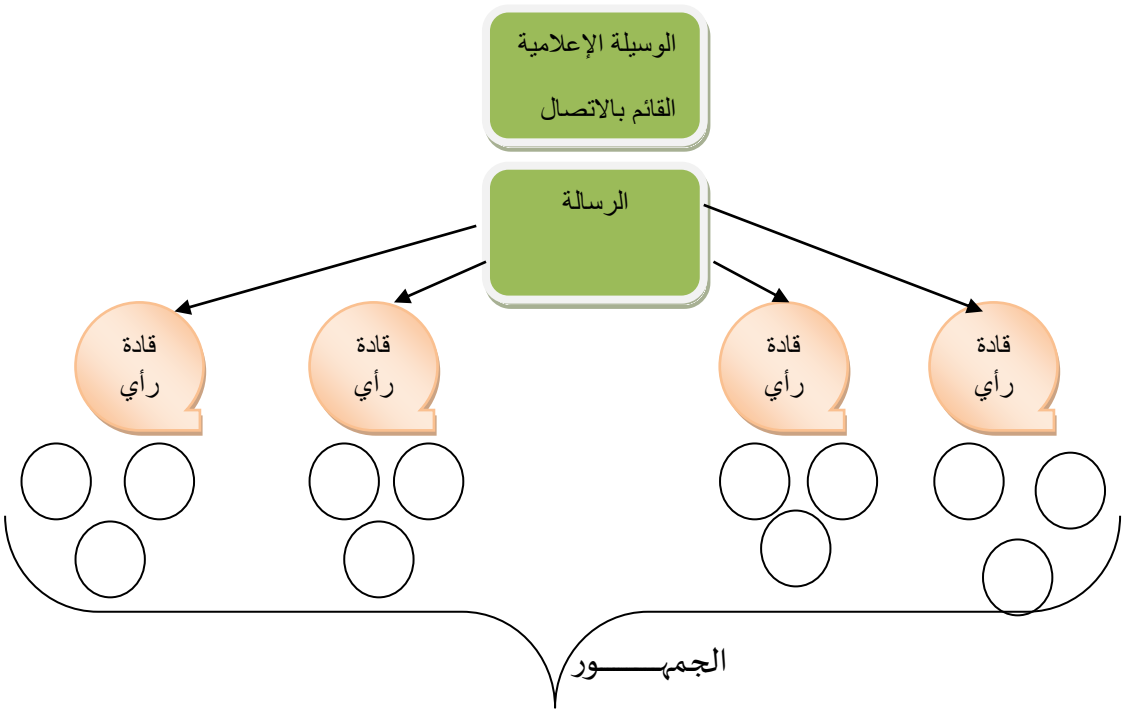
- **التماثل السوسيولوجي والثقافي:** يزيد تأثير قادة الرأي كلما كان أقرب إلى ثقافة الجمهور المتوجه إليه، ويكون تأثيره مضمونا إذا أحست الجماعة أن هذا القائد هو النموذج الاجتماعي الناجح الذي يجب اتباعه لأنه ينتمي إلى ثقافة المجتمع وبلغ منها درجات عليا، "فالناس تنجذب لأشباهها" ويكون التماثل في الطبقات السوسيولوجية كالطبقة والمكانة الاجتماعية ودرجة التعليم والمستوى الاقتصادي وغيرها، كما يكون في المواصفات المورفولوجية كالجنس( المرأة تقنع المرأة) والسن (الشاب يقنع الشاب)، وحتى المواصفات الفكرية والأيديولوجية.

لهذا تعتبر هذه الأفكار المادة الأولى لعملية الإشهار التي تتخذ من قادة الرأي بؤر تأثير تؤثر عليهم كي يؤثروا على الجمهور.

- **فكرة المؤامرة:** يقوم قادة الرأي أحيانا بما يسمى "حجز المعلومات"؛ من خلال إعادة ترجمة الرسائل التي استقبلوها من وسائل الاتصال الجماهيري بأسلوبهم الخاص مع إمكانية التغيير حسب أغراضهم وأهوائهم الخاصة، لهذا فالمعلومات في طريقها من وسائل الإعلام إلى الجمهور تتعرض لعدة عمليات حجز وسيطرة يقوم بها الوسطاء الموجودون في المحطات ما بين قطبي عملية الاتصال، سواء كانوا رجال اتصال أو قادة الرأي، مما يمنح هذا الأخير فرص كبيرة لأن يصبحوا رواد المجتمع وصناع الرأي فيه.

[1] https://elearn.univ-ouargla.dz/2013-12.08.2014 يوم الزيارة:

[2] https://elearn.univ-ouargla.dz




**الشكل رقم(6): يوضح نموذج: كاتز ولازار سفيلد.**

ب/ نموذج "ويلبر شرام" **Wilbur Schramm**: قدم "**ويلبر شرام**" ثلاث نماذج بعد انتقاده لنظريات الاتصالية المنتمية لمرحلة التأثيرات القوية في مقاله"كيف يحدث التواصل"سنة **1954**، منطلقا من نموذج "**شانون وويفر**" ليثبت أن التواصل عملية تفاعلية، حيث المرسل يرسل ويستقبل الرسالة في آن واحد[1]، فكان النموذج الأول على شكل خطي؛ اعتمد على المصدر والمستقبل وهو ما أسماه "**ويلبر شرام**" الهدف، بالإضافة إلى التشفير وفك التشفير، أي ترميز الرسالة من قبل المرسل وفكها من قبل المستقبل.

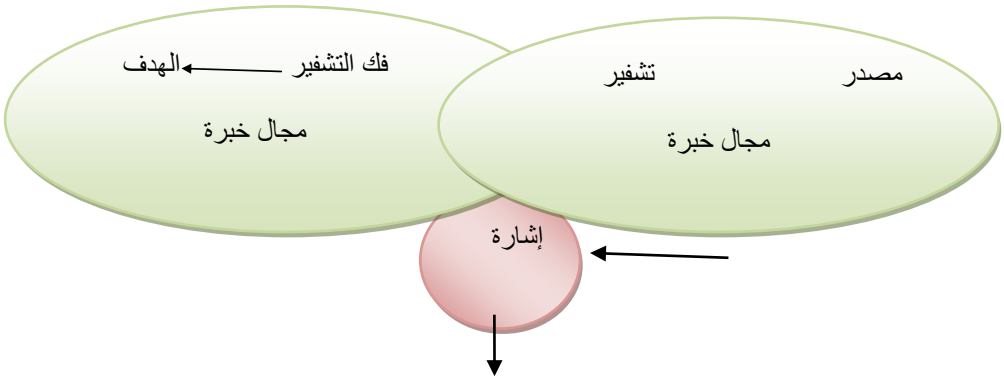
**التشفير**

**الشكل رقم(7): يمثل النموذج الأول لـ "شرام".**

[1] هشام المكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، ص149.

ثم طور "ويلبر شرام" نموذجه الأول حينما أقر بوجود مجال للخبرة المشتركة بين المصدر (المرسل) والهدف (المستقبل)، فكلما كان التقاطع بينهما يشغل حيزاً أكبر كلما كانت العملية الاتصالية أكثر نجاحا، ويتكون النموذج الثاني من[1]:

- ✓ **مصدر**: ويمكن أن يكون مؤسسة أو فرد، ويظهر ذلك في المؤسسات الإعلامية.
- ✓ **الرسالة**: وتتنوع الرسالة وتتخذ عدة أشكال؛ فقد تكون مكتوبة أو سمعية أو مرئية باعتبارها رسالة إعلامية، وقد تكون إشارة بالجسد أو إيحاءات.
- ✓ **الهدف**: وقد يكون على هيئة مستمع، مشاهد، قارئ، محاور، أي الجمهور المتلقي للرسالة.
- ✓ **الخبرة المشتركة**: وهي السياق والمواقف التي ينطلق منها كل من المصدر والهدف، فكلما زادت مساحته بينهما زادة إمكانية الفهم والنجاح.



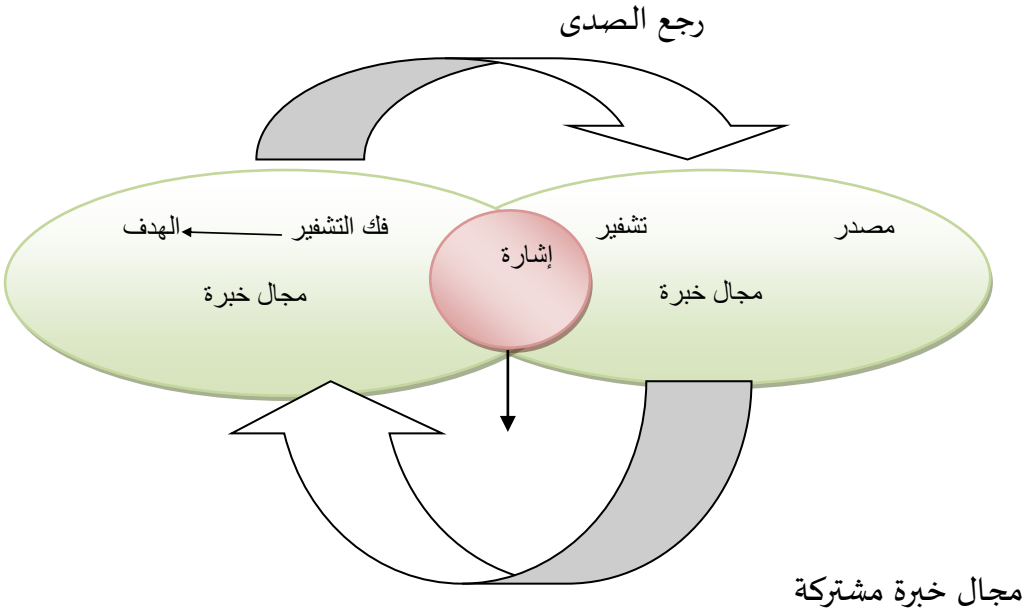

**الشكل رقم(8): يمثل النموذج الثاني لشرام.**

استمر "**شرام**" في تطوير نموذجه ليضيف عامل التغذية المرتدة، وهو العامل الهام والذي يضمن دائرية الاتصال الشخصي والجماهيري، وقد ظهرت لأول مرة في هذا النموذج، فالتغذية المرتدة جعلت من أطراف العملية الاتصالية يتبادلان الأدوار من خلال الترميز والتشفير وفكهما، وذلك لأجل التغلب على مشكلات وعوائق التشويش الذي ظهر في نموذج "**شانون**"، وكلما كان مجال الخبرة بين

[1] Schramm Wilbur, How Communication Woork, Inschramm(Wilbur),ed , The process and effects of communication,(urbana illionons :university of illionos,1954),pp2-26.

المصدر والهدف واسعا كلما كان رجع الصدى أقوى، نتيجة لفهم وتحليل وتفكيك الرسالة والتجاوب أيضا.

حاول "شرام" تطوير إطارا نظريا لعملية الاتصال باعتبارها عملية تشاركية في إطار خبرة معينة، أو فكرة أو اتجاه أو رأي، وهو بذلك يستهدف تحليل فكرته التي يستند فيها إلى أن أساس عملية الاتصال هو خلق نوع من الاتحاد والتوافق بين طرفي العملية الاتصالية حول رسالة معينة، سواء على مستوى الاتصال الشخصي أو الجماهيري[1]، ويعتبر نموذج "**شرام**" من النماذج الحساسة التي تعتمد على ارتباط عناصرها ببعضها البعض، فغن حدث خلل في عنصر ما انتقل ذلك الخلل إلى العناصر الأخرى؛ كفشل المصدر في الترميز ما يؤدي إلى فشل المستقبل في فكه وعدم فعّالية الاتصال.




**الشكل رقم(9): يمثل النموذج الثالث لـ"شرام".**

ج/ نموذج "**ماكلين وويسلي**" **Maclean, Westley**: رأى "**ماكلين وويستلي**" في الخمسينيات من القرن الماضي أن نموذج "**شانون وويفر**" ينطبق على الاتصالات السلكية عن بعد ولا ينطبق على الاتصال الجماهيري، لذا سعيا إلى تطويره ليعبر عن سياقات مختلفة للاتصال، بحيث أوجدا نموذجا يأخذ بعين الاعتبار عامل التغذية المرتدة وحارس البوابة، وبعض السمات المنبثقة من علم النفس ونظرية

[1] سوسن عثمان عبد اللطيف، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، (مكتبة عالم المعرفة، 1990)، ص ص68، 69.

التعلم[1]، وقد تم تقديم هذا النموذج عام **1959**، ويعتمد على أن عملية الاتصال لا تبدأ بمجرد إطلاق المرسل لرسالته إنما التواصل ينطلق فعليا حينما يستجيب المستقبل للرسالة، وهي انتقائية بين كم هائل من الرسائل التي يمتلئ بها محيط المستقبل، وتبدو هذه الفكرة أكثر وضوحا مع وسائل الإعلام، حيث لا يكتمل العملية الإعلامية مع إصدار الجريدة أو بث قناة تلفزيونية، إنما تبدأ حينما يشرع القارئ في القراءة والمشاهدة في متابعة البرنامج، وقد أُطلق على هذا النموذج نموذج"الاختيار"، وكان على شكل أربع خطاطات؛ توضح كل خطاطة حالة من حالات الاتصال[2].

وبشكل مبسط يمكننا اعتبار هذا النموذج هو امتداد لنموذج "**نيوكومب**"، إلا أن "**ماكلين وويسلي**" قاما بتطويره ليوضح عملية الاتصال الجماهيري بدلا من الاتصال الشخصي، فيقترح هذا النموذج أن الشخص (**b**) وهو الذي يستقبل منبه أو رسالة من شخص متصل (**c**) حول شيء (**x**) وذلك يتم بوجود شخص آخر(**a**)، فمثلا نفترض أن (**c**)محطة إذاعة بينما (**b**)هو أنت شخصيا، و (**a**)صديقا أو أحد الأقارب، و(**x**) حدثا ما، فالأمر هنا هو أن (**c**) عليه أن يكون بحضرة **b**)أو **c** أو(**a** ، ومن الممكن أن يعود ليخبر باسترجاع ( **b**)- **feedback**، كما أن مجموعة (**x**)من الممكن رؤيتها مباشرة عبر(**c**) دون أي تدخل من[3](**a**).

**7-نظريات الاتصال:**

وهي خلاصة العديد من البحوث ونتائج كثير من الدراسات، التي هدفت التعرف على ظاهرة الاتصال والعلاقة بين النظام الإعلامي والسياسي، سواء من حيث التحكم والرقابة أو من حيث المحتوى والمضمون، وسنتطرق إلى أهم هذه النظريات حسب ظهورها الزمني.

**أولا: نظرية السلطة**: نشأت وظهرت هذه النظرية في انجلترا وذلك في القرنين السادس والسابع عشر، معتمدة على نظريات **أفلاطون وأرسطو ومكيافيلي وهيجل**، وتتمثل فلسفتها في السلطة المطلقة للحاكم أو لحكومته أو كليهما معا، وغرضها الرئيسي توطيد ودعم سياسة الحكومة التي تتولى السلطة، وخدمة الدولة، وبمقتضى هذه النظرية لا يعمل في الصحف أو يصدرها إلا من يستطيع الحصول على ترخيص من الحاكم، ويتم الإشراف عليها –الصحف- وفرض الرقابة بواسطة الحكومات، ويحظر في إطار نظرية السلطة نقد السياسيين والموظفين الرسميين، وتعتبر هذه الصحف أداة لترويج سياسات

[1] عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، (دمياط: مكتبة نانسي، 2006)، ص94.

[2] هشام المكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم، ص156.

[3] بشير العلاق، نظريات الاتصال: مدخل متكامل، (الأردن: اليازوردي)، ص71.

الحكومة رغم أن ملكيتها قد تكون عامة أو خاصة[1]، وتعتبر هذه النظرية من أقدم النظريات التي بدأت منذ ظهور الاتصال الجماهيري، مع اختراع الطباعة في القرن الخامس عشر، ورغم ذلك مازالت النظرية تسيطر على العديد من المجتمعات، حيث تعتمد على سيطرة الحكومات على وسائل الإعلام وفي وظائفها وممارستها بشكل كامل، وذلك انطلاقا من الفلسفة الاجتماعية والسياسية التي تسود وتتحكم في المجتمعات التسلطية، بحجة أن أهداف الفرد تتحقق في إطار العمل الجماعي مما يؤدي إلى تغلب المصلحة الجماعية على المصلحة الفردية[2].

كما ترى نظرية السلطة أن الأشخاص يختلفون في قدراتهم العقلية، حيث يسيطر الحكام على رأس البناء الاجتماعي وليهم الفلاسفة والمفكرون، وهكذا فإن المعرفة تنطلق من الأعلى إلى الأسفل عن طريق الحكومة، فهي –المعرفة- مشتركة تهدف إلى مقاومة التغيير وجعله مرفوضا، وتدعيم الاستقرار وجعله فضيلة في ذاته، مما يجعل الحكومة تلجئ للموروث الثقافي والقيم الاجتماعية لتبرر ذلك وتدعم الوضع القائم وتحافظ عليه[3].

**المبادئ الأساسية للنظرية السلطوية.**

من خلال ما سبق يمكن تلخيص ترتكز مبادئ نظرية السلطة في:

- تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحكومة ومؤسساتها والدفاع عن سياسة الحكم وبذلك فهي مطالبة بالدعاية للنظام الحاكم.
- يعتبر عمل الأفراد في الصحافة منحة وامتيازا من الحاكم، وبالتالي يجب على العامل تأييد النظام السائد وإبراز امتيازاته، وفي حالة إخلاله بالالتزام يعرض لسحب الامتياز منه.
- ملكية الصحف لا تقتصر على الحاكم فقط، فقد يمتلك الأفراد مثل ذلك، لكن استمرارها يبقى رهن رغبة السلطة.
- درجة الحرية المسموح بها يجب أن تكون مناسبة للحالة السياسية التي توجد بالمجتمع الذي تصدر فيه هذه الصحف، ويبقى تقدير درجة الحرية راجعا للسلطة الحاكمة.

من خلال المبادئ السابقة يتضح أن **العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية في إطار النظرية السلطوية** تدور في إطار الولاء للحاكم، لأنها – الصحافة- وجدت لخدمة السلطة الحاكمة

[1] ليلى عبد المجيد، التشريعات الإعلامية، (2005)، ص19.

[2] بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، (الجزائر: دار الخلدونية، 2007)، ص47.

[3] بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع: دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، ص47.

وتدعيم سياستها وتأييدها، فهي بذلك لا يمكن لها أن تلعب أدوارا مهمة كنقد السلطة أو مراقبتها، بل يتحدد عملها في **نقل المعلومات من الحاكم إلى المحكوم بهدف تكريس الأوضاع القائمة وإضفاء الشرعية على السلطة السياسية**، أما من حيث الملكية فأيا كان نوعها فإنها تخضع للدولة وذلك من خلال نظم الترخيص والقيود التشريعية على الإصدار والتوزيع، والرقابة والضرائب، وهذا كله يضمن ولاء الصحافة ووسائل الإعلام للسلطة.

**ثانيا: نظرية الحرية.**

جاءت هذه النظرية نتيجة لحركة الإصلاح الديني التي قادها "**مارتن لوثر كنج**"، وتواصلت هذه الحركة لتظهر في كتابات مفكرين وكتّاب أمثال"**توماس هوس، جون ملتون، دفيد هيوم، جون ستيوارت، جان لوك وجان جاك روسو**" وغيرهم، وبعد الثورة الفرنسية تجلت مظاهر حرية الصحافة، وتستند هذه الأخيرة إلى وجوب توفير كافة المعلومات والحقائق للمواطنين، وذلك لتمكينهم من الإسهام في العمل الوطني من خلال إبداء الرأي واتخاذ القرارات الصائبة بالاستناد إلى المعلومات الصحيحة، وقد ركزت نظرية الحرية على استقلالية الصحافة، فلم تعد ملكا للدولة بل أصبح كل شخص قادر على تحمل المسئولية وحريصا على تنوير المواطنين يمكنه امتلاك الوسيلة الإعلامية، كما ركزت على الربح المادي لهذه الأخيرة من خلال الإعلانات وبرامج الترفيه والدعاية، بالرغم من أن هدفها الأساسي مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف الفساد، وتتم عملية الإشراف على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية من خلال التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة، باللجوء للمحاكمة والقضاء، وتدعو نظرية الحرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس دون قيود باعتباره حق مشروع من خلال جمعها أو نشرها وإذاعتها[1].

تفترض هذه النظرية ضرورة وجود وسائل اتصال مستقلة من الناحية الاقتصادية، وقادرة على القيام بدور الحارس لمصالح الهيئات الرسمية في مواجهة الحكومة، حيث تعتبر هذه الوسائل أدوات للتعبير عن كافة وجهات نظر أفراد المجتمع، في ظل غياب سوق حرة للأفكار، وبحث عن

[1] محمد فلحي جاسم الموسوي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مقرر في الفصل الثاني: مرحلة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال، موقع مكتبة الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك.

الحقائق والسعي إليها، كما تعتبر أداة لتوجيه النقد للسلطة السياسية الحاكمة، وأي تجاوز تقع فيه هذه الوسائل يُلجأ فيه إلى القضاء في إطار حرية النشر والتوزيع دون إذن وترخيص[1].

من خلال ما سبق ذكره أعلاه يمكن تلخيص أهم **المبادئ الأساسية لنظرية الحرية فيما يلي:**

ترتكز نظرية الحرية على جملة من المبادئ أهمها ما يلي:

- حق الفرد في المعرفة حق طبيعي، ومن أجل ممارسة هذا الحق لا بد للصحافة أن تتمتع بكامل حريتها دونما قيود خارجية.
- حق الفرد في المعرفة هو حق موازلحقه في اختيار ما يريد أن يعرف، لذا لا بد من أن تتعدد مصادر المعرفة بتعدد الصحف ذات الاتجاهات المتباينة.
- من حق الأفراد إصدار الصحف ما داموا قادرين على ذلك، دونما حاجة لتصريح من السلطة.
- عدم فرض أي رقابة من جانب الحكومة على الصحافة، وأي تجاوز تقع فيه الصحيفة يكون من شأن القضاء وحده.

كما أن الممارسة الإعلامية في ظل هذه النظرية تعتمد على:

- ممارسة النقد البناء والقبول بأي فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد مع تقبل مناقشته بأسلوب بناء وهادف.
- الشفافية الآلية في معرفة مفاصل الدولة وسياستها وبرامجها، ووضع المعلومات أمام الفرد وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع.
- إتاحة الفرصة للفرد في الحصول على المعلومة التي يريد تعلمها والاستفادة منها وإضافتها لمعلوماته.

إذن الصحافة في ظل هذه النظرية تخلصت من القيود والرقابة التي تحد من حريتها في التعبير، كما أن العاملين في هذا المجال تحصلوا على استقلالهم المهني، وحريتهم في استقاء المعلومات ونشرها، أما الأفراد فاستفادوا في ظلها من حرية امتلاك وإصدار الصحف وتوزيعها.

**ثالثا: نظرية المسؤولية الاجتماعية.**

جاءت هذه النظرية بعد اهتمام الأوساط العلمية والبحثية في الو م أ وأوربا الغربية بدراسة دور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري في هذه المجتمعات، وما الدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به اتجاه الفرد والمجتمع، وذلك عقب الانتقادات التي وجهت لنظرية الحرية، خاصة تلك المتعلقة بالمبادئ التي تقوم عليها إذ قال عنها الكثير أنها مبنية على قواعد غير سليمة، إضافة إلى أن بعضا من

[1] جعفر بن صالح، "الاتصال السياسي في الجزائر: المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية، جريدتي الخبر والشعب نموذجا"، رسالة ماجستير، (جامعة وهران، 2012، 2013)، ص55

مفاهيمها قابلة للتغيير، ولقد أكد العلماء أن الصحافة قد تحررت من قيود نظرية السلطة لكنها سقطت تحت حبائل المال الإعلامي والسياسي بمعنى تحت سلطة الأقلية الاحتكارية.

