



الإعلام المعلوماتي والتحول في وظائف الإعلام التقليدية

أ. د مبارك بن واصل الحازمي

أستاذ الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة

الملخص باللغة العربية:

أن الولوج إلى المجتمع المعلوماتي مرتبط بالعولمة الإعلامية التي تهيمن فيها وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري للدول المتقدمة، ولا يمكن مواجهة أخطارها في دول العالم الثالث والدول العربية عن طريق الانغلاق أو منع التدفق الإعلامي الخارجي، وإنما من خلال تحصين المتقني أينما كان في مواجهة سيل المعلومات والإعلام الجماهيري المتذبذب من الدول المتقدمة بحيث يستطيع المتقني العربي كغيره من المتقنيين في دول العالم الثالث الاستفادة من إيجابيات الإعلام الخارجي، وخاصة في مجال العلوم والتكنولوجيا والتقنيات الحديثة، وتحييد سلبياته التي تستهدف كيان الإنسان العربي ووجوده، كما أنه من الضروري زيادة قدرة وسائل الإعلام والاتصال العربية على المنافسة على الساحة الدولية.

تسعى اليونسكو إلى بناء مجتمعات قائمة على الدرائية الإعلامية والمعلوماتية من خلال اتباع استراتيجية شاملة تتضمن إعداد نموذج لمناهج الدراسة الإعلامية



والمعلوماتية للمعلمين وتسهيل التعاون الدولي، وإعداد مبادئ توجيهية لصياغة سياسات واستراتيجيات وطنية للدرأية الإعلامية والمعلوماتية، وإعداد إطار عمل عالمي بشأن مؤشرات الدرأية الإعلامية والمعلوماتية، وإنشاء شبكة جامعية للدرأية الإعلامية والمعلوماتية، وتحطيم وإنشاء مركز دولي لتبادل المعلومات بشأن الدرأية الإعلامية والمعلوماتية بالتعاون مع تحالف الأمم المتحدة للحضارات، وإعداد مبادئ توجيهية للمذيعين فيما يتعلق بتعزيز استخدام المضامين التي ينتجهما المستخدمون، والنهوض بالدرأية الإعلامية والمعلوماتية.

نحن اليوم أمام إعلام جديد هو (إعلام عصر المعلومات) ويختلف كثيراً عن وظائف وسائل الإعلام التقليدية حيث يحمل سمات هذا العصر وتناقضاته كلها، وله من التحولات والتأثيرات ما يجعله موضوعاً جديراً بالاهتمام والدراسة. إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتجاوز ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات، وظاهرة الاتصالات عن بعد. ويتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من ثم من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.

وسوف يقوم الباحث في دراسته هذه بمناقشة العديد من الموضوعات منها: الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي وأوجه التكامل بينهما لمواجهة الخلل المعلوماتي، ودور صحافة البيانات في دعم الإعلام المعلوماتي، وتطوير الأداء المهني للصحفيين في تعاملهم مع الأنظمة المعلوماتية الحديثة. وغيرها من الموضوعات الأخرى.



Abstract:

Access to the technology-based community is linked to the globalization of the media in which mass media dominates in developed countries. Risks arising from this cannot be countered in third world and Arab countries via media nationalism and prevention of access to global media means. However, the Arab recipient, like other recipients in third world countries, should be allowed to benefit from the advantages of global media, especially in the field of science and technology and modern technologies, and neutralize its negative aspects that target Arab individualism and characteristics. It is also necessary to increase the capacity of the Arab media and communication to compete in the international arena.

UNESCO seeks to build knowledge-based societies through a comprehensive strategy that includes the development of a model for media and information literacy curricula for teachers. Additionally, they seek to ensure facilitation of international cooperation, the development of guidelines for the formulation of national policies and strategies for media and information literacy, and the development of a global framework on media and information literacy indicators. Furthermore, UNESCO seek to build a University network for media and information literacy, plan and establish an international center for knowledge exchange on the topic of media and information awareness in collaboration with the United Nations. UNESCO also seek to develop guidelines for broadcasters to strengthen media content developed by users



and enhance awareness on for media and information literacy.

We are currently facing an era of new media (Age of Information Media), which varies, in essence, from traditional media. This new form of media carries the characteristics and contradictions of this era, and has significant transformations and influences, which makes it a subject worthy of attention and study. New media is closely linked to the age of information. It was the result of the intermarriage of two prominent phenomena known to this era as the phenomenon of information explosion and the phenomenon of telecommunications. This new media is unique in that it takes multiple shapes and forms; this translates in that information is presented in the form of a combination of text, image and video, which makes the information more powerful and influential. This information is mainly in digital form that is prepared, stored, modified, and transmitted electronically. The new media is also characterized by the variety of means for its accessibility and their ease of use. These characteristics have thus changed the patterns of behavior relevant to mediums of communication.

In this study, the researcher will discuss several topics, including: the difference between traditional media and digital media and the complementarities between them to cope with the information imbalance, the role of data journalism in supporting information media, and the development of journalists' professionalism in their dealings with modern information systems, among other topics.



مقدمة :

فرضت قضايا الاعلام المعلوماتي نفسها بقوة على اجندة النظم السياسية لكونها تمثل شكلاً جديداً من الاعلام يتحرك خارج السيطرة التقليدية للدولة، ويلعب دوراً نشطاً ووسيطاً بين الدولة والمجتمع متزاوجاً بذلك لدور المؤسسات السياسية التقليدية، وجاءت تلك التغيرات بالتزامن مع تزايد تحديات الاعلام المعلوماتي وفي ذات الوقت حالة ضعف في انمط الاستجابة من قبل الدولة، وبخاصة مع تصاعد دوره على مستوى التطبيقات وفي ظل ادوات وقنوات جديدة للرأي والتعبير، ومضاف اليها خصائص اعلامية غير مسبوقة فيما يتعلق برخص التكلفة وسرعة الانتشار، الى جانب تصاعد الدور لفاعلين اعلاميين جدد في المجال العام، وتزايدت معهم حجم القضايا المثارة وتأثيرها في توجهات الشباب والرأي العام، وهو ما جعل تأثير الإعلام المعلوماتي (الإلكتروني) يفوق تأثير الإعلام التقليدي بل يقوده أحياناً ومرشح دوره بالتصاعد في المستقبل.

يتميز الإعلام المعلوماتي وتطبيقاته بالحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة مع إمكانية تجاهل المصدر. وخاصة مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام وبين الداخل والخارج، ويتمتع الإعلام المعلوماتي بسرعة الانتشار وسهولة الوصول لها وارتفاع سقف الحرية، وهو ما يجعل تلك المنصات متاحة امام كافة الاتجاهات والأفكار داخل المجتمع وإتاحة الفرصة امام اتساع عدد المشاركين وحجم القضايا والمواضيعات التي يتم تناولها في ظل حوار يكون ركيزته الندية بين الفرد والنخبة والجماهير، وهو ما أثر بدوره على دور النخبة المعتمد في صياغة



رأي العام وتشكيله وتعبيته بعد التطور في عملية تدفق المعلومات وإنتاجها وجاء ذلك في ظل بيئة الكترونية متصاعدة وجاذبة للاستخدام من قبل الشباب.

وهناك العديد من المسميات التي تطلق على ذلك النمط الجديد من الإعلام عبر تطبيقات الانترنت فتارة يتم وصف عملية نقل الرسالة الإعلامية عبر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بأنها "اعلاما بديلا"، وتارة أخرى يتم استخدام مصطلح "الإعلام الجديد" وذلك على الرغم من انه يشمل عالم الفضائيات والأقمار الصناعية، وهناك مسمى "الإعلام الإلكتروني" في مقابل "الإعلام التقليدي"، وذلك في محاولة لوصف ذلك الانتقال من روافد الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي إلى مرحلة جديدة من مراحل التطور التكنولوجي، والتي أثرت في ملامح التغير في طبيعة الوسيلة ولا يعكس تغير في طبيعة المهمة الإعلامية، وخير دليل على ذلك هو حدوث تغيرين رئيسيين يتعلق الأول بظهور موقع إخبارية وبوايات إعلامية عبر المنصات الجديدة وبخاصة في جيلها الحديث كقنوات "اليوتيوب أو الشبكات الاجتماعية أو تطبيقات الهاتف الذكي والتغير الآخر يتعلق بان ما هو قديم وتقليدي أصبح مجرأً بحكم ذلك التطور التكنولوجي وبحكم تغير مذاق المستهلك مدفوعاً نحو التحول الرقمي، ولكن بقيت على أية حال الفجوة في الطبيعة المهنية مع حدوث فوارق نسبية بين الصحف التقليدية وبرافدها الإلكتروني وغيرها من الواقع الإلكتروني حديثة النشأة وسريعة الانتشار، وبخاصة مع سهولة إطلاعها ولا تخضع لبيروقراطية القوانين المنظمة للوسائل الإعلامية، والتحديث الآني واللحظي للمعلومات والأخبار بشكل يلائم احتياجات المستهلك ويواكب تطور قدراته في مجال الاتصال والتواصل عبر الانترنت.

