

الإعلام بين الدور والوظيفة

أ.د. محسن ديبأى

الاستاذ المساعد لجامعة الأديان والمذاهب

م.م. فاطمة عبد العباس حسن لفته الزبيدي

طالبة ماجستير في جامعة الأديان والمذاهب

Fatima 1970@gmail.com

الملخص

الإعلام يُعتبر من أبرز الأدوات في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، ويلعب دوراً محورياً في المجتمعات الحديثة. يمكن تلخيص دوره ووظيفته في الدور الإعلامي حيث ان الإعلام ينقل الأخبار والمعلومات حول الأحداث المحلية والعالمية إلى الجمهور. كما يلعب دوراً هاماً في تثقيف الناس حول مواضيع متنوعة مثل الصحة، الحقوق، والسياسة. و يؤثر على الرأي العام من خلال تقديم وجهات نظر مختلفة حول القضايا المهمة، مما يساعد في تشكيل توجهات الجمهور وآرائهم. ويقوم بدور رقابي على السلطات والمؤسسات، مما يعزز من الشفافية والمساءلة. و يعمل على نشر المعرفة والمعلومات الأكاديمية والثقافية. كما يعتبر وسيلة هامة للترويج للسلع والخدمات، وبالتالي دعم الاقتصاد. بالإضافة إلى ذلك يقدم محتوى ترفيهي مثل الأفلام، البرامج التلفزيونية، والموسيقى، مما يساعد في الترويج عن الناس. ويسهم في تعزيز الاتصال والتواصل بين الأفراد والمجتمعات المختلفة يعيش الإنسان المعاصر في عالم اليوم في بيئة مشبعة بالوسائل الإعلامية، تتميز بالتعدد الهائل، والتنوع الكبير، وفي وسائل الإعلام المختلفة وللتعرف على وسائل الاعلام اذ. ان وسائل الإعلام، تصنف إلى أنواع رئيسية ووسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات و تعتبر أقدم وسائل الإعلام، وهي توفر أخباراً وتحليلات متعمقة، وتلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي. والوسائل السمعية والمرئية مثل والراديو كوسيلة سمعية تصل إلى جمهور واسع، خاصة في المناطق النائية، وتقدم برامج إخبارية، ترفيهية، وثقافية. والتلفزيون يوفر محتوى مرئي ومسموع، ويشمل نشرات الأخبار، البرامج الترفيهية، الثقافية، والتعليمية، وله تأثير كبير على الجمهور. اما وسائل الإعلام الرقمية فتتمثل في المواقع الإلكترونية التي توفر الأخبار والمعلومات في الوقت الحقيقي، وتشمل الصحف الإلكترونية والمدونات والمواقع المتخصصة. بالإضافة إلى وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ويوتيوب، التي تمكن المستخدمين من التفاعل الفوري مع المحتوى، وتبادل الأفكار والآراء. والبودكاست برامج صوتية يمكن تحميلها أو الاستماع إليها عبر الإنترنت، وتغطي مجموعة واسعة من المواضيع. اما وسائل الإعلام المتخصصة فيمكن اجمالها ب الإذاعات الرقمية التي تجمع بين مزايا الراديو التقليدي والإنترنت، وتتيح الوصول إلى المحتوى الإذاعي في أي وقت ومن أي مكان. والقنوات التلفزيونية المتخصصة التي توفر محتوى محدد

مثل الأخبار، الرياضة، الأفلام الوثائقية، أو الأطفال. وإخيرا وسائل الإعلام التفاعلية التي تشمل المنتديات والمجتمعات الإلكترونية في منصات للنقاش وتبادل الأفكار بين المستخدمين. والألعاب الإلكترونية التي تستخدم كوسيلة للترفيه والتثقيف، وتوفر تجارب تفاعلية. والتطبيقات الذكية التي تقدم خدمات إخبارية، تعليمية، وترفيهية، وتمكن المستخدمين من الوصول إلى المحتوى بسهولة وسرعة. في النهاية، يشكل هذا التعدد والتنوع في وسائل الإعلام بيئة غنية تتيح للإنسان المعاصر الوصول إلى المعلومات والمعرفة، مما يعزز من قدرته على التفاعل مع الأحداث والمتغيرات المحيطة به بشكل أكثر وعياً وفاعلية. الإعلام، بالتالي، ليس مجرد ناقل للأخبار بل أداة متعددة الأبعاد تساهم في تشكيل وعي الأفراد وتوجهاتهم، وتلعب دوراً حيوياً في بناء المجتمعات والديمقراطيات المعاصرة.

Media between role and function

Mohsen Debay

Assistant professor of public law

Abstract:

The media is considered one of the most prominent tools in shaping and directing public opinion, and it plays a pivotal role in modern societies. Its role and function can be summarized as the media role, as the media transmits news and information about local and global events to the public. It also plays an important role in educating people about various topics such as health, rights, and politics. It influences public opinion by presenting different viewpoints on issues. The task, which helps in shaping the public's attitudes and opinions. It plays a supervisory role over authorities and institutions, which enhances transparency and accountability. It works to disseminate academic and cultural knowledge and information. It is also considered an important means of promoting goods and services, thus supporting the economy. In addition, it offers entertainment content such as movies, TV shows, and music, which helps entertain people. It contributes to enhancing communication and communication between individuals and different societies. The modern person in today's world lives in an environment saturated with media, characterized by a huge multiplicity and great diversity in the various media and to learn about the media. The media are classified into main types: traditional media, such as newspapers and magazines, are considered the oldest media. They provide in-depth news and analysis, and play an important role in forming opinion. Audio and visual media, such as radio, are an audio medium that reaches a wide audience, especially in remote areas. It provides news, entertainment, and cultural programs. Television provides visual and audio content, including news bulletins, entertainment, cultural, and educational programs, and has a significant impact on the audience. Digital media is represented by websites that provide news and information in real time, and includes electronic newspapers, blogs, and specialized websites. In addition to social media such as Facebook, Twitter, Instagram, and YouTube, which enable users to instantly interact with content and exchange ideas and

opinions. Podcasts are audio programs that can be downloaded or listened to online, and cover a wide range of topics. As for specialized media, they can be summed up as digital radio, which combines the advantages of traditional radio and the Internet, and allows access to radio content at any time and from anywhere. And specialized TV channels that provide specific content such as news, sports, documentaries, or children. Finally, interactive media includes forums and electronic communities as platforms for discussion and exchange of ideas between users. Electronic games are used as a means of entertainment and education, and provide interactive experiences. Smart applications that provide news, educational, and entertainment services, and enable users to access content easily and quickly. In the end, this multiplicity and diversity of media constitutes a rich environment that allows the modern person to access information and knowledge, which enhances his ability to interact with the events and variables surrounding him in a more conscious and effective way. The media, therefore, is not just a transmitter of news but rather a multidimensional tool that contributes to Shaping individuals' awareness and attitudes, and playing a vital role in building contemporary societies and democracies.

المقدمة:

اولا: بيان المسألة

وظيفة الإعلام متعددة الأبعاد وتتجلى في العديد من الجوانب الأساسية التي تساهم في بناء وتطوير المجتمع. يمكن تلخيص وظائف الإعلام في نقل المعلومات والأخبار بتقديم المعلومات حول الأحداث الجارية، سواء كانت محلية أو دولية، مما يساهم في إبقاء الجمهور على اطلاع دائم. و تسجيل وتوثيق الأحداث والتغيرات التي تحدث في المجتمع والعالم. ونشر المعرفة والمعلومات حول مواضيع متنوعة مثل الصحة، الاقتصاد، البيئة، والسياسة. و تعزيز فهم الجمهور للقضايا الاجتماعية والثقافية الهامة، مثل حقوق الإنسان، التغير المناخي، والمساواة بين الجنسين.

ومن جانب التأثير وتشكيل الرأي العام يعمل على تقديم التحليلات عن طريق توفير تحليلات معمقة وتفسيرات للأحداث والقضايا الجارية، مما يساعد الجمهور على فهم الأمور بشكل أفضل. وتوجيه الرأي العام عن طريق التأثير على توجهات وآراء الجمهور من خلال تقديم وجهات نظر مختلفة وتحليلية حول القضايا المختلفة. بالإضافة إلى ذلك الرقابة والمساءلة عن طريق مراقبة السلطات في العمل كوسيلة رقابية على السلطات الحكومية والمؤسسات المختلفة، مما يعزز الشفافية والمساءلة. وفضح الفساد عن طريق كشف حالات الفساد وإساءة استخدام السلطة، مما يساهم في تعزيز النزاهة والمصداقية. وكذلك وظيفة عرض الفنون والثقافات المتنوعة، مما يعزز التفاعل الثقافي والفني.

وفي الامور الجانبية يستخدم في ترويج السلع والخدمات للمستهلكين، مما يساهم في دعم الاقتصاد. و نشر الرسائل الدعائية للأفراد والمؤسسات، مما يساعد في بناء العلامات التجارية وتعزيز سمعتها. توفير منصات للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، مما يعزز التفاعل الاجتماعي. تسهيل التواصل بين الثقافات والمجتمعات المختلفة، مما يعزز الفهم المتبادل والتعايش السلمي. بإجمال، فإن الإعلام يلعب دورًا حيويًا في تشكيل وتطوير المجتمعات، حيث يساهم في نقل المعرفة، الترفيه، الرقابة، والتأثير على الرأي العام بطرق متعددة ومتنوعة.

ثانياً: ضرورة البحث

البحث في الإعلام بين الدور والوظيفة يعد أمرًا ضروريًا لعدة أسباب هامة، تتعلق بفهم تأثير الإعلام على المجتمعات والديمقراطيات، وتحديد التحديات والفرص التي يقدمها. يمكن تلخيص أهمية البحث في هذا المجال في النقاط التالية:

فهم التأثير المجتمعي تشكيل يساعد البحث في فهم كيفية تأثير الإعلام على تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وكيفية تفاعل الجمهور مع الرسائل الإعلامية. و دراسة كيف تؤثر المحتويات الإعلامية على سلوك الأفراد وتوجهاتهم، سواء كان ذلك في مجال السياسة، الاقتصاد، أو القضايا الاجتماعية.الإعلام يلعب دورًا رقابيًا حاسمًا، والبحث في هذا الجانب يساعد في تعزيز الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات الحكومية والخاصة. دراسة دور الإعلام في كشف الفساد وإساءة استخدام السلطة يساهم في بناء مجتمعات أكثر نزاهة وعدالة.