ترى هذه النظرية أن الحرية تحمل معها التزامات، وحيث أن الصحافة تتمتع في ظل المجتمعات الديمقراطية بامتيازات فإنها مجبرة على أن تكون مسئولة نحو المجتمع لتتحمل معها الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري في المجتمع المعاصر فإلى الحد الذي ستقوم الصحافة بالاعتراف بمسؤولياتها وجعلها أساس سياساتها العملية، فإن النظام الليبرالي سوف يشبع حاجات المجتمع، وإلى الحد الذي فيه لن تعترف الصحافة بمسؤولياتها الاجتماعية فمن المفروض أن تقوم جهات أخرى للتأكد بأن الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري يتم تحقيقها[1].

**الوظائف التي تركز عليها النظرية.**

نذكر هنا أهمها فقط والمتمثلة في:

- ✓ خدمة النظام السياسي القائم وذلك عن طريق الإعلام وتوفير المعلومات والمناقشة والحوار المفتوح والمناظرات حول المسائل الهامة.
- ✓ تنوير الجمهور بالحقائق والأرقام كي يستطيع أن يحكم بنفسه على الأحداث.
- ✓ حراسة حقوق الأفراد، وذلك بأن تعمل وسائل الاتصال كرقيب عمومي على الحكومة.
- ✓ توفير الترفيه.
- ✓ خدمة النظام الاقتصادي عن طريق الإعلانات.
- ✓ رعاية المثل العليا للمجتمع.

**خصائص النظرية: تتميز بـ :**

- ✓ هي نظرية مختلطة حيث تحمل في طياتها الحرية والقيد، بمعنى أنها تدعوا للحرية لكن بشرط تقيدها للحيلولة دون الوقوع في الانحراف.
- ✓ تنحصر فلسفة هذه النظرية في عدم إثارة الغرائز بقدر ما تثير عقولهم وتشجعها.
- ✓ تعمد إلى سد حاجة القارئ السريعة، وتبحث عن الحقيقة وتحاول توصيلها للجمهور.
- ✓ تتميز بكونها نظرية إصلاحية تربط بين العاملين بأجهزة الإعلام من خلال مواثيق الشرف الخالصة.

**إذن** يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، ولذلك على وسائل الإعلام القيام بالتزامات نحو المجتمع، وذلك من خلال وضع معايير مهنية للإعلام كالصدق

[1] عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014)، ص ص35- 40.

والموضوعية والتوازن والدقة، وفي إطار قبول هذه الالتزامات من طرف وسائل الإعلام عليها أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون الوسائل تعددية تعكس تنوع الأفكار والآراء في المجتمع، من خلال إتاحة الفرصة للجميع في النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع وأمام مؤسساتهم الإعلامية.

**رابعا: نظرية الرصاصة السحرية.**

تعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام، والتي نشأت في بيئة متأثرة بالنظريات النفسية التي تفترض وجود تأثيرات لكل فعل، أي ارتباط المنبهات بالاستجابة المباشرة.

وتنطلق النظرية من مجموعة من الافتراضات وهي[1]:

- الإعلام عامل قوي في المجتمع، وله قدرة على ترسيخ القيم والنظم التي بدورها تؤسس للنظام الاجتماعي، وللسيطرة على هذه القوة يجب أن يكون الإعلام تحت سيطرة أقلية نخبوية.
- الإعلام قادر على التأثير بشكل مباشر في عقول عدد معين من الناس، كما أنه قادر على الإسهام في تغيير نظرتهم للنظام الاجتماعي.
- هناك نسبة من الأفراد منعزلون عن المؤسسات الاجتماعية، وهذه الفئات توصف بأنها هشة أمام قوة الإعلام.
- يعيش الأفراد في فوضى اجتماعية بسبب ما تنتجه الوسائل الإعلامية، لذا وجب التأسيس لنظام اجتماعي شمولي للحد من ذلك.
- تؤدي الوسائل الإعلامية إلى تراجع الحضارة من خلال الثقافة الموازية.

وقد استندت هذه النظرية في ظهورها حسب الدراسات التي أجريت في المجال واستشهدت بالحادثة التي وقعت عام 1939م، عندما اعتقد سكان الولايات المتحدة الأمريكية أن هناك غزوا قادما من المريخ، فأصابهم الهلع والخوف؛ بعد استماعهم لتمثيلية في الإذاعة باسم (حرب الكواكب)؛ وكان للمؤثرات الصوتية التي أُستعملت آنذاك دوراً فعّالاً في الحالة التي وصل إليها المستمعون، خاصة وأنهم

[1] Stanley j.Baran, Dennis K Davis, Mass Communication Theory Ferment and Futeur , congage lerning, (2011), p35.

كانوا تحت تأثير حالة الإحباط من جراء الكساد الاقتصادي الذي سبق الحرب العالمية الثانية، إضافة إلى إنذار الحرب التي بدأت تدق طبولها أجهزة الدعاية النازية[1].

تقوم إذن **نظرية الحقنة تحت الجلد أو الرصاصة السحرية** على افتراض سلبية المتلقي، وأنه يمكن التأثير عليهم حيث تكون الاستجابة فورية، فالقائم بالاتصال يمكن أن يزود المتلقي بمجموعة من الرسائل الاتصالية والإعلامية ليستجيب بالطريقة التي يريدها –المرسل-، وبصورة مباشرة كما تفعل الرصاصة والحقنة، كما تفترض أن المرسل يتحكم بشكل كلي في العملية الاتصالية لكونه هو الذي يصممها ويختار لها الوسيلة المناسبة، إضافة إلى الوقت المناسب، وتكون عملية استقبال الرسالة تجربة فردية وليست جماعية؛ لأن الجمهور يتصف بالانعزال، وتلقي الرسالة دون وسيط، فتصل الرسالة إلى كل أفراد المجتمع بطريقة متشابهة بمعنى عدم وجود فوارق بين الأفراد في التفاعل معها.

**خامسا: نظرية الحتمية التكنولوجية (النموذج الفني التاريخي لمارشال ماكلوهان).**

يعتبر "ماكلوهان" أن كل وسيلة تحدث تعديلا تحدث تعديلا في محيطنا النفسي، وتفرض علينا نمطا من التصور والتفكير الذي يراقبنا بكيفية لا نكاد ندركها، فاللغة المكتوبة المنتجة جماهيريا أصبحت حزاما ثقافيا لعدة أجيال، وقد تم أثنائها إنتاج المعرفة والأفكار في اتجاه تنازلي، وعلى نمط مرحلة – مرحلة وفق ما تتطلبه الوسيلة، مما دفع الإنسان بالتالي إلى التطبيع بنمط التفكير المتقطع، وهو أمر لا يضاهي بأي حال التعقد الذي يميز الاتصال الشفوي وجها لوجه، والمتسم بتقديم الكل مرة واحدة[2].

وقد أكد "**ماكلوهان**" أن المحتوى يصل إلى الناس بواسطة الوسيلة التي تغيرت عبر التاريخ لمرات عدة؛ فانتقلت من اللسان إلى الطباعة إلى الصحافة ثم الراديو وبعده التلفزيون...إلخ، وهذه التغيرات انعكست على المجتمع وأوقعت تغيرات جذرية في السلوك، فالوسيلة وبعيدا عن محتوى الرسالة لها تأثيرات هامة؛ لذلك تعتبر الوسيلة هي الرسالة[3]، تقوم نظرية "**مارشال ماكلوهان**" على ثلاث فرضيات وهي[4]:

---

[1] محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، ط2.(الرياض: مكتبة العبيكات، 1998)، ص17.

[2] سليمان بورحلة، "أثر استخدام الأنترنيت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، (جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007، 2008)، ص50.

[3] زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ط2.(الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002)، ص78.

[4] بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، ص157.

1) **الوسيلة هي الرسالة**: وذلك نظرا لقوة التأثير العام الذي تملكه الوسيلة الإعلامية بمعزل عن مضمونها، ويرى "ماكلوهان" أن مضمون الاتصال ليس له علاقة بالتأثير، فالذي يجعل هناك فرقا في حياة الناس هي الوسائل السائدة في عصر ما وليس مضمونها، **ففكرة الوسيلة هي الرسالة تعني** أن وسائل نقل المعلومات تؤدي إلى التأثير على السلوك البشري بغض النظر عن مضمون الرسالة، فالتقدم التكنولوجي يؤدي بالتدرج إلى خلق بيئة إنسانية جديدة تماما، فالتلفزيون أوجد بيئة جديدة للناس ذات توجه بصري ضعيف ودرجة عالية من الاندماج تجعل تكيف الفرد مع بيئته التربوية القديمة أمرا بالغ الصعوبة.

2) **الوسائل الاتصالية الساخنة والباردة**: قسم "**ماكلوهان**" الوسائل الاتصالية إلى:

✓ **الوسائل الساخنة**: وهي التي تحوي معلومات كاملة وتفصيلات كثيرة، فالمتلقي أقل حاجة ليصبح معنيا باستعمال المعلومات الناقصة كما أنها تتصف بمشاركة ضعيفة، ومثل ذلك بالراديو والسينما.

✓ **الوسائل الباردة**: وهي تستدعي الأفراد للمشاركة في استكمال المعلومات الناقصة بإدراكهم الحسي كالهاتف والتلفزيون.

ويفرق "**ماكلوهان**" بين الوسائل الساخنة والباردة حيث يقول أن الساخنة هي التي تقوم بمد حاسة واحدة وتعطيها وضوحية آلية، إذ لا تترك الكثير للمتلقي كي يكملها أو يملأ فراغها؛ فهي تتطلب مشاركة قليلة من المتلقي، أما الباردة فهي ذات وضوحية منخفضة وتقدم معلومات قليلة فهي بذلك تستدعي من المتلقي قدرة عالية من المشاركة وإكمال الكثير، كما تختلف آثار الوسيلة الساخنة حسب استخدامها في حضارة ساخنة أو باردة، فاستخدام وسيلة الراديو الساخنة في حضارات باردة يؤدي إلى ردود فعل عنيفة تختلف عن الردود التي تحدثها في أمريكا، حيث يعتبر الراديو فيها من وسائل الترفيه، أما المجتمعات الباردة شبه الأمية فإنها عاجزة على أن ترى في الوسائل الساخنة كالسينما والراديو ترفيها خالصا، بالمقابل ماذا يحدث لو أدخلنا وسيلة باردة كالتلفزيون غلى مجتمع نام كالمجتمع العربي يتساءل البعض؟.

3) **وسائل الاتصال امتداد لحواس الإنسان**: يقول "**ماكلوهان**" أن وسائل الاتصال تقوم بتغيير البيئة وتثير فينا نسبة فريدة من ادراكاتنا الحسية فامتداد أي حاسة سيغير طريقة تفكيرنا، ونتصرف بناء على الطريقة التي بها ندرك العالم، وحينما تتغير هذه النسبة فإن الإنسان يتغير.

**سادسا : نظرية الاستخدامات والاشباعات.**

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات أهم النظريات التي أحدثت تحولا بينا وواضحا في مجال دراسة العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام والاتصال والمستقبل المتمثل في الجمهور؛ إذ أسهمت النظرية في محاولة فهم هته العلاقة انطلاقا من اعتبار الجمهور أو المتلقي العنصر الأهم في العملية الاتصالية بوصفه عنصرا نشطا، فهذا المقترب يحاول إدراك ماهية العلاقة الموجودة بين حاجات الفرد ومدى تلبيتها من خلال استعماله للوسيلة الإعلامية.

تنطلق نظرية الاستخدامات والإشباعات من سؤال جوهري مفاده: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ إذ يبحث عن الحاجات التي تشبعها وسائل الإعلام لدى الجمهور، ومن ثم فهي تنصب على دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة[1]، وقد كان "**كاتز وبلومر**" أول من طرحا هذه الرؤية لدراسة الاتصال الجماهيري، ومن ثم أصبح هذا المدخل أهم المداخل الرئيسية في دراسة الاتصال الجماهيري[2]، رغم أنه عرف بطئا في تطوره نظرا لعاملين[3]:

1- سيطرة اتجاهات بحوث التأثير على دراسات الاتصال الجماهيري قبل وبعد الحرب العالمية الثانية.

2- عدم وجود فرضيات أو فروض نظرية لمقترب الاستعمالات في مراحله الأولى.

وقد أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وعلاقته بالسلوك الاتصالي نحو وسائل الإعلام خلال الأربعينيات من القرن العشرين إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لمضمون مفضل من وسائل الإعلام[4]، إذ يقوم أفراد الجماهير باختيار واع للوسيلة الاتصالية ولمضمونها حسب مدى تلبيتها لحاجاتهم النفسية والاجتماعية[5].

لقد فتحت النظرية مجالا جديدا يختلف عن النظريات السابقة في مجال دراسة علاقة وسائل الاتصال بالمتلقي، إذ تركز على هذا الأخير كنقطة بدء باعتباره نشطا يقوم بتوظيف مضامين هاته

[1] جهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1978)، ص568.

[2] منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1.( القاهرة: دار الفجر، 2003)، ص215.

[3] حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1991)، ص13.

[4] ميلفين ديفلير، ساندرا بول روكيش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992م)، ص266.

[5] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص240.

الوسائل لإشباع حاجاته المسبقة انطلاقا من اختياراته، ومن ثم فإن مقترب الاستخدامات والإشباعات يتيح لنا مجالا لدراسة السلوك الاتصالي للفرد نحو الوسيلة في محاولته لتلبية حاجاته استنادا إلى الفروقات الفردية والسياق الاجتماعي له.

ويرى "**كاتز**" و"**بلومر**" أن المرحلة الأولى من تطور مقترب الاستعمالات قد اهتمت بتقديم وصف عميق لتوجهات وسائل الإعلام والتي تتحكم في اختيار الأشكال المختلفة لمحتواها، وتتسم هذه البحوث في نقص بالمفاهيم ومناهج البحث الملائمة مما أدى إلى ظهور جيل جديد من الدراسات الوصفية ذات التوجه الميداني[1]، وفي ذات الفترة قام "لاسويل" بتوضيح وظائف وسائل الإعلام ودورها لتكون بذلك منطلقا فكريا فيما يخص دوافع ومتطلبات الجمهور في ظل المقترب.

لتأتي المرحلة الثانية مع الدراسة التي أجراها كل من "جاي بلومر" و"دينيس ماكويل" سنة 1969م؛ حيث قاما بتصنيف دوافع الجمهور لمشاهدة برامج سياسية معينة بهدف تصنيف الجمهور على أساسها وتبعا لحاجاته، مما سيتيح دراسة التأثيرات الإعلامية المحتملة، وتتابعت الأبحاث بانضمام "براون" ليتوصل الثلاثة إلى تصنيف استخدامات وسائل الإعلام إلى:

- الإلهاء: بمعنى الهروب من رتابة الحياة اليومية.
- العلاقات الشخصية: حيث يتم استبدال أو تعويض الرفقة بوسائل الإعلام.
- الهوية الشخصية: وتندرج تحته كل ما يؤدي إلى تقدير الذات.
- المراقبة: وهي تلك المعلومات التي يتحصل عليها المشاهد جراء استخدامه للوسيلة الإعلامية حول المحيط[2].

وأخذت البحوث في إطار هذا المقترب تتواصل لتشمل كل الوسائل وتتوصل للعديد من النتائج، ومقترب الاستخدامات والإشباعات من أهم المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية والتي تم تطبيقها لفهم العملية الإعلامية وصيرورتها، ولقد تطورت وتبلورت في إطار هذه النظرية مجموعة من المفاهيم والأسس والعناصر أهمها:

[1] حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ص13.

[2] Elhu Katz,Jay G.Blumer and Michel Guevitch, Uses and gatifications researche, the puplic opinion quarterly4th ser(1973.1974) عبر الموقع https://www.jstor.org .24.08.2017

**1/ افتراض الجمهور كعنصر نشط**: لقد كانت النظرة السائدة قبل الحرب العالمية الأولى تقوم على أن الأفراد ينتمون لطبيعة بشرية موحدة مما يؤدي إلى استجابات متماثلة، فأُعتبر الفرد سلبيا مستهلكا لمحتويات وسائل الإعلام والتي تمتلك قدرة عالية على التأثير فيه وإحداث الهدف المرجو والمخطط له، ثم عرفت الدراسات الإعلامية حول الجمهور نقلة نوعية مع ظهور مقترب الاستخدامات والإشباعات؛ حيث أثبتت خطأ النظرة التقليدية بخصوص العلاقة الرابطة بين الجمهور ووسائل الإعلام والتي كانت نتاج الدراسات التجريبية والوظيفية.

أكد مقترب الاستعمالات والإشباعات أن الجمهور يعتبر نشطا ومشاركا ايجابيا وفعالا في عملية الاستقبال، إذ يسعى إلى تحقيق إشباعاته وتلبية حاجاته من خلال تعرضه للوسيلة الإعلامية[1]، هذا ما يجعل تأثيراتها على الأفراد مختلفة حسب خصوصيات الأفراد وانتظاراتهم من وسائل الإعلام وطرق إدراكهم لرسائلها[2].

يعتبر افتراض الجمهور النشط من أهم مخرجات المدخل التجريبي والوظيفي؛ والتي ترى أن هناك عوامل اجتماعية ونفسية تحدد احتياجات الفرد الكامنة وراء اختياره للوسيلة الإعلامية ولمضامينها، وبماهية الإشباعات المتحققة والتي غالبا ما تكون مختلفة نظير اختلاف السياقات الاجتماعية التي ينتمي إليها وكذا الفروقات الفردية، ما يجعل التأثير الناجم عن ذلك مختلفا ومتباينا أيضا.

**2/ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام**: حاول "كاتز" وزملاؤه وضع مجموعة من الاتجاهات تمثل حاجات اجتماعية تستدعي من الأفراد التوجه للوسائل الإعلامية نظير تلبية حاجاتهم المنبثقة من تلك الحالات الخمس الآتية[3]:

أ-حالة اجتماعية تؤدي إلى إحداث توتر يتم تطويقه من خلال استهلاك مضامين وسائل الإعلام.

ب-حالة اجتماعية تخلق الإدراك بالمشكلات التي يتم البحث عن معلومات حولها لتكون الوسائل الإعلامية مصدرا لها.

---

[1] حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ص15.

[2] هشام مكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة، ص119.

[3] محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام، اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور، (القاهرة: دمياط، مطبعة نانسي، 2006)، ص،ص20، 37 نقلا عن محمد الفاتح حمدي، "الإعلان في القنوات الفضائية العربية وانعكاساته على قيم الشباب الجزائري:طلبة بعض جامعات الجزائر أنموذجا"(رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر03، 2013، 2014)، ص119.

ج-حالة اجتماعية تقدم فرصا لإشباع حاجات معينة يتم توجيهها إلى الوسائل الإعلامية لإشباعها.

د-حالة اجتماعية تزود الفرد بمعلومات وآفاق اجتماعية عن طريق تعرضه للمواد الإعلامية وتكسبه التقدير في الجماعات.

هـ-حالة اجتماعية تخلق قيما معينة يمكن التأكيد عليها عن طريق استهلاك مواد إعلامية مناسبة.

كما وقد توصل "جون جوستون" في دراسة له حول التكامل الاجتماعي واستخدام وسائل الإعلام الجماهيري لدى المراهقين إلى أن أفراد الجمهور يتعاملون مع هذه الوسائل انطلاقا من كونهم ينتمون إلى جماعات اجتماعية وليسوا أفرادا معزولين عن واقعهم وبيئتهم الاجتماعية[1]، وقد قدمت العديد من الدراسات الدليل الأمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام كالنوع والسن والمستوى المهني والدراسي[2].

يؤكد هذا الافتراض أن العديد من احتياجات الأفراد ودوافعهم للتعرض للوسائل الإعلامية إنما يعود مَكنهُما للسياق الاجتماعي والنفسي الذي يتواجدون به؛ مما أدى إلى ظهور مفهوم الانتقاء وانعكاساته على التعرض والإدراك والتذكر، وحيث أن تلك الفروق الفردية والمتغيرات النفسية تؤدي إلى عدم تماثل الأفراد في اختياراتهم وتفسيراتهم وتأثرهم بالمحتويات الإعلامية.

**3/ دوافع الجمهور لاستخدام وسائل الإعلام:** يقوم على أساس أن التعرض لوسائل الإعلام يخضع لدوافع تُنتَج أساساً عن الحاجيات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور، والتي ترتبط بمتغيرات متعددة تُؤدي إلى إحداث تأثيرات مختلفة، فالتعرض للوسيلة الإعلامية ولمضمونها عادة ما تكون عملية مقصودة تُترجم حاجات الجمهور.

وقد قسم الباحثون دوافع تعرض الجمهور للوسائل الإعلامية إلى قسمين أساسيين[3]:

أ/ دوافع أداتية: وهي تلك التي تستهدف الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والتثقيفية.

[1] حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ص20.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص244.

[3] هشام مكي، الاتصال الجماهيري وسؤال القيم دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة، ص ص121، 122.

ب/ دوافع طقوسية: وهي دوافع تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات؛ وتعكسها البرامج الترفيهية والخيالية والدرامية والمنوعات.

وتؤكد النظرية على وجود علاقة بين السمات الاجتماعية والفردية والسلوك الاتصالي، ويهتم المدخل الوظيفي بدراسة وسائل الإعلام والاتصال باعتباره أنساق اجتماعية تتكون من بناءات ولها وظائف محددة، وينبغي لهذه البناءات الاتصالية والإعلامية أن تقوم بالوظائف المحددة لها، من أجل الإسهام في المحافظة على النسق العام، وهذه الوسائل تقوم بنقل رسائل إعلامية إلى جمهور أو مستقبلين معينين ذوي تطلعات مختلفة من أجل إشباع حاجاتهم.

**4/ إشباعات الجمهور:** اهتمت العديد من دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التميز بين تلك الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات التي تتحقق بالفعل[1]، وقد قدم "لورانس" و"وينر" نموذجا للإشباعات ناتجة عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة، كما قام "ماكويل" وزملاؤه بتصنيفها إلى:

* **إشباعات** معلومات وأخرى لتحديد الهوية الشخصية والتي تشمل التعرف على نماذج مختلفة للسلوك وتعزيز قيم الشخص واكتسابه لحسن البصيرة.

* **وإشباعات** التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين وأخرى للتسلية والترفيه[2].

ومن ثم فالجمهور حسب هذا الافتراض يختار الوسيلة والمضمون الذي يلبي حاجاته ويُشبع رغباته، حيث إن المضامين الإعلامية والسياقات الاجتماعية يتم اختيارها حسب مدى تحقيقها لإشباعات الفرد المتنوعة والمتعددة، ويمكن تحديد نوعين من الإشباعات[3]:

- إشباعات المحتوى: وهي تلك الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى قسمين: **الأول** إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، **والثاني** إشباعات اجتماعية حيث يتم ربط المعلومات المتحصلة عليها بشبكة العلاقات الاجتماعية.

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص248.

[2] محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ص ص255، 256.

[3] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص249.

- إشباعات عملية: وهي إشباعات ناتجة عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط بخصائص الرسائل وتصنف إلى نوعين: **الأول** إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، **والثاني** إشباعات تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام؛ وكلما كان الفرد منعزلا كلما زادت هذه الإشباعات.