أهمية الدراسة :



عملية الفصل بين ما يعد إعلاماً "تقليدياً" وأخر معلوماتياً أو "الكترونياً" أصبحت مرتكزاً على التمييز بين "الرسالة الإعلامية" و"حامل تلك الرسالة"، والتي تغيرت العلاقة بينهما عبر التاريخ وفق الاختراعات في مجال الطباعة والنشر والتكنولوجيا، وفرض الإعلام الإلكتروني التحديات ذاتها التي فرضتها في وقت سابق التلفزيون والراديو والتلغراف، والتي سرعان ما تم تضمينها وإدماجها في التطور وعلى النسق ذاته أصبحت تطبيقات الانترنت قادرة على الدمج بين الكثير من الأنماط الاتصالية والاختراعية في وسيط واحد ومتسع ومتاح أمام الاستخدام من قبل الكافة دون تمييز.

وأضفي هذا التطور مزايا نسبية في صياغة "الرسالة الإعلامية" وحجم انتشارها والتفاعلية بين المرسل والمستقبل على النحو الذي أثرى المحتوى الإعلامي. وأثر ذلك التحول على نحو ايجابي فيما يتعلق بالانتقال من إعلام الهيمنة والسيطرة من قبل شركات عالمية كبرى تحكر عملية بث المعلومات ونشرها والمساهمة في بروز إعلام تحرر من تلك التوجهات المسبقة ومن تبعية رأس المال أو حتى تجاوز الانتماءات الفكرية الضيقية، وهو ما شكل ساحة بديلة للمهتمين وللمعارضين وللأصوات غير المسموعة وعن قضايا لا تجد لها طريقاً للصحف التقليدية.

من هنا نستطيع أن نرجع أهمية الدراسة في أنها يستطيع الصحفيين من خلالها التعامل مع الأنظمة المعلوماتية لتطوير أدائهم المهني، كما يمكنهم التعامل مع الفئات المختلفة من الجمهور وفقاً للعديد من الاعتبارات، كما يمكنهم استخدام الصحافة الاستقصائية كآلية لمواجهة الأخبار الزائفة، والاستفادة من منصات تحليل البيانات الضخمة وبحوث التسويق والجمهور في دراساته. ومن خلال التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني يستطيع الباحث مواجهة الخلل المعلوماتي.





تعريف الدراسة:

الإعلام الإلكتروني في مقابل الإعلام التقليدي :

ساهم الإعلام الإلكتروني في كسر حاجز من هو الإعلامي؟ وأصبح غير مسموح بالعمل للممارسين لمهنة الإعلام من خارج الأطر التقليدية والمهنية، وذلك مع سهولة تدشين منصات إعلامية يتم خلالها عمليات الإنتاج والنقل والنشر والتوزيع والأرشفة للمعلومات والأخبار، وفرض بذلك الإعلام الإلكتروني عدة متغيرات يتعلق بها: بظهور وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الإلكتروني في المجتمع الأكاديمي والتربيي وتعده في نفس الوقت أعباء إعلامي في مجال الإعلام الإلكتروني، وظهرت إلى جانب ذلك ثلاثة تطورات رئيسية يتعلق الأول بالإعلامي: الذي يعمل بالمؤسسات الإعلامية حيث أصبح هو من يقوم بتحرير الفرات عبر الانترنت، وتطور ثان يتعلق بالمستفيد: حيث أصبح لديه القدرة على المشاركة والتفاعل والتعليق، والتطور الثالث يتعلق بالمادة: حيث إن سرعة الخبر وبته أصبحت من أهم ما يميز هذا التطور في مجال الإعلام الإلكتروني.

والذي يؤثر في الرأي العام ليس من بين مستخدمي تطبيقات الإعلام المعلوماتي بل تحولت كذلك كمصدر للأخبار لوسائل الإعلام التقليدية والقنوات الفضائية وكافة وسائل التواصل الاجتماعي أو بتحول نشطاء الإعلام الإلكتروني إلى ضيوف ومتحدثين لوسائل الإعلام التقليدية، أو قيام المنصات الإلكترونية والفضائيات بتخصيص أقسام لغطية ما يجري عبر تطبيقات الإعلام الإلكتروني.

وأحدثت الشبكات الاجتماعية نقله نوعية في تطبيقات الإعلام المعلوماتي أو الإلكتروني وذلك لدورها في نقل المادة ومعالجتها ومتابعتها وإثارة ردود الأفعال حولها مع القدرة الهائلة على الانتشار والتأثير ومدعومة بنقل الصور ومقاطع الفيديو إلى جانب استخدام



التعليقات وعلامات الإعجاب وحملات الهاشتاج، وتحولت التطبيقات تلك لأدوات للتعبير عن مجموع ردود الأفعال والاستجابات على السياسات العامة للدولة في إطار تزايد دور الإعلام في المجال العام.

وانعكس ذلك في وجود تحديات أمام وسائل إعلام ومنها الصحف الورقية على سبيل المثال التي واجهتها العديد من التحديات منها:

أولاً: انخفاض مبيعاتها على نحو يؤثر في إيراداتها.

ثانياً: اتجاه القراء إلى استخدام المواقع الالكترونية الإخبارية والتي توفر تغطية لحظية ومتعددة. ثالثاً: انخفاض حصيلة الإعلانات حيث اتجاه المعلنين إلى استخدام الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الانترنت لمخاطبة الفئة الأكبر استهلاكاً وهم الشباب والنساء.

رابعاً: تحدي الملكية الفكرية للمحتوى الصحفى حيث اتجهت العديد من المواقع الالكترونية إلى إعادة نشر محتوى الصحف الورقية دون احترام حقوق الملكية الفكرية على النحو الذي أثر في أصلية النص والمحتوى.

خامساً: ضعف الثقافة العامة للمستخدم والتي انعكست على نمط الاستخدام للشبكات الاجتماعية حيث أنها لم تستخدم في إنتاج معلومات بل في نشر فوضى المعلومات الشخصية.

سادساً: تواجه الصحف الورقية مخاطر احتكار الدعاية والإعلان لصالح كيانات تكنولوجية عابرة للحدود تعمل على تسريب رأس المال الوطني للخارج وإلى تقويض نمو قطاع الإعلانات الوطنية.

سابعاً: عدم القدرة على التحقق من صحة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهو ما يعمل على وجود تحدي نشر المعلومات والأخبار الزائفة.



ثامناً: تواجهه الصحف الورقية عزوف الشباب عن شرائها لصالح الأكبر سنا وهو ما يهدد بالتحول الرقمي لها في المستقبل دون استعداد لمواجهة التحديات.

ملامح الإعلام المعلوماتي:

كانت الحكومات تحكر نقل المعلومات وتبرير سياساتها عبر احتكارها للإعلام الجماهيري بينما شكل الإعلام المعلوماتي كسرًا لهيمنة الحكومات من جهة على وسائل الإعلام ومن جهة أخرى كسر سيطرة نمط رأس المال على توجهات الوسائل الإعلامية والحد من احتكار وكالات الأخبار العالمية لصناعة الأخبار والمعلومات.

و جاءت تلك التغيرات لتصيب في النهاية أسس العلاقة بين الدولة والمجتمع، و دفعت للبحث ضرورة تكيف الدولة مع الإعلام الإلكتروني، و تعزيز التحول من الفوضى في الاستخدام إلى أطر تنظيمية تستطيع ان تحدد الحقوق والواجبات على مستوى المحتوى والمنصات والفاعلين. و نتج عن ذلك تداخلات في كيفية التعامل مع الإعلام المعلوماتي وتنظيمه بما طرح العديد من الأشكاليات لعل أهمها ان عملية التنظيم ليست كاشفة بالضرورة عن موقف النظام السياسي من الحرية والديمقراطية وحقوق الإنسان، بل أصبحت هناك دول غربية ديمقراطية تمارس سياسات رقابية وتجسسية على مواطنيها بدعوى الأمان وحماية الحريات، وبخاصة ان اشكالية تنظيم الإعلام الإلكتروني أصبحت قضية دولية، وذلك يرجع الى حداثة الظاهرة و الى التطور السريع والمتلاحق الذي يتحرك بوتيرة أسرع من الاطر الناظمة له سواء اكانت قانونية او امنية.