من خلال هذه الدراسات والأبحاث، يمكن للإعلام أن يعزز من دوره ووظيفته في خدمة المجتمع وتحقيق الأهداف العامة المرجوة. البحث في هذا المجال يساهم أيضًا في مواجهة التحديات المستجدة وتحقيق توازن بين الحرية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً: اهداف البحث

يهدف البحث الى فهم دور الإعلام في تشكيل الرأي العام: دراسة كيفية تأثير وسائل الإعلام على معتقدات وآراء الجمهور.تحديد تأثير الإعلام على العملية الديمقراطية: فحص كيف يساهم الإعلام في تعزيز أو إضعاف الممارسات الديمقراطية.

رابعاً: سؤال البحث

ان سؤال البحث يتلخص في ماهو دور ووظيفة الاعلام؟

خامسا :فرضية البحث

يفترض بالباحثة ان تبحث في دور ووظيفة الاعلام.

المبحث الأول : وسائل الإعلام المقروءة، والمسموعة، والمرئية، والرقمية

كلمة "الإعلام" في اللغة العربية تعني الإخبار والإنباء، وهي مصدر الفعل "عَلِمَ".^(١) أمّا اصطلاحاً، تشير كلمة "الإعلام" إلى نقل المعلومات أو الأخبار أو الآراء أو البيانات في اتجاه واحد، من المرسل إلى المستقبل. يُعرّف الإعلام على أنه تقديم مختلف التوجيهات والآراء ودمجها مع البيانات والمعلومات المناسبة لتشكيل مادة إعلامية مؤثرة. كما يُعتبر الإعلام أداة تهدف أساساً إلى تزويد الناس بالمعلومات والأخبار الصحيحة والموثوقة، والتي تساهم في تشكيل رأي عام حقيقي يمكن من خلاله التعبير بشكل موضوعي عن الميول والاتجاهات.^(٢)

وسائل الإعلام، المعروفة أيضاً بوسائل الاتصال الجماهيري، هي مجموعة الأدوات التي تشكل المواد الإعلامية وتلعب دوراً أساسياً في نقلها وتوصيلها إلى الجمهور والناس بشكل عام. تُعتبر وسائل الإعلام وسائل لنشر الثقافة بأشكال متعددة، سواء كانت من خلال الصحافة، الراديو، التلفزيون، السينما، الإعلانات، أو الكتب، باستخدام تقنيات صناعية متقدمة تسهل نقل المعلومات وتوصيلها بسلاسة للجمهور. وفقاً لتعريف آخر، تُعبر وسائل الإعلام عن شكل من أشكال التواصل والتفاعل الاجتماعي، حيث تمثل عملية التفاعل بين الفرد والمجتمع لتلبية الحاجات المتنوعة، مما يجعلها ضرورة بشرية مستمرة.^٣ وسائل الإعلام تنقسم إلى ثلاثة أنواع رئيسية، وهي: الإعلام المقروء كالصحف والمجلات، الإعلام المسموع كالمذياع، والإعلام المرئي كالتلفزيون. في العصر الحالي، توسع نطاق وسائل الإعلام ليشمل تنوعاً كبيراً من الوسائل، سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة. يتضمن الإعلام المقروء الوسائل الإلكترونية، بينما يشمل الإعلام المسموع المحطات الإذاعية الأرضية والفضائية، والإعلام المرئي يتضمن البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية والإنترنت بالإضافة إلى كوابل الألياف البصرية.^(٤) وفيما يخص الإعلام الرقمي، فإنه يتجلى في المواقع على الإنترنت، والصحف الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك المنتديات، والمدونات، ومواقع الشبكات والتواصل الاجتماعي الشخصي، بالإضافة إلى المجموعات البريدية

لا يزال عدد وسائل الإعلام يتزايد ويتنوع يوماً بعد يوم، سواء من حيث الكم أو النوع، مما يجعلها تكاد تكون صعبة التصنيف، وهي تواصل النمو والتوسع، كمياً ونوعياً^(٥). لذلك سوف نقوم بتقسيم هذا المبحث على ثلاثة مطالب نتناول في المطلب الأول وسائل الاعلام المقروءة اما المطلب الثاني :وسائل الإعلام والمسموعة المطلب الثالث :وسائل الإعلام المرئي المطلب الرابع : الاعلام الرقمي.

المطلب الأول وسائل الاعلام المقروءة

تعد الصحف من وسائل الاعلام المقروءة وقد ذكرت في القرآن الكريم في قوله تعالى (إن هذا لفي الصحف الأولى صحف إبراهيم وموسى) وسائل الإعلام المقروءة تُعرف بأنها الوسائل التي تقدم المعلومات والبيانات والرسومات والرموز إلى الجمهور عبر النصوص المكتوبة، مثل الصحف اليومية والأسبوعية، والمجلات، والكتب، والمنشورات.^(٦) أهم وسائل الإعلام المكتوبة والمقروءة تتنوع، ومن بين هذه الوسائل:

الصحف أو الجرائد (بالإنجليزية: Newspapers): هي الوسيلة الأكثر شيوعاً من وسائل الإعلام المطبوعة. تتمتع الصحف اليومية والأسبوعية بشعبية كبيرة بين الجمهور، حيث بدأ استخدامها كوسيلة للتواصل منذ عام ١٨١٤م، حيث كانت تُستخدم لنشر النشرات الحكومية والأمنية. مع مرور الوقت، تطورت الصحف لتتيح للمعلنين نشر المعلومات والصور والبيانات. يتم تحديد حجم الإعلان في الصحيفة وفقاً لميزانية الشخص الذي يرغب في نشره. كما يمكن للجمهور اختيار الفئة التي يفضلونها من بين الصحف الأمنية، الرياضية، الاقتصادية، وغيرها من المجالات.^(٧)

المجلات (بالإنجليزية: Magazines): هي صفحات ورقية موضوعة داخل مجلد، تُعدّ واحدة من أشكال وسائل الإعلام المكتوبة التي تتيح للمعلنين نقل إعلاناتهم بتقنيات وأفكار جديدة، مستهدفين فئات محددة من الجمهور، حيث يمكن للقراء اختيار المجلة التي تتناسب اهتماماتهم.

النشرات الإخبارية (بالإنجليزية: Newsletters): هي ورقة تحتوي على إعلانات لمنتجات أو خدمات أو معلومات أخرى، تُوجه إلى فئة معينة من الجمهور بمساحة محدودة.

النشرات الإعلانية (بالإنجليزية: Flyer/ pamphlet): تعتبر أكثر شمولاً من النشرات الإخبارية، حيث تشمل حدوداً جغرافية وفئات أوسع، وتُوزع من قبل الأفراد والشركات والمنظمات، وتُستخدم للإعلان عن سلع أو خدمات أو للإعلانات الانتخابية وغيرها التي تستهدف فئة واسعة من الجمهور.^(٨) من خلال الكتيبات أو النشرات المفصلة (بالإنجليزية: Brochures): تعتبر أكثر تفصيلاً من النشرات الإخبارية، حيث تأتي على شكل ورقة مطوية بعدة طيات، وتحتوي على معلومات مفصلة عن المنتج أو الخدمة. أما المُلصقات (بالإنجليزية: Posters): تُعد من أشكال الإعلانات الخارجية، حيث تُوضع وتُلصق على الجدران وأماكن الاستراحات ومحطات الانتظار وغيرها من الأماكن العامة. تحتوي على معلومات مُختصرة تُجذب المارة لقراءتها بسهولة. وسائل الإعلام المقروءة تستخدم الورق والحبر والطابعة لعرض محتواها، وتتضمن الصحف والجرائد: تعد الصحف والجرائد التي تُصدر في كل دولة مثالاً واضحاً على دور الإعلام وأهميته في نقل الأخبار بأنواعها، سواء كانت عالمية أو إقليمية أو محلية. تحتوي الجريدة أو الصحيفة على محتوى مُعرض بطريقة إعلامية فنية يتضمن الأخبار والتحليلات والمقالات وآراء الأدباء والكتّاب، بالإضافة إلى الإعلانات. وتُصدر الجرائد دورياً، سواء يومياً أو أسبوعياً، وتعود تاريخ الصحافة إلى فترة قديمة، حيث بدأ نشر أول صحيفة في العالم في فرنسا عام ١٦٠٥م.^(٩) ومن المهم أن نذكر أن الجرائد والصحف تعد من بين أهم وسائل الإعلام، وتتمتع بقوة كبيرة في تأثيرها على تشكيل الرأي العام في المجتمعات، من خلال نشر آراء ومقالات وتحقيقات وصور متنوعة.^(١٠) المجلات تختلف عن الجرائد والصحف في شكلها ومحتواها، حيث تتكون من غلاف يشبه كتاباً، وتتضمن صفحات مخصصة للموضوعات والمحتويات المتنوعة. تبدأ المجلات بعرض الأخبار والمواضيع المتنوعة، ثم تتناولها بشكل تفصيلي وتعميقي. كما تحتوي على صفحات متخصصة تغطي مجالات مثل الموضة، الفن، الطعام، والأزياء. تصدر المجلات بشكل دوري، سواء شهرياً أو بتواتر آخر يحدده أصحابها. في عام ١٧٣١، تم إصدار أول مجلة في العالم في لندن، وكان اسمها "مجلة السيد" (بالإنجليزية: Gentleman's magazine).^(١١)

خصائص وسائل الإعلام المكتوبة والمقروءة تتميز بسمات فريدة تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام. تتيح للقارئ اختيار المحتوى الذي يناسب اهتمامه وميوله، مما يزيد من تفاعله مع المواد الإعلامية. يمكن للقارئ اختيار الوقت المناسب للقراءة، والعودة للمادة وقراءتها مرات عدة وفقاً لحاجاته واهتماماته. يمكن نقل الوسائل المكتوبة بسلاسة وحفظها بسهولة، مما يجعلها متاحة للاستفادة في أي وقت. تسمح بالوصول إلى المعلومات باستخدام حاسة البصر فقط، مما يسهل تجربة القراءة والاستيعاب. تتيح إمكانية تخصيص المحتوى لفئات معينة من الجمهور، مثل الصحافة المتخصصة أو الكتب، بالإضافة إلى القدرة على استهداف عامة الجمهور بشكل عام. يمكن تمويل الوسائل المكتوبة من مختلف الجهات، سواء كانت حكومية أو من مؤسسات كبيرة أو حتى من أفراد، مما يسهم في تعدد الرؤى والمنظورات المقدمة.