يُلحظ من خلال هذا الافتراض أن سلوك التعرض للوسيلة الإعلامية ولمضامينها ناتج عن حاجات محددة ورغبات معينة ومن ثم يتم إشباعها وفقا لاختيارات الفرد.

**5/ حاجات الجمهور:** اعتبر "ابراهام ماسلو" سنة 1970م أن نظرية الاستخدامات والإشباعات ما هي إلا امتدادا لنظرية الاحتياجات والدوافع، وحاول تقديم الحاجات وترتيبها من الأكثر أهمية إلى الأقل؛ حيث أن الفرد لا ينتقل إلى الحاجة الثانية إلا بعد تحقيقه للحاجة الأولى[1]، فكانت الحاجات البيولوجية هي الحاجة الأساسية والحاجة إلى تحقيق الذات هي الحاجة النهائية والسامية.

أما "كاتز" فقد قدم خمسا وثلاثين حاجة يسعى الجمهور لإشباعات من خلال وسائل الإعلام وتم تصنيفها إلى خمس مجموعات: **حاجات معرفية** كالحصول على المعرفة والمعلومات، **وحاجات عاطفية** كالمتعة والمشاعر، **وحاجات تكامل الشخصية** كالمصداقية والاستقرار، **وحاجات الاندماج الاجتماعي** كالتفاعل مع العائلة والأصدقاء، وأخيرا **حاجات تفريغ التوتر** كالهروب من التوتر والإلهاء[2]، كما حاول "كاتز" تصنيفها إلى أربع فئات أساسية تندرج ضمنها مجموعة من الحاجات وهي[3]:

أ- **المعلومات:** وتشمل التعلم والتعليم الذاتي، اكتساب الشعور بالأمن من خلال المعرفة، استعلام الجمهور حول الأحداث التي تهمه ضمن محيطه والمجتمع والعالم، محاولة البحث والتماس المشورة في مسائل اتخاذ القرار، اشباع الفضول والاهتمامات العامة.

ب- **الهوية الشخصية:** تعزيز القيم الشخصية، التماهي مع قيم الآخرين الذين يظهرون بوسائل الإعلام، تعلم واكتساب تقدير الذات، التعرف على نماذج سلوكية جديدة.

ج-**الاندماج والتفاعل الاجتماعي**: الشعور بالانتماء من خلال التماهي مع الآخرين، التعاطف الاجتماعي وتفهم ظروف الآخرين، التفاعل الاجتماعي والدخول ضمن جماعات من خلال المحادثات، الحصول على بدائل عن الأصدقاء

[1] Maslow abaham ,Religion,Values and peak exprience,(new work :penguin1970).

[2] Elhu Katz,Jay G.Blumer and Michel Guevitch,On the use of mass media for important things,American sociological Review,(n38,1973),pp164,181.

[3] Mcquail(Denis).Mass Communication Theory,((1st ed)London,sage,1983),p73.

بالواقع الحقيقي، المساعدة في ممارسة أدوار اجتماعية، الحصول على أساليب للتعامل والتفاعل مع الأسرة والأهل والأصدقاء.

د-**التسلية:** التفريغ العاطفي، المتعة والاسترخاء، الإثارة الجنسية، الهروب والإلهاء من المشاكل والتوتر، ملء الفراغ، الحصول على متعة جمالية وثقافية.

كل الحاجات السابقة يمكن تعديلها وإضافة أخرى نظرا للسياقات الاجتماعية والمحددات النفسية للأفراد، والمدركات العقدية والعاداتية والثقافية.

## ثانيا :الصحافة المطبوعة (النشأة والتطور )

**تمهيد:**

تتعدد وسائل الاتصال والإعلام تعددا كبيرا، وتختلف حول الهدف الذي تسعى كل وسيلة لتحقيقه، فضلا عن أن لكل منها إمكانيات خاصة تتفاوت درجاتها من وسيلة لأخرى، بما يحقق التأثير المطلوب و الإستجابة المرجوة .ويرتبط تنوع وتطور هذه الوسائل بتطور تكنولوجيا الاتصال (في إطار تطور المجتمع تكنولوجيا، ثقافيا وحضاريا)، ومع التطورات الراهنة في مجال تكنولوجيا الاتصال اتصلت المناطق الحضرية بالريفية، واقترب العالم من بعضه أكثر وأكثر و لم يعد مجرد قرية صغيرة، وإنما أصبحنا نعيش ما يشبه أسرة .ولعل أقدم الوسائل الاتصالية الإعلامية هي الصحيفة أو الجريدة، والتي تقوم على التوزيع الجماهيري، وتحتاج إلى مستوى تعليمي معين، وتعتبر أقل تعقيدا من الراديو من الناحية التكنولوجية، وعليه فهي أقل تعقيدا من باقي وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية .من هذه المنطلقات جاءت أهمية التطرق إلى لمحة وجيزة عن نشأة الصحافة و تطورها، والوقوف عند أهم المحطات التاريخية التي شهدت نشأة وتطور الصحافة الجزائرية[1] . كما نتناول بالطرح الأدوار والوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام المكتوبة( الصحف، المجلات،...الخ).

**1 : لمحة عن نشأة الصحافة و تطورها:**

يعتبر الإعلام ميزة أساسية وحاجة ضرورية لأي شكل من أشكال الحياة الإجتماعية، والحياة في المجتمع معناها الإتصال، فبإمكان أية مجموعة أن تستغني في حدود معينة عن تبادل الأشياء والحاجات المادية مع مجموعة مماثلة لها، لكنها لا تستطيع بأي حال من الأحوال أن تستغني عن تبادل المعلومات والأفكار، لأن في ذلك قضاء على الروابط و العلاقات الإجتماعية، وكل مظاهر التعاون والمشاركة بين أفراد المجتمع، فتبادل المعلومات عنصر أساسي في حياة أي مجتمع من المجتمعات، فهو الذي يقرر وجوده وحياته ونشاطه .ولقد ارتبط الإعلام بحياة الإنسان منذ غابر العصور ، وبإمكاننا أن نجد في تاريخ التطور الإنساني العديد من مظاهر النشاط الإعلامي، إذ استعملت النار في بادئ الأمر للإعلام عن حركة الأفراد والجماعات من مكان إلى آخر، ثم استخدم المنادي في مراحل لاحقة، وكلما تطورت الحياة الإنسانية وتشبعت أنشطة الإنسان فيها، كلما ابتكر هذا الأخير وسائل جديدة لتلبية حاجته للمعلومات فالحاجة الإعلامية مائلة في جميع مراحل التطور الإنسانية، وفي جميع الحضارات الإنسانية المتعاقبة، فمنذ العصور الوسطى، وفي جميع الحضارات السابقة لعصر الطباعة عمدت المجتمعات إلى خلق شبكات

[1] - راضية قري و وسيلة ليفة :معالجة المواضيع الثقافية في الجرائد اليومية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2000 ، ص59 .

لجمع المعلومات وتوزيعها، مستخدمة في ذلك عدة وسائل لتبليغ هذه المعلومات و تقديمها للجمهور.[1] وفي جميع الأطوار التي مرت بها البشرية كان الإعلام يواجه تحديات جديدة، وفي الوقت الذي تتغير وتتضاعف أشكال إنتاجه وتوزيعه فان المجتمعات البشرية تتساءل عن تأثرها به عن سلطته وعن أخطاره .ولكن ما يهمنا في هذا المقام هو التعرف على التسلسل التاريخي لتطور الإعلام عبر مختلف المراحل الأحقاب الزمنية التي مر بها البشر، ويرى بعض المؤرخين في مجال الإعلام أن نشأة الإعلام في تعريفه العام كانت في القرن السابع عشر، بميلاد الصحف الأولى مثل تلك الصحف التي أصدرت سنة 1631 ، وكانت تحتوي عدة صفحات توزع بانتظام.[2]

في حين يرجع مؤرخون آخرون ظهور النماذج الأولى من الإعلام بشكل عام و الإعلام المكتوب بشكل خاص إلى روما، وكانت هذه النماذج تسمى بالأكتابيبليكا و الاكتاديرنا **Publica** et **Acta Durna** .

انتشرت هذه النماذج في العديد من بلدان أوروبا في تلك الفترة، حيث ظهر في ألمانيا نموذج أوراق تتناول أخبار الأسواق التجارية و المصارف[3] .(*) ثم تطورت هذه الأوراق إلى نماذج جديدة تمثلت في أورا ق المناسبا ت والبط **Les Occasionnelles** et **Les Canard**،[4] وتتناول الأخبار و الأنباء العامة والكوارث كما ظهرت الصحف التي عرفت باسم**Libelles** وهي دفاتر تتناول موضوعات دينية وسياسية متنوعة... ، وقد كان لاكتشاف ، الطباعة وتطور وسائل النقل والمواصلات دفعا جديدا لظهور الصحافة المكتوبة بنماذجها الحديثة، حيث ظهرت الصحف الدورية لتتحول فيما بعد إلى صحف أسبوعية ابتداء من القرن السابع عشر للميلاد...وكان إلى جانب ظهور الطباعة وتطور وسائل النقل عوامل أخرى ساعدت على تطور وسائل الإعلام، وانتشارها، ويمكن أن نورد منه: النهضة الأوروبية، الإكتشافات الجغرافية، تطور الخدمة البنكية والمصرفية والتجارية بين أوروبا والخارج...الخ.

فمنذ بداية الصحافة المطبوعة وحتى الآن فإن الإعلام يعتبر مؤسسة في حد ذاته مؤسسة في مفهومها العام القانوني و المجتمعي .إن الإعلام كمؤسسة إجتماعية يظهر دائما كعامل للقوات التي تحتاج إلى تغيير المجتمع، وتعتبر المؤسسات الإعلامية في نفس الوقت المكان الملائم للتعرف بكل سهولة عن المجتمع في تغيراته وإعادة إنتاجه في نشاطه وتنظيمه .في منتصف القرن السابع عشر كانت هناك مراسلات خطية منظمة في ألمانيا وايطاليا قرنين قبل اكتشاف المطبعة، واعتبرت مدينة البندقية الملتقى التجاري للمطبوعات والتي كانت تحمل إسم "أفيسي[5] .Avissi "

---

[1] - محمد شطاح :دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجيستر(غير منشورة) ،شعبة الإعلام و الاتصال، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية،مصر، 1989 ، ص14 .

[2] - فضاء الإعلام، سلسلة الدراسات الإعلامية، إعداد مجموعة من الأساتذة تحت إشراف الدكتور عزي عبد الرحمن، ديوان المطبوعات الجامعية، ص197 .

[3] - كان تسمى Zeitungen .

[4] - محمد شطاح :دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث، مرجع سابق، ص 14.

[5] - فضاء الإعلام :سلسلة الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص200 .

في القرن السابع عشر ظهر أب الصحافة La Gazette ويعتبر مؤسس الكزيتة بعد قرنين، لأنه كان يطبع ، المنشورات ويوزعها كذلك بانتظام وبعده" غوتنبرغ "، إذ تحصل على رخصة من ملك فرنسا في أكتوبر بمساعدة "ريشولي و "على طبع وتوزيع وبيع الصحافة، وكل المحاضرات والملتقيات وأسعار البضائع، وهي رخصة خاصة به وحده .[1]

أما في القرن الثامن عشر سمي الصحفيون بالمخبرين، وكان دورهم ينحصر في اقتناء الأخبار بكل الوسائل، ويقال عنهم بأنهم أولئك اللذين يحسنون السماع لما يجري وراء الأبواب .ويعتبر ما وقع بين القرن السابع عشر والقرن التاسع عشر من أحداث مختلفة اقترنت بها الصحافة والطبع، هو ميلاد مجلات علمية وأسبوعيات سياسية وثقافية في

بريطانيا وفي القارة الأوروبية، وقد وجد المثقفون من خلالها مجالا للتعبير عن أرائهم ومعتقداتهم، وكانت بداية ما يسمى بالصحافة الأدبية .ولكن الإعلام بالمفهوم العلمي لم يكن موجودا قبل القرن التاسع عشر . ومن الضروري أن تتعرض وسائل الإعلام لمثل هذه التطورات خصوصا في ظل مختلف التغيرات والتحولات التي شهدها المجتمع.[2]

ورغم هذا التطور إلا أن الوسائل الإعلامية السابقة لازالت تفرض وجودها، وتحافظ على مكانتها أمام التطورات الحديثة ونذكر الصحافة كأهم وسيلة اتصال جماهيري، وأهم جهاز إعلامي استطاع أن يفرض نفسه، لأنه تمكن وعبر مختلف المراحل من تكليف شكله ومضمونه مع إمكانيات القارئ، قدراته الفكرية والثقافية، ومختلف متطلباته الإعلامية

و هذا ما نتناوله في الورقة التالية.

**2- نشأة وتطور الصحافة في العالم عموما:**

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

يرى التيار الأول أن المصريين القدماء هم أول من عرف الصحافة و أصدر الصحف...حيث أن أقدم صحيفة عسكرية نقشت على الحجر من وجهين وأشرف على تحريرها بحذق و مهارة شخص كان

[1] - المرجع السابق ، ص 197.

[2] - محمد شطاح :دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث، ص16 .

يدعى"بتاح"، وجرى توزيعها شهريا على قادة الجيش، وطليعة الحكام وبلغ مجموع نسخها حوالي المائة، وحليت هاماتها بصورة الفرعون الأكبر"مينا "ومن حوله لفيف من الأسرى قطعت رؤوسهم و وضعت بين أقدامهم، واشتملت موادها على أنباء المعارك و القادة وأعمال الجنود، ولم ينسوا أن يبرزوا فيها لونا من ألوان التعبير الرمزي الذي تنتهجه اليوم صحافة القرن العشرين بأن رسموا ثورا ينطح قلعة تعبيرا عن انتصار الملك على أعدائه .

ويؤكد المختصون في الإعلام بأن أول قدماء للجريدة هم من دون شك ولدوا في الصين، وهو المكان الذي عرف فيه لأول مرة الورق في عصر المسيحية، وهو أيضا موطن أول إيداع مطبعي (وهنا إشارة إلى فكرة تابلير)، حيث كانت النصوص تنشر على الخشب، إضافة إلى أولى الدوريات الرسمية للجهاز الملكي التي تطورت في **عهد طانق 6180 - 907.**[1]

بينما يرى أصحاب التيار الثالث أن ظهور الصحف لأول مرة كان بعالمنا العربي، فقد كانت هناك المعلقات التي كانت تعلق على أستار الكعبة في الجاهلية و تعرف بالمعلقات السبع، وهي لسبعة من شعراء الجاهلية و أعظمهم أمراء .ويمكن اعتبار المعلقات من أقدم صور الصحيفة في العالم العربي زمن الجاهلية، وهي صحائف معلقة تنقل فكرة

من شاعر من قبيلة معينة سائرا لقبائل فالمعلقات تمثل أنضج صور الشعر الجاهلي شكلا و مضمونا...إنها تحمل طبيعة نقل الأفكار كأوضح ما تكون .ولقد عرفت المعلقات في أنحاء عديدة من العالم لكنها لم تكن قصائد شعر، بل كانت عبارة عن نشرات تحمل أخبارا مثل معلقات يوليوس قيصر، فقد كان يصدر نشرة يومية ويعلقها في الأماك ن العامة

ليعلم الناس أخبار الدولة، وكانت هناك العديد من صور المعلقات في عصرنا الحاضر، وهي نفس إعلانات الصحف التي يطلب فيها القبض على مذنب هرب من العدالة، عن طفل مفقود، عن شخص متوفي، أو بيع بالمزاد العلني، بل نحن نرى ذلك في المدارس والمعاهد أو الجامعات ودور الحكومة والأندية الرياضية والإجتماعية، ويدخل في ذلك ما

يصدره المعارضون و الثوار من منشورات تحريضية تضم أخبارا و تدعو إلى فعل، بل صحف الحائط أيضا التي من أشهرها اليوم صحف الحائط في بكين العاصمة الصينية، إذ كان ذلك يتخذ شكل ورقة، وهو الاسم الإنجليزي للصحيفة **News** [2] ، أما اسمها وهي تحمل الأخبار فهوPaper News .

علما أن المعلقات تحولت فيما بعد إلى صحف متداولة، حيث وجدت الأوراق الخبرية المنسوخة في إنجلترا في القرن الثالث عشر، وكذا في كل من ألمانيا وايطاليا وهولندا .هكذا كان المناخ الجديد الذي ساد غرب

[1] -عبد المجيد شكري:الإتصال الجماهيري-الواقع...المستقبل، العربي للنشر و التوزيع، ص97.

[2] -رولان كايلور، ترجمة مرشلي محمد :الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون 1984 الجزائر، ص 29.

أوروبا وشمالها عندما أصاب المدن والموانئ بها الكثير من الرخاء، نتيجة الاستكشافات الجغرافية و عبور الأطلنطي إلى الأمريكيتين،

و ظهور الطبقة البرجوازية، وهم سكان المدن أو الطبقة الوسطى من أصحاب المصالح التجارية والصناعية، وتبع ذلك حدوث الإنشقاق البروتستانتي والإصلاح الديني و في ظل هذه البيئة الجديدة كان لابد أن تظهر المطبعة مثل ما ظهرت الأوراق الخبرية ثم الصحف، وقد أتاحت المطبعة طباعة الإنجيل حيث كان أول ما طبع غوتنبرغ مخترع المطبعة

وبذلك بدأ يشيع الكتاب المقدس بين الناس في أوروبا بعد أن كان وقفا على الخاصة والكهنة، ثم انتشار الأوراق الخبرية بمعنى ورقة خبرية .وقد أخذت الصحف تتكاثر لتغطي حاجة المجتمعات الحديثة حتى وصل عددها في نهاية القرن السابع عشر ميلادي إلى 140 صحيفة ثم تضاعف العدد بعد ذلك مرات ومرات، ثم ظهرت الصحف الحديثة التي حمل بعضها إسم ورقة و بعضها الآخر إسم الأخبار مع الحرص في الكثير منها على أن يكون الإسم معبرا عن الخبر والآنية:

و في منتصف العشرينات من القرن العشرين، وفي المجتمعات الأكثر تصنيعا، نشأت الإذاعة وفتحت بذلك مجالا جديدا لوسائل الإعلام .سنة 1899 كان ماركوني أول من بدأ البث الهرتيزي بين ضفتي المانش، إن هذا الاكتشاف يضاهي اكتشاف الطباعة بالنسبة للصحافة المكتوبة، بدأت سنة 1919 ، وكان أصحابها فرنسيين، غير أن تطبيق هذه

الفكرة تطلب حقبة من الزمن، وفي سنة 1936 اعتبر الاكتشاف إبداعا اجتماعيا وفي هذا التاريخ بثت( البي بي سي) أول جريدة متلفزة في العالم، و كانت سنة 1941 هي بداية بيع أجهزة التلفزيون بالولايات المتحدة الأمريكية أي خمس سنوات بعد البث الأول، غير أن بداية الحرب الكونية عرقلت هذا التطور للجريدة المصورة الذي انطلق بعد نهايتها مباشرة، أي سنة 1945 بمحطةBBC والعشرية التي جاءت بعدها-أي من 1955 إلى- 1945 شهدت توسعا في بيع هذه الأجهزة.[1]

**3-لمحة عن نشأة الصحافة في العالم العربي:**

رغم اختلاف آراء المؤرخين حول تحديد البداية الإعلامية في العالم العربي، سواء من حيث التاريخ الزمني أو القطر العربي الذي شهد هذه البداية أو الانتماء السياسي للرواد الإعلاميين في العالم العربي، فإن هناك إجماعا من جانبهم على أن بداية تعرف العالم العربي على الصحافة كانت من خلال الحملة الفرنسية على مصر سنة 1789 ،حيث

أصدرت في العالم نفسه صحيفة كوريه دي ليجيبت **Courrier De L'égypte** و لاديكا اجيبسيا ن **Ladica Egyptienne.** وقد صدرتا باللغة الفرنسية ولم يقدر الصدور للصحيفة العربية التي أزمت الفرنسيون إنشاءها آنذاك .

[1]-المرجع السابق، ص100.

أما بداية الصحافة العربية فهناك روايتان في هذا الصدد، ترى الرواية الأولى أن صفيحة جور نال الخديو ي التي صدرت في عام 1827 في مصر تمثل بداية الصحافة الرسمية في العالم العربي، وتختلف الرواية الثانية في تحديد التاريخ و القطر العربي الذي شهد هذه البداية، ويتبنى هذه الرواية بعض المؤرخين العرب و على رأسهم رزوق عيسى رئيس تحرير مجلة المؤرخ العراقي إذ يرون أن البداية الفعلية للصحافة العربية كانت في العراق سنة 1816 ، بصدور صحيفة جورنال العراق التي أنشأها الوالي داود باشا آل كرجي، وكانت تصدر باللغتين العربية والتركية.

وفي رواية أخرى فإن صحيفة (جورنال العراق) التي أنشأها الوالي داود كانت أسبق من غيرها حيث ظهرت عام 1816 ، وإنطلاقا من هذه الفترة بدأت الصحافة العربية في الظهور في مختلف أقطار المنطقة العربية، ففي ، سنة 1847 ظهرت صحيفة(المبشر) في الجزائر، ثم (الأنباء) اللبنانية عام 1858 ، و(الرائد) في تونس عا م1860

وطرابلس(الغرب) عام 1864 بليبيا، و(سورية) عام 1865 ، و(الصنعاء) عام 1879 ، و(المغرب) عام 1899 ، و(الحجاز) عام1908 . ورغم الطابع الرسمي الذي صبغ النشأة الأولى للصحافة العربية، فإن هناك بعض الأقطار العربية كانت البداية الإعلامية فيها بداية موفقة، مثل لبنان حيث ظهرت فيها أقدم صحيفة أهلية هي(حديقة الأخبار) عام 1858 وفي مصر ظهرت صحيفة (وادي النيل) عام 1867 ثم صحيفة( الأهرام) عام 1876 و كذلك المغرب التي شهد صدور صحيفة (المغرب الأهلية) على يد بعض اللبنانيين عام1889 .[1] وللتفصيل أكثر في الموضوع، يمكن أن نقسم البداية

الإعلامية في الوطن العربي إلى حقبتين زمنيتين، الأولى هي حقبة السيطرة الاستعمارية الأوروبية، والثانية هي حقبة الاستقلال.

**4-الصحافة العربية أثناء السيطرة الاستعمارية الأوروبية:**

اكتملت الحلقة الاستعمارية حول العالم العربي بعد إنتهاء الحرب العالمية الأولى، وذلك بخضوعه لكل من النفوذ البريطاني والفرنسي، مع استمرار بقاء الاحتلال الإيطالي لليبيا والسيطرة البريطانية على كل من مصر والسودان واستقلال اليمن والدولة الهاشمية في شبه الجزيرة، ومنح الحركة الصهيونية حق إقامة وطن قومي لليهود في فلسطين.

ولقد تأثرت حركة إصدار الصحف ونوعية القضايا الاجتماعية والفكرية والسياسية المطروحة بأساليب الصراع بين القوى الوطنية العربية والسلطات الإستعمارية، وبالنمط الاستعماري السائد في كل منطقة من العالم العربي، وقد كان لهذه التغيرات آثارها المباشر على الخريطة الإعلامية في العالم العربي، فنلاحظ أن منطقة المغرب العربي (تونس ،

المغرب، الجزائر) قد أفرزت واقعا إعلاميا يمثل خلاصة الصراع السياسي والاجتماعي والديني بين الشعوب العربية هناك، وبين الاستعمار الفرنسي الذي اتسمت أساليبه بالقهر الثقافي والتحدي الديني

[1] -فضاء الإعلام سلسلة الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص202-203

والقومي لمقومات الشخصية العربية في تلك الدولة[1] ...، وكخلاصة للقول يمكن استعراض أبرز التي تميزت بها الصحافة العربية في مرحلتي الكفاح الغير مسلح و الكفاح المسلح:

- كانت الصحافة العربية في مرحلة الكفاح السياسي صحافة حزبية في مجملها أو كانت تعبر عن الأحزاب الوطنية· التي تولت قيادة حركة التحرر الوطني العربي في تلك المرحلة.
- كان يرأس هذه الصحف في الغالب سكرتيريو الأحزاب الوطنية أو بعض قيادتها البارزة، وكانت تعتمد على ميزانية·

ثابتة تخصصها قيادة كل حزب للنشاط الدعائي والإعلامي.