والى جانب ذلك ضخامة عدد الفاعلين بما يصعب من القدرة على السيطرة والتحكم والى تميز الإعلام الإلكتروني ببعده العابر للحدود على النحو الذي يشكل تحديا للنظم القانونية المحلية ودفع ذلك الى امكانية أن تكون للدولة دور في ضبط التفاعلات استناداً على ما لديها من قدرات تكنولوجية خاصة إلا ان تلك القدرات تتفاوت الدول



فيها وفق درجة تقدمها التكنولوجي ومن جهة أخرى دفعت حالة الانفتاح العام عبر الاعلام الالكتروني الى فتح قنوات التأثير والتأثر ما بين الداخل والخارج.

وأدّت عملية تغول الشركات التكنولوجية وخاصة العاملة في مجال الشبكات الاجتماعية وعدم رضوخها للمطالب الوطنية إلى ردة فعل مضادة من قبل الدول في محاولة لاحفظ على وجودها أو البحث عن توفيق اوضاعها بما يتلاءم مع ماتراه من المصلحة الوطنية لديها. والتي وجدت في ذلك التطور تهديداً لنظامها السياسي واستقرارها وهو ما أنتج رده فعل حماائية من قبل الدولة بمحاولتها تبني طرق مختلفة للتقنيات او السيطرة اما عبر امتلاك تطبيقات تكنولوجية للرقابة والتجسس لمواجهة الاخطار الامنية او عبر استيرادها من الخارج.

وبُرِز اتجاه أول يرى ان الاعلام الالكتروني قابل للتقنيين كغيره من الابتكارات السابقة كالراديو او التلفزيون او البث الفضائي ومن ثم يمكن تطبيق قوانين المطبوعات مثلا على الاعلام الالكتروني واتجاه ثاني آخر يرى ان ظاهرة الاعلام الالكتروني وتطبيقاتها غير مسبوقة في فرضها وتحدياتها بما يجعل عملية اخضاعها للتقنيين عملية معقدة عن سابقيها، واتجاه ثالث يرى ان طبيعة الاعلام الالكتروني تفرض ضرورة التنظيم الشامل والمتجاوز لدور الدولة التقليدي الى دور فاعلين اخرين داخل المجتمع او حتى خارج الدولة، وان اتجاه الدول للتنظيم ما هو إلا خطوه في سبيل التنظيم

وعلى مستوى التطبيق ساد توجيهين في تنظيم الصحافة الالكترونية، الأول: وهو الاكثر انتشاراً القاضي بإدراجهما من حيث التقنيين والضبط وفق طريقة التعامل مع الصحافة التقليدية، والثاني: وهو تجاه الاقلية عبر اتجاه الدول بإفراد لتلك الصحافة الالكترونية قانوناً خاصاً بها يتوافق مع تميزها واختلافها وتحدياتها الجديدة.

وتبقى حقيقة أن عملية التشريع في حقل الإعلام الإلكتروني من جانب الدولة يجب أن يركز على فكرة التنظيم وليس السيطرة، وبخاصة ان الدولة لم تعد الفاعل



الرئيسي، وهو ما يتطلب ان لا يتم الاسراف في العقوبات لأن قوة العقوبة تتطلب قوة التنفيذ، وبخاصة ان القانون المحلي لا يتجاوز حدود الدولة، وهو لا ينطبق مع آلية عمل الواقع والتطبيقات الالكترونية. ولكن تبقى هناك فرص لقيام الدولة بتنظيم الاعلام المعلوماتي عبر:

أولاً: العمل على تحديث اجهزة الدولة بشكل يجعلها تتبعى مع المجال السiberian عبر الوجود المباشر للوزارات والهيئات الحكومية عبر الانترنت وعبر شبكات التواصل الاجتماعى.

ثانياً: سعى الدول الى تحديث البنى التعليمية والثقافية للعمل على تحقيق منع وطنية لمواجهة التحديات التي يفرضها الفضاء الالكتروني.

ثالثاً: ان تسعى الدولة إلى أن تعمل على تحديث الأطر التشريعية الخاصة سواء المنظمة لمجال الاعلام والصحافة او المتعلقة بمكافحة الجريمة وتنظيم الحريات العامة.

رابعاً: هناك مدخل محلي يتعلق بان العمل على مواجهة التحديات الاقتصادية التي يمر بها الشباب هي الكفيلة بمواجهة مخاطر التعرض للإعلام الالكتروني.

خامساً: ان النقدم في عملية تنظيم الاعلام التقليدي وترسيخ ميثاق الشرف والمهنية هي السبيل امام الحد من التأثيرات السلبية للإعلام الالكتروني.

نحو مواجهة شاملة لتحديات الإعلام المعلوماتي:

تتميز عملية مواجهة مخاطر الإعلام المعلوماتي (الالكتروني) بالдинاميكية على اعتبار أنها بالأساس حرب عقول يعلو بها الجانب الإبداعي عن المعرفي والجانب الفردي عن الجانب الجماعي وتسيطر عليها القدرة على المبادأة عن الاستعداد ، وتنتسع نطاق المواجهة ما بين الولاية القضائية الداخلية للدولة والخارج في فضاء



فسيج يصعب السيطرة عليه بشكل كامل وسهل الوصول والاتصال ما بين الداخل والخارج ، وهو ما يدفع ان تكون عملية التنظيم على مستوى القائمين بالاتصال أو بالمؤسسات أو بطبيعة الرسالة الإعلامية ، وتفرض إمكانية تطبيق القانون وإنفاذه كما هو الحال في الصحافة التقليدية أو الورقية على الاعلام الالكتروني ، أن يتم تحديث الإطار التشريعي على نحو يأخذ في اعتباره التغيرات في طبيعة الوسيلة الإعلامية ، ومواجهة سبل المعلومات المضللة وانتهاك الخصوصية بين العديد من المستخدمين ، وعبر سن قوانين لمكافحة الجريمة الالكترونية وحماية الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية وحرية تبادل المعلومات.

ويوجد ثلاثة اتجاهات رئيسية يرى الاتجاه الأول : بأن الطبيعة الرقمية الجديدة للرسالة الإعلامية فرضت وجود درجة عالية من الزخم والتفاعل والنشاطية على عملية استهلاك المعلومات وتدالوها وتخزينها وإنتاجها وتعدد المصادر التي لم تقصر على المصادر الصحفية والإعلامية الرسمية بل تعدت إلى دور المواطن في إنتاج المعلومات ونشرها فيما يعرف بظاهرة "المواطن الصحفي " وحالة الانفتاح بين الداخل والخارج في عملية تدفق المعلومات.

ويرى الاتجاه الثاني: انه على الرغم من صعوبة فرض مظلة على الإعلام الالكتروني ككل إلا إن هناك فرصة لاستيعاب الجادين منه ومواجهة واحتواء المغرضين، وذلك عن طريق الاعتراف بالصحافة الالكترونية كشكل من أشكال الصحافة والتي يجب إن تناح الفرصة للانضمام إلى الكيانات النقابية الصحفية والإعلامية والتي من شأنها إن تعمل على ترشيد الخطاب الإعلامي عبر الانترنت، وان عدم إضفاء الشرعية القانونية على المواقع الإخبارية سيؤثر في جمهورها والثقة فيها من جانب الجمهور مع الحرص على تسهيل شروط الانضمام وتوافر الجدية.



ويرى الاتجاه الثالث: إن مواجهة سلبيات الإعلام الإلكتروني يتطلب ليس فقط النظر إليه كمحوى إعلامي بل النظر إليه كمحوى ثقافي بالإضافة عن طريق الاهتمام بالبعد الثقافي لدى المواطنين عبر مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة، وهو ينطلق من حقيقة إن التطبيقات الخاصة بالإعلام الإلكتروني هي بطبعتها محايضة ولكن تصط冤غ بتقافة المستخدم.

وان تقوم مؤسسات الدولة الثقافية والدينية والمجتمع المدني بتنمية ثقافة الحوار والتسامح وتحديث عمل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة، وفتح الآفاق أمام الشباب لتوظيف تلك الثورة المعلوماتية على نحو يخدم التنمية ويشجع على الابتكار والإبداع إلى جانب أهمية الفصل بين النشاط الإجرامي وبين النشاط السياسي الذي يأتي في إطار حرية الرأي والتعبير، وان عملية حجب المواقع الاخبارية يجب أن تتم وفق احكام القضاء والنيابة العامة وليس عبر السلطة التنفيذية.