تلك السمات تجعل الوسائل المكتوبة والمقروءة أدوات فعالة في نقل المعلومات والثقافة، وتشكيل الرأي العام بشكل فعال في المجتمعات. (١٢). وسائل الإعلام المطبوعة تعتمد بشكل أساسي على التحرير اللغوي والتصميم الإيضاحي، بما في ذلك الرسومات، الرموز اللغوية، البيانات، الألوان، الصور، والأحبار، بالإضافة إلى الورق. يتطلب من المتلقي إتقان مهارات قراءة أساسية للاستفادة من المحتوى الإعلامي المقدم. وتحديات وسائل الإعلام المطبوعة تكمن في تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية مثل التلفاز والإذاعة على مكانتها في المجالات الترويجية والإعلانية. ومع ذلك، فإن الوسائل المطبوعة نجحت في الحفاظ على مكانتها بفضل تطوير آلياتها واستخدام تقنيات متقدمة والاستفادة من الثورة الإلكترونية. تمكنت الوسائل المطبوعة من مواكبة اهتمامات الشرائح المتعلمة بشكل أفضل من الوسائط الإلكترونية، نظراً لقلّة التكاليف الإنتاجية والمرونة في استخدامها في أي وقت ومكان، بالإضافة إلى توافق مضامينها مع الثقافة الشعبية. (١٣).

المطلب الثاني

وسائل الإعلام المسموعة

وسائل الإعلام المسموعة تشمل الراديو والبودكاست، إذ يتم نقل المعلومات والبرامج عبر الصوت تعتمد وسائل الإعلام المسموعة على الصوت لنقل المحتوى، سواء كان ذلك من خلال بث البرامج

المباشرة أو تسجيلها للاستماع في وقت لاحق يعد (جهاز الراديو) وسيلة تقليدية للإعلام المسموع، بينما ازدادت شعبية البودكاست مع تقدم التكنولوجيا، مما يتيح للمستمعين الوصول إلى محتوى متنوع في أي وقت ومن أي مكان^(١٤).

تتنوع محتويات وسائل الإعلام المسموعة بشكل واسع، إذ يمكن العثور على برامج إخبارية، حوارية، ترفيهية، تعليمية، وثائقية. البودكاست، بصفة خاصة كما ان وسائل الإعلام المسموعة لها الصدارة بين الوسائل الأخرى المستعمل في عملية التثقيف والترفيه والتعليم حيث أصبحت في متناول كل الناس في المدينة والقرية للتعليم والترفيه ولسماع الاخبار، فوسائل الإعلام المسموعة، مثل الراديو والبودكاست، قد أصبحت أدوات رئيسية لنقل المعلومات وتوفير الترفيه والتعليم بشكل واسع الانتشار، مما يتيح للناس في المدينة والقرية الوصول السهل والفعال إلى المحتوى الصوتي لتلبية احتياجاتهم المتنوعة^(١٥). شبكة الإنترنت (Internet) تُعتبر من بين وسائل الاتصال الحديثة، حيث تسمح بنشر وتوزيع البيانات والمعلومات بسرعة أكبر وعلى نطاق جغرافي أوسع مقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة التقليدية. تقدم الإنترنت للجمهور والقراء الوصول إلى الرسائل، والمعلومات، والبيانات التي يمكن العثور عليها في الصحف، والكتب، والمنشورات (وسائل الإعلام المطبوعة المقروءة). بالتالي، تمنح شبكة الإنترنت للشركات والمؤسسات فرصة لعرض ونشر محتوياتهم الإعلامية لمستخدمي الشبكة بشكل فعال. ، فضلاً عن مُستخدمي وسائل الإعلام التقليدية تتميز هذه الوسائل بالقدرة على نقل المعلومات بشكل سمعي، مما يتيح للجمهور الاستماع والتفاعل دون الحاجة للرؤية. تسهم في توفير محتوى متنوع، مثل الأخبار، والبرامج الترفيهية، والمحتوى التعليمي. تعزز وسائل الإعلام المسموعة التواصل والتفاعل بين المستمعين والمحتوى بشكل فعال.

المطلب الثالث

وسائل الاعلام المرئي

الإعلام المرئي، أو الوسائط المرئية، هو مصطلح يُشير إلى الوسائل التي تستخدم لنقل الرسائل الإعلامية والإعلانية بوساطة الصور والفيديو والتصوير، مثل التلفزيون والفيديو والوسائل المتعلقة بها.^(١٦)

وسائل الإعلام المرئية تشمل التلفزيون، الأفلام، الفيديوهات على الإنترنت، والمحتوى الرقمي الذي يعتمد بشكل رئيسي على العناصر البصرية. تعتبر قوية في نقل المعلومات والإيصال بشكل فعال للمشاهدين من خلال الصور والحركة. تسهم في توفير تجارب تفاعلية وترفيهية، وتؤدي دوراً مهماً في نقل الأخبار والمحتوى التثقيفي. كما ان وسائل الإعلام المرئية تتيح للجمهور فهم أفضل للمحتوى من خلال تقديم الرؤية الشاملة والتأثير العاطفي. كما تسهم في بناء هوية العلامة التجارية ونقل الرسائل بشكل فعال من خلال الصور والرسوم المتحركة. تعمل وسائل الإعلام المرئية كوسيلة قوية لنقل الإعلانات والترويج للمنتجات والخدمات. بشكل عام، تلعب دوراً حيوياً في تشكيل وجهة نظر الجمهور وبناء الوعي والفهم^(١٧). من بين مميزات وسائل الإعلام المرئية:

- فهم فوري: توفر صور ورؤية ملموسة تفهمها الجماهير بسرعة، مما يتيح نقل المعلومات بشكل فعال إيصال عواطف: القدرة على نقل المشاعر والعواطف بشكل أفضل من خلال التأثير البصري والصوتي^(١٨).
- تفاعلية: توفير تجارب تفاعلية من خلال استخدام الرسوم المتحركة والتقنيات المتقدمة.
- قوة الإقناع: قدرتها على إقناع الجماهير وتأثير سلوكياتهم واتخاذ قرارات استناداً إلى الرؤية البصرية.
- تأثير مهم على الثقافة: تشكل الأفلام وبرامج التلفزيون جزءاً كبيراً من الثقافة الشعبية وتؤثر في تشكيل وجدان المجتمع.
- وسيلة فعالة للترويج: تستخدم بشكل واسع في التسويق للمنتجات والخدمات بفعالية أكبر من خلال عرض المميزات بشكل مباشر^(١٩).
- التفاعل الاجتماعي: تشجع على المحادثات والتفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي، مما يعزز التفاعل بين المشاهدين^(٢٠).

الوسائط المرئية تُعتبر أساسية في نقل الرسائل بسرعة وفاعلية، وتسهم في تشكيل الوعي والتأثير على المشاهدين بشكل كبير. يُظهر ذلك بوضوح عندما نقارن بين المنشورات النصية وتلك التي تحتوي على صور أو مقاطع فيديو، حيث يتفاعل الناس ويعيدون نشرها بنسبة أعلى بكثير. هناك مجموعة واسعة من الوسائط المرئية التقليدية والحديثة التي تصل إلى جميع أنحاء العالم، مما يسمح للمتلقين من مختلف الأعمار والفئات بالتواصل معها. هناك العديد من وسائل الإعلام المرئية التقليدية والحديثة. والعديد من هذه الوسائل تصل بالفعل إلى كل بيت في العالم، ويمكن للمتلقين من جميع الأعمار والفئات التواصل معها. ومن أشهر وسائل الإعلام المرئية التي تستخدم منذ فترات طويلة: التلفزيون. الأفلام. الإعلانات المصورة. النبرات والإعلانات الخارجية. الإنفوجرافيك. وعند الحديث عن أشهر وسائل الإعلام المرئية التي تستخدم في التسويق والدعاية، سوف نجد الأنواع التالية: فيما يلي أنواع الوسائط المرئية التي يجب أن تستخدمها للقيام بتسويق فعال عبر الإنترنت^(٢١).

الفرع الأول : الصور

الصور تُعد من بين أكثر وسائط الإعلام المرئية شيوعاً وأهميتها، إذ يتم استخدامها بشكل واسع في الوقت الحالي على الإنترنت. تُسهم الصور بشكل كبير في جذب الانتباه وزيادة عدد المشاهدات. ووفقاً للعديد من الدراسات، يظهر أن الصور الجذابة والمقنعة تلعب دوراً هاماً في تعزيز المحتوى على الإنترنت وزيادة عدد المشاهدات بنسب تصل إلى ضعف عدد المشاهدات للمحتوى الذي لا يحتوي على صور.

من المهم عند استخدام الصور أن تختار صوراً مناسبة للمحتوى وتتناسب مع المنصة التي ستنشرها عليها. كما ينبغي مراعاة الشروط والمتطلبات المتعلقة بأبعاد وتفاصيل الصور، إذ تختلف هذه الشروط من منصة إلى أخرى^(٢٢).