طرحت هذه الصحف شعار الاستقلال السياسي (في غالب الأحيان)، وانشغلت معظمها في الصراعات الحزبية، كجزء من اللعبة الليبرالية التي حرصت السلطات الاستعمارية على إلهائها بها لامتصاص طاقاتها في معارك جاذبية، وخصوصا في مصر والعراق ونادرا ما كانت تطرح صحف هذه القضايا ذات الطابع الاجتماعي أو الشعبي، إلا في الفترات التي تحتاج فيها إلى الجماهير لمساندتها في مواجهة السلطات الاستعمارية و الحكومات[2] ....

هذا عن الصحافة العربية إبان السيطرة الاستعمارية، وماذا عن الحقبة التي تلتها؟ أي كيف أصبحت الصحافة العربية بعد جلاء القوات الاستعمارية من أراضيها، وما الذي أضافه أو غيره الاستقلال الذي حظيت به بعد فترة استعمارية طويلة .

**-الصحافة العربية بعد الاستقلال:**

اختلفت الصحف الموالية للسلطات الاستعمارية عقب حصول الدول العربية على الاستقلال منذ بداية الخمسينات، وان لم يمنع ذلك من استمرار التبعية الفكرية والسياسية للفكر الاستعماري الغربي في بعض الصحف العربية سواء في الشرق أو في الغرب العربي، وهذه الظاهرة لا تزال تتخذ أشكالا متنوعة حتى اليوم[3] .وقد تحددت المهام المطروحة على الصحافة العربية بعد الاستقلال في ثلاث قضايا رئيسية : أولها و أكثرها إلحاحا قضية الوحدة العربية وتحرير فلسطين، ثم قضية التنمية والعدالة الإجتماعية، أما القضية الثالثة فهي تتعلق بالحرية والديمقراطية، وقد فرضت هذه القضايا نفسها على الصحافة العربية منذ نهاية الخمسينات عدا القضايا القطرية التي طرحت نفسها على صحف كل بلد عربي على حدى، وقد التزمت معظم الصحف العربية بموقف حكوماتها، وهنا برزت مشكلة جديدة لم تكن مطروحة أثناء مرحلة التحرر الوطني، وهي مشكلة الديمقراطية وعلاقة الصحافة بالسلطة الو طنيةإذ لا شك أن دور و مسؤوليات الصحافة العربية في مرحلة ما بعد الاستقلال ارتبط إلى حد بعيد بطبيعة وأهداف السلطة السياسية في الدول العربية ...[4] .ولازالت الصحافة المكتوبة إلى يومنا هذا تلعب دورا هام

[1] -المرجع السابق ، ص49.

[2] -عواطف عبد الرحمن :دراسات في الصحافة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص53.

[3] - المرجع نفسه، ص54 -55.

[4] -المرجع نفسه ،ص 57.

على الساحة السياسية والاجتماعية بمختلف تفاعلاتها، وتعتبر الصحافة المكتوبة في المنطقة العربية وسيلة إعلامية محبذة لدى النخبة.

**5- الصحافة المكتوبة في الجزائر:**

- **قبل الاستقلال:**

استخدم الجزائريون الاتصال منذ القدم نظرا لكونه قطريا و طبيعيا لجميع المجتمعات البشرية[1] ، أما الصحافة كوسيلة إعلامية عصرية فهي اكتشاف غربي ظهرت في أوروبا، ثم انتقلت إلى العالم العربي في بداية القرن التاسع عشر، مع الحملات الفرنسية التي قامت بها فرنسا على مصر أولا ثم الجزائر ثانية . وير ى بعض الباحثين أن أول جريدة ظهرت في الجزائر هي جريدة ليستافيت دي سيدي فرج **Ferrage L'estafette de Sidi**التي أعدت داخل البواخر الاستعمارية التي غزت الجزائر سنة... 1830 ، وبعد ثورة 1871اشتد القمع والاضطهاد المسلطان على الشعب الجزائري، حتى أن بعض الفرنسيين الأحرار استاءوا لذلك وحاولوا أن يمدوا يد الإعانة للمسلمين، ورأوا أنه من الضروري السماح لهم بالكلام حتى يتسنى لهم التعبير عن مطالبهم، وأحسن وسيلة تلك هي الصحافة، وهكذا أسسوا جريدة المنتخب سنة 1882 ...ولكن جريدة المنتخب لم تعمر طويلا، ولم تنجح في مهمتها فإختفت تحت ضغط الضجة الفرنسية، ولكنها استطاعت أن تبلغ رسالة سوف يكون لها شأن بعد ذلك، ومفادها استخدام الكلمة للدفاع عن حقوق الجزائر، وسرعان ما تغير الوضع وأصبحت الصحافة من وسائل الاتصال الأكثر نفوذا، وتبوأت مكانها في المجتمع

الجزائري .وقد كانت الصحافة تحتل الدرجة الثالثة في سلم الاهتمامات والتعليم-بعد كل من التنظيم السياسي والعسكري -ولكن الإعلام بمعناه الاتصال والدعوة كان السلاح الأساسي لنشر الوعي قبل السلاح الحقيقي، وأثناء الكفاح المسلح كانت الدعاية جنبا لجنب مع المعارك الحربية تسبقها وتتبعها، وهذه الأهمية تجسدت في مرحلتين:

أ- **قبل الثورة** :كان تجنيد الجماهير يتم أحيانا حول مساندة جريدة وطنية كجريدة الإقدام أو الأمة أو البصائر أو الجزائر الحرة.

**ب-أثناء الثورة** :اهتمت جبهة التحرير الوطني بإصدار الوسائل الإعلامية العصري ة:الصحافة، الراديو، وكالات الأنباء....[2]

ولقد كان. لنشاط الصحافة الأوروبية، لسان حال المستعمرين في الجزائر أثر ولا شك في توجيه الجزائريين إلى الميدان الصحفي، إذ كانت تلك الصحف الاستعمارية تتدفق تدفقا عجيبا، وتنتشر انتشارا واسعا، يكفي أن نعرف أنها بلغت في تعدادها أثناء هذه المدة

[1] - عواطف عبد الرحمن :دراسات في الصحافة العربية المعاصرة، المرجع نفسه، ص58.

[2] -زهير احدادن :مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،المؤسسة الوطنية للكتاب،الجزائر، 1991 مرجع سابق، ص 91.

(1847-1939) ما يزيد عن مائة وخمسين جريدة ما بين دورية ويومية، بينما لم تزد ,
الصحف العربية في الجزائر عن ست وستين جريدة بما في ذلك الصادرة باللغتين العربية و الفرنسية، و بصرف النظر عن اتجاهاتها المختلفة حتى الصادرة منها عن الدوائر الاستعمارية[1] .

إذن فقد لفت أنظار المسلمين الجزائريين ما رأوه من هذه الحركة الواسعة التي غطت القطر كله شرقه وغربه، وأثار تعجبهم اللهجة الحارة التي تستعملها بعض صحف المعمرين في مخاطبة السلطة الحاكمة أو مدافعة، فعلمهم ذلك أن يستفيدوا من هذه التجربة، ودفع بهم إلى استعمال هذه الوسيلة الجديدة في المطالبة هم الآخرون بحقوقهم .والواقع لئن كان ذلك بالنسبة للنخبة المثقفة بالفرنسية التي بدأت هذه الحركة الصحفية منذ بداية القرن العشرين، فإن المثقفين باللغة العربية ما لبثوا هم الآخرون وأن دخلوا هذا لميدان الواسع، مستفيدين من الصحافة العربية التي كانت تأتيهم من الشرق العربي، ومما لاشك فيه أن هذه الصحافة، ولاسيما المصرية منها قد قدمت نموذجا حيا راحوا ينسجون على منواله النماذج الجزائرية .وتعود صلة الكتاب الجزائريين بالصحف الشرقية إلى بداية القرن العشرين مع صلة رواد الحركة الإصلاحية بالجزائر، أمثال محمد بن مصطفى بن الخوجة وعبد الحكيم بن سماية وعبد القادر المجاوي بمجلة (المنار).

ويبدو أن هذه الصحف والمجلات كانت نصل إلى الجزائر عن طريق تونس حيث كانت المراقبة الفرنسية أخف وطأة، أو عن طريق المغرب الذي كان لا يزال يتمتع باستقلاله أو ما بين حقائب الحجاج، ولقد عبر أحد الكتاب الفرنسيين عن هذه الطرق السرية بقوله" :لقد كان هنالك مجرى سري، ولكنه غزير ومتواصل من الصحف والمجلات الشرقية التي أعانت المغاربة في مجهوداتهم الإصلاحية و جعلتهم مرتبطين أبدا بالعالم العربي "[2].ومن ثم كان

الصحفيون الجزائريون الرواد يعترفون دائما بفضل الصحافة العربية الشرقية عليهم، سواء في ما أمدتهم به من غذاء فكري، أو ما أفادتهم به من أخبار الوطن العربي والإسلامي، وما طبعت به أساليب من بيان رفيع كما يعتبر المناخ السياسي والاجتماعي الداخلي والخارجي من أهم العوامل في بعث الصحافة الوطنية، ذلك أن الأوضاع التي كان يعيشها

الوطن العربي والإسلامي قبيل الحرب العالمية الأولى وأثناءها وبعدها فتحت أعين الجزائريين، وعلمتهم كيف يستفيدون من الصحافة في سبيل المطالبة بالجماهير العريضة التي راحوا يبثونها أفكارهم الإصلاحية .[3]

كل هذه العوامل مجتمعة ساعدت ولاشك مساعدة فعالة على نشأة الصحافة العربية في الجزائر، و لكنها لم تجد الطريق مبسطة، ولا المسيرة سهلة، بل أن جهاد الصحافة الوطنية الجزائرية في هذا المضمار طبع

[1] - زهير احدادن :مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، المرجع نفسه ، ص91 -92.

[2] -محمد ناصر:الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939 ، الشركة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1980 ، ص5.

[3] -محمد ناصر:الصحف العربية الجزائرية،مرجع سابق ،ص6.

تاريخ حياتهم، ورسم واقعها بطابع المقاومة المستمرة، لأنها اصطدمت منذ البداية بعدو استعماري لدود غير أنها استطاعت أن تقاوم في دأب و صبر مما جعل تاريخها حافل بالصراع و المقاومة، زاخرا بآيات التصميم والتحدي .ولعل ما يعين الدارس والباحث على تفهم تاريخ الصحافة العربية الجزائرية، ولاسيما الوطنية منها، هو التعرف أولا على هذا المناخ الخانق الذي نشأت فيه هذه الصحافة، وأول ما يلفت النظر لمتتبع تاريخ هذه الصحافة هو هذا الانقطاع المستمر، إذ أن أغلبها لا تعد أعمارها بالسنوات ولكن بالشهور والأيام، على الرغم من أن الصحافة العربية في الجزائر لم تعرف سوى صحيفة يومية واحدة طوال الفترة الممتدة ما بين 1847 و 1939 ، وهي جريدة(النجاح)، ويعود هذا أساسا إلى أن الصحافة العربية في الجزائر كانت تعاني من الواقع الاجتماعي والسياسي الشاذ الذي فرضه الاستعمار الفرنسي على الجزائر، ومن ثم كان على هذه الصحافة أن تعيش في صراع أبدي في سبيل حياتها، وتناضل لتشق طريقها فقد كانت تواجه في آن واحد مستعمرا حقودا يهددها بخنق الأنفاس كلما حلا به أن يفعل ذلك، وشعبا أميا جاهلا لا يمد لها يد المساعدة الأدبية ولا المادية إلا في أندر الحالات، فسعوا لدى الدوائر الحاكمة ضدها بالوشاية وعقبات فنية وإدارية عديدة تبدأ من رخصة الإمتياز التي لا يحصل عليه الأهالي إلا بعد طول معاناة، وتنتهي بندرة وسائل الصحافة العربية أو فقدانها، هؤلاء الذين جابهتهم الصحافة العربية الوطنية هم الحكام المستعمرين الذين كانوا يقطعون الط ريق أمام انتشار الصحف العربية، ويسارعون إلى مصادرة الوطنية منها بدون محاكمة[1]....

- **الصحافة المكتوبة في الجزائر غداة الاستقلال:**

لقد شهدت الصحافة في الجزائر مضايقات عديدة من طرف المستعمر إبان الحقبة الإستعمارية، ولكن هل تغير وضعها بعد الاستقلال؟ و ما هي أهم ميزات تطور الصحافة المكتوبة الجزائرية غداة الاستقلال؟

تمثلت مهمة الإعلام الجزائري إبان الثورة التحريرية في العمل لإسماع صوت الثورة على الصعيدين الداخلي و الخارجي، من خلال نوعية المواطنين وتجنيدهم لطرد المستعمر من جهة، وإشعار الرأي العام الدولي بحقيقة الثورة الجزائرية وعدالتها من جهة ثانية، وبعد الاستقلال حدد الميثاق الوطني مهمة وسائل الإعلام المختلفة في العمل على نشر ثقافة رفيعة كفيلة بالإستجابة للحاجات الإيديولوجية و الجمالية، مع رفع المستوى الفكري لدى المواطن.[2]

وتجدر الإشارة إلى أن الجزائر عرفت أثناء الاستعمار نظاما ليبيراليا للإعلام يمتاز بحرية الصحافة، كما ينص على ذلك القانون الفرنسي، و لم يلغ هذا النظام بعد الاستقلال، ولكنه كان يتناقص مع النظام السياسي الجديد للبلاد، ولكن السلطات الجزائرية كانت تسعى جاهدة لوضع نظام إشتراكي في الميدان الإعلامي ويعني ذلك القضاء على الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، خصوصا الصحافة ثم وضع إطار إشتراكي تمارس هذه الوسائل نشاطها داخله، وأخيرا تحديد دور هذه الوسائل في البناء الاشتراكي، وهذا ما

[1] -محمد ناصر:الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939 ، المرجع نفسه، ص6.

[2] -نور الدين بليبل:الإعلام و قضايا الساعة، مرجع سابق، ص25.

سنتناوله بالتفصيل في الورقة التالية، و التي نستعرض من خلالها مختلف مراحل تطور الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال.

-**مرحلة: 1962- 1972:** عند الاستقلال كانت السياسة الجزائرية تجاه الصحافة المكتوبة في طور التكوين، و كانت في الحقيقة رهن الظروف، ولا تخضع لخطة معينة، و لكن لها أهداف ثلاثة هي:[1]

**أ-جزأرة الصحافة التي كانت تصدر غداة الاستقلال** :و يقصد بالجزأرة إلغاء جميع الصحف التي يديرها ويمتلكها الفرنسيون أو الأجانب عموما، وخصوصا الصحف اليومية، و وضعها تحت تصرف الحكومة الجزائرية، وكان يصدر منها آنذاك ( 1962و1963 ) حوالي 11 صحيفة من بينها اليوميات، وكان سحبها الإجمالي يبلغ300.000 نسخة كلها بالفرنسية، وفي سنة 1963 اجتمع المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني، وقرر تأميم هذه الصحف بإستثناء الجي ريبوبليكان **Alger Républicain** التي كان يسيرها أشخاص يتمتعون بالجنسية الجزائرية، توقفت هذه الصحف و عوضت بصحف أخرى تحمل أسماء جديدة مثل النصر، الجمهورية، وأصبح يسيرها جزائريون تحت وصاية السلطات الجزائرية، فلم تبق حينئذ صحيفة غير جزائرية من بين الصحف اليومية أو الأسبوعية التي تهتم بالأخبار العامة .وتمت بذلك جزأرة الصحافة، وهذا ليس معناه إلغاء الملكية الخاصة، بل بقيت بها هناك صحف يملكها خواص، أفراد أو جمعيات، ولكن كلها صحف جزائرية، ورغم هذه الخطوة الهامة التي قامت بها الحكومة الجزائرية، إلا أن مشكل الوصول إلى هيمنة على الصحف المكتوبة بقي مطروحا .وهذا هو الهدف الثاني ال ذي سعت لتحقيقه السلطات الجزائرية بعد الاستقلال .[2]

**ب-هيمنة الحكومة و الحزب على النشاط الصحفي:**

تجدر الإشارة إلى أن القوانين التي كانت تسيطر و تحكم الصحافة في بداية الاستقلال هي نفسها القوانين التي كانت موجودة في عهد الاستعمار، ومن بينها تلك المتعلقة بحرية الصحافة و التي تنص على الملكية الخاصة للصحافة، وقد صدر غداة الاستقلال عدد كبير من الصحف يملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ولا بالحزب، وبدأت هذه

الصحف تمارس نشاطها بكل حرية، مما جعل الباحثين يصنفون الصحف آنذاك إلى ثلاثة أنواع:صحف تابعة للدولة، صحف تابعة للحزب(حزب جبهة التحرير الوطني)، صحف تابعة للملكية الخاصة.[3]

تفكير الحكومة في إلغاء الصحف الخاصة وتعويضها بأخرى تابعة للدولة كان يعرقله قلة تجربتها خصوصا في ما يتعلق بالصحف اليومية، وكذلك لأن الجريدة الوحيدة التي كانت جبهة التحرير الوطني تصدرها-و هي جريدة المجاهد الأسبوعية، وكانت تصدر بالعربية والفرنسية -كانت تصدر بتونس قبل 1962، وبعد ذلك أصبحت تصدر أول يومية جزائرية تابعة للدولة، تحمل اسم الشعب، كما ظهرت في

[1] - زهير احدادن :مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،المؤسسة الوطنية للكتاب،الجزائر، 1991 ، ص96-95 .

[2] -المرجع نفسه ص 96.

[3] -زهير احدادن : مدخل لعلوم الإعلام و الاتصال، المرجع السابق ،ص 96.

نفس الفترة يوميتان جهويتان بتاريخ 19 سبتمبر 1962 في كل من وهران و قسنطينة وهما، **La République**و النصر

.وبذلك تكون الجزائر قد اكتملت نشاطها في الميدان الصحفي .[1]

و بتاريخ 19 أوت 1962 اتخذت الحكومة الجزائرية قرار بإنشاء الشركة الوطنية للنشر و التوزيع، والذي كان احتكار استطاعت السلطات بواسطته فرض هيمنتها على توزيع الصحف دون طبعها، بمعنى أن الملكية الخاصة أصبحت غير ممنوعة بصفة قانونية، ولكن الممنوع هو توزيع هذه الصحف عن طريق(ش.و.ن.ت)[2] ، وهذه الشركة لا

توزع إلا الصحف التي حصلت على تأشيرة أو إجازة من طرف الحكومة .وبهذه الطريقة تمكنت السلطات من الهيمنة على النشاط الصحفي، حيث لم تشهد الساحة الوطنية إصدار أي جريدة خاصة بعد عام 1966. وبعدها حاولت تجسيد ثالث هدف لها في مجال الإعلام المكتوب والذي تمثل في إقامة نظام اشتراكي للصحافة.

**ج-إقامة نظام اشتراكي للصحافة:**

كانت إقامة نظام اشتراكي للصحافة تندرج في السياسة العامة للبلد، وفي الميدان الصحفي يظهر هذا الاتجاه في أمرين أساسيين وهما :ملكية الصحافة و تحديد وظيفة معينة لكل صحيفة.[3]

ويلاحظ أن الصحف الجزائرية بقيت حتى غاية 1968 دون خطة تكوينية معينة، علما أن مهمة الصحف في ظل النظام الاشتراكي هي مهمة تكوينية بالدرجة الأولى، وكانت الصحف في تلك الفترة تغطي الأخبار الدولية أكثر ما تغطي الأحداث الوطنية، وكانت تنقل الأخبار الدولية التي تصلها دون تحوير في التحرير، إلا في حالة تركيزها على حدث دون أخر .وقد بدأ يتحسن حال الصحف سنة 1968 فبدأت تقوم بمهمة التوعية، وتهتم بالنشاط الوطني محاولة إقناع قراؤها بجدوى السياسة الوطنية، ومع ذلك فان مهمة التوعية لا ترتقي إلى المهمة التكوينية التي تقوم بها الصحافة الاشتراكية، إذ كانت الصحافة الجزائرية تكاد تخلو من الشروح المركزة.

- **مرحلة 1972-1988 :**

ميزها التصحيح الثوري عام 1975 ، الذي قلب كل الموازين في كل القطاعات بما فيها قطاع الإعلام، هذه الحقبة التي ركزت على الوسائل السمعية البصرية(عرفت إهمال لهذا القطاع والاهتمام الشبه كلي بالجانب الاقتصادي).

وأهم ما ميز هذه الفترة في مجال الصحافة المكتوبة، هو ظهور و تنامي موجة التعريب، و قد شملت هذه الفترة عناوين صحيفة عديدة، ومن عيوبها قتل الإبداع لدى الإعلاميين، وتشويه محتويات المواد الإعلامية

[1] -زهير احدادن :، المرجع نفسه، ص96.

[2] -ش.و.ن.ت :الشركة الوطنية للنشر و التوزيع.

[3] - زهير احدادن :، المرجع نفسه، ص96.

التي ابتعدت عن اهتمامات وانشغالات المواطنين، حيث ظهر دستور 1976 ، الذي أكد حق المواطن في الإعلام من جهة، ومن جهة أخرى ركز
على الملكية العامة لوسائل الإعلام، وبالتالي جعل الإعلام وظيفة من وظائف الدولة.[1]
وبرز دور الإعلام في الدعاية للحملات السياسية وخصوصا" :ترويج المشاريع التنموية ."إضافة إلى أن هذه الفترة شهدت ظهور قانون الإعلام، وتلتها بعد ذلك اللائحة الإعلامية التي نصت على ضرورة تنويع الصحافة المكتوبة، وذلك بإصدار صحف جهوية وصحف
متخصصة حتى تخلق ديناميكية جديدة، وعليه يمكن القول بأن الصحافة المكتوبة خلال هذه الفترة لم تعرف ازدهارا كبيرا رغم التطورات الكبيرة التي شهدها المجتمع على المستويات الاقتصادية و الثقافية .
ولكن هل تطورات الصحافة المكتوبة بعد ذلك؟ وإن كان الجواب بنعم كيف كان هذا التطور؟ هذا ما نحاول الإجابة عنه في الجزء الآتي:

**-مرحلة الإعلام التعددي 1988 و ما بعدها :**

أهم ما ميز هذه المرحلة هو المظاهرات الاحتجاجية في أكتوبر 1988 والتي قلبت كل الموازين وغيرت مجرى الأحداث، وقد مست هذه التغيرات كل القطاعات خصوصا السياسية منها-واعتبرها المحللون بداية جديدة ونقطة تحول جذرية في تاريخ الجزائر-و اعتبر تبني دستور صادر في 23 فيفري 1989 السبب الذي سمح بتجسيد التعددية السياسية
لأول مرة في تاريخ الجزائر، ولأن القطاعات المختلفة ترتبط فيما بينها ولو بشكل نسبي، فإن للجانب السياسي انعكاساته على الإعلام الجزائري ,فعلى المستوى الإعلامي، جاء قانون متعلق بالإعلام في جويلية 1990ينص على تكريس حرية الرأي و التعددية الإعلامي، فتمخض عنها بروز ثلاثة أنواع من الصحف : صحف حكومية، حزبية، ومستقلة(حر ة)، فظهرت الصحافة الحرة التي لها حرية العمل بعيدا عن سلطة و سيطرة الدولة(القطاع العام) .فأصبحت تنافس الجرائد الوطنية العمومية التي عرفت تراجع في توزيعها، لتترك المجال أمام جرائد أخرى استطاعت أن تكتسب ثقة ومصداقية
وتحصل على ثقة القارئ واهتمامه كجريدة الخبر الناطقة بالعربية، وجريدة الوطن الناطقة بالفرنسية، وصحيفة Liberté.
كما عرفت هذه الفترة موجة التنديد بأعمال وسلوكات النظام ضد الممارسة الصحفية، عقبتها موجة من الاعتقالات التي مست الكثير من الصحفيين ومسئولي الصحف، وتوقيف ومصادرة الكثير من الجرائد، وقد توصل الأمر، إلى المتابعة القضائية كما حدث مع جريدة الشروق العربي،الخبر Liberté ،

[1] - زهير احدادن، مرجع سابق، ص99 .