وتبقى حقيقة ان الاستثمار في تنمية الفكر والثقافة هي الحصانة الاكبر في معارك الأفكار وليس ممارسة القوة بالضرورة.

إن اختيار موضوع الإعلام المعلوماتي، أو الإعلام الإلكتروني، أو الإعلام الجديد والتحول في وظائف الإعلام التقليدية فرضه الدور المتزايد الذي باتت تلعبه التكنولوجيا عموماً والإعلام المتصل بها بشكل خاص، حيث بات لزاماً التعاطي مع هذه الظاهرة بالبحث والدراسة للوقوف على تأثيراتها في مجتمعاتنا، وایجابياتها المتاحة للاستفادة منها قدر الإمكان ثم محاولة تلافي سلبياتها أو على الأقل الحد منها ويمكن القول بدءاً إن الإعلام المعلوماتي جاء نتيجة تطور تاريخي للإعلام التقليدي وتكنولوجيا الإنترن特 والإعلاميات؛ حيث أتاح دمج هذين المجالين الوصول إلى مفهوم جديد يستفيد من خصائص الإعلام من حيث إمكانية التواصل والإخبار ونشر المعرفة



في نفس الوقت يستغل ما تتيحه وسائل التكنولوجيا الجديدة ليصبح أكثر حضوراً وانتشاراً ويتيح مشاركة وتفاعلية أكبر لكل أطياف المجتمع.

تتمثل أهمية الإعلام المعموماتي ودوره في المجتمع في الآثار التي تحدث في منظومة القيم وأنماط التفكير، وأساليب الحياة بسبب التعرض للرسائل الإعلامية، التي تعرضها وسائل الإعلام الحديث عن دور وسائل الإعلام في المجتمع، يتم التعبير عنه أحياناً بغير (مفهوم التأثير) فهناك حديث عن (وظائف) تقوم بها وسائل الإعلام، والحديث عنها بوصفها تأثيرات، تبقى مسألة نسبية، تحكمها معايير قيمية، ونظم ثقافية، لذلك لا بد من الاعتراف، أن هناك جدلاً طويلاً، بين العاملين في حقل الاتصال الجماهيري والإعلام، حول حجم وكيفية تأثير الرسائل الإعلامية في الجمهور.

إن وسائل الإعلام تعتبر من المصادر الأساسية للمعلومة، والتي يبني عليها الفرد موافقه وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية، سواء بالقبول أو الرفض، حيث تتولى وسائل الإعلام الدور الملحوظ في تشكيل موقف الجمهور المتلقى من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية، ولا يتوقف تغيير الاتجاه والموقف على القضايا العامة أو الأحداث المثارة بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك، فقد يحدث أن يتقبل المجتمع قيماً كانت مرفوضة قبل أن تحملها الرسالة الإعلامية، أو يرفض قيماً كانت سائدة ومقبولة مستبدلاً بها قيماً جديدة.

ويبقى الإعلام ووسائله من أهم عوامل نقل الحضارة، وإشاعة الثقافة الجادة، ودعم الفكر الصالح وبث القيم الصحيحة في العادات والسلوك، وإصلاح البيئة الإنسانية والمجتمع البشري وتحقيق التواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والأمم.

خصائص النظام الإعلامي من منظور إسلامي:



يحتاج العالم اليوم إلى منظومة قيم جامعة ناظمة لنقل الخبر، تهمل من مرجعية مرتبطة برقة الخالق جل جلاله، قبل أن تضبطها تشريعات وضعية قلما تحترم، والناظر في الكتابات القليلة المتخصصة في إبراز خصائص النظام الإعلامي من منظور إسلامي يجدها تؤصل نظرتها من آيات الذكر الحكيم، ومن النصوصيات العملية التي جاء بها خير البرية محمد صلى الله عليه وسلم فقد بدأ الإسلام أول ما بدأ بالحديث على ضرورة حفظ الإنسان لحواس التواصل التي متّع الله بها؛ قال تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ﴾ [الإسراء: ٣٦]، ثم ركب على ذلك حفظ أعراض الناس من القول السيئ والباطل، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبِيٍّ فَتَبَيَّنُوا﴾ [الحجرات: ٦].

وبات من الطبيعي والمنطقي بالتالي بل والضروري السعي لتطويق هذه الآليات التقنية الحديثة أيضاً واستبطاط وسائل حديثة في الاتصال الإلكتروني تستخدم في تحقيق هدف المشروع الحضاري الإسلامي في الأعمار والاستخلاف والتتوير وتحرير العقل من القيود المادية كي يسيح في الأرض ويتدبر ويعمل لدنياه وآخرته مع تعديل كل أنواع وأشكال هذا الإعلام سواء المباشر (عبر صحف ومواقع إلكترونية إعلامية) أو غير المباشر (مجموعات إنترنت بريدية وفيسبوك وتويتر وغيرها).

ومن المهم أن نشير هنا إلى أن الإعلام المعلوماتي بالتعاون مع الإعلام الإسلامي مطالب بتقديم رسالة إيجابية تهدف للبناء لا الهدم والإيجابية لا النزرة السوداوية وجل الذات مثل الصريح والعويل من الهجمات على الإسلام والمؤامرات الغربية فكل هذا دفاع قد يشغل الإعلام الإسلامي عن البناء والإعمار وال التربية وإبراز النماذج الإيجابية وتنمية الجوانب الصحية في التجربة الإسلامية عموماً.

الإعلام المعلوماتي والمستخدمين:



الإعلام المعلوماتي هو مجموعة من التقنيات الحديثة التي تعتمد على الإنترن特، وفي نفس الوقت على أساس الإعلام والتواصل، وهناك إجمالاً ثلاثة خدمات رئيسية يقدمها الإعلام المعلوماتي للمستخدمين:

- الاتصال من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.
- التفاعل: أي الاستخدام من أجل التسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.
- الإعلام والمعلومات: استخدام الإنترن特 لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.

هناك عدة أنواع يمكن تعريفها بأنها جزء من الإعلام (المعلوماتي) الجديد والملاحظ أن هناك تداخلاً كبيراً في هذه المفاهيم، فالاتصال والتلاحم واستخدام بعضها لخصائص بعض يجعل محاولة جرد هذه التقنيات مغامرة يجب التوقف عنها كثيراً.

تتميز شبكة الإنترن特 بعدة سمات تجعلها وسيلة فعالة، منها: الطبيعة التفاعلية، وصعوبة السيطرة والرقابة على الواقع الإلكتروني، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية، كما تحول الجمهور المتناثر فيها من مجرد مستخدم ومستهلك مجھول للرسالة الإعلامية إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة، كما تشجع على تحقيق أكبر قدر من الديمقراطية في المجتمع، كما أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، وجعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فضلاً عن كونها تستند إلى إعلام متعدد الوسائط، يتسم بالانتشار وعالمية الوصول، وبتفتیت الجماهير، وبغياب التزامنية، وبقابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى.



ومن بين السمات الأساسية للشبكات الاجتماعية أنها تُمكن الأفراد وبشكل عملي من اكتشاف اهتماماتهم، والبحث عن حلول لمشكلاتهم مع أشخاص آخرين، مشابهين لهم، أو مروا بالتجربة فيقدموا خبرتهم وتجاربهم لهؤلاء الأشخاص، وإمكانية إرسال الرسائل الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية، وتقديم معلومات كاملة وفورية عن القضية التي تهم الشبكة الاجتماعية، وتسهيل عملية متابعة ما ينشر أو يبث في وسائل الإعلام أو على الواقع الإلكترونية عن القضية، وتوفير المعلومات للإعلاميين عن الكثير من القضايا التي تطرحها، ومساعدة القائمين على أمر هذه الشبكات في تجنيد المتطوعين للمشاركة في القضايا والفعاليات السياسية التي تهتم بها، وجمع التبرعات والحصول على الدعم المالي من المواطنين، وإمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، واكتساب المعارف الجدد والمتطوعين، كما يمكن اعتبارها منبراً جديداً للتعبير عن الذات، وهو ما يزيد ثقة الفرد في نفسه، فضلاً عن الرصيد الهائل من حرية التعبير عن الرأي دون الخوف من أي ملاحقة.

كما تساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم، وكذلك تقييد في تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف أو وجل، وكذلك تقييد في معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة، واكتشاف مواهب جديدة، كما يمكن أن تقييد في دعم القرارات مما يؤدي إلى نجاحها أو معارضتها، فضلاً عن مساهمتها في تحقيق التقارب النقافي مع المجتمعات الأخرى في العالم، واختصار المسافات الاتصالية مع مختلف أنحاء العالم والمساهمة في عولمة الرأي العام.