الفرع الثاني :مقاطع الفيديو

يعد الفيديو العنصر الأساسي في معظم وسائل الإعلام المرئية، ويعد واحداً من أكثر العناصر جاذبية واحترافية. يُفضل من قِبَل العديد من مستخدمي الإنترنت مشاهدة مقاطع الفيديو، إذ تكون أكثر إثارة

وتساعد في نقل تفاصيل الأحداث أو تقديم منتجات بطريقة أكثر واقعية. نتيجة لانتشار التكنولوجيا، أصبح إنشاء مقاطع فيديو احترافية أمراً سهلاً حالياً باستخدام الهواتف الذكية وكاميرات الديجيتال المتاحة للجميع. فضلاً عن ذلك، أصبحت أدوات وبرامج تحرير ومونتاج الفيديو أكثر سهولة واحترافية^(٢٣).

إذا كنت تفكر في استخدام الفيديو في استراتيجيات التسويق، ستجد العديد من الأفكار التي يمكن اختيارها لتقديم محتوى إبداعي يناسب جمهورك. وبسهولة، يمكن نشر مقاطع الفيديو الخاصة بك عبر مجموعة من المنصات التي يستخدمها الجمهور بشكل يومي.

الفرع الثالث : الإنفو جرافيك

الإنفوجرافيك أو الرسوم التوضيحية لم تكن شائعة الاستخدام قبل ثورة التكنولوجيا التي أثرت بشكل كبير على جميع المجالات والأعمال في الوقت الحالي. أما اليوم، فقد أصبح هذا النوع من وسائل الإعلام والتسويق الرقمي في استخدام واسع، وذلك بفضل توفر العديد من الأدوات المميزة التي تساعد على إنتاج محتوى مبدع من هذا النوع^(٢٤).

تساعد هذه الصيغة من المحتوى الرقمي في متابعة وفهم المعلومات والبيانات الرئيسية بشكل بسيط وسهل. والشكل المجذب للاهتمام في تقديم هذا المحتوى يجعله مناسباً لمختلف الأنظمة والفئات المستهدفة من العملاء المحتملين بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تلعب الإنفوجرافيكات الاحترافية دوراً هاماً في توجيه آراء الجمهور العام، وزيادة الوعي حول قضايا معينة أو علامات تجارية أو أحداث^(٢٥).

وحسب العديد من الإحصائيات، فإن الإنفو جرافيك تتم قراءته ٣٠ مرة أكثر من المحتوى النصي الخالي من الصور. لهذا من المهم جدا الاعتماد على هذا الشكل من أشكال الإعلام المرئي وكذلك التسويق الرقمي^(٢٦).

الإعلام المرئي بجميع أشكاله ووسائله يمكن أن يحقق العديد من الفوائد لمستخدميه. وقدما كان يقال بأن الصورة تعادل ١٠٠٠ كلمة، وهذا ما ينطبق وأكثر على كافة وسائل الإعلام المرئي، والتي أصبحت تتفوق على الصور التقليدية التي كنا نعرفها. وإذا كنت تفكر في توصيل رسالتك الإعلامية أو التسويقية إلى الجمهور حالياً، فلا غنى عن وسائل الإعلام والترويج المرئية على

اختلاف صورها. وذلك لأنها توفر طرقاً رائعة لجذب الجمهور، وكذلك لجعل المحتوى الذي تقدمه أكثر إثارة وإقناعاً^(٢٧).

المطلب الرابع

الإعلام الرقمي

أبرزت التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال نمطاً إعلامياً جديداً يسمى الإعلام الرقمي " الافتراضي "، الذي استفاد من ثورة عالم الأنترنت، ليكون وسيلة حديثة لنقل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور على نطاق واسع، عبر مختلف وسائطه الاتصالية، لكونه منبراً للعديد من فئات المجتمع، فمن خلاله يتم تحرير موقفهم و التعبير عن آرائهم باستخدام الصور والأشكال والرسومات وكذا الفيديوهات، مع إمكانية التعليق على مختلف الأخبار و تفاعل مع مضمونها^(٢٨). وبالطبع يتفوق موقع YouTube في هذا الأمر، ولكن جميع المنصات الأخرى مثل Facebook و Instagram تقديم خيارات مهمة لعرض وتداول محتوى الفيديو^(٢٩).

نشأ الإعلام الرقمي نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية (الأنترنت) و تزايد استخدامها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الأنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية ، حينما كلفت وزارة الدفاع الامريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، و للتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلس بجهاز آخر في مدينة (منلو بارك) بواسطة خط هاتفي، اذ يستطيع الجهازان العمل معا في شكل نظام إتصال مغلق، كانت هذه التجربة جزءا من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية و مضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للإستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة^(٣٠).

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالإنترنت، والتي بدأت تقدم للناس عمليا ، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية^(٣١).

و بدأ ظهور الإعلام الرقمي ليشمل ظهور عدد من الصحف و المجلات الإلكترونية، والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقا عديدة للجمهور كونها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.

كما ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر و تكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الإعلام والاتصال، اذ ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسي، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام.

ويعرف الإعلام الرقمي هو مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل^(٣٢)).

يشهد الحقل الإعلامي الرقمي الجديد، تحولات وتطورات تزداد بين الحين و الآخر، هذه التحولات التي أفرزت للإعلام الجديد أدوات ووسائل عدة تزداد تنوعا ونمواً، بحيث يستخدم بعضها لخصائص البعض تقنيات ووسائل جعلت الفرد يتجول بينها باحثاً أو مرفها عن نفسه، ومن هذه الوسائل نذكر:

الفرع الأول : الصحافة الإلكترونية

شهد المجتمع المعاصر مع نهاية القرن العشرين تطورات سريعة في كافة جوانب الحياة الاقتصادية والامنية والتكنولوجية، ويعتبر مجال الإتصال والإعلام من أهم الجوانب التي تأثرت بهذا التطور، اذ ادت الحسابات الآلية و الأقمار الصناعية وخاصة الأنترنت دوراً مهماً في نقل المعرفة والمعلومات وكافة مواد الإتصال بين المجتمعات بشكل مباشر، في وقت قريب كانت الصحافة الورقية أو المكتوبة

تشكل المصدر الأول للمعلومات والأخبار لدى الجمهور إلى أن دخل مصطلح جديد إلى عالم الإعلام أطلق عليه " الصحافة الإلكترونية "، وأكتسب هذا النوع الجديد أهمية بالغة من ظهوره أوائل التسعينات من القرن الماضي، وتزايدت أهمية الصحافة الإلكترونية مع توالي الأعوام وانتشار الإنترنت وتضاعف أعداد مستخدميه فأصبحت غالب المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي تمتلك مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، لكن الجديد هو ظهور نوع جديد من الصحف غير التقليدية وهو ما عرف بالصحف الإلكترونية، والتي يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة^(٣٣).

وتعرف الصحافة الإلكترونية بأنها منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت، وتتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الإلكترونية في توفير المادة الصحفية (خبر، تعليق، مقال، تقرير، تحقيق...) على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية^(٣٤). كما تتميز الصحافة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نوردتها فيما يلي: الوصلات التشعبية، الإشارة إلى المواقع ذات صلة بالموضوع، أداة البحث في الموقع، وجود أرشيف للموضوعات و الأعداد السابقة، المباشرة والتحديث المستمر، التفاعلية^(٣٥).

الفرع الثاني : الإذاعة الرقمية

إن البث الإذاعي الفضائي يمثل ثورة في عالم الراديو، حيث يحوله من النظام التقليدي القائم على الموجات المتوسطة والقصيرة إلى عصر الفضاء، مرتبطاً بتكنولوجيا الاتصال الحديثة. يُمكن استعماله لنقل الإذاعة عبر القمر الصناعي مباشرة، دون الحاجة إلى محطات تكلفة عالية وتأثير محدود^(٣٦). الراديو الفضائي، أو راديو الأقمار الصناعية، أو راديو الاشتراك هو نوع من الأجهزة الرقمية التي تستقبل إشارات البث من الأقمار الصناعية. تغطي هذه الأقمار الصناعية مجالاً جغرافياً واسعاً يفوق تغطية البث الإذاعي التقليدي بأي حال من الأحوال. يتيح الراديو الفضائي للمستمعين متابعة البث في مناطق تغطيتهم بغض النظر عن موقعهم الجغرافي. يتم نقل الإشارات عبر نظام بث إذاعي رقمي مباشر، حيث يستقبل ملايين الأجهزة المجهزة بصغار الهوائيات المثبتة عليها مباشرة^(٣٧).

وظهرت المنظومة الجديدة للراديو الرقمي الفضائي من خلال شركة " وورلد سبيس " الأمريكية التي أسسها الدكتور نوح عزمي سماره بهدف إنشاء شبكة فضائية عربية تستطيع أن تغطي إفريقيا والشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية الوسطى باستخدام البث الرقمي، وحصولها هذه الشركة على موافقة الإتحاد الدولي للإتصالات السلكية واللاسلكية. ويتميز الراديو الفضائي بأنه مؤمن من التداخل والتشويش، كما أن عملية إختيار المحطة التي يراد الإستماع إليها لا يتم بتحريك المؤشر كما هو الحال في الاجهزة التقليدية، وإنما بتحديد رقم المحطة المعنية، كما تسعى هذه الوسيلة الإعلامية إلى تحقيق التنمية في عديد البلدان الفقيرة من خلال تخصيص بعض قنوات البيئة، الصحة، التعليم الجامعي^(٣٨)

الفرع الثالث : راديو الأنترنت

راديو الأنترنت هو عبارة عن برامج صوتية يتم بثها عبر توصيلات الأنترنت، وهو نظام لا يشبه طريقة البث التقليدية عبر الفضاء بواسطة الإشاعات الكهرومغناطيسية، هو خدمة إذاعية تبث عن طريق الشبكة و يمكن لي مشترك في الأنترنت القيام بها كما يمكنه الإستماع لي محطة موجودة على الأنترنت، يمكن لأي شخص أن يصبح مالكاً لمحطة إذاعية على الأنترنت، حتى وإن كان مركزها في منزله. كل ما يحتاجه هو أن يكون لديه صوت يمكنه من خلاله نقل رسالته، وموارد إذاعية وجهاز كمبيوتر. تعتبر محطات الإذاعة على الأنترنت مستقلة تماماً عن المحطات التقليدية، وتعتبر وسيلة بث متخصصة تقدم خدمات متنوعة مثل الأخبار، الرياضة، البرامج الحوارية، الموسيقى، والمواد الصوتية الأرشيفية. الإذاعة عبر الأنترنت تعبر الحدود بسهولة، مما يتيح للمستمعين في جميع أنحاء العالم الوصول إلى خدماتها، على سبيل المثال، يمكن لشخص في أوروبا أو أفريقيا أن يستمع إلى محطة إذاعية أسترالية دون أي صعوبة.^(٣٩)