كما ميز هذه الحقبة تأزما للأوضاع الأمنية، الشيء الذي أفرز بشكل مثير قضية الاغتيالات من طرف موجة العنف الشنيعة التي عرفها الجزائر، والتي أودت بحياة الكثير من أصحاب المهنة، وكان أولهم الصحفي الطاهر جاووت في ماي 1993 ، ليزداد عددهم الواحد تلو الآخر مما أسفر عن هجرة الكثير الصحافيين إلى بلدان أخرى، بحثا عن أمن أكثر ومكان يستطيعون فيه الكلام والتعبير بكل حرية و ديمقراطية.[1]

على الرغم من أن التعددية السياسية والإعلامية قد فسحت المجال أمام حرية الصحافة للظهور على الساحة الوطنية، إلا أن هذه الأخيرة ما زالت تعيش رهانات وتحديات على مستويات عديدة أهم ما يميزها الضغوطات السياسية، التجارية و القانونية[2] .

**الصحافة في ظل الظروف الراهنة :**

في ظروف تغيرت في كل المعطيات السياسية و الاقتصادية والثقافية والإعلامية خصوصا، ليس فقط بالنسبة للجزائر بل للعالم بأسره، ولعل أهم ما ميز هذه المرحلة هو الإصلاحات والتغيرات التي عرفتها البلاد، والتي شملت كل الميادين كتوالي الحكومات، دخول الجزائر في اقتصاد السوق، التعددية الحزبية، الأوضاع الأمنية غير المستقلة، بروز

التيارات الفكرية المتنازعة فيما بينها، كل هذا انعكس على الصحافة المكتوبة، إذ تنوعت وتعددت وظائفها وأهدافها وفي ظل كل هذه التغيرات والمناخ السياسي التعددي، برزت إلى جانب الصحافة الحكومية التابعة للقطاع العام والصحافة الحرة، صحافة جديدة تهتم بمواضيع الإثارة والترفيه والتسلية وأخبار المشاهير، والتي أسست نوع جديد يعرف بإسم

الصفراء"صحافة الإثارة"، إذ تعد قناة خاصة يبث من خلالها أفكار وتوجهات أقل ما يقال عنها أنها بعيدة عن التوعية والإعلام .لكن بالرغم من كل هذا ظلت الصحافة الأخرى تواصل مشوارها و وظائفها[3] .

إن التطورات التي شهدتها وتشهدها الجزائر، جعلتها تمر عبر مراحل ظهرت على إثرها تغيرات و إصلاحات سياسية، كان لها انعكاسها على باقي القطاعات، وقد جاء في خضم ملف الإصلاحات السياسية الشاملة، أعادة النظر في مجال الإعلام و المتعلق بقانون الإعلام لعام 1990 ، والذي فتح مجال للممارسة للقطاع الخاص)الذي سمي بالصحافة

المستقلة(، بعدما كانت حكرا على المؤسسات العمومية، حيث أثرت بحرية الصحافة أي الحرية من حيث الملكية، التعبير، النشر، وحق النقد بإسم الشعب .[4]

---

[1] - أمال نواري :واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة، مذكرة نيل شهادة الليسانس قسم علوم الاتصال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2001 ، جامعة باجي مختار،عنابة، ص35 .

[2] - أمال نواري :واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة المرجع نفسه، ص35.

[3] - المرجع نفسه، ص 37.

[4] - المرجع نفسه، ص37.

غير أنه وفي الآونة الأخيرة، والجزائر دخلت القرن الواحد والعشرين، قرن العولمة وانتشار الانترنت وفي ظل الأزمات التي تعيشها البلاد وحالة الطوارئ ومرحلة الانتقال إلى وضع سياسي واقتصادي واجتماعي جديد ، تمخض عنها مشاريع عديدة ومتنوعة، منها مشروع تعديل قانون العقوبات المتعلق بالصحافة ، فبعد عقوبة الحبس على الصحفي، ودفع غرامات مالية، تم اقتراح تعديلات جديدة، مما أثار الأوساط الصحفية والأوساط السياسية .حيث اعتبرت النقابة الوطنية للصحافيين القانون بمثابة قتل مبرمج للحريات، وبأن السلطة تسعى من خلالها إلى عودتها لأساليب الرقابة المسلطة على الصحافة، وهو ما تعكسه عملية مراجعة بعض مواد القانون التي تكرس حرمان المجتمع من حرية التعبير .وقد تم بموجب ذلك إنعقاد اجتماع للنقابات والجمعيات واللجان يوم 24 ماي 2001 ، تمخض عنه

ميلاد" التنسيقية الوطنية للدفاع عن الحريات الديمقراطية "بمبادرة من النقابة الوطنية للصحافيين، من أجل وضع حد لمحاولات خنق الصحافة من قبل السلطة وأصحاب السياسة[1] .

وشكلت موازاة مع ذلك"خلية أزمة "مكونة من ناشرين وصحافيين ونقابيين، وقررت جعل الاثنين 28 ماي 2001يوما وطنيا بلا صحافة، حيث لم تصدر أي صحيفة مستقلة، إذ تم تنظيم تجمع صحافي مفتوح للحركة النقابية لكل المواطنين، دعت من خلاله ، " **L'expression**"ما عدا جريدة الأحزاب السياسية و الشخصيات .والجمعيات والنقابات إلى التحرك من أجل سحب هذا المشروع، كما فتحت عريضة وطنية للدفاع عن حرية التعبير وكل الحريات، مما أسفر عن نهوض عدة أحزاب في السلطة لتقف أمام حرية الصحافة و المجتمع الجزائري في الإعلام.[2]

## ثالثا : الإذاعة والتلفزيون (في العالم ، العالم العربي ،الجزائر)

### 1_نشأت وتطور الإذاعة والتلفزيون في العالم :

#### أ-الإذاعة في العالم :

تاريخ الاحتفال بيوم الإذاعة : اختارت المنظمة الدولية للتربية والعلوم والثقافة) **اليونسكو** (تاريخ 13 فيفري من كل عام يوما عالميا للاحتفال بالإذاعة، وهو التاريخ الذي يتزامن مع بث أول إذاعة **للأمم المتحدة** عام 1946.

وتعود فكرة مقترح قدمه وفد اسباني من الأكاديمية الإسبانية للإذاعة، الى اليونسكو في الدورة 187 للمجلس التنفيذي في سبتمبر/أيلول 2011. وحظي المقترح بتأييد

[1] - أمال نواري :واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة، المرجع نفسه، ص 37.

[2] -المرجع نفسه ،ص37.

- **الظهور والتطور:**

بدأت تقنية الإذاعة تحت صيغة "البرق اللاسلكي"، ويعود هذا الاختراع إلى اختراع تقنيتيْ الهاتف والبرق، ففي العام 1864 أظهر الأسكتلندي **جيمس ماكسويل** أنه بإمكان الموجات الكهرومغناطيسية الانتشار في المساحة الحرة، وفي 1888 تمكن الألماني **رودولف هيرتز** من إثبات نظرية ماكسويل الكهرومغناطيسية.

وفي عام 1892، وضع الأميركي من أصل صربي **نيكولا تسلا** تصميما أساسيا للمذياع، ليرسل الإيطالي **غوليلمو ماركوني** عام 1896 أول بث إذاعي، ونال براءة اختراع "الراديو" من بريطانيا.

وتوالى تطور الإذاعة بظهور أمواج "أف.أم" عام 1939، فبُثت أول إذاعة للأمم المتحدة عام 1946. وفي عام 1954 اخترع "راديو الترانزستور"، فأصبح المذياع متنقلا.

ومع مجيء التقنيات الجديدة وتلاقي وسائل الإعلام المختلفة، أخذت الإذاعة بالتحول والانتقال إلى منصات بث جديدة، مثل الإنترنت ذات النطاق العريض، والهواتف الخلوية والصفائح الرقمية.

ففي العام 1990 ولدت إذاعة الإنترنت والعصر الرقمي، وأطلق أول قمر صناعي إذاعي عام 1992، ثم في 1994 أصبحت **"دبليو إكس.واي.سي"** أول محطة إذاعية تبث على الإنترنت.

**ب/ التلفزيون في العالم:**[1]

يعود **تاريخ التلفزيون** إلى عام 1884 عندما اخترع الألماني بول نبكو Nipkow paul قرصا ميكانيكيا دوارا بفتحات صغيرة منظمة في شكل حلزوني عندما يتم تسليط الضوء عليها يتسرب الضوء من الفتحات ليعطي احساسا سريعا بحركة الصور المسجلة على هذا القرص . وقد فتح قرص نبكو المجال اما المخترعين للتفكير في امكانية نقل الصور بطريقة ميكانيكيه عبر الاسلاك إلى مكان اخر.

تعتبر حقبة الخمسينات بمثابة العصر الذهبي(التلفزيون)، وسط منافسة حامية ما بين شركات التلفزة الأميركية الثلاث الكبرى NBCو CBSو .ABCوشهدت بدايات هذه الحقبة أول استخدام للتلفزيون سياسياً، حينما غطت شركة CBSحملات الانتخابات الرئاسية الأميركية لعام 1952. وكان للتلفزيون لاحقاً دوره في ترجيح كفة جون كينيدي على منافسه ريتشارد نيكسون .إلا أن بريطانيا هي أول من دشن خدمة البث التلفزيوني المنتظم في عام 1936، من خلال هيئة الإذاعة البريطانية BBCالتي تعتبر أيضاً أولى مؤسسات التلفزة التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الاستوديوات المغلقة.

وفي عام 1935عرف الألمان للمرة الأولى خدمة الإرسال التلفزيوني، واستطاعت فرنسا أن تدشن أول إرسال تلفزيوني منتظم من برج ايفل عام 1939. ومنحت حكومة فيشي التابعة للألمان حق امتلاك

[1] - زهير احدادن :مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب،الجزائر، 1991 ، ص21.

وتطوير وسائل الإعلام المرئي للقطاع الفرنسي الخاص، وهو ما أبطلته الدولة الفرنسية بعد انتهاء الحرب. وانطلق البث التلفزيوني المنتظم للمرة الأولى في موسكو في عام 1939، حيث وظف السوفيات ريادتهم في مجال الفضاء في الإرسال عبر الأقمار الاصطناعية، لتصبح محطة موسكو من بين أوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي بثت برامجها فضائياً إلى العالم.

اما اليابان، يعود تاريخ البث التلفزيوني التجريبي إلى العام 1939، وحتى بداية الستينات كان مصدر الجزء الاكبر من المواد المعروضة على الشاشة الصغيرة هو الولايات المتحدة، لكن سرعان ما بدأ اليابانيون إنتاج برامج ومسلسلات محلية. ليتراجع نصيب البرامج الأميركية إلى 5 في المئة من المعروض على الشاشة.

ولم يدخل المرناة (التلفزيون) إلى الصين إلا في عام 1958 وبمساعدة تقنية من الاتحاد السوفياتي .

وفي الهند سمح لمؤسسة الراديو الحكومية في 1959 بأن تقوم بالبث التلفزيوني من نيودلهي لمدة ساعة واحدة مرتين في الأسبوع، إلا أن (التلفزيون) الهندي طعم في العام 1961 برامجه بالأفلام والأغاني المحلية مما زاد عدد المشاهدين، لتتوسع الهند في هذا الصدد بعد دخولها عصر الأقمار الاصطناعية[1].

**2 -الإذاعة و التلفزيون في العالم العربي :**

**أ/ التلفزيون في العالم العربي** :يعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرساله التلفزيوني الأول عام 1954، وبدأت القصة قبل ذلك بعام حين حضرت إحدى الشركات الألمانية في معرض تجاري للأجهزة الإلكترونية في بغداد وصادف أن بين معروضاتها مرسلة للبث التلفزيوني باللونين الأبيض والأسود مع استوديو صغير مجهز بلوازم التصوير وعدد من المراني (أجهزة التلفاز) التي شدت انتباه العراقيين كمنتوج جديد. وبعد انتهاء المعرض قررت الشركة إهداء تلك المعروضات إلى حكومة العراق الملكية.

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

وفي لبنان وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون الرسمي في العام 1957، لكن إنجاز المشروع تأخر ليبدأ البث في (ماي) 1959[2].

[1] -http://molha3k.blogspot.com

[2] - محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939 ، الشركة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1980 ، ص 11.

وفي العام نفسه وقّعت مصر اتفاقية مع »صوت أميركا «لتزويدها شبكة إرسال تلفزيونية وتدريب كوادرها الإعلامية ، وفي جويلية 1960 امتلكت مصر قناة تلفزيونية، واللافت ان القناة هي الرابعة على مستوى العالم العربي .

وكانت الكويت أول دولة خليجية تؤسس محطة تلفزيونية رسمية. وبدأ إرسال هذه المحطة في 15(نوفمبر) 1961. وكان بثها يلتقط في بقية أقطار الخليج. وقامت الكويت في عام 1969 بإنشاء محطة إرسال تلفزيوني في دبي تحت اسم «**تلفزيون الكويت من دبي**».

في المغرب بدأ البث عام 1954 عن طريق شركة فرنسية وسط دعوات للمقاطعة بدعوى أن التلفزيون وسيلة دعاية للمحتل خاصة أنه كان يبث باللغة الفرنسية.

كان دخول التلفزيون إلى العالم العربي قد تأخر عن أول انطلاقة رسمية عرفتها أميركا عام 1936، وفي نهاية العام نفسه بدأت بريطانيا بثها التلفزي. وعاش العرب مع باقي العالم في لهفة للحصول على هذا الجهاز الساحر، غير أن الحرب العالمية الثانية عطلت ذلك لست سنوات كاملة من 1939 حتى 1945.

توالى في الدول العربية افتتاح التلفزيونات الوطنية في عقد الستينيات، وكما ظهرت لقطة طريفة لأول مذيعة في التلفزيون التونسي عام 1966 بصورة مقلوبة، فإن الواقع العربي برمته سينقلب رأسا على عقب بعد وقت قليل، ولكن من باب التراجيديا التي شاهد الجمهور العربي بعض فصولها على الشاشة وصار اسمها نكسة 1967.

**ب/ الإذاعة في العالم العربي:**

**1-ظهور الإذاعة:**

بدأت قصة الإذاعة في العالم العربي بتاريخ 1925، وكانت البداية من دولتي مصرو الجزائر. ففي مصر كانت البداية من القاهرة والإسكندرية، حين تحمّس مجموعة من هواة البث اللاسلكي لإطلاق سلسلة من الإذاعات، فاستصدروا الرخص من السلطات في هذا العام، ثم انطلقت إذاعات في المدينتين حملت اسم **راديو القاهرة وراديو الأميرة فوزية وراديو أبو الهول وراديو الجيش** ... [1]

**2. وقت الحكومات:**

عرفت مصر سلسلة من الإذاعات التي كانت قد أنشئت على يد المتحمسين بأموال خاصة. لكن مع سنة 1932 تم إغلاق كل هذه الإذاعات، ثم تم تعويضها بالمحطة الإذاعية الحكومية التي شرعت في بث إرسالها عام 1934.

[1] -زهير احدادن :مرجع سابق ،ص 33.

**3. إذاعة المستعمر**

بالتزامن مع انطلاق الإذاعة في مصر، كانت الجزائر قد عرفت في نفس السنة انطلاق أول بث إذاعي في البلاد. على يد المستعمر الفرنسي؛ فقد أنشأها أحد المستوطين الفرنسيين، قبل أن تصبح في ملكية الحكومة مع سنة 1963.

**4. انتشار الإذاعة في العالم العربي**

بعد الجزائر ومصر، ظهرت الإذاعات في المغرب سنة 1928، ثم في تونس سنة 1936، ثم عرفت أواخر الثلاثينيات ظهور الإذاعة في كل من العراق ولبنان وليبيا. ثم ظهرت في الأربعينيات في كل من السودان وسورية والبحرين والصومال واليمن والأردن والسعودية. بينما كان على دول عربية أخرى أن تنتظر حتى الخمسينيات والستينيات، مثل فلسطين والكويت والإمارات وقطر وموريتانيا.

**5. صوت العرب... الإذاعة العابرة للحدود**

تم إنشاء إذاعة **صوت العرب سنة 1953**. وكانت من أوائل وأشهر الإذاعات. فقد كانت تبث في جميع دول العالم العربي باللغة العربية. وقد اشتهرت كوسيلة استخدمها جمال عبد الناصر لبث خطاباته حول الوحدة العربية ومناهضة الاستعمار الأجنبي للبلدان العربية. ووصلت ذروة شهرتها في الخمسينيات والستينيات.

**6. أول نشرة بالعربية من "بي بي سي"**

"هنا لندن، سيداتي سادتي، نحن نذيع اليوم من لندن باللغة العربية للمرة الأولى في التاريخ". هذه كانت أولى العبارات التي سمعها العرب من المذيع **كمال سرور** من هيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي". فقد شرع القسم العربي في بث برامجه، في جانفي 1938، وكان أول قسم يبث بلغة أجنبية.

**7. اتحاد إذاعات الدول العربية**

أنشئت منظمة اتحاد إذاعات الدول العربية في فيفري 1969 بالعاصمة السودانية الخرطوم. وقد تم إنشاؤها بهدف "تقوية الروابط بين إذاعات الدول العربية والتعاون بينها، وتطوير إنتاجها شكلاً ومضموناً". ويوجد مقر اتحاد إذاعات الدول العربية في العاصمة التونسية.

**8. البث المشترك**

على مر السنوات، تضافرت جهود الإذاعات العربية من أجل بث عربي مشترك ، كان آخرها **برنامج "الملكة"** الذي يسلط الضوء على التجارب الإنسانية ، والذي تم بث النسخة الإذاعية منه على أثير 16 إذاعة عربية.

**9. أول إذاعة إلكترونية عربية**

، فكانت أولى التجارب في الإذاعة الالكترونية مع "عمّان نت" أو "راديو البلد" الأردني، سنة 2000، كأول إذاعة عربية تبث برامجها بالصوت على الإنترنت، لتتحول بعد 5 أعوام إلى إذاعة تقليدية تبث عبر موجات الأثير.

**10. اليوم العالمي للإذاعة**

شرع العالم العربي في الاحتفال بالإذاعة والإذاعيين، أسوة بباقي دول العالم، ابتداء من عام 2012. وتتسابق الإذاعات، طوال هذا اليوم، على الاحتفال به. وقد بادرت كل من الإذاعة الأردنية وإذاعة سلطنة عمان والإذاعة المغربية، لتلعب دور الإذاعات المركزية، بتنظيم ندوات وفعاليات مشتركة.

**3-نشأة الإذاعة والتلفزيون في الجزائر:**

**أ/ قبل 1962 :[1]**

لم تظهر التلفزة في الجزائر إلا في ديسمبر العام 1956 إبان الفترة الاستعمارية أين أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، كانت تعمل ضمن المقايس الفرنسية و يعد استحداثها اهتماماً بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك ، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى لجزائر أين أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة ، العاصمة ، و وهران. البرامج التلفزية ، التي كانت ترتكز على قاعدة تقنية بدائية، كانت أيضا تجلب في جزء كبير منها من فرنسا وتركز على إيجابيات المستعمر مبرزة مشاهده الثقافية و علاقات الهيمنة على المجتمع الجزائري مشوهة نضاله السياسي ورصيده الحضاري.

أما **دخول الإذاعة إلى** الجزائر فكان إبان الحقبة الاستعمارية بكثير أي سنة 1929 وكان ذلك أيضا استجابة لحاجيات الأقلية الأوروبية المتواجدة في الجزائر، حيث كانت برامجها ذات صلة وطيدة مع فرنسا، كما أن الهياكل الأساسية التي أنشأت منذ البداية ظلت متواضعة جداً مقارنة مع شساعة الجزائر.

جهزت العاصمة بمركز إرسال ضعيف ثم امتد الإرسال إلى قسنطينة و وهران سنة 1940. إلى أن وضع جهاز أقوى بالعاصمة عام 1942 ليمتد إلى قسنطينة و وهران كما أقيم فيما بعد جهاز إرسال قوته 200 واط بعنابة.

إلا أن السياسة الاستعمارية الإعلامية ظلت بعيدة عن الفرد الجزائري و موجهة إلى المستوطن لغاية اندلاع حرب التحرير أين ظهر النضال الإعلامي مع" صوت الأحرار" فالتف حوله الشعب الجزائري.

عندها انتهت السلطات الاستعمارية إلى ضرورة تمتين قواعدها لغاية مقصودة و هي تحقيق عزلة لجبهة التحرير الوطني و تشجيع جبهة موازية لها تخدم أغراضها الاستعمارية و لكن رغم كل ما أقيم

[1] _موقع التلفزيون الجزائري :www .EPTV .dz

حول صوت الأحرار من شبكات تشويش كثيفة و مؤامرات وصلت إلى درجة الانتحال إلا أنها استمرت و كانت دافعاً قويا لثورة الجزائرية بينما ذهبت جهود المستعمر أدراج الرياح .

**ب/الإذاعة و التلفزيون بعد 1962 :[1]**

لم تلبث الدولة الجزائرية اثناء الاستقلال أن اتخذت التدابير الازمة من اجل استرجاع مبنى الإذاعة و التلفزيون، لما له من أهمية في نقل السيادة الجديدة لدولة الجزائرية، و ترسيخ القيم الثقافية الجزائرية بعيدا عن المسخ الذي استعمله المستعمر طويلاً.

و تطبيقا لهذا التوجه الذي يتعلق بأداة من أدوات السيادة الوطنية قام كل الإطارات و التقنيون و العمال الجزائريون في 28 أكتوبر 1962 برفع التحدي و التغلب على صعوبات التكوين .... فالتزموا بتحقيق سير الحسن لأجهزة الإذاعة و التلفزيون و في استمرار الإرسال في حين ظن الإطارات و التقنيون الفرنسيون أن ذهابهم سيتسبب في عرقلة الإرسال لمدة طويلة.

و في الفاتح أوت من عام 1963 أست الإذاعة و التلفزيون الجزائري و من اجل هذا ركزت الدولة على تجهيز هذا القطاع ، فمن خلال المخططات الثلاثة التالية:

( الثلاثي 1967-1969) (الرباعي الأول 1970-1973 ) ( الرباعي الثاني 1974-1977 ) خصت أكثر من 310 مليون دينار لميزانية تجهيز الإذاعة و التلفزة الجزائرية التي كانت ممتلكاتها تقدر في عام 1976 بـ389 مليون دينار جزائري بما فيها ما خلفه الاستعمار، و في عام 1982 ارتفعت إلى 560 مليون دينار.