وقد مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكتنفهم هذه الوسائل من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكناً الحصول عليها من أماكن أخرى، أما بالنسبة



للمؤسسات فقد مكنتها هذه الوسائل من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى و حاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور.

أهداف الإعلام المعلوماتي:

تتعدد أهداف الإعلام وهي:

- الحاجة للحصول على معلومات، ومعرفة الأخبار والأحداث المختلفة.
- التسلية والاستمتاع والغرض الترفيهي.
- الدعاية والإعلان والتسويق.
- الإثارة.
- التعليم والتوعية والإرشاد.

وهذه الأهداف ليست نفسها بالنسبة لجميع حيث تختلف من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى.

وسائل الإعلام المعلوماتي:

للإعلام وسائل أو طرق يقوم من خلالها بنقل معلوماته المختلفة والمتنوعة هي:

- المقرؤة: وهي الجرائد والصحف والمجلات.
- المسموعة: الراديوهات.
- المرئية: التلفاز.



- السينما في بعض الدول تعد وسيلةً إعلامية؛ لأنّها تنقل من خلال أفلامها على فتراتٍ زمنيةٍ مختلفةٍ وضع وأخبار الناس خلال تلك الفترة بشكلٍ تقييفي وسردي ممتع.

ومع ثورة الاتصالات وظهور الشبكة العنكبوتية على الانترنت، وتطور وسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي، ظهرت أنواع الإعلام الأخرى كالصحافة الإلكترونية، التي قد تشتّر فيها الثلاث الرئيسة السابقة، وعرفت بالإعلام الرقمي، وهي: الفيس بوك، و"الواتس آب"، واليوتيوب، بوصفها أدوات تستخدم متصفحات رقمية مختلفة، وتمتاز بأنّها وسائل حديثة متقدمة، يمكن من خلالها وصول الرسالة الإعلامية أو الإعلامية لجميع العالم في وقت واحد، كما أنها تسهل عملية تبادل المعلومات، وتتوفر الوقت والجهد.

أنواع الإعلام:

للإعلام أنواعٌ تختلف حسب الغرض منها، فهناك الإعلام الرقمي الذي يعتمد على الفيديوهات والصور، والإعلام الإلكتروني الذي يقوم على المواقع الإلكترونية، والاتصال الجماهيري الذي يتوجه لجامعةٍ كبيرةٍ من الناس، والإعلام العسكري أو الحربي الذي يركز على نقل الأخبار العسكرية، والإعلام الاجتماعي الذي يركز على قضايا الناس، والعديد من الأنواع الأخرى.

الإعلام التقليدي:

هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة.

ولكن (أوتوجروت) الألماني يعرفه بأنه: " هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ، ولروحها وميولها



وأتجاهاتها في الوقت نفسه". وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يكون على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التدوير والتتفيق ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنسب إلى عقول الناس، وترفع من مستوىهم، وتنشر تعاؤنهم من أجل المصلحة العامة، حينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون. وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزيف والإبهام وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز، وتبيح شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل الفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة وحينئذ يتوجه إلى غرائزهم لا إلى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية، لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى والإعلام بالضلal.

وظائف الإعلام التقليدي:

يعلم الإعلام التقليدي على تقديم عدد من الخدمات للمجتمع، هدفها التبصير والتدوير والإقناع لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد مشتركاً مع التعليم في معناه العام. تتمثل الوظائف العامة التي تؤدي وسائل الإعلام التقليدية فيما يلي:

- وظيفة نشر الأخبار.
- وظيفة التنشئة الاجتماعية.
- وظيفة الترفيه.
- وظيفة تبادل آراء النقاش.
- وظيفة التعليم والتتفيق.



نشأة وتطور الإعلام التقليدي:

إن الشكل البدائي للإعلام هو "الشائعات" وبانقلالها بين أفواه الناس تتعرض دائماً للتغيير والتزايد والتحول والتبدل. وب بهذه الطريقة تحول الشائعات أحياناً إلى أسطورة وتختلط هذه الأسطورة بالتاريخ كما حد ذلك عند المؤرخين القدماء من أمثال "هوميروس". أما الفراعنة في مصر فقد سلکوا طريقاً آخر في الإعلام عدا الشائعات فكانوا يحرفون أوامرهم في المعابد والأحجار المنصوبة في الميادين، وتجاوزوا هذا الدور مرحلة الأوامر الملكية إلى مرحلة الأخبار العسكرية والرياضية ونحو ذلك.

وفي روما حاول قيصر أن يصرف أنظار المواطنين من المشكلات الحكومية إلى الأخبار الخاصة بالرياضة البدنية، فكان الجمهور الإغريقي يحتشد في الميدان العام، وإذا بالسابق الأول يظهر بينهم وهو يلهث من الأحياء بعد إذ قطع مسافة السباق التي بلغت ستة وثلاثين كيلومترات وكثيراً ما كان يلفظ النفس الأخير وهو يعلن هذه النتيجة.

ثم في القرن الخامس عشر للميلاد ظهرت دوافع جديدة غيرت من أشكال الإعلام، ومن أهم هذه الدوافع تقدم التجارة وفي البن دقية بنوع خاص. يحدثنا التاريخ أن التجار فيها كانوا بمثابة المحررين الأكفاء للأخبار بعد أن يجمعوها من أكثر بلاد البحر المتوسط.

ومضت البن دقية على هذا النظام حتى شهدت "جنون الأخبار" على طريقة "الجازنات" وقد سميت تلك النشرة ارت الإخبارية بهذا الاسم لأنها كانت تباع في البن دقية بقطعة نقود معدنية تسمى الجازيت.

وفزع البابا لويس الخامس من هذه النشرات، وأصدر في عام ١٥٦٩ م فراراً هاجم فيه صناع الأخبار لأنهم يشيعون القلق والاضطراب في وقت قويت فيه حركة



الإصلاح الديني، أو المعارضه الدينية التي حمل لواءها "مارتن لوثر" و"كلفن" وغيرها.

وفي ١٥٧٢ م أدان البابا "جريجوار" السابع حب الاستطلاع واعتبره خطيئة كبيرة ووضع العقوبات على قراء الأخبار أو الجازينات، حتى أن ناشراً إخبارياً قطع لسانه وفصم معصم يده اليمنى في أحد الميادين العامة جراء له على ارتكاب هذه الجريمة.

واستمر الحال على ذلك حتى الإعلام نفسه لثورات ثلات هي:

الثورة الإعلامية الأولى أو ظهور الطباعة:

ظهرت الطباعة بطبع الكلمات والصور والتصميمات فوق الورق أو النسيج أو المعادن أو أي طرق أخرى ملائمة للطبع فوقها، وتم بنسخ صور بطريقة ميكانيكية من خلال الطبع عن سطح بارز، فكان يتم قدماً الختم بالحجر وهذا يعتبر أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين والسموريين والأغواريين والأكاديين والحضاريات في سوريا القديمة وبلاط ما بين النهرين، وكان يستعمل للاستغناء عن التوقيع على المستندات والوثائق والمعاهدات أو كرمز ديني، وكانت الوسيلة الأولى اختام بيصم بها فوق الطين أو حجر يخدش أو ينقش سطحه كذلك كان حجرة دائيرية تغمس في الصبغة السائلة أو الطين ليطبع بها فوق سطح ناعم ومستوي لطبع ما كتب عليهما كصورة متطابقة عكسياً ومتقابلة كما في حضا ارت الجزيرة السورية، وتم استعمال الأختام الطينية المنقوشة بتصميم بسيط، منذ سنة ٥٠٠٠ ق م، وكانت تطبع على الأبواب المخصصة لحيازة وحفظ السلع واحتلت أشكالها كذلك التي وجدت مغطاة بنقوش الحيوانات أو بأشكال أو أسماء ملوكية.



وبين سنتي ٢٠٠٠ و ١٨٠٠ ق م، ازدهرت التجارة بين بلاد الرافدين والهند عبر الخليج وكان من بين أهم التجارات اختام العلامات الدائرية التي عرفت بالأختام الفارسية المهرة.

وهناك خلاف تاريخي حول من استعمل الطباعة لأول مرة بشكل واسع هل هم العرب أم الصينيين وترجع بعض الوثائق المطبوعة المكتشفة في "جيزة القاهرة" إلى القرن الثامن ميلادي نفس القرن الذي ظهرت به الطباعة في الصين، ووصلت صناعته إلى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد، ثم انتشر الورق في أوروبا بعد فتح العرب للأندلس، واستمرت الطباعة في الدولة الفاطمية خصوصاً لطباعة الأحرار والأذكار.