الفرع الرابع : التلفزيون الفضائي الرقمي

يعد البث الرقمي نقلة مفصلية في تاريخ التلفزيون لأنه أنهى عصر ندرة البث الإذاعي والتلفزيوني أو محدوديته التي ميزت البث التناظري من جهة، وفتح الأبواب على مصارعها من جهة أخرى،

لاستثمار الطاقات التي تحملها المواعمة التقنية التي سمحت ببث المادة الإعلامية أو الثقافية أو التعليمية ذاتها عبر العديد من المحامل و الشاشات: التلفزيون، الكمبيوتر، الهاتف، جهاز dvd المحمول، جهاز ipad انطلاقا من قاعدة أن ال وسائط المتعددة ليست دمجا للوسائط، بل إنها تكامل الوسائط المختلفة لإنتاج مادة تلتقي فيها أنماط الإتصال المختلفة باستثمار طاقتها التوصيلية والتعبيرية والجمالية^(٤٠).

ولقد أحدثت شبكة الأنترنت تغييراً كبيراً في الوضع الاقتصادي و الاجتماعي و الإعلامي في التلفزيون الكلاسيكي حيث أصبحت شريكه في بث مواده السمعية و البصرية بشكل مباشر live streaming أو إعادة بثها، ففي هذا الصدد يمكن التأكيد أن قناة mbc الأمريكية هي أول قناة عرضت برامجها على شبكة اليوتيوب. كما برزت الأنترنت كفاعل جديد في مجال البث السمعي البصري، وهذا ما يثبتته تزايد عدد القنوات التلفزيونية التي تبث عبر شبكة الأنترنت، بجانب الشركات الاقتصادية ، والمؤسسات الإدارية، والهيئات الثقافية والاجتماعية والامنية والمهنية التي أصبحت تبث شرائط الفيديو في مواقع الأنترنت لغايات تجارية وتواصلية ونضالية^(٤١).

إليك بعض مزايا التلفزيون الرقمي:

- يوفر سهولة في التخطيط وإمكانية استخدام شبكات أحادية الموجة، مما يسمح ببث البرامج من مواقع متعددة على نفس الموجة، الأمر الذي لم يكن متاحاً في التلفزيون التناظري.
- يقدم خدمات وسائط متعددة تشمل الصوت، الصورة، البيانات، والنصوص.
- يوفر خدمات تفاعلية متعددة مثل البريد الإلكتروني، الأنترنت، وخدمات التفاعل مع البرامج.
- يتيح مجموعة واسعة من القوالب والبرامج المختلفة.
- يوفر صورة عالية الوضوح.
- - يلغي الحدود بين الكمبيوتر والتلفزيون، مما يسمح باستخدام التلفزيون الرقمي لأداء وظائف كمبيوترية والعكس بالعكس.^(٤٢).

الفرع الخامس: الشبكات الاجتماعية

تعد مواقع الشبكات الاجتماعية، من أبرز أنواع وأشكال الإعلام الرقمي، فقد ساهمت التطورات التقنية التكنولوجية بإنجازات هائلة غير مسبوقة في مجال وسائط ووسائل الإتصال وكانت شبكات التواصل الاجتماعي أولى تلك الإنجازات والتي فتحت بعداً جديداً في عمليات الإتصال التفاعلي، فالشبكات الاجتماعية هي تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف بل الملايين من الأفراد، الذين يمكنهم تكوين صداقات، ومشاركة صورهم وملفاتهم، كما يمكن تكوين الجمعيات والأحزاب، وتنظيم الحملات الإلكترونية^(٤٣)، وأبرز هذه الشبكات نذكر:

- المنتديات les forums : تعد واحدة من بين تطبيقات الإعلام البديل ووسيلة من وسائل المشاركة والتفاعلية التي أتاحتها شبكة الأنترنت و المنتديات تتعدى مجالاتها، كالمنتديات الأدبية والاقتصادية وغيرها، فهي موقع يلم شمل الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة لتبادل ومناقشة مختلف المواضيع التي يتم طرحها في المنتدى^(٤٤).
- موقع الفيس بوك faecbook: هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر إستخداما وتأثيرا على مستوى العالم، كما يعرف على أنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات من حول أنفسهم وإهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم و لذلك فإن الهدف من هذا الإختراع هو جعل العالم مكانا أكثر إنفتاحا^(٤٥).
- التويتير twitter: يعد موقع التويتير واحد من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي أسسه إيفان ويليامز، إذ يعد هذا الموقع من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية، وهو موقع تدوين مصغر، كما يمثل تويتير شبكة معلومات آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة وإكتشاف " ماذا يحدث الآن " حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور^(٤٦).
- المدونات (Blogs): هي وسائط إنترنت ظهرت مع تطور الويب، وتعد شبكاتاً لإدارة محتويات متنوعة تعكس اهتمامات صاحبها المعروف بالمدون أو البلوجر (Blogger). تتضمن المدونات

تدوينات تُرتب من الأحدث إلى الأقدم، مما يتيح التفاعلية والتصفح السهل، وإمكانية الحفظ والاسترجاع بفضل نظام الأرشفة. استخدمت المدونات مؤخرًا في مختلف المجالات مثل الأمن، والاجتماع، والاقتصاد، والأدب، وأيضًا في المجال البيئي. ومن الملفت للنظر هي المدونات التي تتبنى الأسلوب الصحفي في تقديم محتوياتها. (٤٧).

المبحث الثاني : الإعلام بين الدور والوظيفة

إن للأعلام دوراً يتنوع بين توفير المعلومات والترفيه، ويمتد إلى توجيه الرأي العام والمشاركة في تشكيل الوعي الجماهيري. وظائفه تشمل نقل الأخبار بموضوعية، وتحليل الأحداث، وتثقيف الجمهور، وتعزيز قيم المجتمع. إلى جانب ذلك، يؤدي الإعلام دورًا حيويًا في مراقبة السلطات والتعبير عن وجهات النظر المتنوعة. وفي العصر الرقمي، أصبح الإعلام أيضًا وسيلة لتبادل الآراء والتفاعل الاجتماعي (٤٨). لذا إن دور الإعلام يمتد من نقل المعلومات إلى تشكيل الرأي والتأثير في التحولات الاجتماعية والثقافية. في الأزمات السياسية والأمنية، يقوم دور الإعلام بتوفير معلومات دقيقة وشفافة للجمهور، مساهمًا في توجيه الرأي العام وتحقيق التواصل الفعال. أما في مجال نشر ثقافة التسامح، فنقوم المؤسسات الإعلامية بتعزيز قيم التسامح والتعايش من خلال بث برامج توعية وتحفيز الحوار البناء (٤٩). تحقيق هذه الأهداف يعتمد على تحرير المعلومات بشكل مهني وموضوعي، وتوجيه الجهود نحو تشجيع التواصل بين مختلف الفئات المجتمعية. فضلاً عن ذلك، يمكن للإعلام أن يلعب دورًا حيويًا في تعزيز التوافق وفهم الآخر، مساهمًا في بناء مجتمع يسعى للتسامح والتعايش السلمي. وتعتبر المؤسسات الإعلامية نموذجاً هاماً في تحقيق هذه الأهداف، حيث يجب أن تكون لديها مسؤولية إيجابية تجاه المجتمع. يمكن أن تسهم في تنوير الرأي العام حول قضايا التسامح من خلال تسليط الضوء على التجارب الناجحة ونماذج الاندماج الثقافي. علاوة على ذلك، يمكن للإعلام تشجيع المناقشات المفتوحة حول قضايا التسامح وتعزيز التواصل بين مختلف الثقافات والأديان. استخدام وسائط التواصل الاجتماعي بشكل فعال يمكن أن يكون وسيلة لنشر رسائل التسامح والتعايش الإيجابي. باختصار، يعتبر الإعلام النموذج في بناء مجتمع يستند إلى قيم التسامح والتفاهم، وهو أداة قوية لتشكيل وجهة نظر الجمهور نحو مجتمع متنوع ومتسامح (٥٠).

المطلب الأول: دور الإعلام في الأزمات السياسية والأمنية

وسائل الإعلام تلعب دورًا حيويًا في الأزمات السياسية والأمنية، نظرًا لقدرتها على التأثير في أفراد المجتمع، حيث تُعد المصدر الأساسي والرئيسي لإصدار المعلومات. في الظروف الاستثنائية والطارئة، مثل الأزمات السياسية أو الأمنية، يصبح الإعلام المصدر الرئيسي للحقائق والمعلومات بالنسبة للأفراد. بالإضافة إلى ذلك، يعتبر الإعلام أداة للسيطرة على أفراد المجتمع من خلال تأثيره فيما يتلقونه من معلومات. (٥١).

الإعلام الأمني يشمل النوع من الإعلام الذي ينقل معلومات مهمة وشاملة تتعلق بالأحداث والحقائق والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره. يُعتبر إخفاء هذه المعلومات أو التقليل من أهميتها نوعًا من التعتيم الإعلامي. ومن ناحية أخرى، يُعد المبالغة في تقديمها أو إبراز أهميتها بشكل مفرط نوعًا من الدعاية التي تخدم أجندات محددة.

يقوم الإعلام الأمني بنقل الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة والحقيقية التي تصدر عن المؤسسات الأمنية، وتُثبت عبر وسائل الإعلام المختلفة، بهدف التوعية والإرشاد وتحسين صورة المجتمع في نظر أفرادها. يهدف هذا إلى تحقيق تفاعل إيجابي بين المؤسسات الأمنية والجمهور، وذلك ضمن سياسات الدولة وقوانينها. (٥٢).