أما المؤسسة الوطنية لتلفزة فقد تكونت بناءاً على المرسوم الوزاري المؤرخ في 01 جويلية 1987 تم تقسيمها إلى أربعة مؤسسات رئيسية هيOTA :بعد إعادة هيكلة مؤسسة الإذاعة و التلفزة:

1-المؤسسة الوطنية لتلفزة

2 -المؤسسة الوطنية لإذاعة

3-المؤسسة الوطنية لبث الإذاعي و التلفزي

-4المؤسسة الوطنية لإنتاج السمعي البصري

و هي تحمل الشخصية المعنوية و تابعة لوزارة الثقافة و الاتصال و بناءاً على ما جاء في هذا المرسوم فان المؤسسة الوطنية لتلفزة هي مؤسسة ذات طبيعة اقتصادية و اجتماعية و ثقافية تضمن الخدمة العمومية.

و كذا بث البرامج التلفزيونية عبر كامل التراب الوطني تسير المؤسسة من طرف مدير عام مدعم بمجلس استشاري متكون من مثلين عن هيئات مختلفة لدولة و من الحكومة و من الاحزاب السياسية و غيرهم بمجموع يقارب 25 عضواً يساعد المدير العام في اشغاله مدير عام مساعد و خمس مستشارين.

[1] -موقع التلفزيون الجزائري :www.eptv.dz//

اما المؤسسة فتسير وفقا لمرسوم وزاري صدر في 24-01-1987 و تم فيه تحديد النظام الداخلي و البناء الهيكلي و يقسم هذا المرسوم المؤسسة الى 06 مديريات اساسية هي:

-مديرية الاخبار

-مديرية الانتاج

-مديرية البرمجة

-مديرية الخدمات التقنية و التجهيز

-مديرية الادارة العامة

-مديرية العلاقات الخارجية

بالاضافة الى مركز الأرشيف ،المحطات الجهوية و المديريات التجارية

**ج/تحولات مهمة في تاريخ التلفزيون الجزائري**

عرفت المؤسسة الوطنية لتلفزة أول تحولاتها مند سنة 1986 كما واكبت التحولات السياسية التي عرفتها البلاد لكن أهم تحول كان في 1991 و جاء فيه:

1 -المؤسسة الوطنية لتلفزة تصبح مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري

2 -وظائف الخدمة العمومية لمؤسسة يحدها دفتر المهام الذي يحدد واجبات المؤسسة بالتعبير عن كل التيارات الفكرية ، و وجهات النظر في ظل احترام مبدأ العدالة في الطرح و الشفافية و الحرية و احترام توجيهات المجلس الأعلى لإعلام و البيانات القادمة من وزارة الاتصال و الثقافة ، أما باقي الدفتر فهو يبين **الهوية العامة لقناة المحدة بالثلاثية. الأخبار ،التربية ،التوجيه** ،كما يحدد حص بث البرامج الوطنية إضافة إلى بعض القوانين المتعلقة بث الومضات الاشهارية

3 -يعوض مجلس التوجيه بمجلس الإدارة الذي يضم 10 أعضاء في اكبر تقدير له، مهمته حساسة و هي ضمان حرية الخدمة العمومية لتلفزة و كذا السهر على تطبيق ما جاء في دفتر الواجبات و هذا حسب المرسوم التنفيذي لسنة 1991 و على عكس مجلس الإدارة الذي يرأس من طرف وزير الاتصال أو مثل له.

**د/مواكبة تقنية لأحداث الوطنية والدولية[1] :**

بدأ التلفزيون الجزائري عملية عصرنة كلية جعلته ينتقل إلى مراحل متقدمة مستفيدا من كل الخبرات الوطنية المؤهلة ومن التجارب التلفزيونية العالمية:

-تم بالتعاون مع مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي إلغاء عدم التوافق بين الصوت والصورة الذي كان يطغى على جزء كبير من البث

-ربط مركز الإنتاج مع مبنى التلفزيون عن طريق الألياف البصرية

[1] -موقع التلفزيون الجزائري :www .eptv.dz

-الرفع من مساحات وفضاءات الإنتاج
-بناء مختلف الأستوديوهات الرقمية الجديدة في كل من القناة الأرضية ، قناة الجزائر ، ومركز الإنتاج .
هذا وقد قام التلفزيون الجزائري منذ العام 2000 بتغطية أهم الأحداث الوطنية والدولية تغطية شاملة ومتكاملة:

- تيليطون 2000
- مهرجان الشباب العالمي
- تيليطون 2001
- الانتخابات التشريعية 2002
- الانتخابات المحلية 2002
- المؤتمر الدولي حول الإرهاب
- تليطون القدس 2002
- تيليطون شاشة بدون عنف
- مسيرة التضامن مع العراق
- زلزال بومرداس
- الإنتخابات الرئاسية 2004
- الألعاب العربية 2004
- القمة العربية 2005[1]

## رابعا : وكالات الأنباء في العالم (نشأتها وتطوراتها)

**1_ ماهية وكالات الانباء في العالم :**

**أ/مفهوم وكالات الأنباء:** تُعرف باللغة الإنجليزيّة بمصطلح(News agencies) ، وتعرف أيضاً باسم وكالات الأخبار، وهي منظّمةٌ، أو مؤسّسةٌ تهتمّ بجمع الأخبار المحليّة، والدوليّة ضمن العديد من المجالات الإخباريّة كالسياسة، والاقتصاد، وغيرها، وُتعرف وكالات الأنباء بأنّها مجموعةٌ من الوسائل البحثيّة التي تعتمد على تقصّي الأخبار، وتوثيقها من أجل العمل على نقلها عن طريق الكتابة، أو شاشة التلفاز، أو شبكة الإنترنت، وتعمل وكالات الأنباء بشكل مستمرٍّ، وطيلة أيام الأسبوع دون توقف.[2]

**ب/تاريخ وكالات الأنباء:** يعود تاريخ وكالات الأنباء إلى القرن التاسع عشر للميلاد، عندما بدأت الصحف اليوميّة تهتمّ بوجود مكاتب إقليميّة لها، ثمّ تطوّرت هذه المكاتب لتصبح فروعاً دوليّةً في أكثر من دولةٍ من العالم، من هنا بدأت فكرة إنشاء وكالات الأنباء حول العالم، وتُعتبر فرنسا من أوائل

[1] -موقع التلفزيون الجزائري :www.eptv.dz

[2] - news agency", www.merriam-webster.com, Retrieved 17/8/2018. Edited.

الدول التي اهتمّت بوجودِ وكالة أنباءٍ خاصّةٍ بها، وفي عام 1835م تأسّست في فرنسا وكالة (هافاس) للأنباء، التي كانت تهتمّ بترجمة ونقل الأخبار العالميّة إلى اللغة الفرنسيّة، وفي عام 1840م تطورت وكالة (هافاس)، ليصبح اسمها وكالة (فرانس برس)، والتي ما زالت موجودةً حتى يومنا هذا.وفي عام 1853م انتشرت فكرة وكلات الأنباء في الدول كإنجلترا، وألمانيا، والولايات المتّحدة الأمريكيّة، فحرصت إنجلترا على تطوير فكرة التلغراف في إرسال واستقبال الأخبار الصحفيّة، أمّا أمريكا فأسّست في عام 1907م جمعيّةً تهتمّ بدمجِ عمل الصحفِ معاً؛ من أجل تسهيل عمل وكالة الأنباء في الحصول على الأخبار من أكثر من مصدرٍ، وتمكّنت في عام 1927م من تطوير عمل وكالة الأنباء الأمريكيّة، خصوصاً في الفترة الزمنيّة بين الحربين العالميّتين الأولى، والثانية.[1]

**ج/ أنواع وكالات الأنباء:** [2] من أهمّ أنواع وكالات الأنباء في العالم: وكالات الأنباء العالميّة: تعرف باللغة الإنجليزيّة بمصطلح(International News Agencies) ، هي وكالات الأنباء التي تهتمّ بجمع أكبرِ عددٍ ممكنٍ من الأخبار المرتبطة بالعديد من الدول في العالم، فتحتوي على أقسامٍ إخباريّة متخصّصة في الشؤون المحليّة لكلّ دولةٍ من دول العالم، ويعمل في كل قسمٍ فريقٌ متخصّصٌ من الصحفيين، والمراسلين الإخباريّن الذين يهتمون بمتابعة أخبار الدول بشكل دائم. وكالات الأنباء شبه الدوليّة: تُعرف باللغة الإنجليزية بمصطلح(Semi International News Agencies) ، وتعرف أيضاً باسم وكالات الأنباء الإقليميّة، وهي وكالة أنباء لا تغطّي كافّة الأخبار الدوليّة، بل تتخصّص بتغطيةِ مجموعةٍ محدّدةٍ من الدول في العالم، كتغطية أخبار دول الشرق الأوسط، أو دول أوروبا، وتسعى وَكالات الأنباء هذه إلى التطور لتصبح وكالات أنباءٍ عالميّة. وكالات الأنباء المحليّة: تُعرف باللغة الإنجليزية بمصطلح (Local News Agencies)، هي وكالات تهتمّ بالشؤون، والأخبار المحليّة للدولة التي توجد فيها، وعادةً لا تهتم بالأخبار الدوليّة إلا في حال كانت مهمّةً جداً، وذات تأثيرٍ عالميٍّ، أو كانت مرتبطةً بالدولة التي توجد بها، وتحرص وكالات الأنباء المحليّة على جمع الأخبار حول كافّة المجالات داخل الدولة، ونشرها باستخدام وسائل النشر الصحفيّة: كالصحف اليوميّة، والنشرات الإخباريّة على المحطات التلفزيونيّة، وإذاعات الراديو المحليّة.

[1] - www.ebha.org, Retrieved 17/8/2018. Edited.

[2] - generalknowledge.online, Retrieved 17/8/2018. Edited.

**2- نشأة وتطور وكالات الانباء في العالم العربي :**

الأقطار العربية وحتى منتصف الخمسينات من القرن الماضي كانت تفتقر الى وكالات انباء محلية لذا كانت وسائل الاعلام تعتمد في الحصول على الاخبار العربية والعالمية على وكالات الانباء العالمية والاذاعات العربية والاجنبية وبعد ذلك التاريخ اقدمت بعض المؤسسات الخاصة في بعض الاقطار العربية على تأسيس وكالات للأنباء وكان ذلك في مصر والمغرب، فقد اقامت الصحف المصرية وكالة انباء الشرق الاوسط كشركة خاصة عام 1959 غير ان هذه التجربة لم تتجاوز هذين القطرين اذ عمدت بقية الاقطار العربية الى اقامة وكالات أنباء رسمية خاصة بها.

وقد تحولت وكالة انباء الشرق الاوسط الى القطاع العام عام 1961 كما تحولت الوكالة المغربية الى مؤسسة رسمية تعبر عن رأي وفكر السلطة السياسية وتعرف باختياراتها المركزية وتساندها مساندة مطلقة لذلك فان الحكومات العربية هي التي تمول ميزانيات وكالات الانباء[1].

فوسائل الاعلام في البلد الواحد متشابهة تماما ومعتمدة اساسا على ما تبثه وكالات الانباء الرسمية وخصوصا فيما يتعلق بمختلف نشاطات السلطة والهيئات الرسمية التابعة لها، وعموما فان حجم الميزانيات المخصصة لوكالات الانباء ضعيف الى حد ما ولا يسمح في اغلب الاحيان بتطوير شبكه الوكالات على الاقل وطنيا.كما ان العنصر البشري لا يسمح عادة بتطوير شبكة المكاتب المحلية لهذه الوكالات.. وقد ادى هذا الوضع الى سيطرة وكالات الانباء العالمية على سير تدفق الاخبار محليا ودوليا ذلك لان ضعف وكالات الانباء العربية ، بل ان بعض هذه الوكالات لا تمتلك اجهزة البث الاخباري التليبرنتر فتعمد الى توزيع نشرات مطبوعة مثل وكالة الانباء في اليمن وموريتانيا.

وقد ظهرت دعوات على مستوى المؤسسات العربية والافراد الى ضرورة اقامة وكالة انباء عربية قوميه ودولية لإنهاء السيطرة الدولية للوكالات الكبرى الا ان هذه الدعوات لم تلق استجابة من الدول العربية لإنشاء هذه الوكالة **لأسباب تتعلق بالمشاكل الكثيرة التي تواجهها الوكالات العربية في عملها منها:.**

أ. السعي الى تحقيق الربح عن طريق تفضيل الكمية على النوعية.

ب- تقديم اخبار ناقصة بهدف كسب اكبر عدد من المشتركين.

ج- السرعة على حساب الدقة.

د- قيام الوكالات بسرقة الاخبار المبثوثة من الوكالات الاخرى واعطاء مصدر الوكالة السارقة.

هـ- عدم تفهم بعض المسؤولين وتصورهم بان الاعلام اداة لخدمة الاشخاص.

و-نقص الكادر الفني المتخصص في عمل الوكالات .

[1] -محمد فريد عزت :وكالات الانباء في العالم العربي ،ط2،دار الفكر العربي ،القاهرة ،1998،ص51.

**-اما المشاكل الخارجية فهي[1]:**

أ-الفهم الخاطئ لكثير من الدول والمسؤولين حول تبعيه الوكالة.

ب-الخدمات العربية تؤثر على عمل الوكالات والمراسلين.

ج-توفر فرص لمراسلي الوكالات المعتمدين.

ومن المفيد ذكر اسماء عدد من الوكالات العربية ورموزها المستخدمة في البث.

-وكالة انباء الشرق الاوسط (أ. ش. أ)

-وكالة انباء المغرب العربي (حاب.)

-وكالة تونس افريقيا (وات.)

-وكالة انباء الخليج (و. أ. خ.)

-اتحاد وكالات الانباء العربية (فانا.)

ان الاحداث التي تقع في الدول الغربية المتقدمة هي المستهدف الاول في التغطية الاخبارية في صحف الدول النامية وذلك عكس ما يحدث في الاعلام العربي اذ ان التغطية الاعلامية كما يدور في العالم النامي تتركز على الانقلابات والازمات والطرائف وكل ما يعطي صورة مشوهه للحقائق فضلا عن ضآلتها من الناحية الكمية[2].

وتجاهلها لعمليات التنمية وسائر المشروعات الايجابية في معظم دول العالم الثالث وهذا ما اكدته لجنة ماكيرايد للإعلام بمنظمة اليونسكو اذ ان هذه الحقيقة ادت الى مزيد من السيطرة من جانب الاعلام الغربي ومزيد من التبعية من جانب الاعلام النامي.

ان وكالات الانباء العالمية تنقل للدول النامية اخبار الدول النامية الاخرى واخبار الدول الشمالية.. ولا تبث الأخبار الجديرة بالتقديم.. وبهذا تفرض على الدول النامية رؤيتها هي للعالم وليس كما تراه شعوب دول عالم الجنوب .

و أكّدت دراسة اجريت في عام 1979 وتناولت (14) صحيفة من كبريات صحف امريكا اللاتينية ان 90.7% من اخبارها العالمية مصدرها وكالات الانباء العالمية وهذا ما ينطبق بالضرورة على دول العالم الثالث ومنها الدول العربية.[3]

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

---

[1] -محمد فريد عزت، المرجع السابق، ص55.

[2] -شفيق محمود عبد اللطيف، وكالات الانباء رؤية جديدة، ط1 ، دار المعارف ، القاهرة ،1978،ص111.

[3]-شفيق محمود عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 109.

**3-وكالة الانباء الجزائرية :[1]**

تم انشاء وكالة الانباء الجزائرية في تاريخ :1 ديسمبر 1961 بتونس خلال حرب التحرير المجيدة وكانت تضم وأج 500 عامل وتجند ما لا يقل عن 300 صحفي ومصور ومترجم مكلفين بتغطية الأحداث في وقتها على مدار 24 ساعة وسبعة أيام حيث يستقون المعلومات من مصدرها الأول ويزوّدون شتى الوسائل الإعلامية بالأخبار وبالحوارات والتحاليل ووجهات النظر حول كل المواضيع ذات الاهتمام المحلي أو الوطني أو الدولي. وتتوفر كل مديرية جهوية على فريقها الخاص من الصحفيين والمصوّرين المكلفين بتغطية الأحداث الوطنية عبر مختلف ولايات الوطن.

**- مصالح وكالة الأنباء الجزائرية:**

تبث وأج حوالي 600 برقية إعلامية في اليوم بثلاث لغات (العربية والفرنسية والإنجليزية). كما تضمن أوسع تغطية ممكنة في معالجة الأخبار العامة سواء على المستوى الوطني أو الدولي. وتقدم مصلحة التصوير الفوتوغرافي التي أعيد بعثها سنة 1998 روبورتاجات تتناول مختلف المجالات السياسية والثقافية والرياضية سواء على المستوى الوطني أو الدولي ويتم بث الصور على شبكة الانترنت عبر موقع http://photo.aps.dz .

كما توفر الوكالة خدمات متخصصة أثناء الأحداث الكبرى التي تنظمها الجزائر على غرار قمة الجامعة العربية والألعاب الإفريقية التاسعة بالجزائر والمهرجان الثقافي الإفريقي الثاني، إلخ...

وبخصوص الخدمات النصية والصور الفوتوغرافية الموجهة لمختلف المستعملين (وسائل إعلام ومؤسسات ومتعاملين اقتصاديين) تتوفر وأج على موقع إلكتروني بثلاث لغات هي (العربية والفرنسية والإنجليزية) وهي تستعد في المستقبل القريب لاقتراح خدمات متعددة الوسائط ترتكز في المرحلة الأولى على الخدمات النصية والصور والأنفوغرافيا الخاصة بالوكالة قبل أن يتمّ توسيعها إلى الخدمات السمعية والفيديو.

**استقبال خدمات وكالة الأنباء الجزائرية**

يمكن تصفح الخدمات الإعلامية لوأج على شبكة الأنترنت في:

http://online.aps.dz

http://photo.aps.dz

[1] -موقع وكالة الانباء الجزائرية :http://www.aps.dz/ar/a-propos-de-l-aps

يمكن أيضا تلقي الخدمات النصية لوأج عبر القمر الصناعي في وقتها. ولاستقبال هذه الخدمة، على المستعمل أن يتوفر على جهاز حاسوب وجهاز استقبال مزوّد برأس من نوع 12 جيغاهارتز12 GHZ زائد مزيل التعديل بمخرج خاص باستعمال الفيديو. وتقدم وأج مجموعة برمجيات زائد جهاز تفكيك المعطيات لاستقبال الأخبار.

**خامسا :السينما.... تطورها واشكالها**

1- **بداية ظهور السينما** :انطلقت البداية الأولى للسينما على أساس اختراع التصوير الضوئي؛ وان كان ابن الهيثم هو المؤسس الأول لمبادئ علم البصريات فان ليوناردو دافنشي هو واضع مبادئ علم البصريات الحديث، ويأتينا تعريف هذا الفنان في معجم الفن السينمائي:

عبقري إيطاليا العظيم وفنانها، ولد بمدينة فنسي بالقرب من فلورنسا عام 1452، وتوفي بفرنسا في 2 مايو 1519 ، ومن بين أهم أعماله العديدة دراساته في مبادئ البصريّات والغرفة المظلمة، وابتكاره لطريقة عمل الرسوم أو الصور، ثم إمكانية عرضها بعد ذلك. كانت هذه الطريقة هي الأساس الذي قامت عليه صناعة التصوير الفوتوغرافي وفن التصوير السينمائي.[1]

ومن ثم، كان يستلزم الصورة الضوئية الأولى التي صنعها "نيسفور نيبسى" حوالي سنة (1823م) ثبات المصوَّرْ مدة أربع عشرة ساعة، وانخفضت هذه المدة حتى حوالي النصف ساعة في عام (1839م) على يد « مانده داكير »، ثم وصلت إلى عشرين دقيقة سنة (1840م)، ثم وفي سنة (1851م) ظهرت تقنية "الكليشة" (النسخة) التي تمكن في سحب كمية من الصور الإيجابية على الورق، ووصل زمن اللقطة (الثبات) إلى بضع ثواني لتظهر مهنة المصور الضوئي.

وبالمقابل فإن خاصية الثبات الشبكي والتي لاحظها القدماء، وهي نقطة الضعف في النظر البشري حيث أن الصورة التي ترتسم على الشبكية لا تزول فوراً، مما يتيح تحول بقعة مضيئة متحركة في نظرنا إلى خط مضيئ مستمر ؛ هذه الظاهرة تمت دراستها في القرنين السابع عشر والثامن عشر على يد "نيوتن "و"الفارس دراسي" ؛ ومن ثم قام «بيتر مارك روجيه» وهو إنكليزي ذو أصل سويسري بتجارب توصِلْ إلى السينما، ثم وفي عام (1830م) قام فيزيائي بريطاني تطبيقاً لأبحاثه ببناء "عجلة فاراداي" كما تمّت تجارب على يد "جون هرشل" وكذلك "فيتون" والدكتور "باريس" حول الآلات التي تعطي رسوماً متحركة إلى أن اخترع سنة (1832م) وفي وقت واحد كل من الفيزيائي البلجيكي الشاب "جوزيف بلاتو" والأستاذ النمساوي "ستامبفر" آلات اعتمدت أساساً على "عجلة فارادي" وصور جهاز "الصور

[1] - مرسي، أحمد كامل. وهبة، مجدي، معجم الفن السينمائي، وزارة الثقافة والإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1973، ص196-197..

الدوارة"، وقد تجاوز "بلاتو" منافسه في النتائج التي حصل عليها من تركيب آلة "الحركة الوهميّة" التي طرحت منذ عام 1833 مبادئ السينما ذاتها.

ثم أعطى الإنكليزي "هورنر" سنة (1834م) هذه الاختراعات التي انتشرت كلعب، أعطاها شكلاً جديداً في آلته "الحديقة المتحركة" المؤلفة من شريط من الصور ملصق على ورق مقوّى مما بشّر قديماً بولادة الفيلم ؛ ثم ودون استخدام التصوير الضوئي – باستخدام الرسوم فقط - قدّم الجنرال النمساوي "فون أوكاتيوس" على الشاشة سنة (1853م) صورة حية باستخدام هذه الآلات بعد جمعها مع الفانوس السحري الذي وصفه منذ القرن السابع عشر "كير شير اليسوعي". من ثم ولإثبات صحة رأي الملياردير الأمريكي "لولاند ستانفورد" حول رهان دخل فيه يتعلق بأشكال وأوضاع الحصان أثناء العدو، أنفق هذا الملياديرثروة طائلة لكي يتسنى للإنكليزي "مايبريدج" أن يصمم جهازاً يستخدم أربعاً وعشرين حجرة سوداء يجلس في كل منها رجل يجهز صفيحة تصوير ليعبئ آلة التصوير الضوئي، ثم تندفع الخيول في الحلبة مصورة ذاتها بمجرد قطعها للخيوط الموضوعة في طريقها والمتصلة بآلات التصوير الأربع والعشرين وقد استلزم إحكام هذا الجهاز منذ (1872م) وحتى (1878م) حيث نشرت في كل مكان هذه الصور الضوئية المأخوذة في كاليفورنيا فأثارت حماسة الباحثين العلميين وسخط الفنانين المحافظين الذين ظهرت أخطاء رسمهم للأحصنة أثناء العدو فزعموا أن التصوير الضوئي ذو رؤية خاطئة[1]...