وبعد قرون قليلة اكتشف الألماني جوتبرج، طريقه لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل السبائك طورها لطباعة الأحرف مستخدماً آلة ضخمة لعصر النبيذ كمطبعة، نجح في تشغيلها عام ٤٣٦ م ومع بداية القرن ١٦، بدأت الصحافة الورقية المطبوعة تنشر في أمريكا وإنجلترا ومستعمراتها معلنة ميلاد الصحافة الجماهيرية.

وفي بداية القرن السابع عشر ولدت فكرة جمع الأخبار ومنذ الوقت قام أصحاب المطبع بطبع النشرات الاخبارية وظهرت أول صحيفة مطبوعة في بلجيكا قام بها أبراهام فير هوتن".

منعت السلطات العثمانية الطباعة بالحروف العربية لاعتبارها حروفاً مقدسة، ولكنها سمحت بها مرة أخرى، هذا وينذر المؤرخون بأن أول مطبعة عربية أنشئت في التاريخ الحديث قد أنشئت على يد الموازنة في لبنان سنة ١٦١٠ م وهي مطبعة "دير قرحايا" جنوب مدينة طرابلس وكانت تستعمل الحروف السريانية والعربية بينما استعملت مطبعة "دير مار يوحنا" الصائغ التي أنشأت التوثير في لبنان عام ١٧٣٣ م الحروف العربية وكان مؤسسها هو عبد الله زاخر أصله من حماه بسوريا.



وشهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين وكان من اسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم والتي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة كانت بحاجة إلى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود ما بين المنتجين والموزعين والمستهلكين.

الثورة الثانية: ظهور المخترعات:

أول آلة طباعة بمحرك (طباعة غير يدوية): أحدثت العديد من الاختراعات الجديدة ثورة في الاتصالات. وحدث تقدم مهم في الطباعة عام ١٨١١ م، عندما استخدم طابع الماني يدعى "فريدريك كوبينج" محركاً بخارياً لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة، وكان على المطبعيين أن يستمروا في وضع الحروف المطبوعة باليد، ومع ذلك فإن عملية الطباعة أصبحت أسرع مئات المرات واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة "كوبينج" لأول مرة في عام ١٨١٤، وم肯 هذا الاختراع "التايمز" وصحف أخرى من طباعة أعداد كبيرة بتكلفة قليلة، مما جعل بالإمكان توزيع الصحف على نطاق واسع.

كانت النقلة النوعية للاتصالات السريعة مع اختراع البرق الكهربائي الذي يرسل الرسائل عبر الأسلاك في ثوان، وقد صمم مخترعون في الدانمرك وألمانيا وبريطانيا وببلاد أخرى أجهزة برق متعددة خلال أوائل القرن التاسع عشر ميلادي. لكن كل هذه الأجهزة كان يعترض بها نقطتاً ضعف هما افتقارها لمصدر ثابت للكهرباء، وصعوبة استخدامها.

وخلال الثلاثينات من القرن التاسع عشر ميلادي، بدأ الرسام والمخترع الامريكي "سامويل مورس" العمل على جهاز كهربائي للبرق .وطور مورس وشريكه



"الفرد فييل" بعد سنتين من التجارب، جهاً از بسيطاً للبرق له مصدر ثابت من التيار ينبع بواسطة بطاريات ومغناطيس كهربائي. وكان الجهاز يرسل رسائل على هيئة نقاط وخطوط تسمى شفارت "مورس". وقام بتسجيل اختارعه في عام ١٨٤٠ م، ولأول مرة انتقلت الأخبار بسرعة الكهرباء، وبدأت الصحف تقريراً في الحال في استخدام (لغة ارف مورس) وفي الستينيات من القرن التاسع عشر ميلادي كانت خطوط البرق قد قادت بوصول أغلب المدن بعضها ببعض وأصبح البرق الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة.

الثورة الثالثة أو ظهور الوسائل الإعلامية الحديثة:

ان الصحافة هي التي منحت الاعلام كل هذا الانتشار، وبقي الحال على ذلك حتى حدثت الثورة الإعلامية الكبرى التي نعيشها الآن في هذا القرن، فقد ظهرت وسائل إعلامية جديدة منها: السينما والراديو والتلفزيون. وهذه الثورة الأخيرة لم تتم فصولها بعد.

وفي ٢٨ ديسمبر سنة ١٨٩٥، افتتحت أول دار للسينما في باريس. وبعد عامي ١٩٢٠ سمعت الإذاعات الأولى في كل من إنجلترا والولايات المتحدة وفي فرنسا. وفي الثالث من نوفمبر ١٩٢٥ صدرت أول صحيفة ناطقة في فرنسا أنشأتها محطة برج إيفل هناك.

وفي سنة ١٩٤٩ ظهر أول شريط تلفزيوني للأخبار أو بعبارة أخرى أول صحيفة تلفزيونية بالمعنى الصحيح وبهذه الطرق المتقدمة كلها ألغيت المسافات بين أجزاء العالم الذي نعيش فيه الآن واستطاع التلفزيون -بوجه خاص- أن يضيف الصوت إلى الصورة وأن يصل الجماهير بالأخبار فور وقوعها بحيث تشعر الجماهير أنها كانت مشتركة في هذه الأخبار أو الأحداث.



و هذه الثورة الأخيرة التي حدثت في ميدان الاعلام كانت ثورة اجتماعية الى جانب أنها ثورة فنية. ذلك أن الاستماع أو المشاهدة أصبحتا ظاهرتين من الظواهر الاجتماعية في العالم الذي نعيش فيه الآن.

ففي سوق الصحف والمجلات نستطيع أن نختار الصحيفة التي تلائم أذواقنا وأراءنا، ولكن أمام الراديو والتلفزيون سلبيان لا مختارين. ولا مفر من الاستماع أو المشاهدة الا بأن نضغط على زر كهربائي يقف به الجهاز الذي أمانا عن العمل فوراً.

آليات تطوير الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية

في العقود الأخيرة، صارت صناعة الإعلام تجارية ووجهة للسوق أكثر من أي وقت مضى. وأدت الزيادة في المنافسة إلى تراجع في المعايير المهنية والجور على المؤسسات الإعلامية في خدمة المصلحة العامة. وفي الوقت الذي تجذر فيه تأثير الربحية، أصبحت الهيئات الإعلامية تابعة بدرجة غير مسبوقة لمؤشراتها ومن ثم للإعلانات مدفوعة الأجر. هكذا دخلت شركات العلاقات العامة ووكالات الإعلان الكبرى إلى جانب الحكومات كعناصر ضغط أساسية على تلك الهيئات، بل صار اللاعبون السياسيون ومن يمتلكون مصلحة في النقاش العام يمتلكون مؤسساتهم الإعلامية وتصاغ السياسات الإعلامية لخدمة مصالحهم. تحت كل هذه الضغوط، أصبحت المؤسسات الإعلامية أكبر وأكثر قوة، وصارت اليد العليا للرسالة الإعلامية التي يسودها الانفعال والعاطفية وتسطيح الأخبار ، وهي ظاهرة يرصدها المشتغلون بالإعلام والرأي العام على حد سواء.

حديثاً بدأت مرحلة جديدة من التحول الديمقراطي في غالبية دول العالم خاصة الدول العربية بعد ما يسمى بالربيع العربي، من المفترض أن للإعلام عامة فيها دوراً محورياً. ومع افتتاح النقاش العام على مصراعيه في كل القضايا، فإن قضية تطوير



الأداء المهني وتحييد المصالح المرتبطة بالملكية لوسائل الإعلام باتت جزءاً لا يتجزأ من عملية التحول هذه ومن مسيرة بناء المجتمع السياسي الجديد.

وفي كل معركة سياسية أو خلاف اجتماعي كبير في البلاد توجه الاتهامات للهيئات الإعلامية وأحياناً ما يتم تحملها مسؤولية بعض التطورات غير المطلوبة. غير أنه من المؤكد أن أي اقتراب يتعرض لموضوع مهنية الإعلام على أنها شرط لحرفيتها هو اقتراب خطير وربما سلطي. الإعلام الحر فقط هو الذي يمكنه أن يكون مسؤولاً اجتماعياً، وقانونياً وسياسياً وهو المدخل لتطور المهنية، الذي بدوره يتحول لإحدى ضمانات المساواة والحرية والتمثيل العادل لقوى المجتمع في المجال الإعلامي.