لذلك، يُمكن تعريف الإعلام الأمني على أنه الأداة الحكومية التي تستخدم للسيطرة والتأثير على المجتمع من خلال رسائل إعلامية موجهة خلال الأزمات السياسية والأمنية. وبالتالي، يُمكن تحديد أهم ملامح الإعلام الأمني في النقاط التالية: (٥٣):

١. إعلام متخصص يعمل على إحاطة الجمهور بالمعلومات والحقائق التي تمس أمن المجتمع واستقراره.

٢. إعلام متعاون مع المؤسسات الحكومية يساهم في تحقيق أهدافها وغاياتها وذلك في إيصال ما تريد إيصاله لأفراد المجتمع .

٣. إعلام متوافق مع سياسة الدولة ولا يتعارض معها، يدعم المصالح الوطنية ويحافظ على استقرار المجتمع وأمنه، ويقف بوجه الإعلام المغرض الذي يحاول تهديد المجتمع عبر ما يبثه من معلومات هدامة وأفكار منحرفة (٥٤).

وظيفة الإعلام تكمن في معالجة الأحداث والظواهر السلبية والأزمات الاجتماعية والسياسية، وغيرها من التحديات التي يواجهها المجتمع. يحتاج المجتمع العراقي في الوقت الحالي إلى برامج إعلامية تسعى إلى تعزيز قيم المحبة والأخوة والمسامحة والمصالحة بين أفرادها. هذه البرامج يجب أن تتجنب التحريض والتطرف، وتشجع على قبول الآخرين.

وسائل الإعلام تعمل كمرشح للمعلومات التي يتلقاها الجمهور، وكيفية تفسير الأزمات من خلال التركيز على القضايا التي قد تؤثر على السياسة العامة وتنفيذها. يمكن للإعلام أن يؤدي دوراً مباشراً في تغيير وجهات نظر الناس وتوجيههم نحو التفاعل الإيجابي مع الأحداث.

باستخدام رسائله، يمكن للإعلام أن يؤثر بشكل مباشر في نشأت وتفتت العناصر المسببة للأزمة، مما يقوض قوتها ويخفف من حدتها. كما يمكن للإعلام أن يلعب دوراً في توجيه اتجاهات الفرد وتوحيد المجتمع للتعاون في مواجهة التحديات. هذا يساهم في تحفيز التعاون وتوجيه الجهود نحو مواجهة الأزمة، مما يزيد من فرص نجاح الاستجابة لها^(٥٥).

وتعمل وسائل الإعلام أيضاً على مواجهة الأكاذيب والشائعات التي قد تنتشر في فترات الأزمات، بهدف تطمين الجمهور. تقوم هذه الوسائل بمناقشة وتقييم الأحداث، وتحليل ما حدث للكشف عن الجوانب الإيجابية والسلبية، واستخلاص الدروس المستفادة من الأزمة، فضلاً عن توجيه الاهتمام نحو كيفية التعامل مع تلك الأزمات^(٥٦).

تعكس تلك السياقات الواقعية التي مر بها المجتمع العراقي، والتحديات التي يواجهها اليوم بمختلف جوانبها ووجوهها. ومن هنا يظهر أهمية التصدي لتلك التحديات والوقوف بوجهها، وذلك من قبل مؤسسات المجتمع بشكل عام، والمؤسسات الإعلامية بشكل خاص. ويجب على المؤسسات الإعلامية أن تكون قوية في التصدي لتلك الأزمات، إذ تمتلك المؤهلات والقدرات الضرورية لمواجهة التحديات، مما يساهم في تعزيز مفهومها وأيديولوجيتها، وتأديتها الوظيفية بكفاءة ومصداقية. ويُشدد على أهمية وسائل الإعلام كنظام اجتماعي، إذ تعمل على تعزيز التماسك الاجتماعي في المجتمع. كما تسعى إلى إيجاد السبل الملائمة لإعادة بناء الوحدة بين أفراد المجتمع، وتوحيد صفوفهم، وتشكيل رأي عام تجاه جميع القضايا التي تواجه المجتمع. فوسائل الإعلام تُعد سلسلة متكاملة ومتراصة من الجهود الرسمية والمجتمعية، تعمل جاهدة في المحافظة على سلامة المجتمع^(٥٧).

يُمكن تلخيص الفكرة في النص بالشكل الآتي:

تشير الوسائل الإعلامية خلال الأزمات والظروف الاستثنائية إلى دورها في توجيه آراء الجمهور نحو الأزمة المتعلقة، سواء كانت حقيقية أو مفتعلة. في حالة الأزمات الخارجية، يؤدي الرأي العام دوراً داعماً ومؤازراً لسياسة الدولة والحكومة. أما في حالة الأزمات الداخلية، يجب على وسائل الإعلام التصرف بحذر، إذ ينبغي أن تكون جهودها موجهة نحو حل الأزمة بدلاً من تصعيدها، خاصة إذا كانت الأزمة تشكل تهديداً لكيان واستقرار النظام الاجتماعي برمته، مما قد يؤثر بشكل كبير على تماسك المجتمع ووحدته الوطنية^(٥٨).

المطلب الثاني

المؤسسات الإعلامية نموذج لنشر ثقافة التسامح في المجتمع.

الإعلام يلعب دوراً بارزاً في حياة المجتمع المعاصر، نظراً لقدرته الفائقة على نقل الأخبار والمعلومات. يعتمد الكثيرون على وسائل الإعلام في سياق العمليات السياسية والاجتماعية والثقافية، خاصةً عندما يرغبون في نشر أفكار معينة بين أوساط المجتمع. وتعتمد نجاح هذه العملية على طبيعة المجتمع نفسه.^(٥٩)

أصبحت المؤسسة الإعلامية جزءاً أساسياً من البنية الاجتماعية للمجتمعات الديمقراطية الحديثة، حيث تسهم ليس فقط في إبلاغ الأفراد عن أحداث وأخبار مجتمعهم المحلي، بل أيضاً في نقل مستجدات العالم لهم.^(٦٠) مع التطور البارز في الصناعة والتكنولوجيا، ووسائل نقل المعلومات مثل التلفاز والأقمار الصناعية والمحطات الفضائية وشبكة الإنترنت، أصبحت هذه الوسائل توفر فرصاً واسعة للاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع. هذا التطور أدى إلى تنوع وسائل المؤسسات الإعلامية في الوقت الحاضر، مما جعلها مساهماً فعالاً بشكل كبير في توجيه أفراد المجتمع نحو المحتوى الإعلامي، نظراً لتأثيرها العميق في نفوسهم.^(٦١) منذ ظهور الصحافة المطبوعة، تطورت هذه الوسائل بشكل كبير من النصوص المقروءة إلى الوسائط المسموعة ثم المرئية، حتى أصبحت لا غنى عنها في حياة الناس. توفر الصحافة للقراء والمستمعين والمشاهدين باقة متكاملة من المعلومات، تتنوع بين تفاصيل الصراعات الدولية والمعلومات الدقيقة حول الطقس والمناخ. بالإضافة إلى ذلك، تقدم

الصحافة المواد الفنية الإبداعية والمحتوى الترفيهي، الذي يؤثر على قيم ومفاهيم أفراد المجتمع بشكل عميق^(٦٢).

بناءً على أهمية دور الإعلام في مواجهة الظواهر السلبية والمشكلات المجتمعية المختلفة، نركز على دوره الفعال في مواجهة ظاهرة العنف بكافة أشكالها ومستوياتها. يتمثل هذا الدور في إلقاء الضوء على أسباب ونشأة العنف، والعوامل المؤثرة فيه، وآثاره، والتجارب الناجحة المحلية والإقليمية والعالمية في التصدي لهذه الظاهرة.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للإعلام أن يلعب دورًا كبيرًا في استحضار الرأي العام وكسب تعاطفه مع قضايا المجتمع التي تعاني من تداعيات العنف. كما يقوم الإعلام بدور محوري في تقديم المعلومات والحقائق والجوانب الخفية لهذه الظاهرة، وهذا يساعد كل من صانعي السياسات والبرامج والمسؤولين عن التشريعات ذات الصلة بمكافحة العنف، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر^(٦٣).

المؤسسة الإعلامية قد ساهمت بشكل كبير في زيادة الوعي لدى أفراد المجتمع تجاه ظاهرة العنف، سواء كانت اجتماعية أو دينية، من خلال البرامج التثقيفية والتوعوية. هذه البرامج ساهمت في رفع مستوى الوعي بأسباب العنف الناتجة عن عوامل داخلية وخارجية، مما أدى إلى تعزيز المهارات الوقائية لدى الأفراد وتبني التدابير الاحترازية لمواجهة العنف.

تمكنت هذه البرامج أيضًا من تمكين الأفراد من اتخاذ إجراءات ملموسة لمعالجة الحالات المتعلقة بالعنف، باستخدام أساليب تصرف مناسبة وفق المبادئ الإسلامية والإنسانية. ولقد ساهمت هذه البرامج في نشر روح التسامح والإخوة بين أفراد المجتمع، وتعزيز الحوار وقبول الآخر بناءً على قيم العدل والإنسانية^(٦٤).

السؤال المطروح هو إلى أي حد يسهم الإعلام في نشر ثقافة التسامح والمقاومة للعنف بين أفراد المجتمع، وكذلك إلى أي حد تخدم وسائل الإعلام المجتمع، وما هو تأثير المجتمع على المؤسسة الإعلامية ووسائلها المختلفة، وكيف يمكن للإعلام أن يكون أداة للمراقبة والنقد والاستقصاء، ويعزز التوازن داخل الأنظمة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في المجتمع؟^(٦٥).