**2_ مصطلح الفن السابع :**

حول كون السينما هي الفن السابع يأتينا تصنيف "أيتين سوريو" للفنون والذي قسّم الفنون إلى الفنون السبعة وقدّم السينما كفن سابع – و المنطلقة من إحدى الخواص الحسّيّة السبعة وهي الإضاءة - في شرحه لقطاعات جدوله الشكل (المقابل) بدرجتيه الأولى والثانية:

تأتي بعدئذ الثنائية التي تتخذ الإضاءة المتدرجة وسيلة نوعية لها. وهي في الدرجة الأولى فن استثمار هذه الإضاءة استثماراً حسيّاً مع حسن تنسيقها ... وهو – في درجته الثانية – يُنتج جميع الفنون التي تستخدم الإضاءة المتدرجة كأداة أولية لها: كما في التصوير المائي والكامايو والنقش أيضاً في بعض الوجوه فضلاً عن التصوير الشمسي ... ولقد أفردنا أخيراً مكاناً خاصاً لفن السينما في هذا الحقل من جدولنا نظراً لما يتمتع به من منزلة مرموقة. فهو من ناحية أولى ينتفع بالإضاءة المتدرجة للتصوير الشمسي كوسيلة بدائية (إذا اقتصرنا على كل صورة من صوره، وهذه الإضاءة أخذت منذ بضع سنوات تمتد شيئاً فشيئاً إلى نطاق الألوان). وهو من ناحية ثانية يستخدم الحركة أيضاً كالفنون الواردة في القطاع التالي. ونحن نعتبره فناً مركباً بكل معنى الكلمة (شأنه في ذلك شأن المسرح ...). وكان

[1] - مرسي، أحمد كامل. وهبة، مجدي، معجم الفن السينمائي، ،مرجع سابق ص 200.

من الخير أن نخصّه بمكان على حدة داخل جدولنا بسبب أهميته الطبوغرافية – إن صحّ القول – التي تجعله أشبه بالمحور الفاصل بين منطقة السكون والحركة.[1]

**3 _ مراحل صناعة السينما:[2]**

**الاكتشاف التقني**: والتطور الهائل الذي تم بعد اكتشاف التصوير الضوئي ومن ثم اختراع جهاز أديسون للعرض السينمائي واختراع الأخوين (لوميير) سنة 1895

**ظهور رواد صناعة السينما**: الذين أسسوا لظهور المونتاج) التدبيق)(التركيب الفلمي) فيما بعد والذي فسح بدوره المجال لتصوير أفلام طويلة بالإضافة إلى تبني شركات كبيرة مثل مترو غولدوين ماير وبارامونت ويونايتد ارتيست لتلك النوعية من الأفلام.

**تحول صناعة السينما إلى فن:** خاصة بعد أفلام شارلي شابلن التي ما تزال تعدّ من أهم الأفلام التي أنتجت وصورت في ذلك الوقت كما أن ظهور مخرجين مميزين كغريفيث وسيسيل دوميل زاد من أهمية تلك المرحلة. أما النقد السينمائي فقد ظهرت بداياته خلال فترة الحرب العالمية الأولى عندما قدمه المخرج الفرنسي دوللوك كما قدم اتجاهاً فرنسياً انطباعياً للأفلام السينمائية في ذلك الوقت والذي عارض بدوره الاتجاه التعبيري الذي تم تقديمه من قبل السينما الدانماركية والألمانية.

هذا وقد أعلن لينين بعد عام 1920 أن السينما هي أكثر الفنون أهمية بالنسبة للسوفييت وبناء على ذلك فقد قدم السوفييت الدعم المادي والتقني للعاملين في هذا الحقل مما مهد الطريق لظهور مخرجين مهمين جدا من أمثال أيزنشتاين وبودوفكين.

**ظهور السينما الطلائعية**:حيث قدم الفنانون بالتعاون مع نوادي السينما أفلاماً طليعية تتماشى مع تطور الفنون الأخرى وتتأثر بها فبعض هذه الأفلام كان قد تأثر بالفن التجريدي أوالفن السريالي أو الفن الدادائي. كارنيه ورونوار وفيغو وكافالكانتي هم من أشهر المخرجين الذين عملوا في السينما الطلائعية.

**الأفلام الناطقة:** التي ازدهرت بشدة خاصة في أمريكا وألمانيا وفرنسا.

**الرسوم المتحركة:** والت ديزني هو من أوجد هذا الأسلوب وبالطبع برع فيه.

**أفلام ما بعد الحرب العالمية الثانية**:في هذه المرحلة لمع اسمي مخرجين كبيرين: المخرج روسيليني في فيلمه (روما مدينة مفتوحة) والمخرج فيسكونتي في فلم(الأرض تهتز) وقد قاما بإرساء قواعد (المدرسة الواقعية الجديدة) التي تعتمد على نقد الواقع. هذا وقد ازدهرت الأفلام الأميركية ازدهاراً كبيراً كما حقق لورنس أوليفييه بصمة مميزة للسينما الانكليزية أيضاً.

[1] - سوريو، إتيين، تقابل الفنون، ترجمة بدر الدين القاسم، وزارة الثقافة، دمشق، 1993، ص 176-177.

[2] - عكاشة، د. ثروت، موسوعة تاريخ الفن، (الفن المصري) الجزء 1، دار المعارف بمصر، القاهرة، 1976، ص 64.

## سادسا :الإعلام الجديد و الاعلام القديم

في الوقت الذي يستمر فيه تقدم تكنولوجيا المعلومات وازدياد كثافة التدفق المعلوماتي وتعقد النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في العالم وشعور الأفراد المتزايد بكيانهم الذاتي وفاعليتهم كأفراد في بناء مجتمعاتهم ، تغيرت النظرة الي تلك المعلومات والتكنولوجيات وظهر موقف جديد يعبر عن عهد جديد أكثر ايجابية حيث لا يكتفي فيه الأفراد والجماعات والمؤسسات بالحصول على المعلومات التي تساعدهم في تحقيق أهدافهم الخاصة ولكنهم يتولون بأنفسهم صنع ابتكار معلومات جديدة والعمل على تداولها ودعوة الآخرين لمناقشتها في حرية ووضوح دون فرض أي قيود لضمان سرية المعلومات وحمايتها لقد أسقطت وسائل الإعلام الجديدة الحواجز بين الشعوب واستعادت البشرية اتصالها المألوف يبعضها وانهارت حواجز الاقتباس والاقتداء والانتقاء والانهار وانطلقت ثورة المعلومات تؤثر فى من يرغب ومن هو مستعد دون معوقات أو تعقيدات ليصبح هناك حوارا ت وتفاعلات لا تنته ولتصبح الثقافة الإنسانية بوتقة تصهر كافة الثقافات في تفاعل حضاري يستمر وهذا ما يسمي بتكنولوجيات الإعلام والاتصال أو ما يصطلح عليه الإعلام الجديد.

### 1- الخلفية التاريخية لظهور الإعلام الجديد

لطالما أعتبر الإعلام إحدى حقائق الحياة المعاصرة وواحدا من أهم قوي تشكيل السلوكيات والقيم والعلاقات الإنسانية والثقافية بما يبثه من قنواته المتعددة ووسائطه المتنوعة من أفكار وأراء تتسلل في رفق وهوادة الي أذهان الجماهير العريضة فتعمل علي تغيير واقع حياتهم وتغرس فيهم قيم جديدة .

إن الإعلام الجديد يستأثر بالكثير من الاهتمام من قبل المشتغلين بالإعلام بصفة عامة و أساتذة الإعلام بشكل خاص كمدخل لتساؤلات عديدة هي : هل نعيش حاليا مرحلة الإعلام الجديد ؟ أم أن غيرنا مر بهذه المرحلة مرات عديدة تطبيقا لانتقالات مارشال ماكلوهان في فكرة " الحتمية التكنولوجية "، أم أن الإعلام الجديد هو انعكاس لحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلها بعد التقاء الكمبيوتر و تكنولوجيا الاتصال ؟.

يرى البعض إن فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغيير الذي نشهده حاليا في كافة مناحي الحياة فعند انهيار المعسكر الاشتراكي تحدث الناس كثيرا عن النظام العالمي و الإعلامي الجديد، و قد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد و الجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم و منها فكرة بناء نظام إعلامي جديد، لكن التقنية تجاوزت هذه الأسئلة دون عودة.

و كما يرتبط النظر في موضوع الإعلام الجديد بالانتقال التكنولوجي ، مثلما حدث بعد ظهور المطبعة، التلغراف، الفونغراف، الراديو و التلفاز ثم الانترنت التي قسمها المختصون إلى وسائل وتكنولوجيا تقليدية و أخرى مستحدثة جديدة، فانه أيضا يرتبط بالنظام الإعلامي نفسه، وقد قسمه البعض أيضا إلى نظام جديد و نظام رفضته دول الجنوب التي علت أصواتها لإثبات الاستقلال السياسي بعد التخلص من سيطرة الاستعمار على ارض الواقع.بعد مرحلة الخمسينيات من القرن الماضي، وقد كان القرن العشرين في حالة تباين واسع في النظام الاتصالي بين دول لديها أنظمة اتصال قوية عابرة للحدود و دول بالكاد تستطيع تدبير أمور اتصالاتها محليا، في وقت فيه البعض يؤمن بحرية الاتصال و حق الإنسان به، وفريق أخر يرفضه.

## 2- الإعلام الجديد وتجاوز عتبة الإعلام القديم

لم تعد (السلطة الرابعة) المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة قادرة على الصمود أما اجتياح السلطة الخامسة المتمثلة في مختلف المواقع الإعلامية المنتشرة على الشبكة العنكبوتية ، ك " الفيسبوك " " يوتيوب " و" تويتر" و" المدونات الشخصية " و غيرها.....

لقد ساد مفهوم السلطة الرابعة في القرنيين التاسع عشر و العشرين بكونه مفهوما رقابيا على السلطات الأخرى، لكنه اخذ يتلاشى مع ظهور الانترنيت، الذي غير معالم الحياة وأصبح القوة المسيطرة، و هو ما اجبر الصحافة على أجراء تغييرات هيكلية للبقاء و المنافسة. وفق هذا التصور يذهب البعض للتأكيد على إن الحاضر و المستقبل سيكونان تحت سيطرة السلطة الخامسة عبر المنافذ و المواقع الالكترونية الأنفة الذكر، و إن ميزان القوة قد تحول من حارس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة في المواطنين، حيث اكتسب شرعيتها من الواقع المعاش و لم يعد للسلطة الرابعة ذلك الحضور الذي كان يشهد لها في القرنين الماضيين.

و ما يزيد من أهمية الإعلام الجديد مستقبلا أن الجماهير لم تعد تقنع بالحصول على المعلومات و الأخبار بالرجوع إلى مصدر واحد و إنما ترجع إلى مصادر متعددة ، بل وإلى كل ما هو متاح لها و هو ما يوفره الانترنت ، و ذلك حتى تتمكن من مقارنة المعلومات و الأخبار للتأكد من صحتها و صدقها ، إلى جانب ما تتجه الانترنت من فرصة كبيرة لمناقشة و نقد ما تقدمه المصادر العديدة و الرد عليها ، و تبادل الآراء والأفكار حولها.

و في الوقت الذي عانى فيه الملتقى كثيرا من سطوة القابض على " محبس " الإرسال الإعلامي ، فإن الجميع يأمل أن تحرر تكنولوجيا المعلومات الملتقي من قبضة مرسله فمثلما تسعى هذه التكنولوجيا إلى تحرير القارئ من قبضة مؤلفة ، و المتعلم من قبضة معلمه ، و مستخدم برامج الكمبيوتر من قبضة مصممة ، تسعى نظم الاتصال إلى إضفاء الطابع الشخصي على عملية التلقي ، بحيث يكون للمتلقي الخيار في اختيار رسالته الإعلامية ، سواء من حيث المحتوى أو الشكل أو الوقت استقباله لها ، فقارئ الجريدة سيكون بإمكانه أن يحدد موضوعاته المفضلة و شكل إخراج جريدته و مواعيد صدورها ومشاهد التلفزيون سيكون بإمكانهأن يحدد البرامج التي يفضلها ، و الأوقات التي تناسبه لمشاهدتها ، و ذلك باستخدام ما يعرف بنظام " الفيديو تحت الطلب "

إلى جانب ذلك ، يتوقع الكثيرون أن ترك الخيار للملتقي سيصل إلى حد أن تصبح لكل شخص ، في زمن ليس ببعيد ، و كآلة الأنباء الخاصة به ، و ذلك من خلال الوكيل الإعلامي الذكي الذي يمسح الانترنت طولا و عرضا ، و يستعرض قنوات التلفزيون ومحطات الإذاعة ، و يطالع الصحف اليومية و المجلات الدورية و يتابع و كآلات الأنباء بحثا عما يلبي رغبات من ينوب عنه .

أن صناعة الإعلام تتحول تدريجيا اليوم من نمط الدفع بالمعلومات التي يريد المرسل أن يبثها ، أو يدفع بها ، الي مستقبله فارضا عليه توقيتات استقباله إياها ، إلى نمط السحب الذي يعطي المتلقى حرية انتقائه ، آو سحب ، المعلومات التي يريدها و في الوقت الذي يريد .

## 3- الخصائص الإعلامية لوسائط الإعلام الجديد:

ولكي نسلط الضوء علي شساعة الفروقات الموجودة مابين ما يسمي الإعلام القديم والإعلام الجديد لابد من أن نعدد بعضا من الخصائص الإعلامية للإعلام الجديد:

1- **إعلام متعدد الوسائط:** تجمع من الناحية الإتصالية بين المطبوع والصوت والصورة وهكذا يستطيع المرء أن يشاهد ويسمع ويقرأ في ان واحد.
2- **النص المتشعي:** إحالة القارئ الي مواضيع مشابهة اخري عبر مواقع اخري. وعلي الرغم من الانتقادات الموجهة له كون القارئ يضيع في بحر الانترنت ويخرج من النص ولايجعله يركز إلا انه لقي عديد الإشادات.

3- **العالمية:** اخرجت تكنولوجيا المعلومات وسائل الاعلام والإتصال من طابعها المحلي التي اتسمت به خلال200 سنة تقريبا الي الطابع العالمي.فبمجرد أن تصبح الوسيلة مرتبطة بشبكة الانترنت تكون قد تحررت من قيود الجغرافيا.

4- **كثافة المعلومات:** اتاحة تكنولوجيا المعلومات للمواطن الحديث، وفرة هامة في المعلومات علي اختلافها وذلك بتعدد المواقع وتنوعها (فإذا كان المواطن الكلاسيكي يشتكي من ندرة المعلومات فإن المواطن الرقمي يشتكي وفرة المعلومات التي تضعه أمام إشكاليات) .

5- **ملايين صفحات الواب علي الانترنت:** الي جانب وفرة المعلومات فإن الانترنت تزخر بملايين صفحات الواب والمدونات الشخصية ومواقع الشبكات الاجتماعية .

6- **التفاعلية:** مكنت تكنولوجيا المعلومات ووسائل الإتصال الحديثة من تكريس التفاعلية بين المرسل والمتلقي ،فتفاعلية الانترنت تتفوق بكثير علي التفاعلية التي حققها الهاتف لوقت طويل بالإظافة الي اختلافها جذريا علي التفاعلية التي يحققها الراديو والتلفزيون.

7- **الفورية:** تعد الفورية ميزة هامة من الميزات التي تولدت عن تكنولوجيا الاعلام والمعلوماتّ إذ يمكن لجمهور وسائل الاعلام والاتصال الولوج الي المعلومات وقراءة الصحف في أي وقت شاء وعلي الفور.

8- **التكييف:** المعتاد علي الصحف الكلاسيكية انتظارها الطبعة الاحقة أي بمعدل 24 ساعة لتعديل وتكييف مواضيعها إذ طرأ أي جديد علي الاحداث في حين نجد صحف الواب مواكبة الاحداث ومعدلة ومكيفة لأخبارها حينا بعد حين مسايرت مع المستجدات.

وعلى الرغم من جملة العوائق التي يشهدها العالم العربي مثل ضعف القراءة لدى الجمهور و الظروف الاقتصادية السيئة ، و استثمار جهاز الكمبيوتر للترفيه ، إلا أن هناك تناميا في عدد المستخدمين للفيسبوك بوصفه واحدا من اذرع السلطة الخامسة ولا يوجد وصف جاهز أكثر انطباقا على الفيسبوك "في جانبه" "الإعلامي" (إذا سلمنا جدلا بأنه يتوافر فعلا على هذا الجانب في ادني تعريفاته و وظائفه ، أي نشر المعلومة و إيصالها إلى شريحة واسعة من المتلقين) من كونه " سلاحا ذا حدين " ، فمثلما انه يستطيع كوسيلة إعلامية جديدة " مالئة الدنيا و شاغله الناس " ، أن يكون أداة مثلى للقفز على حواجز الإعلام الحكومي المتخشب ، فإنه يستطيع أيضا ان يكون مرتعا خصبا للإشاعة و المعلومة المضللة ، و من ثم بث الوعي الموهوم . و ما هو ابعد من ذلك هو انه لا شيء يمنع الحكومات ، التي يطرد إعلاميها من الباب ، أن تعود من شباك " الفيسبوك " كي تروج لسياساتها بطرق شتى و

غير مباشرة ، إذ أن " الفيسبوك " فرض نفسه إعلاما بديلا يروج كما كبيرا من الأطروحات المتناقضة ، فالبعض يعتبره خير ما يستطيع القيام بدور هذا الإعلام المنشود ، بينما ينفي البعض الأخر عنه كل إمكانية للقيام بذلك الدور.

و في الإطار ذاته نجد من يرى أن من المبكر أن تتحول " مواقع التواصل الاجتماعي " إلى إعلام في الوطن العربي ، و ذلك بسبب ضعف القراءة و قلة مستخدمي الانترنت فيه مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى ، نتيجة العوز المادي الذي تعانيه فئات واسعة جدا من المجتمعات العربية.

بيد أن آخرون يذهبون عكس ذلك و يقرون إن الشبكات الاجتماعية هي" سلطة خامسة " مؤهلة لان تكون بديلا عن الإعلام التقليدي ، رغم هبوط مستوى التخاطب بين مستخدميه من الشباب ، إلى جانب أن بعض مساوئه ربما تلغى مثل سيطرة الدول و الحكومات عليه و لكنه قد يعوضها بأخرى مثل غياب المسؤولية و قلة موثوقية الخبر.

هذا التباين أو الجدل في مدى اعتبار و سائل الإعلام الجديدة ، و في مقدمتها " الفيسبوك " بديلا عن الإعلام التقليدي يستوجب طرح سؤال مركزي تقرضه حالة العرب الذين يعيشون داخل عالم تحطمت فيه حدود الزمان و المكان ، أزيلت فيه حواجز اللغة عبر الترجمة الآلية التي تتيح فهم نسبة مهمة من نص لغة يجهلها القارئ ، وتيسرت فيه للفرد سبل الاتجاه رأسا إلى المجموعة الكونية بدل البقاء ضمن الجماعة الأصل ، السؤال هو : **كيف يمكن الحفاظ على هويتنا الثقافية في ظل الثورة المعلوماتية الهائلة و تحولاتها الفائقة** ؟

هل يجب اعتبار هذا التحول عنصرا يهدد هذه الثقافة بالتلاشي ، ومن تم ضرورة الاحتراز منه و مقاومته ؟ أم يتعين النظر إليه ، على العكس ، بوصفه عاملا للإثراء و بالتالي ضرورة الابتهاج له و الاستفادة منه لتطوير القواسم المشتركة بين المجتمعات العربية ، من جهة ، و بين الثقافة العربية عامة و باقي الثقافات البشرية من جهة ثانية ؟ للإجابة " المقاربة " على هذا السؤال يرى البعض أن هناك ثمة مؤشرات عديدة لبداية انخراط فعلي للعالم العربي في التحول الثقافي و الإعلامي الجديد ، ومن أبرزها:

1. انتشار ظاهرة الخصخصة، و ما يترتب عنها من تخل للدولة عن مجموعة من و وظائفهاالحيوية و يضمنها قطاعي الإعلام و الاتصالات .

2. الالتزام بإعلان الألفية للأمم المتحدة الصادر عام 2000 ، و الذي يجعل من أهداف الألفية الحالية للتنمية " وضع التكنولوجيا الجديدة ، و تكنولوجيات الإعلام و التواصل بالخصوص ، في متناول الجميع"
3. حرص جل الدول العربية علي ضرورة الإنتقال من النظام التماثلي الي النظام الرقمي .
4. الإعتما د الكلي علي الإنترنت في كل مناحي الحياة.
5. إلإهتمام المتزايد لوسائل الاعلام القديمة بكل ماهو جديد عير وسائل الاعلام الحديثة.
6. عمل الدول العربية على كهربة مجموع مناطقها الآهلة ووصلها بشبكة الانترنت في حدود عام 2015.

هذه المعطيات أو المؤشرات تظهر أن العرب على عتبة الإعلام الجديد، قوامه الرقم والسوق وفق ذلك تبزغ الصعوبة في التوازن بين الانخراط في عملية التغيير الراهنة التي تكتسي طابع الإكراه، لعوامل سياسية و اقتصادية ، داخلية و خارجية ، و بين التمسك بالتصور الحالي للثقافة أي التشبث بالوسائط التقليدية و من ثم التصدي للتغييرات الجارية أمام هذا الطابع الإكراهي للتحولات الكبرى و السريعة التي يشهدها عالم اليوم بات من اللازم على مجموع الدول العربية بما فيها الجزائر أن تبذل مجهودات اكبر على صعيد التربية و التعليم في أكثر من مجال باستخدام سائر الوسائط الحديثة ، بحيث تنكب العملية على إخراج الفئات الواسعة التي ظلت محرومة من القراءة و الكتابة والتوظيف من دائرة الأمية التقليدية و الفقرة ، و تربية الناشئة على حسن استغلال تقنيات الإعلام و الاتصال و جعل التربية على المواطنة و حب اللغة و الثقافة العربية من العناصر الأساسية الحاضرة في التعليم بشتى مستوياته.

إن النداء بحضور الثقافة العربية في فضاء جديد لا يعني التخلي عن قيمنا لمصلحة أدوات هذا المجال و تقنياته و لايعني تهميش هويتنا العربية و حضارتنا الإسلامية و لا يجيز طمس خصوصيتنا القومية بل نريد لثقافتنا العربية في حضورها المتجدد عبر الوسائط الحديثة أن تكون جسرا لكل هذه الخصوصيات التي لا تنفصل عن وجودنا وحاضرنا ومستقبلنا. فلا مكان في عصر الانترنيتلانغلاق ثقافي ، وكما ترتبط هويتنا العربية بالماضي فهي ترتبط أيضا بالمستقبل ، والمستقبل في عصر المعلومات رهن بقدرة مجتمعاتنا العربية على اللحاق يركب مجتمع المعرفة ، ولا أمل في إقامة مجتمع معرفة عربي دون تكتل عربي يتخذ من الثقافة مدخلا رئيسيا.

**ونتيجة لكل ماورد ، يثبت للجميع أن الوسائط الإعلام الجديدة تطرح على الحكومات العربية تحديا وغير مسبوق ، وهو تحدي تطوير إعلامها وتخليصه من اللغة الخشبية وإكسابه المزيد من المصداقية ن وتخليصه من الدعاية الفجة لها .**

لان بوجود بدائل مثل " الفيسبوك" لن تجد هذه الحكومات نفسها معزولة إعلاميا فحسب بل هدفا أيضا لهجمات قد يصدر بعضها عن حسن النية وبدافع الوطنية وقد يصدر بعضها الأخر عن سوء النية وعداوة لها ورغبة في زعزعة استقرارها وبث الفرقة في مجتمعاتها التي تبدي ممانعة ضعيفة في وجه الشائعات.

هذا الخصوص ومع ذلك يمكننا التأكيد بأن العلاقة بين هذه المشكلات وبين الانترنيت ليست علاقة سبب ونتيجة وأنها أعقد من ذلك بكثير فالظواهر الاجتماعية والثقافية هي ظواهر معقدة ومتشابكة ولا يكفي الاعتماد على عامل واحد في تفسيرها أو النظر إليها من زاوية ضيقة كزاوية الأثروالتأثير والسبب آو النتيجة فمثل هذه الرؤية لا تساهم في تقديم تفسير دقيق للظاهرة أو المشكلة الاجتماعية بقدر ما تخلق تشويشا وإرباكا حولها هذه هي الأسئلة التي تحدد بواعث الشبكة العنكبوتية بما لها من أضرار قد تأخذ أشكالا أوسع وأخطر مستقبلا.