استراتيجيات أساسية لتطوير الأداء المهني:

التنظيم القانوني:

الضوابط القانونية لممارسة الإعلام غاية في الأهمية، وعادة ما تحل مرتبة بارزة في تنظيم المهنة وفي الرقابة على مهنيتها. ففي المجتمعات التي تشق طريقها للديمقراطية فإن الضمانات الدستورية والقانونية لحرية الإعلام وضمان استقلاليته، وهو شرط لمهنيته ودوره في خدمة المصلحة العامة، أمر لا غنى عنه. فعلى الدستور أن يجرِم الرقابة ويحمي حرية التعبير وعلى القوانين أن تومن الوصول السهل للعلومات الحكومية، وتحمي الإعلاميين من إجبارهم على الكشف عن مصادرهم. كما ينبغي أن تضمن أيضاً الإدارة الشفافة والعادلة لصناعة الإعلام.

وحتى في ظل الديمقراطية، فإن الاستثناءات، التي قد لا يمكن تقاديمها، من حريات التعبير يجب أن ينص عليها صراحة في القانون. غير أنه لحفظ على أعمق وأشجع نقاش لشئون الناس العامة، فإن التجريم يجب أن يكون في أضيق الحدود ويقتصر على حالات محددة منها ما يهدد سلامة الأفراد مثلاً.



غير أن للتنظيم القانوني عيوبه. حتى التشريعات القانونية التي يمررها برلمان منتخب أو حكومة تحوز الأغلبية يمكن أن يؤذى الحريات ومن ثم يعوق المهنية. فالقانون قد يميز ضد الوحدات غير المملوكة للدولة خاصة في مجالات الترخيص والطباعة والتوزيع. كما أن الموقف من التافسية في أسواق الإعلان مثلًا له دور هام. كما أن القانون كمدخل لضبط المهنية الصحفية مثلًا قد يكون مدخلاً موارباً لتجريم الرأي ومحاصرة المعارضين. كما يمكن المدخل القانوني الحكومة أحياناً من استخدام سياسات انتقائية فيما يتعلق بحماية الحقوق الشخصية المتعلقة بقضايا السب والقذف مثلًا.

يزيد على ذلك أن التنظيم القانوني، بالإضافة لإمكانية استخدامه لتصنيف حرية الإعلام التي هي شرط ضروري لمهنيتها، غير قادر على تطوير أداء الصحافة واحترافيتها. فأي محاولة لفرض معايير على عمل الإعلاميين بحكم القانون ستؤدي بالضرورة لحد تحكمي من الحريات وتقييد لسريان المعلومات، ومن ثم تقييد المهنية والدور الاجتماعي.

التنظيم الذاتي:

التنظيم الذاتي للإعلام هو مفهوم واستراتيجية بدأت تشق طريقها كمنهج لتطوير الأداء المهني ومحاصرة انجازاته الاجتماعي المتزايد عالمياً. هذه الاستراتيجية هي مسعى مشترك من قبل العاملين بالهيئات الإعلامية لإعداد معايير تحريرية تطوعية والالتزام بها من خلال عملية تواصلية مع الجمهور. وعبر القبول بها فإن الإعلام المستقل يقبل نصيبيه من المسؤولية عن جودة ونوعية المجال العام للأمة بينما يحتفظ بشكل كامل بحركته الذاتية وهو يشكل رأي الجموع.

والتنظيم الذاتي، وهو استراتيجية بدأت توسع عالمياً بسبب الفشل القانوني الذي ينظم العمل الإعلامي من أعلى لأسفل، ليس رقابة ولا حتى ذاتية. فهو يتعلق بإرساء



مبادئ الحد الأدنى المتعلقة بالأخلاقيات الدقة والحرفيات الشخصية. الخ، وفي الوقت نفسه الحفاظ على الحرية الإعلامية فيما يمكن تغطيته من برامح وكيف يمكن تغطيته.

ترتبط هذه الاستراتيجية أيضاً إلى جانب التزام الهيئات الإعلامية طوعاً بمعايير معلنة تتضمن ميثاق شرف مهني ودليل للسياسة الإعلامية بتأسيس علاقة مع الشعب لمناقشتهم والتعامل مع شكاواهم مما ينشر بطريقة شفافة وعلنية. وهكذا ترتبط هذه الاستراتيجية بإنشاء نظام داخل كل هيئة إعلامية يختص بتلقي الشكاوى والرد عليها وتصحيح الأخطاء ورد المظالم.

إن أولى آليات التنظيم الذاتي هي مواثيق الشرف، التي تحدد مواثيق الشرف بشكل علني وظائف وحقوق وواجبات الإعلاميين ومن ثم توفر لهم مبادئ توجيهية لكيفية ممارسة مهنتهم بأفضل طريقة ممكنة. والهدف الرئيسي لهذه المواثيق واحد برغم تنوّع أسمائها: حماية استقلالية المهنة وخدمة الصالح العام.

اللاعبون الأساسيون وأدوارهم:

- **الهيئات الإعلامية:** في مقدمة اللاعبين الأساسيين تأتي الهيئات الإعلامية، التي تسعى لدعم مصداقيتها وتقليل أعباء التقاضي وتكليف الأخطاء المهنية، بالإضافة إلى توسيع مجالات عملها عبر خلق الصلات المباشرة مع المستفيدين ودعم صورتها لديهم. وفي هذا الإطار يمكن لها أن توسّس أنظمة التسبيير الذاتي داخلها أو على مستوى الصناعة بمبادرة طوعية منها.
- **المؤسسات السياسية والمجتمع المدني:** كالأحزاب والشخصيات العامة، وتعتبر المصدر الأساسي للشكاوى بفعل أن تغطيته أنشطتهم وموافقهم هي وظيفة لا غنى عنها للإعلام الجاد. ويمكن للمجتمع المدني أن يصبح شريكاً على نفس القدر من الأهمية بضم اتحادات أصحاب الأعمال والنقابات العمالية والمنظمات الأهلية والجمعيات الدينية بالإضافة إلى المواطنين الأفراد.



■ **النقابات الإعلامية:** في الحقيقة فإن دور النقابة ملتبس للغاية في التجربة العربية في بعض بلدان العالم العربي ما بين وظيفتها الأصلية كممثل لمصالح الإعلاميين في مواجهة الدولة وأصحاب العمل وبين كونها جهة ترخيص بمزاولة المهنة. لكن هناك ضرورة لفض هذا الاشتباك غير الصحي، وأول خطواته هو: السماح القانوني بحرية تأسيس النقابات على أن تعمل في ظل وظيفتها الأصلية وهي دفع المعايير المهنية كوسيلة لتطوير المهنة عموماً ومن ثم تحسين أحوال الإعلاميين. فواقع الأداء المهني يعلق من دورها عموماً ويحمي المهنة مما ينعكس على ممارسيها في نهاية الأمر. النقابة في هذا الإطار قد تلعب دوراً في خلق توافق بين الهيئة والعاملين بها على ميثاق مقبول للشرف الإعلامي، كما يمكن أن تمارس ضغطاً على الهيئة للانضمام إلى المنظومة الطوعية للتبسيير الذاتي. بالإضافة لذلك وكما حدث في التجربة الإندونيسية، يمكن للنقابة أن تضع نظاماً استرشادياً للتدريب والتطوير ومساعدة الهيئات على إنشاء قواعد للتوظيف وإدارات للتطوير والمراقبة الداخلية.

■ **الدولة:** هناك دور مساند يمكن أن تلعبه الدولة في إطار التنظيم الذاتي للإعلام. أهم ما يمكن للدولة فعله في هذا الإطار هو أن "تقول لا لسيطرة الدولة على المؤسسات الإعلامية". على الدولة أيضاً أن تضمن عدم تدخل الحكومات في شئون الإعلام وأن تؤمن تعديدية الهيئات وتمثيلها لكل شرائح المجتمع عبر مكافحتها للممارسات الاحتكارية في الصناعة.

الضرورة والإمكانية في العالم العربي:



مع التحول الديمقراطي الذي تشهده البلاد العربية ونمو المؤسسات الإعلامية الخاصة بلا تنظيم ولا أساس مهني سليم، تزيد الحاجة للتنظيم الذي لا يقمع الحريات في نفس الوقت. ومع أزمة الثقة الاجتماعية تجاه الإعلام يصبح من العملي، بل ومن المفيد لتوسيع دائرة المستفيدين أن يدعم أصحاب المؤسسات الإعلامية الحكومية منها والخاصة الآليات المختلفة لهذا النوع من التنظيم الذاتي، الذي يخدم المصداقية والصالح العام ومصالح الإعلاميين وقدراتهم واستقلاليتهم، ويخدم في الوقت نفسه توسيع قاعدة المستفيدين.

أخيراً: يرى الباحث أن مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولّدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو»، وعرفه البعض: «بأنه وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسوب الآلي في إنتاج وتخزين المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض»، ولم يستقر له تعريف واضح الدلالة بعد، رغم المحاولات الكثيرة، وتعدّت أسماؤه مثل: الإعلام الرقمي، الإعلام الشبكي، الوسائل السينمائية، إعلام المعلومات، إعلام الوسائل المتعددة ولاشك أن هذا اللون من الاستخدام للوسائل الإلكترونية، والذين يهتمون به ويبشرون أنه سيحل محل الإعلام القديم بكل وسائله، يرون أن خصائصه تحصر في التفاعلية التي تعني قدرة وسائل الاتصال الجديدة على الاستجابة لحدث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، وأن هذه الخاصية أضافت بعضاً جديداً هاماً لأنماط الإعلام الجماهيري الحالي، والتي تكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحف أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها وبالشكل الذي يريد، ثم غير الجماهيرية فهو فردي في المصدر والمستهلك، والتتنوع في عناصر العملية الاتصالية، والتكامل، وقابلية التحرير أو الحركة، تجاوز الحدود



الثقافية، تجاوز وحدتي المكان والزمان، والاستغراق في عملية الاتصال، بما تحتويه من عناصر.



التصنيفات:

رغم بريق هذا اللون من الإعلام إلا أن له سلبيات متعددة، منها:

- صعوبة الوثيق والتحقق من صحة وصدقية العديد من المعلومات.
- وضع ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين حجم ونوعية الوسائل الإعلامية وبين استعداد المتلقين لها فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- وتفتت دائرة التلقين وانتهاك حقوق النشر والملكية الفردية وارتكاب الجرائم الإلكترونية.
- ولذا فإننا نوصي الأفراد ومؤسسات المجتمع والحكومات بالتكافل للقضاء على هذه السلبيات ووضع التشريعات التي تقي المجتمعات منها.
- كما نرى ضرورة الاستفادة من مميزات الإعلام القديم الذي سيظل ولن يستطيع الإعلام الجديد القضاء عليه.
- كما نوصي الحكومات والدول بالتكافل للقضاء على ما يسمى بحروب المعلومات وهي الجيل الرابع من الحروب والتي تستخدمها بعض الدول في تحقيق مطامعها وأغراضها في القضاء على الشعوب.



المراجع:

- ١ - ابو العطا مجدي محمد: المرجع الاساسي لمستخدمي الانترنت، المكتبة العربية لعلوم الحاسب ٢٠٠٠م، القاهرة، مصر.
- ٢ - احسان محمد الحسن: مناهج البحث الاجتماعي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٥م الاردن.
- ٣ - احمد خليل الصالحي: فن الخبر الصحفي، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ٢٠١٥م.
- ٤ - أديب مروءة: الصحافة العربية نشأتها وتطورها، منشورات، دار مكتبة الحياة، بيروت لبنان ١٩٦١م.
- ٥ - اسماعيل ابراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع الهرم ١٩٩٨م، مصر.
- ٦ - اسماعيل محمود حسن: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع ١٩٩٨م، القاهرة، مصر.
- ٧ - انتراح الشال: الدش والانترنت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي المدينة برس القاهرة، مصر ٢٠٠٣م.
- ٨ - بشار عباس: العرب والانترنت والجوانب الاجتماعية، دار نشر، عكاظ، السعودية ٢٠٠٩م.
- ٩ - تيسير مشارقة: مدخل الى الدراسات الاعلامية، منشورات بيت القدس، رام الله، فلسطين دار الشروق ٢٠٠٢م، عمان، الاردن.
- ١٠ - جمال ابو شنب: نظريات الاعلام والاتصال، المفاهيم، المدخل النظري القضايا، دار المعرفة الجامعية، ٨٢٠٠٨م، القاهرة، مصر.



- ١١ - جمال العيفي: الثقافة الجماهيرية، كمنشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر .٢٠٠٣ م.
- ١٢ - حارث عبود، مزهر العاني: الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥ م.
- ١٣ - حارث عبود ومزهر العاني: الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان ٢٠١٥، الاردن.
- ١٤ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ٢٠٠٢، للنشر، القاهرة مصر.
- ١٥ - حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ٢٠٠٣ م القاهرة، مصر.
- ١٦ - حسين عبد الحميد واحمد رشوان: اصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة مصر ٢٠٠٦ م.
- ١٧ - درويش كمال، الخولي امين: اصول الترويج وآوقات الفراغ، مدخل العلوم الإنسانية، دار الفكر. العربي، مصر، ١٩٩٠ م.
- ١٨ - الدسوقي عبده ابراهيم: وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية تحليل نظري، دار الوفاء الدنيا الطباعة والنشر، مصر ٢٠٠٤ م.
- ١٩ - الدسوقي عبده ابراهيم: التلفزيون والتنمية، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية مصر ٢٠٠٤ م.
- ٢٠ - ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: اساليب البحث العلمي الاسس النظرية والتطبيق العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان -الاردن ٢٠٠٨ م.
- ٢١ - رضا عبد الواحد امين: الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر، القاهرة مصر، ٢٠٠٧ م.
- ٢٢ - سعود صالح كاتب: الاعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الاسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، ٢٠١١ م.



- ٢٣ - سعود صالح كاتب: الاعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق للنشر، جدة، السعودية ٢٠٠٣ م.
- ٤ - سيد ريان: الاعلام الجديد، دار الاهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، مصر ٢٠١٢ م.
- ٥ - شريف درويش اللبناني: مداخلات في الاعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت، دار العالم العربي للنشر، القاهرة، مصر ٢٠١١ م.
- ٦ - صابر فلحوط ومحمد البخاري: العولمة والتبادل الاعلامي الدولي، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا ١٩٩٩ م.
- ٧ - عادل همام عبود: الاعلام وتوجهاته المعاصرة، دار مجد للنشر والتوزيع، عمان،الأردن ٢٠١٤ م.
- ٨ - عاطف عدلي ونهى عاطف العبد: نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي القاهرة. مصر ٢٠٠٨ م.
- ٩ - عباس مصطفى صادق: مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية ورقة عمل: صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية. كلية الاعلام والاتصال، ابو ظبي، الامارات.
- ١٠ - عبد الرزاق الدليمي: التحرير الصحفي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان،الأردن
- ١١ - عبد العزيز شرف: مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر ١٩٨٩ م.
- ١٢ - عبد اللطيف حمزة: الاعلام اه تاريخه ومذاهبه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٢ م.
- ١٣ - عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت، دار الفجر للنشر، القاهرة مصر ٢٠٠٣ م.



- ٣٤ - عدلي سيد محمد رضا: *البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون*، دار الفكر العربي، القاهرة مصر، دون سنة النشر.
- ٣٥ - العربي عثمان محمد: *الإنترنت الانتشار والاستخدام*، دار المجد للنشر والتوزيع، تونس
- ٣٦ - عصام سليمان: *المؤتمر الدولي حول الاعلام الجديد لـ تكنولوجيا جديدة لـ عالم جديد*، منشورات جامعة البحرين، ٢٠٠٩ - البحرين.
- ٣٧ - علي بن هادية: *القاموس المدرسي*، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب ١٩٩١ م.
- ٣٨ - علي خليل شقرة: *الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)*، دار اسامه للنشر والتوزيع عمان، الاردن، ٢٠١٤ م.
- ٣٩ - غسان عبد الوهاب الحسن: *الصحافة التلفزيونية*، دار اسامه للنشر والتوزيع، عمان الاردن ٢٠١٣ م.
- ٤٠ - فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ١٩٩٢ م.
- ٤١ - فاروق ابو زيد: *فن الخبر الصحفي*، عالم الكتب للنشر، القاهرة، مصر.
- ٤٢ - فاضل البرانى: *اسس التحرير الصحفى والتلفزيون والالكترونى*، دار الكتاب الجامعى للنشر. الامارات العربية المتحدة، ٢٠١٥ م.
- ٤٣ - عبد الرزاق الدليمي: *التحرير الصحفي*، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، ٢٠١٢ م.
- ٤٤ - مرفت محمد كامل الطرايشي: *مدخل الى صحفة الاطفال*، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ٢٠٠٣ م.
- ٤٥ - محمود عزت اللحام، مروي عصام صلاح: *الاتجاهات الاعلامية الحديثة في الصحافة الدولية*، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ٢٠١٥ م.