ومن هنا يطرح التساؤل عن دور المؤسسة الإعلامية في المجتمعات، خاصة في نشر ثقافة التسامح، والحوار، والديمقراطية، والوعي السياسي، وحقوق الإنسان، وثقافة الاختلاف والتعددية والتنوع. يتجلى هذا التأثير في العلاقة التفاعلية بين المجتمع ووسائل الإعلام، حيث يؤثر المجتمع بشكل عام والمجتمع المدني بشكل خاص في وسائل الإعلام ويتأثر بها، وهذا التفاعل يعكس تبادلية التأثير بين الطرفين.^(٦٦) في ظل التحديات والظروف الاستثنائية التي تحيط بالمجتمع العراقي، والمؤامرات التي تحاك ضده، يقع على عاتق وسائل الإعلام العراقية مسؤولية كبيرة تتمثل في عدة جوانب:

١. تقديم المضمون الثقافي والفكري الذي يعزز ثقافة التسامح ويعمل على ترسيخها، مستلهمًا من الوسطية التي يحملها الدين الإسلامي الحنيف.
 ٢. التخفيف من عوامل الاختلاف في الثقافة التي أثرت نتيجة لعوامل داخلية وخارجية، مما أدى إلى اضطراب في التركيب الثقافي لدى أفراد المجتمع.
 ٣. التقليل من التفرعات الثقافية الفرعية، لأن اليوم نشهد تفتتًا للثقافة الأم إلى عدة ثقافات، مما يعرف بالتفكك الثقافي الذي يؤثر سلبًا على النظام الاجتماعي في فقدانته لأصالته ووحدته.
- يزداد أهمية المجتمع المدني كلما كان قويًا وفعالًا ومشاركًا في الأحداث المحيطة، حيث يتسع دور وسائل الإعلام لتغطية هذه الأحداث والفعاليات. تصبح المؤسسات الإعلامية في المجتمع بمثابة منابر للحوار والنقاش من أجل صياغة قرارات سليمة وحكم رشيد.
- ساهم انتشار العولمة وثورة المعلومات والاتصالات والمجتمع الرقمي، بالإضافة إلى توفر المعلومة وسهولة الوصول إليها، في تعزيز فكرة المجتمع المدني في الوطن العربي ونضوجها.^(٦٧)
- المجتمع، الذي يتألف من مختلف التنظيمات والفعاليات، يهدف إلى تقاسم السلطة مع الدولة، مستندًا إلى مبدأ أن عهد الدولة المستبدة والدكتاتورية قد انتهى. يتمثل دور المجتمع في خلق توازن بين القوى الاجتماعية، بالإضافة إلى إيجاد فضاء مستقل يسهم في إنتاج قيم العدالة والمساواة والحرية. يعتبر المجتمع المدني فضاءً للحرية، مكونًا من شبكة من العلاقات المبنية على الاختيار والافتتاح والحرية، مما يمنح الأفراد القدرة على النشاط الطوعي الحر.^(٦٨)

لنشر ثقافة التسامح، نحتاج إلى مؤسسات إعلامية ووسائل اتصال تؤمن بالمجتمع والمتقف العضوي والقيم المجتمعية الأصيلة. يجب أن يكون المشرف على المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال مؤمنين

بفكرة التسامح والثقافة المدنية، وأن يسعوا لتحقيق رسالة تصب في مصلحة المجتمع بأسره، وليس وراء الإعلانات والريح السريع أو خدمة أصحاب النفوذ السياسي والمالي. تعد المؤسسات الإعلامية أدوات لتنمية الثقافة المدنية، نشرها، تقويتها، والتصدي لثقافة العنف، التطرف، الإقصاء، الفردية، والمادية ورفض الآخر. فوسائل الاتصال الجماهيري هي الحليف الاستراتيجي للمجتمع المدني والأداة الضرورية لتحقيق مبادئه وقيمه. ^(٦٩). محتوى وسائل الاتصال الجماهيري يمثل الغذاء الروحي والفكري والعقلي للثقافة المدنية المبنية على فكر التعايش السلمي مع الآخرين. أداء هذه المؤسسات في المجتمع يُعد سلوكًا مدنيًا يعزز المجتمع وثقافته. في نهاية المطاف، يجسد المجتمع المدني وعيًا وثقافةً وقيمًا ومبادئ تُترجم إلى سلوك وعمل يومي يعزز روح الجماعة والمصلحة العامة..

الخاتمة :

الإعلام يعد من أهم الأدوات التي تشكل المجتمعات وتؤثر على الرأي العام والسياسات. من خلال دوره في نقل الأخبار، التثقيف، الترفيه، والرقابة، يمكن للإعلام أن يعزز من الشفافية والمساءلة، ويدعم القضايا الاجتماعية، ويعمل كجسر للتواصل بين الثقافات. ومع ذلك، فإن التحديات التي تواجه الإعلام في العصر الرقمي، مثل انتشار الأخبار المزيفة وفقدان الثقة، تتطلب استجابة مستمرة وتحسينات دائمة في الأداء والممارسات.

أولاً : النتائج

١. تأثير قوي على الرأي العام : يلعب الإعلام دورًا كبيرًا في تشكيل وتوجيه الرأي العام من خلال تقديم معلومات وتحليلات حول القضايا المختلفة.
٢. دور رقابي فعّال : يسهم الإعلام في مراقبة السلطات وكشف الفساد، مما يعزز من الشفافية والمساءلة في المجتمع.
٣. تحول في الوسائل والتقنيات : التكنولوجيا الرقمية غيرت من طبيعة وسائل الإعلام وأدت إلى ظهور منصات جديدة للتواصل والتفاعل.
٤. تحديات جديدة : تواجه وسائل الإعلام تحديات مثل انتشار الأخبار المزيفة وفقدان الثقة بين الجمهور، مما يتطلب تطوير استراتيجيات جديدة لمواجهتها.

٥. فرص جديدة : توفر البيئة الرقمية فرصاً جديدة لوسائل الإعلام للوصول إلى جمهور أوسع وتقديم محتوى أكثر تنوعاً وتفاعلية.

ثانياً : التوصيات

١. تعزيز الأخلاقيات المهنية : يجب على وسائل الإعلام تعزيز الالتزام بالأخلاقيات المهنية لضمان تقديم معلومات دقيقة وموثوقة.

٢. التدريب والتطوير المهني : توفير برامج تدريبية وتطوير مهني مستمر للإعلاميين لمواكبة التطورات التكنولوجية والمهنية.

٣. مكافحة الأخبار المزيفة : تطوير استراتيجيات وتقنيات للتحقق من صحة الأخبار والحد من انتشار المعلومات الكاذبة.

٤. تعزيز الشفافية والمساءلة : تعزيز دور الإعلام في مراقبة السلطات وكشف الفساد من خلال توفير بيئة عمل تدعم الصحافة الاستقصائية.

٥. الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية : تشجيع وسائل الإعلام التقليدية على التكيف مع التحولات الرقمية واستغلال الفرص التي توفرها المنصات الرقمية الجديدة.

٦. دعم التفاعل الثقافي والاجتماعي : استخدام الإعلام لتعزيز التفاهم والتواصل بين الثقافات المختلفة ودعم القضايا الاجتماعية الهامة.

٧. إشراك الجمهور : تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات التعليقات لزيادة الثقة والمصداقية.

من خلال هذه التوصيات، يمكن للإعلام أن يواصل دوره الحيوي في المجتمع بشكل فعال ومسؤول، مستفيداً من الفرص الجديدة ومواجهاً التحديات بمرونة وكفاءة.

المصادر :

١. أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين (ت ٣٩٥هـ)، مقاييس اللغة ، المحقق: عبد السلام محمد هارون، دار المشرق، الطبعة الثانية، ٢٠١١.

٢. إياد هلال الدليمي، نظام الإتصال والإعلام الدولي ، دار الفكر المعاصر، ٢٠١٣.

٣. تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام ، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، الجزائر، ٢٠١٣.
٤. جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الإعلام وتطورها ، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد ٤٦، الكويت ١٩٩٤.
٥. جميل عبدالله محمد المصري، العالم الإسلامي: وقضايا المعاصرة ، دار المشرق، ٢٠١٨.
٦. جان بورغيس، جون هارتلي، أكسل برونز، إعلام جديد.. تكنولوجيا جديدة ، دار المعارف، بغداد، ٢٠١٨.
٧. خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة ، رسالة ماجستير، جامعة منتوري كلية الإعلام، الجزائر.
٨. سامي محسن، أحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم النفس الإعلامي ، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٠، الطبعة الأولى.
٩. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي ، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٢٠.
١٠. سليمان الطعاني، مميزات وسائل الإعلام المكتوبة والمقروءة والمرئية التي تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام ، الوجيز في التربية الإعلامية، الجزء الأول.
١١. سمية باشا، واقع البث الإذاعي الرقمي دراسة وصفية ، دار الكتب.
١٢. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية ، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٨٠.
١٣. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد ، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، ٢٠١١، الطبعة الأولى.
١٤. عامر عبد زيد، من أجل أخلاقيات التسامح في ظل ثقافة اللاعنف ، بغداد، بيت الحكمة، ٢٠١٠.
١٥. عبد الله علي الزلب، مدخل إلى الإعلام الجديد .
١٦. عبد العزيز بن سلطان الضويحي، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات ، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٣.

١٧. عبد النبي عبد الله الطيب، مهارات الاتصال الفعال، دار المناهل، بغداد، ٢٠١٦.
١٨. عبد الرحمن المطيري ومحمد عواد، الشراكة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الأمنية، المنشاوي للدراسات والأبحاث، الرياض، ٢٠٠٨.
١٩. علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، دار الكتب، بغداد، ٢٠١٣، الطبعة الأولى.
٢٠. علي عبد الفتاح، الصحافة الإلكترونية العربية، دار الياوربي.
٢١. علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة الاجتماعية، دار الفرقان، القاهرة، ٢٠١٤.
٢٢. عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الواحد والعشرين، الدار المصرية اللبنانية.
٢٣. عثمان محمد الدليمي، التواصل الاجتماعي، دار المشرق، العراق، الطبعة الأولى، ٢٠١١.
٢٤. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، ٢٠٠١.
٢٥. محمد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩.
٢٦. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، ٢٠٠٧، القاهرة.
٢٧. مكايي حسن عماد، مستقبل الإذاعة في عصر البث الفضائي، دار المشرق، بيروت، ٢٠٠٦.
٢٨. هاني إسماعيل رمضان، معايير مهارات اللغة العربية للناطقين بغيرها، دار الفجر، العراق، ٢٠١٨.
٢٩. وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، دار السلام، العراق، ٢٠١٤.
٣٠. ياس البياتي، دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية، دار الحكمة للنشر والطباعة، بغداد، ١٩٩٠.
٣١. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد ١٥، عمان، جامعة عمان الأهلية، ٢٠٠٣.
٣٢. د. نواف عدوان، الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبث الأجنبي المباشر، مجلة الإذاعات العربية، العدد (١)، تونس، ١٩٩٦.

٣٣. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية ، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، القاهرة.
٣٤. حسنين شفيق، التدريب الإعلامي عبر الإنترنت ، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١.

الهوامش

- (١) أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسين (ت ٣٩٥هـ)، مقاييس اللغة، المحقق: عبد السلام محمد هارون، دار المشرق، الطبعة الثانية، ٢٠١١، ص ٧٣
- (٢) تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، الجزائر، ٢٠١٣، ص ١٥، ١٦، ١٧.
- (٣) تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام، المصدر السابق، ص ٢٢
- (٤) إياد هلال الدليمي، نظام الإتصال والإعلام الدولي، ٢٠١٣، دار الفكر المعاصر، ص ١٢٢.
- (٥) فرج الكامل، بحوث الاعلام والرأي العام، تصميمها و اجزاؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، ٢٠٠١، ص ٨٨
- (٦) سامي محسن، احمد عبد اللطيف ابو سعد، علم النفس الاعلامي، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٠، الطبعة الأولى، ص ٢٧٩.
- (٧) ياس البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية ، دار الحكمة للنشر والطباعة ، بغداد ١٩٩٠. ص ١٦٦.
- (٨) إياد هلال الدليمي ، نظام الإتصال والإعلام الدولي، المصدر السابق، ص ١٢٥.
- (٩) جميل عبدالله محمد المصري، العالم الإسلامي: وقضايا المعاصرة، دار المشرق ، ٢٠١٨ ، ص ١٩٤.
- (١٠) المصدر نفسه ، ص ١٩٩.
- (١١) صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، ٢٠١١ الطبعة الأولى، ص ٢٢.
- (١٢) ياس البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية، المصدر السابق، ص ١٧٠.
- (١٣) خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة رسالة ماجستير ، جامعة منتوري كلية الاعلام، الجزائر ، ص ٦٠، ٦١.
- (١٤) ياس البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية ، ص ١٩٤.
- (١٥) جميل عبدالله محمد المصري، العالم الإسلامي: وقضايا المعاصرة، ص ٢٠٥
- (١٦) سليمان الطعاني مميزات وسائل الإعلام المكتوبة والمقروءة والمرئية التي تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام ، الوجيز في التربية الإعلامية، الجزء، الاول، الصفحة : ص ١٩
- (١٧) جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، المجلة العربية للعلوم الانسانية، العدد ٤٦، الكويت ١٩٩٤. ص ٦٥.
- (١٨) هاني إسماعيل رمضان، معايير مهارات اللغة العربية للناطقين بغيرها، دار الفجر، العراق ، ٢٠١٨، ص ١٠٥.
- (١٩) هاني إسماعيل رمضان، معايير مهارات اللغة العربية للناطقين بغيرها، المصدر السابق، ص ١١٠
- (٢٠) دكتور عبد الله علي الزلب، مدخل الى الإعلام الجديد، ص ٢٤

- (٢١) جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، المصدر السابق، ص ٦٨.
- (٢٢) جان بورغيس ، جون هارتلي ، أكسل برونز إعلام جديد.. تكنولوجيا جديدة، دار المعارف، بغداد- ٢٠١٨، ص ٢١.
- (٢٣) محمد عبد الحميد؛ الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، ٢٠٠٧، القاهرة، ص ١٥١ - ١٥٣.
- (٢٤) هاني إسماعيل رمضان، معايير مهارات اللغة العربية للناطقين بغيرها، المصدر السابق، ص ١١٢.
- (٢٥) دنواف عدوان، الانعكاسات الثقافية والاجتماعية للبحث الاجنبي المباشر، مجلة الاذاعات العربية ، العدد (١)، تونس ١٩٩٦م. ص ٥٦.
- (٢٦) جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد ٤٦، الكويت ١٩٩٤. ص ٦٥.
- (٢٧) جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، المصدر السابق، ص ٧٠.
- (٢٩) وسام كمال ، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي دار السلام، العراق، ٢٠١٤ ، ص ٢٩.
- (٣٠) المصدر نفسه ، ص ٣٣
- (٣١) عبد النبي عبد الله الطيب ، مهارات الاتصال الفعال، دار المناهل، بغداد ، ٢٠١٦ ، ص ١٢٥
- (٣٢) عبد النبي عبد الله الطيب ، مهارات الاتصال الفعال ، المصدر السابق ، ص ١٢٤-١٩١
- (٣٣) رضا عبدالواجد أمين؛ الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، القاهرة، ص ٩٣.
- (٣٤) علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة الاجتماعية، دار الفرقان ، القاهرة، ٢٠١٤، ص ١٢٢
- (٣٥) مكاوي، حسن عماد ، مستقبل الاذاعة في عصر البث الفضائي، دار المشرق، بيروت ، ٢٠٠٦ ، ص ١٣٣
- (٣٦) مكاوي، حسن عماد ، المصدر السابق، ص ٢٤
- (٣٧) علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة الاجتماعية، المصدر السابق ، ص ٢٠٣
- (٣٨) سمية باشا، واقع البث الاذاعي الرقمي دراسة وصفية، دار الكتب، ص ١٢٤-١٩١.
- (٣٩) علي عبد الفتاح ، الصحافة الالكترونية العربية، دار الياوربي ، ص ١٢
- (٤٠) سمية باشا، واقع البث الاذاعي الرقمي دراسة وصفية، المصدر السابق، ص ١٢٤
- (٤١) علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة الاجتماعية، دار الفرقان، ٢٠١٤، ص ١٢٢.
- (٤٢) مكاوي، حسن عماد ، مستقبل الاذاعة في عصر البث الفضائي، ص ١٩٤.
- (٤٣) محمد احمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع . ٢٠١٩، ص ١٤٣.
- (٤٤) مكاوي، حسن عماد ، مستقبل الاذاعة في عصر البث الفضائي المصدر السابق ، ص ٢٤.
- (٤٥) عادل عبد الغفار ، الاذاعة في القرن الواحد والعشرين ، الدار المصرية اللبنانية، ص، ١٣٣.
- (٤٦) علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل ، دار الكتب، بغداد ، ٢٠١٣ ، الطبعة الأولى. ص ٢٨١.
- (٤٧) عثمان محمد الدليمي، التواصل الاجتماعي، دار المشرق، العراق، الطبعة الأولى ، ٢٠١١ ، ص ٢٩١
- (٤٨) عبد النبي عبد الله الطيب، مهارات الاتصال الفعال، دار المعارف، القاهرة، ٢٠١٦ ، ص ٢١
- (٤٩) المصدر نفسه، ص ٣٣

- (٥٠) زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجله التربوية، العدد ١٥، عمان، جامعة عمان الأهلية، ٢٠٠٣، ص ٣٢.
- (٥١) عامر عبد زيد، من أجل أخلاقيات التسامح في ظل ثقافة اللاعنف، بغداد، بيت الحكمة، ٢٠١٠، ص ٥٧ - ٨٥.
- (٥٢) عبد العزيز بن سلطان الضويحي، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ٢٠٠٣، ص ٣٧.
- (٥٣) عبد العزيز بن سلطان الضويحي، نفس المصدر، ص ٣٨.
- (٥٤) عبد النبي عبد الله الطيب، مهارات الاتصال الفعال، ص ٢٢.
- (٥٥) عبد العزيز بن سلطان الضويحي، مصدر سابق، ص ٥٤.
- (٥٦) علي محمد رحومة، الانترنت والمنظومة الاجتماعية، المصدر السابق، ص ٢٤.
- (٥٧) عبد الرحمن المطيري ومحمد عواد، الشراكة بين وسائل الإعلام والمؤسسات الأمنية، المنشاوي للدراسات والأبحاث، الرياض، ٢٠٠٨، ص ٩.
- (٥٨) جمال جاسم المنيشي، نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الاعلام وتطورها، المصدر السابق، ص ٦٧.
- (٥٩) سمية باشا، واقع البث الاذاعي الرقمي دراسة وصفية، المصدر السابق، ص ٨٧.
- (٦٠) عامر عبد زيد، من أجل أخلاقيات التسامح في ظل ثقافة اللاعنف، بغداد، بيت الحكمة، ٢٠١٠، ص ٥٧ - ٨٥.
- (٦١) شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٨٠، ص ٧٩.
- (٦٢) حسنين شفيق، التدريب الاعلامي عبر الانترنت، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٣٦١.
- (٦٣) سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٢٠، ص ٨٠.
- (٦٤) حسنين شفيق، التدريب الاعلامي عبر الانترنت، المصدر السابق، ص ٧٨.
- (٦٥) محمد جواد زين الدين المشهداني، برنامج علاقات عامة لتنمية قيم التسامح وثقافة الحوار مع الآخر، ص ٥٣٥ - ٦٣٥.
- (٦٦) شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، المصدر السابق، ص ٢٤.
- (٦٧) عامر عبد زيد، من أجل أخلاقيات التسامح في ظل ثقافة اللاعنف، بغداد: بيت الحكمة، ٢٠١٠، ص ٥٧ - ٨٥.
- (٦٨) حسنين شفيق، التدريب الاعلامي عبر الانترنت، المصدر السابق، ص ٧٧.
- (٦٩) زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجله التربوية، العدد ١٥، عمان، جامعة عمان الأهلية، ٢٠٠٣، ص ٣٢.