إما بشان التساؤلات المتعلقة بالثورة المعلوماتية التي خرجت هذه الشبكة من رحمها فتمثلت في هل التقدم ألمعلوماتي و التكنولوجي سيحقق قدرا من الرضا لدى الناس عما هو متوافر لهم ألان، أم انه سيزيد من الشعور بالإحباط و التمرد على واقع الإنسان و المجتمع، و عما إذا كانت هناك فرصة لتوفير أساس صلب يمكن أن يقوم عليه التعاون حقيقي بين الدول المختلفة للمشاركة في نتائج و ثمار هذه الثورة، أمأن العالم المتقدم سوف ينفرد بكل الفوائد دون العالم الثالث،و عما إذا كانت هذه الثورة تساعد على لاحتفاظبرأس المال الثقافي و الفكري لدى كل الشعوب بغير تفرقة أم ستؤدي إلى القضاء على بعض الثقافات لصالح البعض الأخر و هكذا. فعلى الرغ من الأدوار الايجابية التي تلعبها شبكات التواصل الاجتماعي في حياة المستخدمين الثقافية خاصة لدى الشباب من هم والحاجات النفسية التي أشبعتها لهم في مجالات متعددة سيما في التعبير عن أرائهم ومواقفهم وهمومهم وأمالهم إلا أن هذا الوسائط أوجدت مشكلات نفسية واجتماعية و ثقافية متباينة القوة والخطورة فالإعلام الجديد يواجه اليوم عددا من المشاكل التي يبدوا أنها سوف تتفاقم في المستقبل وتحد من فعالية بل وقد يترتب عليها بعض النتائج السلبية التي تتنافى مع رسالة الإعلام الأساسية وهي نشر

المعرفة على أوسع نطاق وإتاحتها بغير قيود للراغبين فيها كخطوة أساسية للتقريب بين الشعوب والثقافات واحدي اهم هذه المشكلات هي الميل المتزايد للسيطرة على الإعلام وتوجيهه نحو أهداف ورغبات معينة لتحقيق مصالح خاصة عن طريق امتلاك وسائل الإعلام وتركيز هذه الملكية إمافي أيدي عدد من أصحاب رؤوس الأموال أوالشركات الكبرى لإحراز المكاسب المادية و القوة السياسية من خلال البرامج الموجهة حتى في مجلات الترفيهية و إما في أيدي الدولة كماهوالشأن في كثير من مجتمعات العالم الثالث وتسخيرها من قبل النظام القائم بكل ماتفتضيه ذلك من تقييد لحرية الرأي والتدخل في حيادية الأخبار

وقد تلجأ الدولة تحت ضغط بعض الأوضاع الداخلية أو الدولية إلى (خصخصة) وسائل الإعلام مع مايحمل ذلك معه من مخاطر تحكم رأس المال في توجيه السياسة الإعلامية، وتدعيم قوة الشركات الكبرى في مجلات الإنتاج الإعلامي الموجه. ونشره وتوزيعه على مستوى العالم وبذلك تتحول الخصخصة إلى احتكار.

والخطوة في هذا كله تتمثل في إمكان تزييف الحقائق،أوحتى إخفائها تبعا لمصلحة الجهات المالكة إذا كانت هذه الأخبار تتعارض مع مصالح تلك الهيئات أو الشركات .

وفق هذا السيناريو فالخوف هنا يأتي من أن يصبح الإعلام الجديد أداة لنقل وتوصيل وسائل مناوئة للثقافة الراقية والفكر المتفتح والمستنير والقيم الرفيعة ،وأن يوجه خطابه بدلا من ذلك إلى مبالاة الجماهير التي ينقصها الوعي الكافي بمشكلات العصر و انعكاساتها على المجتمعات التي تعيش فيها والتي يمكن أن تخضع بسهولة للتأثيرات السلبية لتلك البرامج الإعلامية الرافضة لكل القيم والمبادئ الإنسانية السامية .

إن هذه التطورات تثير الشكوك حول الدور الذي سوف يضطلع به الإعلام الجديد في عالم الغد فالكثيرون يعتبرون هذا الإعلام مزيجا من مضيعة الوقت و إهدار الموارد المالية والدعوة إلى الانحلال الخلقي والاجتماعي بما ينشرونه من برامج وأخبار تتعلق بالجنس والعنف والعري والتهريب و الإدمان ،لجذب أكبر عدد من القراء أو المستمعين أو المشاهدين ،بكل مايترتب على هذه البرامج والأخبار و الصور و الأحداث من أثار سلبية سوف تزداد ضراوة في المستقبل.

ولكن هناك على الجانب الأخر من يرى أن هذه المخاوف فيها كثير من المبالغة ،وأن ليس ثمة ما يبررها ،إذ ليس من السهل أن يتنازل المجتمع الإنساني عن تراثه وقيمة الراسخة وأن يتنكر لكل تاريخه الفكري والثقافي الطويل والعريق وأن الاتجاهات السطحية التي تسيطر ألان على السياسات الإعلامية هي مجرد نزعات أونزوات عارضة لتحقيق اكبر قدر ممكن من الربح المادي للشركات الرأسمالية الكبرى التي تحرص

على الاستئثار بأكبر مساحة ممكنة من عالم الإعلام الفسيح ،وأن هذا كله أحد مظاهر العولمة التي لن تلبث أن تنحسر أمام صحوة الشعوب لاستزاد هويتها الثقافية ،مما يتيح الفرصة لأن إستراد الإعلام حريته واستقلاله عن نفوذ أصحاب رؤوس الأموال وهيمنة الدولة ،ولكن الأغلب هو أن تبقى كل هذه الصور المتناقضة جنباإلى جنب وأن يتقبلها كلها مجتمع الغد ،الأكثر انفتاحا و تسامحا بحيث نجد يطلق عليه اسم " مجتمع الإباحة" وليس الإباحية

وفي المقابل كل ذلك نجد من يذهب للتأكيد على أن استخدام الانترنيت كوسيط إعلامي ينذر بظهور نوع جديد من الطبقية يمكن أن يطلق عليها " الطبقية الاتصالية" فكما هو معروف تسعى الدول المتقدمة حاليا إلى إقامة شبكات الطرق السريعة للمعلومات ،ذات السعة الهائلة لتدفق المعلومات ،وهو ماسيسمح لمواطني هذه الدول بالتفاعل الدينامي ثنائيا لاتجاه أخذ او عطاء مع مواقع المعلومات المنتشرة عبر الانترنيت هذه الشبكات ستقسم العالم اتصاليا،إلى طبقة القادرين الذين ينعمون بمزايا هذا " التفاعل الايجابي" ومايعنيه ذلك من تنمية قدراتهم الذهنية وزيادة فاعليتهم وإنتاجيتهم .

أما الطيقة الثانية فهي طبقة المتلقين السلبيين الذين لا حول ولا قوة لهم إلا استقبال ما تلقيه عليهم الشبكات عبر الأقمار الصناعية ووسائل الاتصال الأخرى أحادية الاتجاه لترسخ بذلك النزعة السلبية وتضم لديهم إرادة المشاركة في عملية التغيير الاجتماعي ولاشك في أن طبقية الاتصال ستزداد مع ما نلحظه حاليا من انحسار مجانية الأعلام مثل ماألت إليه الحال بالنسبة إلى مجانية التعليم لينتهي الأمر بنا:

إلى إتاحة الخدمة الإعلامية ذات القيمة لمن يدفعو و اقتصار دور الإعلام المجاني على خدمة الإعلان التجاري ،أو التوجيه السياسي. غير إن المعمول به اليوم في كثير من الدول الأوربية هي لجوءها إلي توزيع الصحف مجانا حتى الغير تجارية منها في محاولة منها للمحافظة علي هذا النوع الذي يؤكد خبراء عدة أنه في طريقه لزوال في ما يري فريق اخر انه لاخوف عن الصحافة في ضوء هذا الزخم الاعلامي المتداخل.

## سابعا :تكنولوجيات الإعلام الاتصال" الأقمار الصناعية"

عرف العالم تطورات عدة مست العديد من الجوانب، وكان من أهمها الثورة التكنولوجية التي كانت من نتاجها أن أصبح العالم قرية كونية موحدة، ألغت مختلف الحواجز الجغرافية والمكانية، وسهّلت انتقال المعلومات وتلاقح الثقافات، وسنتطرق إلى أهم تمظهرات هذه التكنولوجيا.

نعيش اليوم في عصر تميز بالطفرة في كل مجالاته، خاصة منها مجال استخدام الأقمار الصناعية كوسيلة من وسائل الاتصال الإنساني، والذي أصبح مضمار تسابق بين الدول المتقدمة والمتخلفة على السواء.

## 1/ الخلفية التاريخية للأقمار الصناعية:

ويعرف **القمر الصناعي** على أنه محطة صغيرة توضع على بعد 22.300 ميل خارج الكرة الأرضية، وهذا على خط الاستواء الذي يعتبر أقرب نقطة تزامن دوران القمر مع دوران الأرض[1]، كما يظهر القمر الصناعي على شكل جسم متحرك وعائم في الفضاء، وتعمل هذه المحطة على موجات متناهية الصغر، كما تقوم بإرسال الموجات الدقيقة التي تحمل رسائل إلى مناطق المشتركين عن طريق هوائيات مثبتة على سطح القمر الصناعي العلوي المواجه لسطح الأرض[2]. وهو ليس مجرد وسيلة اتصال عادية مثل باقي الوسائل؛ بل هو وسيلة لهذه الوسائل خاصة منها البرامج التلفزيونة والإذاعية[3]، وهي الميزة التي أضفتها الأقمار الصناعية للتلفزة الفضائية حيث أتاحت وصول عدة قنوات إلى المتلقي[4]، ومنحته فرصة الاختيار.

تعتبر الأقمار الصناعية أحد أهم الاكتشافات التي توصل إليها الإنسان من خلال عدة مراحل من التجارب العلمية، وأحد أهم المنجزات في مجال الاتصالات، خاصة مع تطور استخداماتها والتي تؤكد مدى سيطرة الإنسان على البيئة الأرضية[5]، وجاء تطورها بطبيعة الحال نظرا لجهود العلماء في ذلك؛ حيث بدأت مع الألمانيين الذين ساهموا في تطوير سلاح الصواريخ بعد الحرب العالمية الأولى، ونجحوا في قدرتهم على زيادة سرعة الصواريخ عبر مسافات طويلة، إضافة إلى تحميلها برؤوس حربية وسيطرتهم

[1] زكرياء البرادعي، سفن الفضاء، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1970)، ص20.

[2] زكي مصطفى عليان ومحمد عبد الديس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، (عمان: دار الصفاء، 1991)، ص113.

[3] فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، (ديوان المطبوعات الجامعية، 1998)، ص151.

[4] فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، (بيروت: دار الفكر المعاصر، 2002)، ص390.

[5] عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، (الأزايطية: دار المعرفة الجامعية،2002)، ص37.

على اتجاهها بدقة فائقة للوصول إلى الهدف المرجو، ثم جاء بعدها مقال "**آرثر كلارك**" الذي تم نشره سنة **1945م** حيث أوضح فيه نظريته التي تميزت بالعلاقة بين الزمن والمسافة والارتفاع، دعا فيها إلى وضع ثلاثة أقمار صناعية مأهولة، محملة بالمعدات والأجهزة اللازمة، مهمتها تأمين الاتصال بين أرجاء الكرة الأرضية، وأكد "**آرثر كلارك**" أن كل ما تنبأ به هو امتداد منطقي للتطورات التي حصلت في السنوات الأخيرة[1].

في هذا الوقت كانت الولايات المتحدة غائبة عن التطورات الحاصلة، إلى غاية عام 1958م حيث أطلقوا "**اكسبلورر**" و"**سكور**" عام **1959م** الذي تحطم بعد **9** أيام وسقط في المحيط الهادي[2]، بعدها استطاعت بالتعاون مع علماء أوروبيين إطلاق قمرين صناعيين تحت اسم إيكو1 **وإيكو2( Echo1 and Echo2)**، إلا أنهما كانا متخلفين مقارنة بالقمر السوفياتي **Sbutink** إضافة إلى كونهما قمرين سالبين، وتوالت الجهود حتى عام **1962م**، العام الذي أطلقت فيه الولايات المتحدة الأمريكية قمرين نشيطين من قاعدة**Cape Canaveral**وهما تلستار1 **وتلستار2(Telestar1 and Telestar2)**، وخلال هذه المرحلة تميزت الأقمار المبتكرة بكونها غير متوافقة وغير فعالة؛ أي لا تدور بسرعة دوران الأرض وتقوم بعكس الإشارات، إلى أن جاءت سنة **1963م** حيث أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية القمر سينكوم 2، وكان قمرا تجريبيا، أما أول قمر فعلي فكان القمر الطائر المبكر**EarlyBird** على مدار ثابت عام **1965م** ووضع للاستخدام التجاري[3].

هذه التطورات كلها لم تقتصر على الدولتين العظيمتين في ذلك الوقت إنما تعدتها لدول أخرى منها الأوروبية، حيث وكان نتاج هذه التعاونية الصاروخ**Europa** الذي حمل القمر الصناعي**Esro**[4]، وهكذا أخذ هذا المجال في التطور وكانت النتيجة أقمار صناعية في كل من فرنسا (TDF) الذي أطلق عام **1988م**، والقمر الألماني **TvsAt2** عام **1988م**، والقمر البريطاني **Bsb** عام **1989م** والقمر الأروبي**Olympus**عام**1989م**[5]، أما في

---

[1] أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، (مصر: 2003)، ص112.

[2] أحمد عبد المالك، قضايا إعلامية، ص99.

[3] أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ص112.

[4] نصير بوعلي، "أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري"، أطروحة دوكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، (كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003)، ص53.

[5] فارس حسن شكري المهداوي، صحافة الأنترنت، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المقتوحة في الدانمارك، (2007م)، من خلال موقعhttp : //www.al-araby.com

اليابان فبدأ مشروع القمر التجريبي الخاص بالإذاعة المباشرة عام **1972**م، وعند إطلاقه عام **1978**م واجه عدة مشاكل أدت إلى تعطيله وتوقفه، وأجريت تعديلات على الجيل الثاني من هذا القمر وأطلق منه قمران عام **1984**م، **1985**م، وكان الجيل الثالث عام **1989**م[1]، ودخلت الدول العربية هذا المجال بعدما استيقنت ضرورة اللحاق بالركب التكنولوجي.

## 2/أنواع أقمار الاتصالات:

تم استخدام الأقمار الصناعية في الإرسال الإذاعي والتلغراف والاتصالات اللاسلكية، كما أنها تعتبر من الوسائل المدعمة لتكنولوجيا الحاسبات الآلية والإنترنيت، وتستخدم لأغراض تجسسية وعمليات عسكرية أيضا[2]، والأقمار المخصصة للاتصالات تهدف إلى تسيير الاتصال بين المواقع المختلفة من خلال نقل الإشارة من الأرض عن طريق محطة أرضية ذات هوائي على شكل طبقdishموجهة إلى القمر، فيقوم هذا الأخير باستقبالها ومن ثم تكبيرها لتشكل ترددات يتم بثها إلى الأرض، فتستقبلها المحطة الأرضية التي تقوم بتقويتها وإعادة بثها إلى الجهة الأخرى مهما كان نوعها[3]، وقد تطور استعمالها خاصة بعد حرب النجوم **1977**م، ومازالت كذلك لاسيما بعد اكتشاف تقنيات الألياف الضوئية واستخدام موجات الليزر[4]، وهذه الأقمار إما:

- **أقمار سالبة negative satellites**:وهي عبارة عن بالون كبير ذو سطح معدني يقوم بعكس الإشارات المرسلة، وإعادتها إلى الأرض مرة أخرى، ومن أشهر أنواعها القمر الصناعي سكور **score** الذي أطلقته الولايات المتحدة الأمريكية عام **1958**م، والقمرالصناعي كورير الذي تم إطلاقه عام **1960**م، إضافة إلى القمر الصناعي الذي تمكن من ربط أمريكا بالاتحاد السوفياتي(سابقا) عبر انجلترا وهو ايكو2[5]، ومن عيوب هذه الأقمار تواجدها على مسافة قريبة من سطح الأرض مما يحد من المسافة التي تغطيها، إضافة إلى تأثرها بالعوامل الجوية الأمر الذي يعوقها من أداء مهامها[6].

---

[1] أمين سعيد عبد الغني، الثقافة العربية والفضائيات رؤية إعلامية من منظور منهجية التحليل الثقافي، ص118.

[2] عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، ص38.

[3] حنان يوسف، تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية ،ط2.(القاهرة: أطلس للنشر)، ص 93 .

[4] عبد الملك الدناني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، 2006)، ص234.

[5] إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، (عمان: دار الشروق، 1999)، ص19.

[6] إنشراح الشال، الإعلام الدولي عبر الأقمار الصناعية، ط2.(القاهرة: دار الفكر العربي، 1993)، ص84.

➢ **أقمار موجبة active satellites:** وتأخذ مدارا على مستوى خط الاستواء يبعد عن سطح الأرض **3600**كلم[1]، وتحتوي على أجهزة استقبال وإرسال وتسجيل، وكل ما يحتاجه العمل الإذاعي، لذلك فإن الأقمار الموجبة تحتاج إلى طاقة تشغيل تستمدها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها، ومن هذه الأقمار **تلستار1 وتلستار2** وأقمار ريلي، ولهذه الأقمار عيوب تتمثل في سرعة دورانها على الأرض إذ هي أكبر من سرعة دورانها حول نفسها مما يؤدي إلى عدم تمكن المحطات الأرضية من أداء عملها بدقة[2]، ولاستخدام هذه الأقمار هناك 3 أنماط:

**النمط الأول:** يقوم على أساس نظام الاتصال من نقطة إلى أخرى؛ وذلك ببث الإشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية إلى القمر الصناعي، ثم تعاد هذه الإشارات إلى المحطة الأرضية بعدما يتم استقبالها منه -القمر الصناعي- ثم يتم توزيع الإشارات عن طريق شبكة الاتصالات المحلية[3].

**النمط الثاني**: فيتمثل في أقمار التوزيع التي تقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق متفرقة واسعة بأقل تكلفة، وذلك باعتمادها على محطات صغيرة متنقلة، وفي هذا النمط تقوم هذه الأخيرة على نقل الأحداث المهمة، وتبثها إلى القمر الذي بدوره يعيد الإشارة إلى المحطات الأرضية، وتعتبر شبكة أقمار مولينا التي تغطي مناطق الاتحاد السوفياتي –سابقا- من بين الأنواع التي تستخدم هذا النوع من النظام[4].

**النمط الثالث**: أقمار البث المباشر الذي تقوم على نظام إرسال الإشارات التلفزيونية وغيرها من دون الحاجة إلى محطات أرضية[5].

ويتيح استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصال المزايا التالية[6] :

**1 – اجتياز العوائق الطبيعية للإرسال مثل الجبال والمحيطات والصحاري .**

---

[1] محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، (عين مليلة، الجزائر:دار الهدى، 2006)، ص15.

[2] مجد هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، (عمان: دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2001)، ص57.

[3] إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ص19.

[4] عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال: إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، القاهرة، 1996)، ص17.

[5] إياد شاكر البكري، عام 2000 حرب المحطات الفضائية، ص20.

[6] حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة:الدار المصرية اللبنانية)، ص 105.

2 – نقل الأحداث والمعلومات من مكان إلى آخر وفي نفس الوقت وبسرعة ووضوح.

3 – التغلب على المعوقات الجوية التي تواجه الترددات الفضائية أثناء انتشارها على مستوى المحيط الأرضي؛ كالتشويش وتكثيف الغلاف الجوي.

4- تحقيق الإشعاع الراديوي انتشارا واسعا، فيغطي مساحة كبيرة تعادل ما يقارب ثلث مساحة الكرة الأرضية وهذا بفضل الأقمار الصناعية.

5- استخدام الأقمار الصناعية في إطار نشاطات اقتصادية، إضافة إلى توفير خدمات ذات جودة عالية في مجال نقل المعلومات والبيانات.

## قائمة المراجع:

- حسين خريف، الاتصال: مفاهيم، أساليب وأنواع" في فضيل دليو وآخرين: الاتصال في المؤسسة، فعاليات الملتقى الوطني الثاني، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، 2003،

– محمود عودة، أساليب الاتصال والتعليم الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، القاهرة، دار المعارف، 1971.

-محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله، بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ، 1991.

– محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار المعرفة الجامعية، 1992.

-فضيل دليو وآخرون، الاتصال في المؤسسة، (فعاليات الملتقى الوطني الثاني) منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية بالخروب2003.

– جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظرية الإعلام، القاهرة، دار الفكر، 1978، ص50- 50، نقلا عن حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية

– زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،

- هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، العدد 106 (أكتوبر 1986) (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب).

–أحمد عادل راشد، الإعلان، بيروت، دار النهضة العربية، 1981، 35، نقلا عن فضيل دليو تخصصات اتصال المؤسسة في فضيل دليو ولآخرين،

-أمال نواري :واقع التربية في الصحافة اليومية المكتوبة، مذكرة نيل شهادة الليسانس قسم علوم الاتصال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2001 ، جامعة باجي مختار،عنابة.

-راضية قري و وسيلة ليفة :معالجة المواضيع الثقافية في الجرائد اليومية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2000 .

-رولان كايلور، ترجمة مرسلي محمد :الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون 1984 .الجزائر.

-زهير إحدادن :مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991 .

-عبد المجيد شكري :الإتصال الجماهيري-الواقع....المستقبل، العربي للنشر و التوزيع

-عواطف عبد الرحمان :دراسات في الصحافة العربية المعاصرة، مرجع سابق.

-فضاء الإعلام، سلسلة الدراسات الإعلامية، إعداد مجموعة من الأساتذة تحت إشراف الدكتور عزي عبد الرحمن، ديوا ن المطبوعات الجامعية.

-محمد شطاح : دور وسائل الإعلام في التنمية في العالم الثالث، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجيستر(غير منشور ة)،شعبة الإعلام و الاتصال، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، مصر،1989 .

-محمد ناصر: الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939 ، الشركة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1980 ،

- نور الدين بليبل: الإعلام و قضايا الساعة، مقالات ودراسات، دار البعث للطباعة والنشر،1992 .

-شفيق محمود عبد اللطيف، وكالات الانباء رؤية جديدة، ط1، دار المعارف، القاهرة ،1978.

-محمد فريد عزت: وكالات الانباء في العالم العربي، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة ،1998.

**المراجع الأجنبية :**

– Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, Alger, Editions Casbah, 1999, p72.

– Naom Chomsky, Robert WX.McChesney, Propagande, média et démocratie, Alger, Les Editions El-Hikma,2000,pp17-19.

- Chazel François (influence) Encycopedie universalis.

Christine Leteinturier,"Publicité", Encyclopedia Universalis

**مواقع الكترونية:**

- http://molha3k.blogspot.com

-موقع التلفزيون الجزائري :www .eptv.dz

- news agency", www.merriam-webster.com, Retrieved 17/8/2018. Edited.

- www.ebha.org, Retrieved 17/8/2018. Edited.

generalknowledge.online, Retrieved 17/8/2018. Edited.- http://www.aps.dz/ar/a-propos-de-l-aps موقع وكالة الانباء الجزائرية: