

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام و الإتصال



مذكرة بعنوان:

صناعة البرامج الوثائقية البيئية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد
دراسة مقارنة بين فيلمي بيتنا وتحديات البيئة الخضراء

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والإتصال
تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

عبد الحكيم الحامدي

إعداد الطالبة:

شيماء جعفري

أعضاء لجنة المناقشة

| | | |
|--------------|------------|--------------------|
| رئيسا | جامعة جيجل | |
| مشرفا ومقررا | جامعة جيجل | عبد الحكيم الحامدي |
| مناقشا | جامعة جيجل | |

السنة الجامعية : 2020 - 2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين حمدا يليق بجلال وجهه و عظيم سلطانه، على ما وهبنا إياه من رعاية و توفيق دائمين

أتقدم بخالص شكري و موفور امتناني لأستاذي القدير المشرف " عبد الحكيم الحامدي " الذي منحني الثقة و الاهتمام و ساعدني في بحثي، ووجهني إلى اتباع الأسلوب الصحيح و المناسب إلى كل ما هو نافع فيه ، فقد كان نعم المشرف و الموجه و المساند لي؛ بفعل آرائه السديدة في البحث، و صبره معي حتى انتهائي منه.

فكل الشكر و كل الشكر لأستاذي الفاضل، مفعم بالتقدير و الاعتراف بالفضل و الجميل، و مشاركته لي في تعزيز أفكارني ، و إجاباته على استفساراتني و دعمه الدائم لي.

و أشكر كل الأساتذة الأفاضل الذين لم يخلوا عليا بالمعلومات التي أحتاجها، و الأجوبة الشافية لأسئلتني جميعها.

فهرس المحتويات

فهرس الموضوعات

| الصفحة | فهرس المحتويات |
|--|---|
| | البسمة |
| | الشكر والتقدير |
| أ-ب | مقدمة |
| الجانب النظري | |
| الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة | |
| 18-17 | 1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها |
| 19-18 | 2- فرضيات الدراسة |
| 19 | 3- أسباب اختيار الموضوع |
| 19 | 4- أهمية الدراسة |
| 20-19 | 5- أهداف الدراسة |
| 27-20 | 6- الدراسات السابقة |
| 28 | 7- مجال الدراسة المكاني و إطارها الزمني |
| 29-28 | 8- تحديد مفاهيم الدراسة |
| 31-29 | 9- نوع الدراسة و المنهج المستخدم |
| 31 | 10- أدوات جمع البيانات |
| 33-31 | 11- مجتمع البحث وعينة الدراسة |
| 37-34 | 12- المقاربة النظرية للدراسة |
| 37 | 13- صعوبات الدراسة |
| 38 | 14- خلاصة الفصل المنهجي |
| الفصل الثاني: ماهية الفيلم الوثائقي | |
| 40 | 1- مدخل للفيلم الوثائقي |
| 44-40 | 2- مفهوم الفيلم الوثائقي: لغة / اصطلاحا |
| 46-45 | 3- نشأة الفيلم الوثائقي |

| | |
|---|---|
| 51-46 | 4- أنواع الفيلم الوثائقي |
| 52-51 | 5- المضمون في الفيلم الوثائقي |
| 52 | 6- أساليب المعالجة في الفيلم الوثائقي |
| 53-52 | 7- شروط و معايير نجاح الفيلم الوثائقي |
| 56-53 | 8- اتجاهات الفيلم الوثائقي |
| 57-56 | 9- مكونات الفيلم الوثائقي |
| 58-57 | 10- خصائص الفيلم الوثائقي: الخصائص الكلاسيكية للفيلم الوثائقي الخصائص الحديثة للفيلم الوثائقي |
| 58 | 11- مميزات الفيلم الوثائقي |
| 59-58 | 12- وظائف الفيلم الوثائقي |
| 60-59 | 13- أهمية الأفلام الوثائقية |
| 65-60 | 14- بين الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي: أوجه التشابه بين الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي أوجه الاختلاف بين الفيلم الوثائقي والفيلم الروائي |
| 66 | 15- خلاصة الفصل |
| الفصل الثالث: محتوى السمع البصري في الإعلام التقليدي | |
| 71-70 | 1- تعريف الإعلام : لغة و اصطلاحا |
| 72-71 | 2- تعريف الإعلام التقليدي |
| 72 | 3- أشكال الإعلام التقليدي |
| 73-72 | 4- مفهوم الصحافة: لغة - اصطلاحا |
| 74 | 5- تعريف الصحافة المطبوعة |
| 79-74 | 6- نشأة وتطور الصحافة المطبوعة |
| 79 | 7- خصائص الصحافة المطبوعة |
| 80 | 8- مميزات الصحافة المطبوعة |
| 81-80 | 9- أهمية الصحافة المطبوعة |

| | |
|---------|---|
| 81 | 10- عيوب الصحافة المطبوعة |
| 82-81 | 11- مفهوم الإذاعة :لغة اصطلاحا |
| 85-82 | 12- نشأة وتطور الإذاعة |
| 85 | 13- أنواع الإذاعة |
| 87-86 | 14- مزايا و وظائف الإذاعة |
| 88-87 | 15- أهمية الإذاعة |
| 88 | 16- أهداف الإذاعة |
| 89-88 | 17- سلبيات الإذاعة |
| 90 | 18- ماهية التلفزيون |
| 90 | 19- تعريف التلفزيون |
| 94-90 | 20- نشأة وتطور التلفزيون |
| 95-94 | 21- خصائص التلفزيون |
| 96 | 22- مميزات التلفزيون |
| 98-96 | 23- مساوئ التلفزيون |
| 99-98 | 24- الأنواع الصحفية في الإعلام التقليدي: 1- الصحافة المطبوعة |
| 107-99 | أ- الخبر الصحفي |
| 109-108 | ب- المقال الصحفي |
| 115-110 | ت- التحقيق الصحفي |
| | 2- الإذاعة |
| 116-115 | أ- التعليق الإذاعي |
| 117-116 | ب- التمثيلية الإذاعية |
| 118-117 | ت- الحديث الإذاعي |
| 122-119 | ث- الخبر الإذاعي |
| 122 | ج- المجلة الإذاعية |

3- التلفزيون

| | |
|---|--|
| 125-123 | أ- الخبر التلفزيوني |
| 129-125 | ب- التحقيق التلفزيوني |
| 132-129 | ت- الحوار التلفازي |
| 25- جمهور وسائل الإعلام التقليدية | |
| 134-133 | أ- تعريف الجمهور: لغة - اصطلاحا |
| 134 | ب- أنواع الجمهور |
| 135-134 | ت- أشكال جمهور وسائل الإعلام |
| 136-135 | ث- صفات الجمهور أو الجماهير |
| 137-136 | ج- جمهور الصحافة المطبوعة. |
| 137 | ح- جمهور الإذاعة و أهم و خصائصه |
| 139-138 | خ- التأثير و التفاعل: التأثير عبر التلفزيون |
| 26- خاتمة | |
| الفصل الرابع: محتوى السمعى البصري في الإعلام الجديد | |
| 143 | تمهيد |
| 143 | 1- مفهوم الإعلام الجديد: لغة - اصطلاحا |
| 144 | 2- بعض المفاهيم و المصطلحات التي ظهرت في الإعلام الجديد |
| 146-144 | 3- تطور فكرة الإعلام الجديد |
| 147-146 | 4- أقسام جمهور الإعلام الجديد |
| 147 | 5- أنواع الإعلام الجديد |
| 148-147 | 6- خصائص الإعلام الجديد |
| 149-148 | 7- أهم قضايا و مشكلات الإعلام الجديد |
| 151-149 | 8- طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي و الجديد: أ- مساحات الصراع و المنافسة بين الإعلام التقليدي و الجديد ب- العلاقة بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد ت- مظاهر التكامل بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد |

| | |
|---------|--|
| 152 | 9- مفهوم الانترنت |
| 153-152 | 10- نشأة و تطور الانترنت. |
| 153 | 11- عناصر الأنترنت |
| 154-153 | 12- استخدامات الأنترنت |
| 155-154 | 13- خصائص الأنترنت |
| 156-155 | 14- مخاطر و أضرار الأنترنت |
| 156 | 15- الشبكات الاجتماعية |
| 157-156 | 16- نشأة و تطور شبكات التواصل الإجتماعي |
| 158-157 | 17- خصائص مواقع الشبكات التواصل الإجتماعي |
| 158 | 18- خدمات مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي |
| 162-159 | 19- أهم مواقع التواصل الاجتماعي و مميزاتها: الفييس بوك تويتر اليوتيوب |
| 163-162 | 20- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي |
| 163 | 21- سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي |
| 163 | 22- ماهية الصحافة الإلكترونية |
| 164-163 | 23- تعريف الصحافة الإلكترونية |
| 166-164 | 24- نشأة و تطور الصحافة الإلكترونية |
| 168-166 | 25- أنواع الصحافة الإلكترونية |
| 168 | 26- مزايا الصحافة الإلكترونية |
| 169-168 | 27- أهمية الصحافة الإلكترونية |
| 169 | 28- الصعوبات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية |
| 169 | 29- المقارنة بين الصحافة التقليدية و الصحافة الإلكترونية |
| 170-169 | 30- سلبيات الصحافة الإلكترونية |
| 170 | 31- خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية |

| | |
|---|--|
| 172-170 | 32- الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية: التقرير الإخباري الإلكتروني الخبر الإلكتروني |
| 172 172 173-172 174-173 174 | 33- الإذاعة الإلكترونية: أ- تعريفها ب- استخداماتها ت- البث الإذاعي الرقمي ث- تطور البث الإلكتروني ومراحله ج- مزايا الإذاعة الإلكترونية |
| 174 | 34- التغييرات التي أحدثتها الإذاعة الإلكترونية الرقمية |
| 175 176 176 177-176 | 35- التأثير والتفاعل لوسائل الإتصال الجماهيري الاجتماعي على الجمهور: أ- التأثير ب- التفاعلية ت- محددات التفاعلية ث- الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية. |
| 178 | خاتمة الفصل |
| الفصل الخامس: الجانب التطبيقي | |
| المقارنة بين فيلمي: "بيتنا"، و "تحديات البيئة الخضراء". | |
| | دراسة الجزء الأول: فيلم "بيتنا" |
| 181 | تمهيد |
| 181 | 1- بطاقة فنية لقناة فرانس 2 |
| 183-181 | 2- بطاقة فنية لفيلم بيتنا |
| 184-183 | 3- جينيريك فيلم بيتنا |
| 184 | 4- نوع فيلم بيتنا |
| 185 | 5- الفكرة الأساسية لفيلم بيتنا |

| | |
|---|---|
| 185 | 6- البرنامج الوثائقي بيتنا: رسالة داخلية و خارجية |
| 186-185 | 7- الجمهور المستهدف في فيلم بيتنا |
| 186 | 8- سيناريو فيلم بيتنا |
| 187-186 | 9- المكونات: الشخصيات- الأماكن |
| 189-187 | 10- الديكودراما في فيلم بيتنا |
| 190-189 | 11- دراما الطبيعة - الزمان - المكان |
| 190 | 12- الصور الفوتوغرافية و مقاطع الفيديو في فيلم بيتنا |
| 190 | 13- الصوت في فيلم بيتنا |
| 191-190 | 14- التعليق في فيلم بيتنا |
| 191 | 15- المقابلات في فيلم بيتنا |
| 192 | 16- الديكور في فيلم بيتنا |
| 193-192 | 17- الجرافيك (الوثائق و المستندات) في فيلم بيتنا |
| 193 | 18- المؤثرات الصوتية و الموسيقى في فيلم بيتنا |
| 194-193 | 19- المونتاج في فيلم بيتنا |
| دراسة الجزء الثاني: فيلم "تحديات البيئة الخضراء" | |
| 195-194 | 20- بطاقة تقنية لقناة الجزيرة الوثائقية |
| 196-195 | 21- جينيريك تحديات البيئة الخضراء |
| 196 | 22- نوع فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 196 | 23- الفكرة الأساسية لفيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 197-196 | 24- البرنامج الوثائقي: تحديات البيئة الخضراء رسالة داخلية و خارجية |
| 197 | 25- الجمهور المستهدف في فيلم: تحديات البيئة الخضراء |
| 197 | 26- سيناريو فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 198 | 27- المكونات: الشخصيات - الأماكن |
| 200-198 | 28- الديكودراما في فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 200 | 29- دراما الطبيعة - المكان - الزمان |
| 201-200 | 30- الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو في فيلم تحديات البيئة الخضراء |

| | |
|---------|--|
| 201 | 31- الصوت في فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 202-201 | 32- التعليق في فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 203-202 | 33- المقابلات في فيلم: تحديات البيئة الخضراء |
| 203 | 34- الديكور في فيلم التحديات الخضراء |
| 204-203 | 35- المؤثرات الصوتية والموسيقى في فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 205-204 | 36- المونتاج |
| 205 | 37- الجرافيك في فيلم تحديات البيئة الخضراء |
| 209-205 | 38- أوجه التشابه والاختلاف في فيلمي بيتنا وتحديات البيئة الخضراء |
| 2010 | 39- نتائج الدراسة |
| | خاتمة |
| | قائمة المراجع |
| | ملخص الدراسة |

مقدمة

مقدمة:

نعيش اليوم في عالم يقدس العمليات الاتصالية مع الغير بكل الطرق، فالإعلام يأخذ مكانة كبيرة في حياتنا، عن طريقه يتم التواصل بين الأفراد ليتلقوا الأخبار فيما بينهم؛ فالمتلقي يبحث للمتلقى فحوى رسالته ويتقبلها و ينشرها هو بدوره و يستفيد منها كل الناس.

ف عبر الزمن ظهرت وسائل الإعلام ساهمت في نشر الأخبار، فكان الظهور الأول للصحافة المكتوبة، إذ تميزت بكونها الوسيلة الوحيدة لنشر الأخبار و الأحداث بين الناس، و لا زالت إلى يومنا هذا و بعدها ظهرت الإذاعة المسموعة، وما تركته من أثر خاصة عندما كانت الشعوب تعاني ويلات الحروب، فقد كانت تعرف بمسار أخبارها و حتى أنها كانت تتقف و تعلم الناس اللغات المختلفة عن طريقها، و بعدها ظهر التلفاز و تطور و ظهرت المحطات بمختلف تسمياتها ووظائفها التواصلية.

ف بقيت هذه الوسائل تؤثر في الناس إلى غاية ظهور الإنترنت و انتشاره في العالم، و تغييره له، فغير العالم و قرب البعيد و أصبحت الرسائل سهلة الوصول إلى أصحابها، وذلك يسبب ظهور الشبكات العنكبوتية التواصلية، وكذا تطوير الوسائل الإعلامية التقليدية لشكلها، فظهر التلفزيون الرقمي، الإذاعة الرقمية، الصحافة الإلكترونية، وغيرها من أجل بقائها في الساحة الإعلامية، و شد المتابع إليها و سهلت من نشر الخبر الورقي؛ إذ أصبح إلكتروني لا يحتاج إلا لثواني معدودة أو دقائق ليصل إلى كل الناس، فقد أحدث قلبة نوعية في حياتنا اليومية، و سهلتها وجعلت لها طعما حلوا غير من منظورنا للحياة ككل.

و باعتبار أن دراستنا تختص وتركز على صناعة الأفلام الوثائقية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، قدمنا نموذجا يتمثل في فيلمين وثائقيين بيئين، الأول تقليدي والآخر جديد.

و من هذا المنطلق و بناء على ما سبق جاء اختيارنا للموضوع الذي حاولنا من خلاله التعريف بمختلف الوسائل الإعلامية التقليدية و الجديدة، ووظائفها في المجتمع، و كذا التطرق إلى الأفلام الوثائقية و شكلها في الإعلامين التقليدي و الجديد.

و اعتمادا على المعلومات المتوفرة لدينا، قسمت الدراسة إلى خمس فصول و هي:

الفصل الأول: خصصناه للإطار المنهجي للدراسة، و فيه تم تحديد الإشكالية و التساؤلات المرفقة للدراسة، و التي ساعدت على إيجاد إجابات لها، وفرضيات للدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية و أهداف الدراسة، المفاهيم الأساسية لها مجال الدراسة، المقاربة النظرية للدراسة، وكذا أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء البحث.

أما الفصل الثاني فخصص للإطار النظري للدراسة، وقد احتوى على ثلاثة فصول و هي كالتالي:
الفصل الأول: خصصناه للفيلم الوثائقي، وفيه تحدثنا عن ماهيته وأوجه الاختلاف و التشابه بين الفيلم الوثائقي والروائي.

بينما الفصل الثالث خصصناه للحديث عن وسائل الإعلام التقليدية أولها الصحافة المكتوبة، حيث تناولنا فيها نشأتها، خصائصها وأهميتها إضافة إلى الأنواع الصحفية المستعملة فيها وكذا جمهور هاته الأخيرة؛ ثانيها هي الإذاعة فقد تحدثنا فيها عن نشأتها وأهميتها وأهدافها إضافة إلى جمهورها والأنواع الصحفية الأكثر انتهاجا فيها، ثالثهما هو التلفزيون حيث تطرقنا في هذا الجزء إلى ماهيته وجمهوره المستهدف والأنواع الصحفية التي يتم عرضها من خلاله.

الفصل الرابع خصص للإعلام الجديد، حيث درسنا فيه ماهيته وطبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد إضافة للحديث عن وسائله بداية بالإنترنت، فقد ذكرنا نشأتها وخصائصها واستخداماتها؛ تليها الشبكات الاجتماعية بمختلف تسمياتها وتعريفها وخصائصها وخدماتها وكان لنا حديث آخر حول الصحافة الإلكترونية بتعريفها ونشأتها وخدماتها وأهميتها وجمهورها والأنواع الصحفية المتعارف عليها في هاته الوسيلة، إضافة إلى الإذاعة الإلكترونية ومزاياها والتغيرات التي أحدثتها هذه الأخيرة.

والفصل الخامس والأخير للدراسة هو: الإطار التطبيقي الذي حدد فيه فيلمين وثائقيين بيئيين، الأول صنف ضمن الإعلام التقليدي بعنوان بيتنا والآخر ضمن الإعلام الجديد تحت مسمى تحديات البيئة الخضراء.

بعد مشاهدة الفيلمين عدة مرات قمنا بالتحدث عن عدة نقاط فيهما، درسناها وتعمقنا فيها، وبعدها قمنا بعقد مقارنة بين الفيلمين، من خلال تحديد أوجه التشابه والاختلاف بينهما، وبعدها خلصنا إلى نتائج قمنا بعرضها في الأخير وقد كانت نتائج عامة للدراسة ككل.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.
- 2- فرضيات الدراسة.
- 3- أسباب اختيار الموضوع.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- أهداف الدراسة.
- 6- الدراسات السابقة.
- 7- مجال الدراسة و إطارها الزمني
- 8- تحديد المفاهيم.
- 9- نوع الدراسة و المنهج المستخدم.
- 10- أدوات جمع البيانات .
- 11- مجتمع البحث و عينة الدراسة.
- 12- المقاربة النظرية للدراسة.
- 13- صعوبات الدراسة.
- 14- خلاصة الفصل المنهجي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد للإطار المنهجي :

يعتبر الإطار المنهجي خطوة أساسية في البحث العلمي، حيث تتحدد القضايا و العناصر التي سيتناولها الباحث في دراسته؛ وهذه العناصر هي كالتالي: الإشكالية، التساؤلات، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية و أهداف الدراسة، منهج الدراسة، عينتها، والمقاربة النظرية للدراسة، إضافة إلى ذكر أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء قيامنا بالبحث.

1- إشكالية الدراسة:

يشهد العالم اليوم تطورات تكنولوجية هائلة و تغيرات كبيرة في مختلف المجالات، والتي ألفت بظلالها على قطاع الإعلام والاتصال؛ حيث لعبت هذه الأخيرة دورا جوهريا في إحداث نقلة نوعية في مختلف الوسائل المستخدمة في هذا القطاع، و التي سهلت بدورها عمل الكثيرين من الممارسين للسلطة الرابعة بمختلف أنواعها سواء المكتوبة منها، المرئية أو المسموعة، فأصبح المتابع لهذه التطورات يلاحظ جليا تحسنا ملحوظا وملموسا في واقع المادة الإعلامية المقدمة للجمهور، و هذا ما نشاهده مثلا في نشرات الأخبار، التقارير والأفلام و غيرها.

قبل كل شيء تعد هذه المادة الإعلامية صناعة إبداعية وثقافية لها تأثير هام على اقتصاديات الدول، و ذلك راجع للعائدات المالية الضخمة التي تحققها الدول المالكة من عملية بيعها للدول الأخرى؛ فهاته الصناعات نتيجة جلسات عصف ذهني لمتخصصين في مجالات متنوعة كالموسيقى والأفلام و ألعاب الفيديو، والدراما وغيرها.

ومن هذا المنطلق فإن إشكالية الدراسة تتمحور حول التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي أهم الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة التي ساهمت في صناعة الأفلام الوثائقية عامة، والبيئية بصفة خاصة؟

تساؤلات الدراسة:

* ما المقصود بالأفلام الوثائقية؟ وما علاقتها بوسائل الإعلام بنوعيتها؟

* ما هي أهم الأهداف و المواضيع التي تتناولها الأفلام الوثائقية؟ وما طبيعة شخصياتها؟

* إلام تريد الخروج إليه الأفلام الوثائقية، والبيئية منها من قيم؟

* ما هي الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة بأشكالها في نشر أهمية الأفلام الوثائقية، والبيئية على وجه الخصوص؟

* إلى أي نوع من وسائل الإعلام يميل إليه الجمهور: التقليدي؟ أم الجديد؟ وما مدى تأثيره عليه، وتفاعله مع المضامين و المحتويات المقدمة؟

* فيم تتمثل أهم أوجه التشابه والاختلافات الفاصلة بين الأفلام الوثائقية البيئية التقليدية، والبرامج الوثائقية البيئية الجديدة، من حيث الشكل والمضمون ؟

2- فرضيات الدراسة:

الفرضية: هي إجابة مؤقتة لإشكالية الدراسة يضعها الباحث، قد تحمل الخطأ أو الصواب ، وقد تعدل في بعض الأحيان.

هناك تصنيفات عديدة للفرضيات، حسب طبيعة البحث، ومجاله، وقد صنف أغلب علماء المنهجية في علم الاجتماع الفرضيات إلى ثلاثة أنواع هي:

- ✓ الفرضيات السببية: وهي التي تختبر العلاقة الموجودة بين متغيرين.
- ✓ الفرضيات الوصفية: وهي التي تختبر تصنيف الظاهرة و كيفية حدوثها.
- ✓ الفرضيات المفسرة أو التفسيرية: تعتمد على إعطاء تفسير للظاهرة المدروسة
- ✓ أما إذا أردنا أن نثبت عدم وجود علاقة بين متغيرين، فيرى "موريس أنجرس" أن الفرضية المناسبة لذلك هي الفرضية الصفريّة، وهي تندرج ضمن الفرضيات السببية(كمال دلول،2011،ص15).

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الفرضيات وهي كالتالي:

- ✓ يستخدم الجمهور وسائل الإعلام بنوعها لمتابعة البرامج الوثائقية، وخاصة البيئية منها.
- ✓ تهدف الأفلام الوثائقية والبيئية إلى إظهار أخطار الملوثات الصناعية على البيئة، ومحاولة وضع حد لها و يتخذ في ذلك شخصيات واقعية تبرز حجم الأخطار و سلبياتها على الناس، وفي بعض الأحيان يستعمل شخصيات خيالية، وذلك لإبراز الحقائق وتقريبها لذهن المتلقي.
- ✓ زرع روح التوعية و التحسيس بالمخاطر المحذقة وخاصة الملوثات المختلفة في أذهان المشاهدين، واتخاذهم فيما بينهم لتطبيقها على أرض الواقع.
- ✓ تثقف الجمهور و تمتعه وتسليه وتقديم له معارف و معلومات جديدة عن آخر التطورات الحاصلة حول شيء ما.
- ✓ يميل الجمهور إلى النوعين معاً، و لكن بدرجات مختلفة، فنجد أن الأثر الذي يتركه وسائل الإعلام التقليدية يبقى متبايناً حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة، أما بالنسبة لوسائل الإعلام الجديدة فالجمهور يميل إليها بصفة أكثر لأنيتها وسرعتها، و مدى تحقيق تفاعل الجمهور مع الأحداث الراهنة.

✓ توظيف عناصر الشكل المناسبة من صوت و صورة ملائمة، بمعنى تصوير عالي التقنية لرصد الأحداث الراهنة في العمل الوثائقي البيئي، وكذا مناقشة مواضيع مختلفة ذات أهمية في حياة المتلقي، كمصيرهم وبقائهم، وتغير نمط عيشهم.

3- أسباب اختيار الموضوع:

أ- أسباب ذاتية:

- ✓ الميل الشخصي لمجال الأفلام بصفة عامة والوثائقية بصفة خاصة.
- ✓ الرغبة في دراسة ما وراء الفن العميق والواسع للدراسات الإعلامية و السينمائية.
- ✓ محاولة وضع بعض الفروقات بين الوثائقي التقليدي والوثائقي الجديد وإظهاره لجمهور المتلقين.

ب- أسباب موضوعية:

- ✓ تنوع الأفلام الوثائقية ذات المواضيع البيئية في مختلف أنحاء العالم مع قلة الدراسات الأكاديمية حولها.
- ✓ جِدَّة الموضوع و جدّيته، بحيث تقدم هذه الدراسة معلومات و أفكار جديدة و متنوعة، وذلك بالنسبة لمجال الأفلام الوثائقية البيئية خاصة.
- ✓ جمال البيئة الربانية وأهميتها، و محاولة المجتمعات حمايتها، وكذا التعرف على بديع خلق الله وذلك من خلال تصوير الأفلام على أرض الواقع و تقديم صورة حية عنه للمشاهد، وبالتالي تقرّبه من الخالق المصور المبدع وشكره على نعمه.

4- أهمية الدراسة:

- ✓ التعريف بوسائل الإعلام التقليدية و الجديدة، و تحديد أهم الفروقات بينها، و عقد مقارنة بينهما.
- ✓ الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام بنوعيتها في تغيير الأمور و تبين الحقائق و كشف المستور للمجتمع.
- ✓ إظهار الأثر الذي تخلفه متابعة الوسائل التقليدية الإعلامية و الجديدة على جمهور المتلقين، وتنويرها لعقول المشاهدين، و تثقيفهم و تقريب البعيد، و جعل العالم قرية صغيرة.
- ✓ القيمة العلمية الكبيرة التي تضيفها الأفلام الوثائقية وأهميتها لجمهور المتلقين بجميع فئاته العمرية.

5- أهداف الدراسة:

- ✓ إثراء البحوث العلمية في مجال الإعلام و الاتصال عموماً، و الأفلام الوثائقية خصوصاً.
- ✓ تسليط الضوء على الأفلام الوثائقية عامة و البيئية خاصة، باعتبارها تحتل حيزاً مهماً و نسباً عالية من المشاهدات.

✓ استكشاف هوية الفيلم الوثائقي البيئي من خلال التعرف على أهم التجارب البارزة التي أنتجت في هذا النوع من الأفلام، و تحديد الأساليب المتبعة في صناعته.

✓ كما تحدد الدراسة متطلبات صناعة هذا النوع من الأفلام المتخصصة، و تقديم صورة تفصيلية عن هذه النوعية من الأفلام.

6- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من العناصر الأساسية في البحث العلمي، إذ تمكن الباحث من معرفة ما قام به سابقوه في هذا المجال، وبالتالي تتولد لديه صورة لكيفية بناء بحثه، و إخراجها في احسن الأشكال. و بعد بحثنا عن دراسات سابقة لموضوع دراستنا، لم نجد ما يتحدث عنها ويدرسها، لكن وجدنا بعض الدراسات التي تتشابه مع موضوعنا وتلقي في أحد عناصره أو متغيراته أو نظريته، ومنها ما يلي:

❖ الدراسة الأولى:

دراسة لجديجة بريك، سنة 2017م بعنوان: خصوصية البرامج الوثائقية في قناة الجزيرة الفضائية، دراسة تحليلية في مضمون سلسلة "نقطة ساخنة" أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال و علوم المكتبات، جامعة باتنة 1.

ابتدأت الدراسة وانطلقت من مشكلة و هي : طبيعة وخصوصية البرامج الوثائقية نقطة ساخنة الذي بثتها قناة الجزيرة الفضائية، و مدى مسيرته للتطورات والأحداث والاطلاع على أبعاد وخفايا القضايا الساخنة و الراهنة في أرجاء مختلفة من العالم بالاعتماد على الصورة الوثائقية، وهو ما يعكس مسماها بالنقطة الساخنة.

- انبثق عن مشكلة الدراسة تساؤلات فرعية تتمثل في :

من حيث المضمون:

- ماهي المواضيع والقضايا المطروحة في سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية؟
- ما هي الأهداف و المواضيع التي تناولتها سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية؟
- من هو الجمهور الذي استهدفته حلقات سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية؟
- ما هي طبيعة الشخصيات (القوى الفاعلة التي تناولتها سلسلة نقطة ساخنة)؟
- ما هي القيم التي تضمنتها حلقات سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية؟

من حيث الشكل:

- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية؟
- ما هي الأساليب العامة التي اتبعتها سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية في طرح مواضيعها؟

- ما طبيعة البنائية التي اعتمدت عليها حلقات سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية؟
 - ما هي عناصر الصورة و الصوت المستخدمة في حلقات نقطة ساخنة من حيث توظيفها؟
 - ما نوع التعليق الموظف في حلقات سلسلة نقطة ساخنة؟
- من ناحية العلاقات الارتباطية:

- هل هناك علاقة ارتباطية دالة احصائيا، فئات الشكل والمضمون في برنامج نقطة ساخنة؟

فرضيات الدراسة:

- ركزت وثائقيات قناة الجزيرة من خلال برنامج نقطة ساخنة على الأسباب الكبرى ذات الاتصال المباشر بمصير الشعوب.

- وظفت حلقاته عناصر الشكل المناسبة من صوت و صورة تتلاءم و خصوصية التوثيق ورصد الأحداث في العمل الوثائقي وأهدافهم المرجوة.

- اعتماده على الجمع بين الخطاب التقريري و البلاغي في حلقاته.

المنهج:

استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي من خلال تطبيق مسح المضمون (تحليل المضمون) الذي مكنها من الإجابة على تساؤلات التي طرحتها وفق الأهداف التي سطرته في هذا البحث (دراسة الرسالة أو المحتوى) بالإضافة إلى التحليل الكمي والكيفي.

أدوات جمع البيانات:

أداة تحليل مضمون الكيفي، أداة قابلة المعمقة، أداة الملاحظة.

مجتمع الدراسة و عينته:

تمثل في هذه الدراسة البرامج الوثائقية في قناة الجزيرة "مجتمع البحث الكلي"، تتعامل مع الجمهور كبير الحجم.

العينة: هي العينة القصدية، و ذلك من خلال اختيارها للسلسلة الوثائقية نقطة ساخنة.

نتائج الدراسة 1:

بعد استعمال الباحثة على تحليل المضمون الكمي و الكيفي لجميع حلقات السلسلة الوثائقية التي بلغ عددها 52 حاقة توصلت إلى ما يلي:

أ- نتائج متعلقة بخصوصية مصادر الإنتاج:

- ✓ اعتماد قناة الجزيرة الإخبارية على جهتين لإنتاج الأفلام و البرامج الوثائقية التي تعرض على القناة، الأولى هي القناة نفسها، و الثانية هي شراء الأعمال الوثائقية من خلال عقود مسبقة تبرم شركات خاصة بالإنتاج الوثائقي والسينمائي.
- ✓ إنتاج برنامج نقطة ساخنة من طرف شركة "الهوت سبوت"، و هي شركة خاصة بالإنتاج التلفزيوني متخصصة في إنتاج و تسويق البرامج والأفلام الوثائقية.
- ✓ مساهمة قناة الجزيرة الفضائية في تطوير المنتج الثقافي العربي من خلال تطوير فكرة الإنتاج المشترك للوثائقيات مع الشركات و المؤسسات الخاصة بالعمل الوثائقي.

ب- نتائج متعلقة بخصوصية المواضيع و القضايا التي تناولتها سلسلة نقطة ساخنة الوثائقية:

- ✓ الاهتمام العميق بالبرامج الوثائقية الأوروبية ، وبعدها قضايا الشرق الأوسط، وبعدها قضايا آسيا و قضايا افريقيا، فالمغرب العربي والأمريكية في الأخير.
- ✓ انشغال حلقات السلسلة بالتركيز و البحث على القضايا الكبرى ذات الاتصال المباشر بمصير الشعوب الإسلامية.
- ✓ اهتمام حلقاته بقضايا المغرب العربي بنسبة أقل من المواضيع الأخرى الفرعية كالأزمات السياسية التي تعيشها الشعوب، و تركيزها على واقع الإسلام و المسلمين في دول أوروبا و آسيا.
- ✓ تسليط الضوء على القضايا الحالية العميقة و تحليل أسبابها و خطورتها و تبعياتها.
- ✓ تتعامل هذه السلسلة مع المواضيع بطريقة التحقيق الوثائقي من وجهات مختلفة.

ت- نتائج مرتبطة بخصوصية الشكل في برنامج نقطة ساخنة الوثائقي:

- ✓ استخدام البرنامج لأساليب إقناعية عقلية أكبر من أساليب إقناعية عاطفية، فالإقناعية التي وظفت في عينة الدراسة أسلوب التكرار، الأمثلة الواقعية والشواهد التاريخية، أسلوب التعريف، الاستفهام، الإحصاء، الاستدلال المنطقي.
- ✓ و العاطفية: أسلوب الشخصيات المعروفة و دوره في التأثير على المتلقي، الأساليب اللغوية والبلاغية، وأسلوب مخاطبة حاجات و دوافع المتلقي.
- ✓ اعتماد طريقة طرح القضية في 30 حلقة، وطرح القضية مع الحلول و النتائج في باقي الحلقات.
- ✓ توظيف البنائية الكلاسيكية التي تقوم على التعليق الصوتي لأصعده، في تقديم الموضوعات تعتبر الأكثر توظيفا في البرنامج.

- ✓ تصنيف نقطة ساخنة ضمن البرامج الوثائقية التي تجمع بين الفيلم الوثائقي التفسيري و الفيلم المتفاعل.
- ✓ طغيان اللقطات العامة و التفصيلية، ووجود الصور الأرشيفية.

ث- خصوصية اللغة المستخدمة في برنامج نقطة ساخنة الوثائقي:

- ✓ الاهتمام باللغة العربية بالدرجة الأولى، و تليها اللغات الأخرى كالفرنسية و غيرها.
- ✓ اعتماد التعليق التقريري في البرنامج لتوصيل الرسالة الفنية أو الموضوعية، كما تميزت اللغة الموظفة في البرنامج بالتناسل مع القرآن الكريم، التي أدت وظيفة فكرية و فنية و اجتمعت مع بعضها لتتم فكرة البرنامج.
- ✓ هذه الوثائقيات تعكس الجهد المبذول من قبل شبكة الجزيرة عموما، و بالتالي تميزت بالاحترافية و الإتقان الكبيرين.

❖ الدراسة الثانية:

دراسة لخديجة بريك، 2010م، بعنوان: جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية - دراسة في الاستخدامات و الإشباعات.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال - تخصص اتصال و علاقات عامة - كلية الحقوق - جامعة الحاج الأخضر باتنة.

اعتمدت الباحثة مشكلة تتمثل في : استخدامات و إشباعات الجمهور الجزائري لمحتوى البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية.

ومن خلالها وضعت الباحثة التساؤلات التالية:

✓ ما أهم الفروق و الحدود الفاصلة بين مختلف الأعمال الوثائقية التلفزيونية و السينمائية(كالبرنامج الوثائقي، الفيلم الوثائقي، الريبورتاج، التقرير التلفزيوني...)?

✓ ما درجة اعتماد الجمهور الجزائري على الفضائيات في مشاهدة البرامج الوثائقية؟

✓ ما هي الإشباعات المترتبة على متابعة الشباب الجزائري للبرامج الوثائقية؟

✓ هل هناك علاقة بين الاستخدامات و الإشباعات المترتبة وفق متغيري الجنس و المستوى العلمي؟

فرضيات الدراسة:

✓ يستخدم الجمهور الجزائري القنوات الفضائية في متابعة البرامج الوثائقية أكثر من حاويات الإنتاج و تقنيات الاتصال الأخرى.

✓ تختلف عادات و أنماط متابعة الجمهور الجزائري للبرامج الوثائقية، باختلاف الجنس و المستوى التعليمي.

✓ تعد الإشباعات المعرفية من أخبار و معلومات متنوعة التي تحدث في العالم في مقدمة الإشباعات التي يسعى الجمهور الجزائري لتحقيقها من خلال تعرضهم للبرامج الوثائقية.

المنهج:

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي لأن العينة كبيرة و منتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، مما يوفر جانبا من الوقت و النفقات و الجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية.

أدوات جمع البيانات:

استمارة بحث حول جمهور البرامج الوثائقية في القنوات الفضائية - دراسة في الاستخدامات و الإشباعات.

مجتمع البحث و العينة:

مجتمع البحث: جمهور البرامج الوثائقية، و العينة: ذكور وإناث جامعيين/ و ذكور و إناث غير جامعيين.

نتائج الدراسة:

✓ عادات و أنماط مشاهدة القنوات الفضائية لأفراد العينة: قنوات محلية و عربية وأجنبية بنسب متفاوتة و مختلفة، و لا فرق بين الجنسين (الذكور والإناث) حول درجة مشاهداتهم للقنوات التلفزيونية.

✓ تسمح لهم القنوات الفضائية بالاطلاع على الأخبار العالمية، التسلية و الترفيه، زيادة المعارف، التثقيف في الأمور الدينية...

✓ عادات و أنماط متابعة البرامج الوثائقية: أحيانا ما يشاهدون البرامج الوثائقية، أو نادرا، و توجد فروق جزئية بين الجنسين (الذكور و الإناث)، ومدة المشاهدة فكانت مدة طويلة منذ الصغر.

✓ عدد البرامج الوثائقية المتبعة، فلا تتجاوز الفيلم الواحد في اليوم و مشاهدة هذا البرنامج دائما ما يكون في جو عائلي، تتراوح مدته من 3 ساعات إلى 4 ساعات في الأسبوع، و يكون يوم الجمعة هو الأفضل للمشاهدة، و تليها الأيام الأخرى، و دائما ما يميل المشاهد إلى قناة الجزيرة الوثائقية، و الجزيرة الإخبارية و ناشيونال جيوغرافيك، و العربية، الجزائرية الثالثة، و قناة ميدي سات

✓ يفضل الجمهور المواضيع العلمية والتكنولوجية و تليها الاجتماعية و بعدها التاريخية، ثم السياسية، و الرياضية و الاقتصادية في ذيل الترتيب.

✓ أما عن الإشباعات المحققة من البرامج الوثائقية لأفراد العينة، فتصدرت لدى الذكور أكبر من الإناث و الجمهور الجزائري نسبة اتجاهه للبرامج الوثائقية حوالي 46 بالمئة.

❖ الدراسة الثالثة:

دراسة كيجل فتيحة، 2012 م ، بعنوان: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي. دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفيسبوك - أمودجا.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، فرع الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة.

تحددت إشكالية المذكرة كالتالي:

كيف يؤدي استخدام موقع الفيسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين.

✓ -وقد وضعت الباحثة التساؤلات التالية:

✓ ما هي أنماط و طرق استخدام موقع الفيسبوك، بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

✓ ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك؟

✓ ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة و نشر الوعي البيئي؟

✓ ما هي طبيعة الإشباع المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع الفيسبوك؟

✓ ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقية و ترسيخ الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

المنهج المستخدم:

استخدمت الباحثة منهج المسح الذي يعد نموذجا معياريا لخطوات جمع البيانات من الأفراد البشرية، و هو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد و سلوكهم و إدراكهم و مشاعرهم و اتجاههم، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة أدوات معينة عادة ما يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات الميدانية بغية الحصول على البيانات و هي الملاحظة و الاستبيان.

عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على العينة العرضية، أين يتم اختيار أفراد العينة عن طريق الصدفة، بحيث لا يتدخل الباحث في اختيار العينة و تسمى عينة الكرة الثلجية.

نتائج الدراسة:

✓ تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما لدى الباحثين، حيث يأتي الفيسبوك في مقدمة المواقع الأكثر ولوجا، و الحجم الساعي الذي يقضيه الباحثون عبر الموقع كبيرا، حيث يفوق الساعتين في معظم الأحيان.

✓ تحقيق أكبر الإشباع المعرفية لأفراد العينة و زيادة الوعي البيئي بنسبة قريبة من المتوسط، و بعدها الإشباع الاجتماعية.

✓ يساهم الفيسبوك في نشر الوعي البيئي لديهم، و يلعب أدوارا أخرى منها الأدوار الاجتماعية و الترفيهية، و أدوار أخرى ذات فاعلية.

❖ الدراسة الرابعة:

لمحمد مرواني، 2019، بعنوان أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائل الميديا الجديدة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع اتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم/ قسم علم الاجتماع: مخبر الدراسات الاتصالية و الإعلامية و تحليل الخطاب.

ابتدأت الدراسة بالإشكالية التالية:

كيف أثرت وسائل الميديا الجديدة على استخدام الشباب لوسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المكتوبة و الإذاعة و التلفزيون؟

فرضيات الدراسة:

✓ إقبال الشباب على نماذج الميديا الجديدة كالصحافة الالكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي، راجع لقدرة وسائل الميديا الجديدة من خلال إشباع الشباب و التفاعل مع اهتماماته.

✓ أن أثر الصحافة الورقية و الإذاعة و التلفزيون على الشباب أصبح محدودا للغاية بسبب اتجاه هذه الفئة إلى التواصل مع ما تنشره صحافة النث و مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار و معلومات يشارك الشباب في صياغتها و يصل إليها بسهولة.

✓ تنتج الميديا الجديدة للشباب فرصا للمشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية بشكل سريع و تضمن صحافة النث و الإعلام الالكتروني مساحات تفاعلية لجمهور الشباب مما تجعله متأثرا بها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

منهج الدراسة و أدواته:

اختار الباحث العينة القصدية، حتى يحقق شروط معينة، ويمثل بذلك المجتمع، و يختار الوحدات التي تكون مقاييسها متماثلة أو مشابهة للمجتمع الأصلي.

المنهج:

استخدم الباحث المنهج الوصفي، الذي ينصب على ظاهرة بقصد تشخيصها و كشف جوانبها و تحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى.

أدوات البحث:

وظف البحث الاستمارة أو الاستبيان لأجل المعرفة عن كذب كل ما يتعلق بالموضوع قيد البحث و الدراسة.

مجتمع البحث و عينة الدراسة:

العينة: هي الشباب الذي يقطن بولاية مستغانم، و على وجه الخصوص الطلبة الجامعيين بجامعة مستغانم الذين يدرسون الإعلام والاتصال.

نتائج الدراسة:

- ✓ إن أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب يبقى متباينا و بمستويات مختلفة، حسب طبيعة كل وسيلة إعلامية و حجم استخدامها من قبل الجمهور خاصة منه الشباب.
- ✓ إن خصوصية الوسيلة الإعلامية سواء من حيث كفاءتها الاتصالية وما تحفقه من إشباعات لدى الجمهور خاصة منه الشباب الذي يشكل عينة الدراسة عبر مجتمع البحث المختار.
- ✓ أن اشباب باختلاف فئاته العمرية قد تتباين اهتمامته و ميولاته، وذلك بميول فئة عمرية للشباب الجامعي نحو وسيلة إعلامية معينة مقارنة بحجم ميوله و تفاعله مع وسيلة إعلامية أخرى.
- ✓ أن المبحوثين المستهدفين أشاروا إلى تفضيلهم للوسائط المتعددة على وسائل الإعلام الجديدة، لأنها تفاعلية.
- ✓ أن استخدام الشباب لمواقع التواصل متباين.
- ✓ أثر الصحافة المكتوبة و الإذاعة و التلفزيون على الشباب مازال متباينا، و حسب طبيعة و خصائص كل وسيلة إعلامية.
- ✓ أن الوسائل التقليدية تؤثر و لو بدرجات متفاوتة على الشباب في ظل وجود الوسائط المتعددة الجديدة، كالصحافة الالكترونية و شبكات الإعلام الاجتماعي.

التعليق على الدراسات الاربع السابقة:

✓ ساعدت الدراسة الأولى في الوصول إلى تصور أعمق عن الوثائقيات عامة والتي تنتجها قناة الجزيرة من مختلف النواحي.

- ✓ بينت الدراسة الثانية ميولات الجمهور من أكبر نسبة إلى أصغر نسبة لمختلف الأعمار و الفئات المتعلمة وغير المتعلمة، ومدى تأثيرها على أفكارهم و ميولاتهم و عاداتهم.
- ✓ أظهرت الدراسة الثالثة دور موقع الفيسبوك في بلورة و نشر الوعي البيئي لدى جماهير المستخدمين، باعتباره واحدا من تطبيقات الإعلام الجديد بصفة خاصة و التي يمكن توظيفها لخدمة أغراض الإعلام البيئي.
- ✓ بان جليا في الدراسة الرابعة أثر الوسيلة الإعلامية التقليدية على الشباب في ظل وسائل الميديا الجديدة، و قدرتها على إشباع رغبات الشباب و احتياجاته، بغض النظر عن مدى النسب المحققة على أرض الواقع.

7- المجال المكاني والإطار الزمني للدراسة:

✓ المجال المكاني:

قمنا باختيار جامعة مُجَّد الصديق بن يحي بيججل - القطب الجامعي تاسوست -.

✓ المجال الزمني:

و يتمثل في الفترة الزمنية التي استغرقتها لإتمام هذه الدراسة، حيث أُنجزت هذه الأخيرة خلال العام الدراسي 2020-2021م، إذ شرعنا بالعمل عليها في شهر أبريل 2021 إلى غاية سبتمبر 2021م ، و ذلك بعد إتمام جميع فصولها النظرية و التطبيقية و الخروج بخلاصة عامة.

8- تحديد مفاهيم الدراسة:

تشكل مسألة المفاهيم الرئيسية لموضوع الدراسة أحد الأشواط و المراحل الهامة التي توصل اليها الباحث إلى تحديد الإطار المنهجي والنظري، فالتطبيقي لموضوع الدراسة؛ إذ لا يمكنه صياغة الإشكالية ولا بناء فرضياتها دونما الرجوع إلى هذه المفاهيم و المصطلحات الأساسية، لأنها مترابطة فيما بينها، و لا يمكن التقديم أو التأخير. و هذه الدراسة تتضمن المفاهيم و المصطلحات الرئيسية التالية على الترتيب: الفيلم الوثائقي - الإعلام التقليدي - الإعلام الجديد.

1-الفيلم الوثائقي:

يعد جنسا سينمائيا أو تلفزيونيا، يعتمد على توثيق و عرض الواقع دون تحريف، فهو يعالج كل أشكال المواضيع الجنائية و الوقائع العلمية التاريخية الطبيعية...سواء الحالية أو الماضية أو حتى المستقبلية، ويكون ذلك بشكل حيادي و موضوعي، تعتمد على مواد و وثائق و أبحاث موثوقة المصدر.(نواي خديجة،2014، ص 13،12)

✓ الفيلم الوثائقي: إجرائيا:

هو فيلم غير روائي، لا يعتمد على القصة أو الخيال، يأخذ مادته من الواقع المعاش، بصورة حيادية، دون إبداء رأي فيها، ويعتمد الفيلم الوثائقي على عناصر الدراما و الأشكال المختلفة التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة، كالسينما، أما حاليا فيكتفي بالتلفزيون في أكثر الأحيان.

2- الإعلام التقليدي:

هي وسائل الاتصال و التعبير التقليدية من التلفزيون و الإذاعة و السينما و استديوهات الموسيقى و الصحف و المجلات و الكتب و النشرات المطبوعة.

الإعلام القديم أو الإعلام الموروث: و الذي يقصد به وسائل الاتصال و التعبير التقليدية التي كانت موجودة قبل ظهور الإعلام الجديد عبر الإنترنت.

صناعة الأفلام التي تعتبر عموما جزء من وسائل الإعلام القديمة هي التلفزة و الراديو و السينما و الصحف و المجلات و الكتب و معظم المنشورات المطبوعة (صاحي صبيحة، 2018، ص 28).

✓ الإعلام التقليدي: إجراءات:

هو الإعلام الذي يهتم بدراسة الصحافة المطبوعة، والإذاعة المسموعة، و التلفزيون، وهي أهم ثلاث وسائل تقليدية أخذت أكبر حيز من الاهتمام و مازالت إلى الآن، بالإضافة إلى تطور هذه الوسائل عبر التاريخ، و تأثيرها على الجمهور المتلقي، و مدى تفاعله معها.

3- الإعلام الجديد:

مصطلح يشير إلى هذه الحالة الجديدة و المعقدة من الاعلام الذي يكون فيه للجمهور و الأفراد على قدر كبير من التفاعل و الإنتاج بعدما صارت وسائل الإعلام التقليدية أسيرة الاتجاه الواحد أو النمط الواحد سواء كان هذا الاتجاه مواليا للحكومة، أو النظام أو كان مؤيدا لأصحاب رؤوس الأموال التي تتحكم في إدارة هذه المؤسسات. (رضا أمين، 2015، ص 21، 22)

✓ الإعلام الجديد إجراءات:

هو الإعلام الذي يهتم بالإنترنت و الصحافة الالكترونية و الإذاعة عبر الإنترنت، التلفزيون التفاعلي، و مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيسبوك، انترام، تويتر، البريد الالكتروني، وغيرها، و التي من شأنها تقريب البعيد و فتح مجال للتفاعل و التأثير عبر هذه الوسائل.

9- نوع الدراسة و المنهج المستخدم:

✓ المنهج:

يقدم قاموس الفلسفة الذي نشره "رونز" عدة تعريفات هي :

✓ "إجراء يستخدم في بلوغ غاية محددة أو "أساليب معروفة لنا تستخدم في عملية تحصيل المعرفة الخاصة بموضوع معين".

✓ "علم يعنى بصياغة القواعد الخاصة بإجراء ما"

✓ يعرفه "بتل": بصفة عامة المنهج هو الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة و البرهنة عليها"

✓ المنهج العلمي:

" تحليل منسق، و تنظيم المبادئ و العمليات العقلية و التجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي، أو ما تؤلفه

بنية العلوم الخاصة" (محمد محمد سالم، 1999، ص 52)

و من بين المناهج العلمية التي تعتمد في الدراسات التطبيقية لأي موضوع المنهج المقارن، فقد اخترنا هذا المنهج على أساس متطلبات بحثنا، و طبيعة الموضوع، و النتائج الدقيقة التي نريد الوصول إليها، و بالتالي هو الأنسب للمقارنة بين فيلمين وثائقين بيئين و هما: بيتنا/ تحديات البيئة الخضراء.

المنهج المقارن:

✓ "هو اصطلاح عام يشير إلى إجراءات تهدف إلى توضيح و تصنيف عوامل السببية في ظهور ظواهر معينة و تطورها، و كذلك أنماط العلاقة المتبادلة في داخل هذه الظواهر بينها و بين بعضها البعض، و ذلك بواسطة توضيح التشابهات والاختلافات التي تبينها الظواهر التي تعد من نواح مختلفة قابلة للمقارنة"(عاطف علي، 2006، ص 132)

✓ كما يعرفه معجم المصطلحات الاجتماعية: بأنه تلك الطريقة للمقارنة بين مجتمعات مختلفة، أو جماعات داخل المجتمع الواحد، أو نظم اجتماعية للبحث عن أوجه الشبه أو الاختلاف بين الظواهر الاجتماعية و إبراز أسبابها، وفقا لبعض المحكمات التي تجعل الظواهر قابلة للمقارنة كالنواحي التاريخية، الأثنوغرافية و الإحصائية، و هذه الدراسة المقارنة صياغة للنظريات الاجتماعية.

✓ يعرف أيضا بأنه ذلك التحليل العلمي الذي يتضمن ملاحظة الظواهر المختلفة داخل نسق واحد، و عبر مراحل زمنية محددة، أو ملاحظة أكثر من نسق واحد، و مثل هذه البحوث تستند إلى طرق مختلفة للبحث مثل: المنهج التحليلي، المسح الاجتماعي و التجارب على الجماعات الصغيرة و الملاحظة بالمشاركة و تتكامل هذه الطرق في تحقيق هدفها العام، وهو إجراء بحث مقارن للظواهر محل الدراسة.(لبندة لطاد و آخرون، 2019، ص 127، 126)

✓ يتم الكشف على الروابط و العلاقات و تحديد أوجه الشبه و الاختلاف بين الظواهر بحسب " جون ستيوارت" من خلال عدة طرق أهمها:

التلازم في الوقوع:

و هي الطريقة التي تنطلق من مبدأ أن تتشابه الظروف المؤدية إلى نفس النتيجة في أحداث أو ظواهر مختلفة يجعل منها السبب الرئيسي في ذلك كحوادث السيارات مثلاً (برحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2000، ص 56).

التلازم في الوقوع و عدم الوقوع:

هذه الطريقة تقوم على مبدأ توافر عامل مشترك أو أكثر في حالتين من الحالات التي تحدث فيها الظاهرة، بينما لا يمون بين حالتين أو أكثر من الحالات التي لا تحدث فيها الظاهرة، سوى غياب ذلك العامل، و بالتالي فإن وجود هذا العامل في المرة الأولى، و عدم وجوده في المرة الثانية مع اختلاف النتيجة، يجعل هذا العامل السبب الرئيسي في ذلك.

تلازم التغير في السبب و النتيجة:

و هذه الطريقة تتمثل في أن النتيجة تزداد بازدياد المسبب، و تنخفض كلما انخفض المسبب، كازدياد ساعات الدراسة، و زيادة التحصيل و العكس.

طريق العلاقات المتقاطعة:

إذا كان هناك سببان (1 و 2) و نتيجتان (3 و 4)، فإذا استطعنا إيجاد علاقة بين السبب (1) و النتيجة (3)، فإننا نستطيع أن نتوقع وجود علاقة بين السبب (2) و النتيجة (4) و هكذا. (برحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2000، ص 57).

10- أدوات جمع البيانات:

للبحث العلمي أدوات يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات، والتي تساعده في دراسته، و تطبيقها بطريقة علمية و موضوعية، تؤدي إلى النتائج المرجوة.

وبما أن دراستنا تعتمد على المنهج المقارن، فإن الأدوات التي وظفناها كانت كالتالي:

الديكودراما، دراما الطبيعة - الزمان - المكان، البرنامج الوثائقي - رسالة داخلية و خارجية، المقابلات، المؤثرات الصوتية، الفكرة الأساسية للفيلم، نوع الفيلم، السيناريو، مكونات الفيلم: الشخصيات - الأماكن، الجغرافيا (الوثائق و المستندات)، الصور الفوتوغرافية و مقاطع الفيديو، الصوت، التعليق في الفيلم، المونتاج، الديكور، الجينيريك، الجمهور المستهدف.

إن الغرض من دراسة هذه الأدوات في الفيلم هو جمع المعلومات حولهما، و تحديد أوجه التشابه و الاختلاف، لأجل الحصول على النتائج المرجوة بأدق التفاصيل

11- مجتمع البحث و عينة الدراسة:

المقصود بمجتمع الدراسة كل العناصر المراد دراستها، إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه اسم العينة ، و العملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة.(منذر الضامن، 2007، ص160).

✓ مجتمع الدراسة يشمل جميع عناصر و مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.(ربحي مصطفى عليان، 2001، ص159).

✓ يشكل المجتمع المجموع الكلي للعناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، فهو إذا اختلف عن مفهوم المجتمع بشكله العام، فهنا نحن مجتمع الدراسة و خصائصه و فئاته؛ أي نحن لا نتناول جميع فئات المجتمع و خصائصه، و عناصر المعاينة هي الوحدات التي يتكون منها المجتمع و تشكل الأساس في سحب العينة، و عنصر المعاينة هو وحدة التحليل، أو حالة من حالات المجتمع.

ويمكن أن تكون هذه الحالة شخصا أو جماعة أو هيئة، أو عملا من الأعمال، و كلها عناصر تخضع للقياس و جمع البيانات ، و يحدد الباحث الوحدة التي تجري عليها عملية المعاينة، فهذا التحديد يتضمن:

أ- العناصر أو الوحدات التي يتكون منها المجتمع.

ب- الموقع الجغرافي.

ت- حدوده الزمنية. (عصام حسن أحمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، 2014، ص74)

وفي دراستنا هذه مجتمع البحث هو: الأفلام الوثائقية، و كعينة أختارنا فيلمين هما: بيتنا / تحديات البيئة الخضراء.

✓ عينة الدراسة:

هي مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، و يجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا و متكافئا مع المجتمع الأصلي و يمكن تعميم نتائجها عليه.

✓ وهي جزء من المجتمع ، أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي، و تجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي، و تسمى الوحدات التي يتكون منها مجتمع البحث بوحدات المعاينة، أما جميع الوحدات التي يريد الباحث دراستها تسمى مجتمع البحث، و هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل المجتمع الأكبر . (سعد سلمان المشهاني، 2018، ص85).

✓ هي فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.

✓ ولقد تطورت العينات على يد "بيرنولي، بواسون، لابراس"، و في عام 1908 صدرت أعمال "ستيودنت" التي طورت نظرية العينات، و خاصة خلال الحرب العالمية الثانية.(رجاء وحيد دويدري، 2000، ص35، 36).

✓ خطوات اختيار العينة:

- 1- تحديد أهداف الدراسة، و عن طريقها يستطيع أي باحث تحديد نوع العينة و حجمها أيضا.
 - 2- تحديد المجتمع الأصلي الذي نختار منه العينة، و ذلك يقتضي معرفة العناصر و العوامل المكونة له.
 - 3- إعداد قائمة بالمجتمع الأصلي.
 - 4- انتقاء عينة ممثلة، و ذلك بعد تحديد المجتمع، ووضع قائمة تتضمن جميع الأجزاء و الوحدات، و يتم انتقاء وحدات من القائمة.
 - 5- الحصول على عينة مناسبة، فكل موقف له مشاكله و خصائصه.(رحيم يونس كرو العزاوي،2008،ص164)
- ✓ و اعتمادا على هذه الخطوات اخترنا العينة الغرضية أو القصدية، لأنها تحقق أغراض الدراسة التي نقوم بها، من خلال توافر البيانات اللازمة في أفراد هذه العينة، أي ان هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد، بل توفر لنا نحن الباحثون البيانات اللازمة لدراسته.

✓ العينة القصدية:

يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية، لا تتوفر فيها العشوائية طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث و ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته و بناء على معرفته، دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، و هذه العينة غير ممثلة لكافة وجهات النظر، و لكنها تعتبر أساسا متينا للتحليل العلمي، و مصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة.(سعد سلمان المشهداني،2018،ص96)

مزايا العينة و عيوبها: تتميز دراسة العينة بمزايا و عيوب كغيرها من الدراسات:

1. المزايا:

- ✓ تمثل المجتمع الأصلي ، أي أفراد مجتمع البحث، أو جميع مفردات الظاهرة.
- ✓ إن دراسة جميع مفردات الظاهرة امر يتطلب وقتا وجهدا وتكاليف مادية قد لا تمكن الباحث من إجراء بحثهن والعينة تغنيه عن ذلك.
- ✓ تحقق العينة اهداف الباحث،إذا تمت وفق شروط مضبوطة.
- ✓ تضعف إمكانية ضبط الرقابة و الدقة، مع زيادة حجم البيانات، و الجهد المطلوب لجمعها، و استخدام العينة يحد من ذلك.

✓ إذا كان المجتمع المدروس متجانسا، فإنه يمكن تعميم النتائج على جميع أفراد هذا المجتمع.(رجاء وحيد دويدري،2000،ص315).

2. العيوب:

- ✓ عدم إمكانية العينة حصر كامل مجتمع الدراسة الأصلي غذا كان متباينا.
- ✓ يتطلب اختيار العينة في المجتمع الأصلي المتباين زيادة في حجم العينة لتمثيل أفراد جميع العينات.
- ✓ بعض التصميمات التجريبية تتطلب وجود مجموعات تجريبية، و يعني هذا أن تختار حجما كبيرا للعينة بحيث تشمل أفراد المجتمع الأصلي.
- ✓ النتائج الدقيقة تتطلب عينة كبيرة الحجم، بهدف تعميم النتائج على المجتمع الأصلي الكبير.
- ✓ قد لا يكون أسلوب البحث المستخدم مناسباً للاختيار.
- ✓ قد لا تتوفر الدقة اللازمة في الاختيار، و في هذه الحالة لا تمثل العينة المجتمع الأصلي كما يجمل.(رجاء وحيد دويدري،2000،ص316).

12. المقاربة النظرية للدراسة:

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث تعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة و الاتجاه و السلوك، بينما تركز الاستخدامات و الإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع و احتياجات الجمهور الإنسانية، و يتميز جمهورها بالنشاط و الإيجابية و القدرة على الاختيار الواعي ، التفكير.(رضا عبد الواحد أمين،2007،ص65)

طرح كاتز مدخل الاستخدامات والإشباعات عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية برنارد بربلسون موت حقل أبحاث الإعلام، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحالات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس، و أظهرت النتائج ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، و اقترح كاتز التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية، و طرح نموذج Riely and riely عام 1951، الذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق إشباع متباينة، و تطور مفهوم الاستخدامات و الإشباعات في دراسة كاتز و بليميري سنة 1969 م للانتخابات العامة البريطانية عام 1964 و التعرف على أسباب مشاهدة أو تجذب مشاهدة الحملات الانتخابية، وحدد Gurevetch –Katz- Blumler 1974 اختصاص مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالأصول النفسية و الاجتماعية للاحتياجات و التوقعات من وسائل الاتصال

و المصادر الأخرى، و التي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة و الاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات و الإشباع، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 68).

و تطورت أبحاث الاستخدامات و الإشباع في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال Zillman-Stanford-Riccomini-Bryant، حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة و التعرض لها في حالة توافق الإشباع المتوقعة مع الإشباع التي تم الحصول عليها.

✓ فروض نظرية الاستخدامات و الإشباع:

- 1- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، و استخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- 2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، و اختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه، و تحده الفروق الفردية.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- 4- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، و بدوافعه و اهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.
- 5- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال. (محمود حسن اسماعيل، 2003، ص 254).

✓ أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباع:

تسعى إلى تحقيق 3 أهداف رئيسية:

- 1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، و ذلك بالنظر على الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته و أهدافه.
- 2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام و التفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.
- 3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

✓ عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباع:

و يتركز مدخل الاستخدامات و الإشباع على مجموعة من العناصر يمثل محور هذا المدخل، و تتمثل في:

• افتراض الجمهور النشط **Active Audience**:

وفقا لهذا المدخل الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته و أهدافه، و لديه الوعي الذي يمكنه من تحديد الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل.

• ويقسم الباحثون نشاط و إيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى 3 مستويات:

- 1- الانتقائية وهي سابقة على التعرض لوسائل الاتصال.
- 2- الاستغراق والاندماج أثناء التعرض لوسائل الاتصال.
- 3- الإيجابية، بعد التعرض لوسائل الاتصال، و تشمل إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض و الاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص72، 74).

✓ الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام:

و يعني هذا الجمهور يتميز بوجوده و تفاعله مع بيئته الاجتماعية، و من خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء منها، بينما تتسم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الثاني، و طبيعة الجمهور أيضا تؤثر على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها.

✓ دوافع تعرض الفرد لوسائل الاتصال:

تفترض النظرية أن دوافع التعرض لوسائل الاتصال تنتج عن الحاجات النفسية و الاجتماعية، و تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال.

✓ اعتبر كاتز و زملاؤه 1973 أن الأفراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين، وقد قسموا الوظائف الاجتماعية و النفسية لوسائل الاتصال الجماهيري إلى 5 فئات:

الحاجات المعرفية / العاطفية / الحاجة للتكامل الشخصي / الحاجة للتكامل الاجتماعي / الحاجة لتخفيف التوتر. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص74، 75).

✓ التوقعات من وسائل الإعلام:

تعد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية و الاجتماعية للأفراد، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص79)

✓ التعرض لوسائل الاتصال:

يفترض مدخل الاستخدامات و الإشباع أن دوافع الأفراد، تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال، و في إطار هذا المدخل يمكن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز و التفسيرات التي تحقق الإشباع. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص80).

✓ أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباع:

1- هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة، مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، و هذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، و من الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.

2- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيزيولوجية، نفسية، و اجتماعية و تختلف أهميتها من فرد لآخر، و لتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام و اختيار المحتوى.

3- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد و مقصود و هادف، و الواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.

4- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات و الإشباع إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد و تحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر. (محمود حسن اسماعيل، 2003، ص 257).

13- صعوبات الدراسة:

أي باحث منا، في أي تخصص أو بحث علمي يجد صعوبات كثيرة لجمع المادة العلمية، و لكنها في الجمل تعتبر حافزا مهما للتقدم و الوصول إلى الغاية و الأهداف المسطرة في مقدمة الدراسة، و على رأسها تحويل مختلف التساؤلات من مجرد فكرة إلى عناصر و فصول، و من أهم الصعوبات المعترضة نذكر ما يلي:

✓ موضوع الأفلام الوثائقية البيئية موضوع جديد، غير مطروق كثيرا، قلما وجدت الكتب التي تتحدث عنه، و تعرفه و تبين مفاهيمه.

✓ قلة المراجع اللازمة للبحث في الموضوع، وإن وجدت في أماكن أخرى يصعب التنقل إليها و الحصول على نسخ من الكتب.

✓ أيضا توافر مجموعة من الكتب القيمة، التي تغني بالكثير من المعارف و المعلومات ، لكن هذه الكتب لا يمكن تحميلها مجانيا، و إنما تشتري بالعملة الصعبة، مما أدى إلى الاستغناء عنها ، و البحث عن كتب أخرى مشابهة لها حتى تستطيع جمع فصول الدراسة.

خلاصة الفصل :

بعد التركيز على ما تطرقنا إليه في الفصل المنهجي، تأكد لدينا بأنه يساهم في تحديد المشكلة الدقيقة و دراستها بشكل منظم و دقيق و تجنب الخلط و اللامبالاة، فهو يزيل الغموض عن الدراسة و يساعد الباحث على تحديد الطريق المناسب للبحث، و كذا أهم المواضيع التي يجب أن يتطرق إليها.

الفصل الثاني: ماهية الفيلم الوثائقي

- 1- مدخل للفيلم الوثائقي.
- 2- مفهوم الفيلم الوثائقي: لغة - اصطلاحا.
- 3- نشأة الفيلم الوثائقي.
- 4- أنواع الفيلم الوثائقي.
- 5- المضمون في الفيلم الوثائقي.
- 6- أساليب المعالجة في الفيلم الوثائقي.
- 7- شروط و معايير نجاح الفيلم الوثائقي.
- 8- اتجاهات الفيلم الوثائقي.
- 9- مكونات الفيلم الوثائقي.
- 10- خصائص الفيلم الوثائقي:
- ✓ الخصائص الكلاسيكية للفيلم الوثائقي.
- ✓ الخصائص الحديثة للفيلم الوثائقي.
- 11- مميزات الفيلم الوثائقي.
- 12- وظائف الفيلم الوثائقي.
- 13- أهمية الأفلام الوثائقية.
- 14- بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي:
- ✓ أوجه التشابه بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي
- ✓ أوجه الاختلاف بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي
- ✓ خلاصة الفصل

الفصل الثاني: ماهية الفيلم الوثائقي:

1- مدخل للفيلم الوثائقي:

إن المتتبع لبدايات الفيلم الوثائقي و ظهوره ،ووصولاً إلى التطور الذي يشهده اليوم ،يدرك بأن الفيلم الوثائقي كان محط الأنظار من قبل الدارسين حوله ،لكن كانت نقطة الالتقاء في أنه :فيلم غير روائي يسعى إلى توثيق جوانب من الواقع لإثبات سجل مصور عنه ويتناول وقائع تاريخية.

ناهيك على أنه لا يتعامل مع التاريخ الماضي فقط ،بل يتناول الواقع في زمن معين ماضياً كان أم حاضراً . ولكن الفرق بينهما هو أن الفيلم الوثائقي الماضي كان يسجل على الفيلم السينمائي ،أما اليوم فيمكن تسجيله على الفيديو أو الأقراص الرقمية... إلخ ،و الملاحظ أن حال الفيلم الوثائقي تطور ،إذ يمكن متابعته في المنازل أو في قاعات السينما ،أو حتى على الهواتف النقالة في عصرنا الحالي.

2- مفهوم الفيلم الوثائقي:

إن البحث عن ماهية الفيلم الوثائقي و مفهومه يقتضي التطرق إلى مصطلح الفيلم الوثائقي، و إلى أهم التعريفات و الآراء التي تتناوله، كي يمكننا الوصول إلى تصور واضح و محدد.

مصطلح "تسجيلي": من الصعب تحديد تاريخ ظهور مصطلح "تسجيلي" كتعريف عن نوع سينمائي، لكن ذكرت بعض المصادر أنه تم التصديق على فكرة {المشهد الوثائقي} عام 1906، و أطلق الفرنسيون على هذا النوع من الأفلام مصطلح "تسجيلي" عام 1915 ،و هذه الأسبقية في استخدام المصطلح تشكل للفرنسيين مسألة مازالت حساسة اتجاه تاريخ السينما.

يعني في الاصطلاح الفرنسي film documentaire :أن الفيلم وثيقة عن المكان أو الحدث ،أو الشخص الذي يتناوله ،و لهذا يفضل بعضهم ترجمته إلى الفيلم الوثائقي بدلا من الفيلم التسجيلي، حيث كان الفرنسيون أول من استخدم مصطلح الفيلم الوثائقي حين أطلقوه على "الأفلام السياحية" أو "أفلام الرحلات"، و ضمن هذا المفهوم ،عدت الجرائد السينمائية و حتى أفلام لوميير الأولى هذا الشكل السينمائي الجديد.

غير أنه من الثابت أن مصطلح الفيلم الوثائقي قد ظهر للمرة الأولى في تاريخ الفن السينمائي في مقالة نشرها جون غريسون في مجلة نيويورك صن عام 1926 حول فيلم "موانا". (لوي الزغي، 2019، ص15)

والذي أخرجته شاعر السينما الوثائقية "روبرت فلاهري" نقلا عن المصطلح الفرنسي documentaire، الذي يطلق على أفلام الرحلات، و في هذا الفيلم صور "فلاهري" حياة سكان جزر البحار الجنوبية، و كانت هذه المرة الأولى التي تستخدم فيها هذه الكلمة في توظيف و تمييز نوع معين من أشرطة السينما، إلا أنه في فترة الثلاثينيات كان عدد من النصوص الألمانية و الأمريكية لتلك الفترة يستخدم الكلمة الفرنسية بدلا مما يقابلها محليا.

و لابد من التأكيد على أن مصطلح "تسجيلي" مختلف فيه بحسب البلد و بحسب المدرسة الفنية السينمائية، فبعض السينمائيين و المعلقين يستخدم التعبير العام {فيلم غير خيالي}، و يستخدم بعضهم مصطلح "الوثائقي"، و بفضل غيرهم من النقاد استخدم مصطلح "الوثائقي" لوصف تلك الأفلام التي تحتوي على تقديم و تفسير خلاقين للمواد الواقعية. (لؤي الزغي، 2019، ص16).

✓ تعريف الفيلم الوثائقي: لغة:

يعدّ هذا المصطلح دخيلا على العالم العربي، فهو ترجمة للمصطلح الأجنبي documentary films، و أول من استخدم هذا المصطلح "جون غريسون" {ت عام 1972}، و ذلك في الثلاثينيات الميلادية مستمدا إياه من الكلمة لفرنسية "وثيقة" التي كانت تعني {محاضر مصورة عن رحلة ما}، و يحتوي هذا المصطلح على مفردتين: الأولى: الأفلام: ج فيلم، وكان يطلق على الآلة التي تسجل عليها المادة، و هو ما يسمى بالشريط، ثم توسعت المفردة فأصبحت عبارة عن المادة المصورة و المعدة وفق نظام معين، و الأخرى: الوثائقية: نسبة إلى وثائق على غير قياس، قال ابن فارس: {ت 395 هـ}: الواو و الثاء و القاف كلمة تدل على عقد و أحكام، و وثقت الشيء: أحكمته، و من ذلك قولهم: وثقت الحادثة بفيلم أي أحكمتها وأكدت خبرها. (عبد العزيز بن عبد الرحمن الضامر، 2013، ص12).

✓ وثَّق: وثق بكسر الثاء، فيها ثقة أو ائتمنته، و "المثاق": العهد و الجمع الوثائق والميثاق و الميثاق .

✓ التوثيق: حفظ أصول نصوص معينة أو صور كاملة للنص، و يتم ذلك إما بحفظ النسخة الأصلية أو تصويرها على أفلام .

✓ وقد يصبح بالإمكان تصوير الوثائق و المواد المراد حفظها و الاحتفاظ بها، في صور مصغرة جدا على أفلام "مايكروفيلم"، و عرضها مبكرة عند الحاجة للرجوع إليها (بوعزة اسمهان، 2017، ص18) .

✓ "توثيق": كلمة فرنسية الأصل، و لعلها قد تكون دخلت اللغة الانجليزية بمعاني متعددة على مرّ التاريخ اللغوي، و الرأي الراجح أن أول استخدام لها كان على يد العالمان "أونليا" و "لاخونشين" عندما وصعا خططهما في أواخر القرن لإصدار البيليوغرافيا العالمية {الكتاب عن الكتب}، و قد استعان العالمان بفهارس المكتبات التقليدية و استخدمتا التصنيف العشري {وهو نظام تصنيف المكتبات} كأساس للتصنيف، و لكنهما كانا يطمحان إلى مجرد الشمول في العمل، فقد أطلقا على نشاطهما "توثيقا"، و قد ظهرت للكلمة في العربية ثلاث ترجمات سقطت إحداها و هي الوثيقة بكسر الواو، و بقيت اثنتان منها.

أولهما التوثيق: و هي الأكثر شهرة و الأوسع انتشارا، و الثانية الوثائق: بمعنى الأرشيفات في مفهومها التاريخي

الجارى، و لقد بدأ استعمال المصطلح توثيق في مجال تنظيم المعلومات في عشرينيات القرن الماضي. (اسمهان

بوعزة، 2017، ص19).

✓ تعريف الفيلم الوثائقي اصطلاحاً:

لا يتفق الوثائقيون من ممارسين و منظرين على تعريف موحد، حيث تعددت الآراء و وجهات النظر حوله، و هنا يمكننا تقديم تعاريف عدة للفيلم الوثائقي .

* جون غريسون: كان أبو السينما الوثائقية وواضع قواعدها و نظريتها، وأول من حاول وضع تعريف للفيلم الوثائقي، فوصفه بأنه " المعالجة الخلاقة للواقع" أو "معالجة الأحداث الواقعية الجارية بأسلوب فيه خلق فني"، أو تناول للواقع في معالجة إبداعية، ذلك لأنه كان يعتقد أن مصطلح تسجيلي الذي استخدمه قد يكون كافياً لإعطاء معنى محدد وواضح، و من هنا فإنه لا يعتمد على السينما كأداة فحسب، بل كفن أيضاً، و لذلك فالمفهوم الانجليزي لهذا النوع من الأفلام الوثائقية، لا يكفي بتسجيل الحقيقة وحدها، و إنما يضيف إليها الرأي أيضاً. (لؤي الزعي، 2019، ص16).

* بيير لورنتز:

اجتهد عدد من مخرجي السينما الوثائقية و نقادها ليضيفوا إلى تعريف غريسون بهدف وضع تعريف قد يكون أكثر تحديداً وضحاً، و في مجال هذه الاجتهادات و المحاولات يميل بيير لورنتز إلى الاعتقاد بأن الفيلم الوثائقي هو فيلم يتعامل مع الحقائق بشكل درامي مؤكداً أن هناك عوامل كثيرة في الواقع يمكن استغلالها درامياً، فالدراما - بالنسبة له - ليست وفقاً على السينما الروائية، لأن الطبيعة و الحياة صراعات لا تقل في حدتها عن الصراع الدرامي المؤلف في القصة أو الرواية، لكن المهم هو رؤية المخرج الوثائقي للواقع المحيط به، و اختياره الذكي و المبدع و المبتكر للعناصر التي تم الجمهور المستهدف، و التي تتوافق مع مفردات اللغة للرسوم المتحركة، و مكونات عنصر الصوت باعتبارهما الركيزتين اللتين تقوم عليهما عموماً صناعة السينما (لؤي الزعي، 2019، ص17) .

* بول روثا:

أما المدرسة الانجليزية فتؤكد عبر المخرج و المنظر السينمائي الانجليزي "بول روثا" أن الفيلم الوثائقي هو: التعبير عن حياة الناس و معيشتهم كما في الواقع بأسلوب اجتماعي، و بطريقة خلاقة، يسلط الضوء على الماضي، و يشرح و يثري و يغدي المستقبل.

* ريتشارد ماكين:

يقول ريتشارد ماكين: إن أصالة الفيلم الوثائقي لا تتبع من قيامه أو اعتماده على مادة من الواقع بقدر ما ترجع إلى أصالة توظيف هذه المادة الواقعية، حيث إن وثائقية النتيجة هي المهمة و هي المحك في الفيلم الوثائقي، و ليس وثائقية المادة المصورة. (لؤي الزعي، 2019، ص18).

*ويلارد فان دايك:

حاول المخرج الأمريكي "ويلارد فان دايك" أن يقدم للفيلم الوثائقي تعريفاً أكثر اتساعاً مع تحديد لمفهوم الدراما فيه:

"في الفيلم الوثائقي تكون عناصر الصراع الدرامي هي في حقيقتها قوى اجتماعية أو سياسية ، وليست صراعاً بين شخصيات بعينها، و لهذا فإن للفيلم الوثائقي صفة ملحمية ، كما أنه لا يمكن تمثيله أو إعادة إنتاجه، فهو فيلم يتناول مجتمعا واقعيا ، و أشخاصا واقعيين، و مواقف واقعية حقيقية، إنه باختصار يتعامل مع الواقع ذاته بما هو عليه.

*بازيل رايت:

عبر المخرج البريطاني بازيل رايت عن رأيه بأن الفيلم الوثائقي ليس هو هذا النوع أو ذاك من الأفلام و لكنه طريقة للاقتراب من الإعلام الجماهيري. (لوي الزعي، 2019، ص19).

*فيليب دين:

أما المخرج الأمريكي "فيليب دين" وعلى النقيض من كل التعريفات السابقة فإنه يخرج برأي فريد و متميز حول الفيلم الوثائقي، فهو يرى أن للفيلم الوثائقي خاصية متميزة، و هي إمكانية التجريب و الابتكار في مجاله، وعلى عكس آراء السينمائيين و المخرجين الشائعة، فإنه يمكن -حسبه- استخدام ممثلين من الفيلم الوثائقي، و بإمكانه أن يتعامل مع الواقع أو مع الخيال، و قد يتضمن بناؤه الفيلمي نوعاً من الحكمة، في بعض الأحيان، بينما لا توجد أي حبكة في أفلام أخرى، و يرى أن الأفلام الوثائقية تشترك جميعها في أن كلا منها ينبع من حاجة محدودة أو واقع محدد لدى صانع الفيلم، و يكون هدفه أن يستخدمه كسلاح فكري ضد كل من يريد المخرج الوثائقي أن يوجه إليه صرته، إن للفيلم الوثائقي بالمعنى الواسع للكلمة هو في الأغلب سلاح من أسلحة الدعاية (لوي الزعي، 2019، ص20)

*جورج صادول:

يعرفه بأنه كل إنتاج سينماتوغرافي لا يصدر عن الخيال، و استرجاع الواقع، إنه عبارة عن اختيار علمي، و فلسفي للفن السابع (دونيا غلال، 2017، ص13)

✓ تعريف المؤسسات و الموسوعات و المعاجم:

إضافة إلى المحاولات الفردية، قدمت المؤسسات و الموسوعات و المعاجم تعاريف مختلفة للفيلم الوثائقي:

✓ الاتحاد الدولي للسينما الوثائقية:

قدم الاتحاد الدولي للسينما الوثائقية عام 1948 تعريفا له، ومما جاء فيه: إن الفيلم الوثائقي هو كل طريقة في استخدام شريط السليولويد لتسجيل أي عنصر من عناصر الواقع أو أي مظهر من مظاهر الحقيقة، سواء كان ذلك بطريقة التصوير المباشر للحقائق الواقعية أم بواسطة المحاكاة الدقيقة و الأمانة لهذا الواقع، أي بإعادة بنائه بصدق، ووضع حلول واقعية لها في كل المجالات و العلاقات الإنسانية و الاقتصادية و الثقافية.(لوي الرعي،2019،ص20)

✓ الموسوعة البريطانية الجديدة:

عرّفت الموسوعة البريطانية الجديدة the new encyclopaedia britannica الفيلم الوثائقي بأنه: نوع من الأفلام السينمائية غير الروائية، بمعنى أنه لا يتضمن قصة أو خبالا، و إنما يتخذ مادته السينمائية من واقع الحياة، فيصور هذا الواقع و يفسر حقائقه المادية أو يعيد تكوين هذا الواقع و تعد له بشكل يعبر عن الحقيقة الواقعة هادفا إلى تحقيق غرض تعليمي أو غرض ترفيهي.

✓ معجم الفن السينمائي:

أما معجم الفن السينمائي فقدم تعريفا للفيلم الوثائقي جاء فيه: أنه نوع من الأفلام غير الروائية لا يعتمد على القصة و الخيال، بل يتخذ مادته من واقع الحياة سواء كان بنقل الأحداث مباشرة كما جرت في الواقع أم عن طريق إعادة تكوين و تعديل هذا الواقع بشكل قريب من الحقيقة الواقعية(لوي الرعي،2019،ص21)

3- نشأة الفيلم الوثائقي :

منذ ما يقارب القرن و النصف، و تحديدا في عام 1895، ولدت السينما التسجيلية أو الوثائقية، على يد الأخوين "لوميير" " لوي و أوغست لوميير"، اللذان قدّما عرضا مرثيا لمدة دقيقتين و بضع ثوان، تضمن مقطعين بصريين، الأول بعنوان "وصول القطار إلى محطة لاسبوتات" و الثاني بعنوان "الخروج من مصانع لوميير"، و كان العرض يتحدث عن قطار يدخل المحطة، و في الوقت نفسه نرى عمالا يخرجون من المصنع بعد انتهاء عملهم. و منذ ذلك التاريخ 1895 بدأت السينما الوثائقية بالظهور و الانتشار و قد تخصص في إنتاجها رواد عالميون كبار أمثال "روبيرت فلاهيرتي" الأمريكي {1884-1951}، و"ديرجا فيرتوف" الروسي {1895-1954} و "جون جريسون" الانجليزي {1898-1973}، و"جوريس ايفانس" الهولندي {1898-1989} و غيرهم، و كان يغلب على أفلامهم الطابع الإخباري و خاصة قبل عام 1912، إلا أنهم من خلال ذلك استطاعوا توثيق الأحداث الحقيقية و تسليط الضوء عليها في كثير من بقاع الأرض في ذلك الوقت.(نحاة عيسى،2020،ص20).

ولقد استخدم الفرنسيون مصطلح "le film documentaire" أي الفيلم الوثائقي منذ اختراع "لويس لوميير" لجهاز التقاط و عرض الصور السينمائية المتحركة سنة 1895، الذي استخدم من قبل المغامرين و المصورين لتصوير أفلام الرحلات، و لتوثيق أوجه نشاطهم، و تسجيل مشاهداتهم، لإعادة عرضها على الأهل و الأصدقاء من قبيل التذكار.

و يعتبر عام 1923، العام الذي استعمل فيه للمرة الأولى مصطلح وثائقي، للتعبير عن كل فيلم يستمد مادته من الوثائق المأخوذة من الواقع، كما ظهر في نفس الوقت تقريبا ، التعبير الانجليزي documentary film الذي أطلقه المخرج و الناقد الانجليزي جون جريسو في مقال نشره في جريدة نيويورك سان الأمريكية سنة 1926، على الأفلام التي ترصد الواقع الإنساني، ووصفها - أي الأفلام الوثائقية- بأنها المعالجة الخلاقة للواقع، و ميزها عن غيرها من الأشكال السينمائية التسجيلية التي أخذت في الانتشار آنذاك، عبر تقسيمه للإنتاج السينمائي الوثائقي إلى مستويين لكل منهما أهدافه:

المستوى الأول: هو المستوى الذي يرى أنه يجب أن يقتصر عليه تسمية الأفلام الوثائقية، حيث الانتقال و السمو بالمعالجة السينمائية من مجرد الوصف الدقيق للواقع و الطبيعة إلى مرحلة إعداد التنظيم و الترتيب، ثم التكوين الفني لهذه المادة الواقعية الطبيعية.

المستوى الثاني: يظم بقية الأشكال التسجيلية:

إضافة إلى المخرج "لويس لوميير" نجد "موراي الفرنسي و هو سينمائي تقني، و أول من اخترع (الكاميرا)، و أيضا المخرج ميليس، الذي اخترع الخدع السينمائية، و قد قدمت معظم الأفلام في قاعات العرض للإخوة لوميير، و بعدها خرجت إلى الساحات العمومية، و قد كانت معظمها من النوع القصير، الذي لا يتجاوز عرضه الدقائق القليلة ، و تناولت الموضوعات المطروحة في ذلك الوقت، و التي كانت تشكل موضوعات الساعة. (نحلة عيسى، 2020، ص 21).

و بعدها ظهر نوع سينمائي جديد، ذو طابع إخباري، هو "الريورتاج المصور" اعتمد على جماليات الصور الفوتوغرافية، و برع فيه العديد من الشباب الموهوبين مما جعله يتطور بسرعة، و قد ظهر أول فيلم تسجيلي متكامل نهاية عام 1912 بعنوان: "اكتشاف سكوت للقطب الجنوبي" من إخراج الانجليزي "هوبرت بونج"، و فيما يرى آخرون أن أول فيلم تسجيلي متكامل ظهر عام 1915 من إخراج الكندي "روبرت فلاهري" و هو فيلم "نانوك رجل الشمال" الذي حقق هذا الفيلم نجاحا كبيرا في أمريكا و أوروبا، كما كتب عنه الكثيرون و خاصة النقاد.

و عند استيلاء الشيوعيون على السلطة في الاتحاد السوفياتي بعد الثورة البلشفية سنة 1917، اهتم السوفيات بالسينما كظاهرة اجتماعية مؤثرة، و قد كان من الضروري إعادة تنظيمها وفق المبادئ الماركسية، لذلك أمتت السينما عام 1919، و انضمت إلى المؤسسات الشعبية التي كان مطلوب منها، عكس الحقيقة و الواقع من منظور شيوعي، و من رواده المخرج السوفياتي DZIGAVERTOV، إذ قدّم أعمالا كثيرة أهمها: **Metrage** Lang عام 1919 بعنوان: "عيد ميلاد الثورة".

وكانت مدته ساعتين و نصف، و قد أتبع هذا الفيلم بأفلام أخرى وثائقية، كانت شاهدة على أحداث حقيقية حول الحرب الأهلية في الاتحاد السوفياتي، كما أخرج مجموعة من الشباب المناظرين ي الحزب الشيوعي عام 1912 أفلام أخرى عن الثورة بالاعتماد على وثائق حية عن الثورة، أخذت من مكتبة الأرشيف المصور الخاص بالثورة البلشفية. (نحلة عيسى، 2020، ص 22).

وقد نشأت السينما العربية وثائقية أيضا، وقد بدأت على يد بعض المخرجين الفرنسيين الذين قاموا-إبان اختلال فرنسا لبعض الدول العربية - بتصوير بعض الأفلام عن أحداث و مواقع هامة في كل من سوريا و لبنان و المغرب العربي، و لكن في عام 1923 تحولت إلى عربية محضة على يد {مُجد بيومي 1894-1963}، حيث أصدر مجلة "أمون" السينمائية و تصدر العدد الأول منها ترحيب الأمة المصرية بالزعيم "سعد زغلول" من منفاه عام 1923، ثم تابعت الأفلام بعد ذلك.

مع بداية سنة 1949، بدأ استخدام مصطلح Documentariste الوثائقي، يطلق على من يخرج أفلاما وثائقية وقد اعتبرت تلك السنة سنة انتشار الفيلم الوثائقي بشكل كبير، و ظهرت بعدها أفلام تروي القصص والأحقاب التاريخية، و بدأ بعدها يأخذ أبعاده كعلم مستقل بذاته و كفن له مبدعوه.

وقد استمر تطوره يوما بعد يوم خاصة مع ظهور المخترعات السينمائية و التقنية الجديدة، و تطور في المونتاج و دخول الصوت كعنصر من عناصر الشرح والتفسير و الإبداع، إذ حوّلوه إلى سلطة باعتباره القول الحق، كما حوّلوا الصورة إلى قوة تأثيرية كبرى، فأصبحت السينما في الولايات المتحدة الأمريكية، كما في ألمانيا و بريطانيا عبارة عن جهاز للسلطة، و عاكس لسياساتها و إيديولوجياتها. (نحلة عيسى، 2020، ص 22-23).

4- أنواع الفيلم الوثائقي:

تنوعت الأفلام الوثائقية ما بين الموضوعات الاجتماعية و الثقافية و التاريخية و السياسية و الرحلات و الأفلام التدريبية و التعليمية و الإرشادية و الفنية التي تنتج إلى فئة معينة من المجتمع إذ تقسم الأفلام الوثائقية إلى مستويات هي:

1- مستوى الوصف البسيط للمادة الطبيعية يتمثل في:

أ- الأفلام الوثائقية الإخبارية أو الجرائد السينمائية، الجرائد الإخبارية: إذ يقوم مصور الجرائد السينمائية بالدخول إلى مكان ليجمع التقارير المرئية عن أخبار اليوم و تعرض مشاهد السينما، أو غالبا ما تكون هذه الموضوعات مؤلفة من الاحتفالات و المناسبات الوطنية و الأحداث الجارية كما وقعت في أرض الواقع.

ب- اللقطات الوثائقية الخام: و هي تلك اللقطات التسجيلية الفردية التي لا

يربط بعضها ببعض موضوع معين أو موحد، و لا هدف لها إلا تسجيل الواقع و الحياة بشكل صادق و أمين: مثل تصوير الناس في الشوارع و الأزقة و الأسواق، و في بعض القنوات ، يسمى هذا النوع: يوميات الناس و يسجل حركة الناس في تلك الأماكن بدون أي نوع من التعليق.

ت- المجالات السينمائية: تتضمن موضوعات مختلفة حول القضايا التي تشغل أذهان الناس في وقت معين أو تثير اهتماما عاما بها، و يركز هذا النوع من الأفلام على خلفية الموضوع المعروض و يبدأ بشكل تحليل مبسط تصدر عادة دورية أو شهرية أو موسمية. (غلة عبد الرزاق عبد الخالق، 2011، ص 419).

2- مستوى الوصف المتقدم و المتطور للمادة الطبيعية: ويتمثل فيما يلي:

✓ الأفلام التعليمية: تتنوع موضوعات الأفلام التعليمية، حيث تنتج لغرض عرض هذه الأفلام على الهيئات الاجتماعية و المدارس و المعاهد و الجامعات، و تجمعات العاملين، و القوات المسلحة، و الهيئات الحرفية و الدينية، و مضمون هذا النوع من الأفلام مرتبط بمنهج دراسي محدد يستهدف أفراد العملية التعليمية و يتخذ شكل الدرس الموجه إلى الفصل الدراسي، و يرتبط محتواه بمنهج دراسية محددة، و يقدم هذا النوع بالتعاون مع المؤسسات التعليمية و الإعلامية، و هذا النوع من الأفلام غير مخصص للعرض السينمائي، و إنما الغرض منها هو التعليم. (غلة عبد الرزاق عبد الخالق، 2011، ص 419).

✓ الأفلام العلمية: تعد الأفلام الوثائقية العلمية من الأفلام التثقيفية الهامة التي تعمل على تقديم المادة العلمية المعقدة بأسلوب بسيط وواضح و ذلك لرفع إدراك المشاهد للعلم و التقنية و إثراء خبراته المعرفية و كفاءاته الاطلاعية لجعله بعد ذلك في وضع المستوعب للأحداث العلمية و التكنولوجية، و تشمل: أفلام البحوث و الدراسات، أفلام الطبيعة، أفلام الفلك.

✓ الأفلام التدريبية: يهدف هذا النوع من الأفلام التدريبية إلى تفسير البيانات و المعلومات اللازمة و توضيحها و شرحها لاكتساب المهارات، و زيادة المعرفة في حالات التدريب المهني أو التوعية، و نشر الثقافة الفنية بين جماعات العمال و الزراع أو الجنود، و لا سيما بين صفوف المبتدئين و غير المدربين من هؤلاء، و من حيث الأسلوب هي شبيهة بالأفلام التعليمية المدرسية، و لكن الفرق بينهما هو هدف إنتاج الفيلم و مهمته. (غلة عبد الرزاق عبد الخالق، 2011، ص 420).

✓ **الأفلام الثقافية:** تهدف الأفلام الوثائقية الثقافية إلى نشر الثقافة العامة بين الفئات المختلفة في المجتمع، من خلال عرض الموضوعات الفنية والاجتماعية والثقافية التي هي وسيلة من وسائل نشر الثقافة والمعرفة، و تعريف المجتمعات بالثقافات المختلفة.

✓ **الأفلام الوثائقية السياحية:** يعرض هذا النوع من الأفلام الوثائقية عرض الآثار والأفلام السياحية، إذ يقوم بوظيفة الكشف عن القيم الاجتماعية والفكرية والجمالية، و يوسع آفاق التفكير عند المتلقي، عبر تزويده بمعلومات حول الحضارات والمعالم الأثرية الموجودة في العالم.

✓ **وأفلام التوعية والإرشاد:** يهدف هذا النوع من الأفلام إلى توضيح المعلومات اللازمة و تفسيرها لإكساب المهارات و إثراء معلومات المتلقي، وتوسيع آفاق تفكيره من خلال عرض الأفلام و زيادة المعرفة، إذ يتم تقديم هذا النوع من الأفلام لجماعات العمال والفلاحين و التجمعات المهنية و الحرفية، بهدف توعيتهم في مجال العمل، و تزويدهم بالمعلومات من أجل تطوير حرفهم المهنية.(عبد الرزاق نحلة، 2011، ص420).

✓ **التحقيق الصحفي الوثائقي-الريبورتاج التلفزيوني:** عبارة عن عرض أفعال لحدث آني ذي أهمية على الشاشة من خلال المشاهد المصورة، و سرد من خلف الشاشة من قبل المشاركين في الحدث، بدون أي تعقيدات؛ إذ يبحث عن استنتاج، أي هو عرض للواقع كما هو.

✓ **أفلام الفن:** تعرض هذه الأفلام الفنون التشكيلية، و حياة الفنانين و ترصد أعمالهم الفنية، كالنحت و الرسم، و الموسيقى، و غيرها من الفنون الأخرى، إذ تنقل الواقع الذي يعيش فيه الفنان، و في بعض الأحيان تقدم على شكل سيرة ذاتية؛ إذ تتخذ موضوعات هذه الأفلام طابعا ثقافيا.

✓ **أفلام الرحلات و الاستكشاف:** تسجل هذه الأفلام بعض هذه المظاهر السياحية لمختلف مناطق العالم؛ بحيث يتم التعريف بتلك المناطق، و الأماكن السياحية و ذلك بغرض نشر المعرفة و الثقافة و غالبا ما نرى أن موضوعات أفلام الرحلات قد طغت عليها موضوعات ترويجية للسياحة و التجارة.(نحلة عبد الرزاق عبد الخالق، 2011، ص421).

3- مستوى الوصف العميق للمادة الطبيعية و التحليل و التفسير الدرامي: و تتمثل فيما يلي: أفلام المجتمع

و أفلام السيرة الذاتية، أفلام البيئة و الحياة البرية، الأفلام الرياضية، التاريخية و السياسية و الأفلام الاقتصادية. ✓ **أفلام السير الذاتية:** يتناول هذا النوع من الأفلام حياة الأشخاص الذين تشكل تجاربهم الحياتية أنموذج، أو قدوة، أو مثلا للآخرين، و يمكن تصنيفهم في فئتين أساسيتين هما: المبدعون و الشعراء من السياسيين، ورجال الدين و القضاة و الفنانين، والأدباء، و الشعراء، ونحوهم، و الرياضة و السينما و غيرها.

✓ أناس عاديون: و هم الذين يمكن اعتبارهم نماذج لظواهر سلوكية قابلة للتعميم مثل: تسليط الضوء على حياة أحد المهاجرين الأفارقة إلى أوروبا أو أمريكا، أو تسليط الضوء على أحد المراهقين الجانحين كنموذج لأنماط السلوك المتعلقة بمرحلة المراهقة... إلخ.

في هذا النوع من الأفلام يتم اللجوء أحيانا إلى التشخيص البصري للشخصية موضوع الفيلم و لبعض الأشخاص القريبين منها، و المرتبطين بسير الأحداث المتعلقة بها. (علي عبد العزيز بلال، 2013، ص 43-44).

✓ أفلام البيئة: نقصد بالبيئة مفهومها الواسع لكل الظروف و العوامل المحيطة التي يحتمل أن تؤثر في الكائنات الحية عموما، و في الإنسان ككائن حي عاقل بشكل خاص، و تعبر عن هذا المفهوم في اللغة الانجليزية العديد من المصطلحات التي تبوأ معنى البيئة بينها موقع القاسم المشترك، و أهم هذه المصطلحات هي: الجو الوسط، المحيط .

ويمكن تصنيف دلالات البيئة في مجال بحثنا المتعلق بأنواع الأفلام التسجيلية الوثائقية كما يلي:

✓ البيئة الطبيعية: بما فيها من هواء، و ماء، و أحياء، و تضاريس و نباتات، و عوامل طبيعية كالزلازل و البراكين، و عوامل مناخية كالحرارة و البرودة، و شدة الرياح، و الأمطار و الثلوج، و غيرها...

✓ البيئة العمرانية: و تتجلى في : أنماط العمارة التقليدية بما فيها مساكن بسيطة، أو قصور فخمة، و ما تتميز به من خصائص تابعة لشروط البيئة المتعلقة بالجغرافيا و المناخ، إضافة إلى ما توفره من مواد البناء الأولية كالحجارة في المناطق السهلية، أو الأخشاب في مناطق الغابات الكثيفة، إلخ... (علي عزيز بلال، 2013، ص 38).

✓ أنماط العمارة الحديثة الوافدة و هي الأنماط المنتشرة الآن في معظم أنحاء العالم المتمدن.

✓ أنماط العمارة التاريخية: الدينية منها و المدنية، و العسكرية.

✓ المشيدات الصناعية، و الزراعية، و السياحية، و غيرها

✓ البيئة الاجتماعية: و هي تلعب دورا كبيرا في رسم ملامح التمايز بين المجتمعات البشرية، و تتجلى في أنماط التفكير و السلوك الجماعي و الفردي، و ذلك من خلال الأساسيات التالية:

✓ المنظومة الأخلاقية بما فيها من قيم، و أعراف، و معتقدات دينية، أو أسطورية، و ما يرتبط بها من عادات و تقاليد متوارثة في السلوك، و التربية و التعليم، و الزواج، و الأحران، و طقوسها.

إضافة إلى أنماط السلوك الوافدة التي تصبح جزء من المنظومة السلوكية لبعض شرائح المجتمع، خاصة منها ما يعبر عن وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة كالإنترنت و التلفزيون... إلخ

✓ الفنون و الآداب الشعبية المتوارثة: كالحكايات و السير، و النوادر، و الأمثال و الرسم و الموسيقى، و الغناء الشعبي، و غيرها.

أنماط الفنون الوافدة التي تتغلغل إلى النسيج الثقافي و تصبح جزء منه، خاصة بالنسبة للشرائح الاجتماعية عالية التعليم.

✓ **البيئة الاقتصادية:** و تظم كل مجالات الأنشطة الاقتصادية بما فيها من زراعة و تجارة، و كل مصادر الدخل بالنسبة للأفراد و الأسر، و على الصعيد القومي عموماً، و يشمل مفهوم البيئة الاقتصادية أيضاً كل مشكلات البطالة و الفقر، و طرق التصدي لها و معالجتها، و نتائج المعالجة سلبياً أو إيجاباً.(علي عزيز بلال،2013،ص 39).

✓ **البيئة السياسية و الإدارية:** و نقصد بها الحكم الرسمي في كل دولة، بكل أبعاده الإيديولوجية، و السياسية، و الإدارية، والقانونية، إضافة إلى جميع المؤسسات السياسية و الإدارية غير الرسمية، بما تطرحه من أفكار و سياسات، و تتبناه من منظومات إدارة و آليات تنفيذ، و منها مثلاً مؤسسات المجتمع المدني بما فيها من أحزاب، و تيارات و نقابات، و اتحادات و جمعيات، و غير ها.(علي عزيز بلال،2013،ص 40).

✓ **الأفلام التاريخية:** و هي التي تتحدث عما جرى لبني البشر في الأزمان الماضية بكل أبعاده الحضارية، و السياسية، و الدينية، و الأسطورية و الاقتصادية، و غيرها، ويمكن تقسيم الماضي الإنساني حسب المعطيات الوثائقية البصرية إلى خمسة أقسام كما يلي:

✓ **الماضي القريب:** و هو الذي مازال متصلاً مع الحاضر من خلال الذين عاشوا أحداثه، وهم الآن شهود أحياء عليه، أي أن مجاله الزمني يمتد حتى 100 عام مضت منذ الآن، و كمثل عليه: يمكن في أيامنا هذه أن نأخذ أحداث الحربين العالميتين الأولى و الثانية، فوجود معمر ألماني مثلاً عمره 120 سنة عام 2009، يعني أنه شهد نهاية الحرب العالمية الأولى في سن الحادية عشرة، و هناك معيار إضافي لمفهوم الماضي القريب، يتعلق باختراع التصوير الفوتوغرافي الذي توج بتصميم أول آلة تصوير للهواة عام 1888، بعدها بسبعة أعوام فقط، تم اختراع السينما على يد الأخوين لوميير عام 1895، و بإضافة هذا المعيار الفوتوغرافي و السينمائي، يمكن أن يمتد المجال الزمني للماضي القريب ليصي حتى نحو 120 مضت.

و ضمن هذا المجال تكون المادة البصرية للفيلم التسجيلي الوثائقي التلفزيوني التي يتحدث عن إحدى الحربين العالميتين منتقاة من الأرشيف العالمي، و أرشيف الصور الفوتوغرافية، شهادات حية للذين شاركوا في الحرب، تصوير بعض الأماكن الموجودة، و التي لها علاقة بالأحداث كساحل النورماندي.(علي عزيز بلال،2013،ص 41).

✓ **الماضي المتوسط:** و هو الذي يرتد في الزمن خلفاً حتى نحو سبعة قرون، و كمثل عليه نشوء السلالة العثمانية التي أسسها عثمان بن آل طغرل عام 1281، و تحولت إلى خلافة إسلامية، استمر سلطانها حتى مطلع القرن 20 و تكون المادة البصرية للفيلم التسجيلي التلفزيوني الذي يتناول إحدى الفترات مأخوذة من

الصور اللونية المرسومة يدويا/ الوثائق و المخطوطات و الخرائط، العمائر التاريخية، الدينية منها، و المدنية ، و العسكرية، الأدوات التي كانت مستخدمة في كل مجالات الحياة: الزراعية، و الصناعية، الفنية.....إلخ.

✓ **الماضي القديم، البعيد:** و يمتد حتى الألف الأول ق.م. وكأمثلة عليه نأخذ مرحلة الإمبراطورية الرومانية، أو الدولة البيزنطية، أو الدولة الأموية، و يمكن أن نستمد المادة البصرية لهذه المراحل القديمة من المصادر الآتية: الآثار العمرانية ، أو ما تبقى منها مثل مسرح الكولوسيوم الروماني الشهير وسط مدينة روما، أو بقايا القصور الأموية في بادية الشام، كقصر الحير الشرقي، و قصر عمرة، و غيرها .

✓ **اللوحات الفنية:** مثل لوحات الفريسك، أو الفسيفساء.(علي عزيز بلال، 2013، ص42).

التمائيل النحتية، و النقوش الكتابية و النقود، و غيرها.

✓ **الماضي الموغل في القدم:** و يبدأ منذ ما يعرف ب:العصر الحجري الوسيط، أي نحو 10000 سنة قبل الميلاد، و هي المرحلة التأسيسية الانتقالية بين العصر الحجري القديم، التي كان الإنسان خلالها يعيش في الكهوف، و يتغذى على الصيد، و التقاط الثمار، و العصر الحجري الحديث، الذي بدأت به الحياة الاستقرار و بناء القرى الزراعية، و تدجين الحيوان.

و تعتمد المادة البصرية في الأفلام التسجيلية التي تتناول هذه الحقبة على أعمال التنقيب و المكتشفات التي تنجم عنها، و المدعمة بشهادات و تفسيرات علماء الآثار، و بالرسوم الافتراضية التوضيحية .

الماضي السحيق: و هو الذي يعرف بالعصر الحجري القديم، و يمتد حتى 2500000 ألف عام، و تعتمد المادة البصرية التي تتناول هذه الحقبة أيضا على نتائج أعمال التنقيب و التحليلات و الرسوم التوضيحية الافتراضية.(علي عزيز بلال، 2013، ص43).

5- المضمون في الفيلم الوثائقي:

يعتمد الفيلم الوثائقي في أغلب الأحيان على وجهة نظر المخرج بطريقة مباشرة، يعبر فيها عن رؤيته الشخصية لواقع معين أو بطريقة غير مباشرة عبر حالات، و نماذج، و أماكن يختارها و يحددها هو نفسه لتمرير رسالة معينة.

السيناريو في الفيلم الوثائقي ضروري لتوضيح مضمون الفكرة و تدبير الوقت بشكل جيد، و هو مخطط أولي أو أدبي مؤسس على واقعة حياتية و يمثل الهيكل العام و الركيزة الأساسية ، و أثناء التنفيذ يكتمل البناء.(غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص197).

السيناريو هو الذي يساعدنا في تبني الأفكار غير الحوارية أو العامة، أو غير المحددة في الزمان و المكان، و هو يمثل الهيكل للفيلم، و دليل عمل يتم إنشاؤه في أرض الواقع، و الأصح هو أن نبي سيناريو و نجعل فيه انسيابية للمستجدات التي يمكن أن يفرزها الواقع.

هناك نقطتين على أساسهما يبنى الفيلم الوثائقي: وهما عدم المبالغة في الأحداث، و أن تكون المعلومات التي وردت في الفيلم حقيقة غير مزيفة.

إن الفيلم الوثائقي هو ذو رسالة إنسانية، ومصمم أساسا ليقدم معلومات، و يؤثر في المتفرج و بحثه.(غسان عبد الوهاب حسن،2013،ص198).

6-أساليب المعالجة في الفيلم الوثائقي:

✓ تعالج الأفلام الوثائقية موضوعاتها وفق نوعين رئيسيين هما:

1- الأسلوب الوثائقي: إن الفيلم الوثائقي هو عبارة عن المعالجة الخلاقة لواقع الحياة، و يشبه هذا الأسلوب صفحة الرأي في عالم الصحافة المكتوبة المقروءة، و يطلق عليه الفيلم التسجيلي، و يتميز بهدف له مغزى اجتماعي سياسي، و هو ذو رسالة محددة وواضحة، يهدف المخرج إلى إيصالها للجماهير المستهدف.

2- الأسلوب الواقعي: و هو الذي يظم فيلم الحقيقة، و فيلم الرحلات، و الفيلم التعليمي و التدريسي، و الجريدة و المجلة السينمائية، و أسلوب قد يبدو مجردا من الأهداف الخاصة، مع أنه في بعض الحالات قد تكون نتيجته النهائية رسالة من نوع ما أو تأثير محدد، و يشابه هذا الأسلوب الصفحات الإخبارية في عالم الصحافة.(نحلة عبد الرزاق عبد الخالق،2011،ص422).

7-شروط و معايير نجاح الفيلم الوثائقي:

إن معايير و شروط نجاح الإنتاج المرئي بشكل عام هي: الإمتاع و الإقناع و الإبداع، ثلاثة معايير مهمة لو تركت عند المشاهد الانطباع المطلوب فقد حقق الفيلم النجاح المطلوب، والفيلم الوثائقي كغيره من الأفلام له خصوصية تقتضي ما يلي:

✓ أن يكون موثقا بشكل جيد، و يحتوي على أفكار جديدة و متميزة، و غير متداولة، و أن تكون ذات قيمة فكرية و حضارية، و ذات مستوى عملي راقى، و أن تطرح قضايا مثيرة للجدل و النقاش، و تثير تساؤلات بشكل فني متميز.

✓ البحث السريع المتقن، فالطول يعتبر مضيعة للوقت رغم أهميته خصوصا إذا أراد تقديم وجهة نظر جديدة و مختلفة.

✓ أن يعمل الكاتب أو المعد خلال النص و المعالجة على الاستحواذ على اهتمام المشاهد منذ البداية عن طريق الصورة و الموضوع و الصوت، و تحفز المشاهد على التفكير في اتخاذ إجراءات عملية تساعد في حل المشاكل المطروحة في البرنامج.

✓ إضافة للمسات الإنسانية على المادة العلمية أو التاريخية أو غيرها و هذا لتحريك انفعالات و مشاعر الناس و خلق الإدماج الحسي مع ما يشاهد.

✓ إثارة الانتباه للبرنامج عن طريق القديم و الحديث، و عمل المقارنات في النواحي التاريخية و العلمية مثلا، و هذا ليصل المشاهد لعمل حلقة وصل بين الماضي و الحاضر و تحليلاته، و المستقبل و توقعاته.(أبن عبد الحليم نصار،2007،ص46).

✓ دعم البرنامج بالحقائق المدعمة بالصور أو بالمقابلة مع الباحث المختص أو بالوثائق المطلوبة و الابتعاد عن الكلام فقط لحشو المكان.

✓ إنتاج الأفلام الوثائقية بميزانية معقولة و بسيطة لتحقيق تأثير كبير و نجاح أكبر.

✓ أن يكون النص جذابا و بسيطا، و إذا كان علميا فليكن علميا متأدبا، لأن المشاهد يرى بالعين قبل الأذن في استقبال الرسالة.

✓ إذا زادت مدة العرض للفيلم، قل عنصر التشويق، و بالتالي يجب وضع ما يجذب المشاهد و يدفعه للحركة باستمرار إلى الأمام.(أبن عبد الحليم نصار،2007،ص46).

8- اتجاهات الفيلم الوثائقي:

تنقسم الأفلام الوثائقية إلى منهاج و اتجاهات عدة، و ذلك حسب توجهات المخرجين الإيديولوجية، و طبيعة ظروفهم الاجتماعية، و الدوافع التي كانت السبب في ظهور هذه الاتجاهات و المدارس التي تحمل القواعد و الأسس التي يتبعها العالم اليوم في صناعة السينما الوثائقية، فرغم التطور الذي يشهده تبقى المدارس هي عماد قيام هذا الفن، و هي أربعة مدارس أساسية لها معايير مختلفة عن بعضها البعض و هي كما يلي: (دونا غلال، 2017،ص26).

✓ **الاتجاه الطبيعي/الرومنسي:** يعتمد هذا الاتجاه على الاهتمام بالحياة الطبيعية و علاقة الإنسان بالعالم المحيط به، من بيئة طبيعية و كائنات حية، ويرجع ذلك إلى أولى أفلام الرحلات التي كان يعود بها المصريون الذين يسافرون إلى بلدان العالم المختلفة، حيث كانت هذه الأفلام تثير دهشة المشاهدين، مما دفعهم إلى طلب المزيد للتعرف على البلدان و طريقة عيش الإنسان في المناطق الأخرى من العالم، ومن هنا جاءت فكرة "روبرت فلاهري"، في إخراج و إنتاج فيلمه الشهير "نانوك رجل الشمال"، و ذلك عام 1920، حيث عاش "فلاهري" مع شخصيات الفيلم مدة 15 شهرا قبل المباشرة في التصوير، من بينها أربعة أشهر من الانعزال في القطب الشمالي مع سكان المنطقة، دون فيها ملاحظاته حول الفيلم، و المشاهد التي سيقوم بتصويرها لتكن بعد ذلك انطلاقة الاتجاه الطبيعي، توالى فيما بعد الأفلام حيث أنتج ذات المخرج ثاني أفلامه بعنوان "موانا"، و الذي كان عبارة عن قصيدة حساسة مصورة حول سكان جزر الساموا، أين وضع "روبرت

فلاهرتي" كيف يلجأ السكان الأصليون لهذه الجزر إلى خلق طقوس رسمية مؤلمة منها الوشم لتأكيد رجولتهم، لقد اتجهت بذلك الأفلام الرومنسية الوثائقية إلى عمق الطبيعة، حيث توصف علاقة الإنسان بها، من خلال التعرف على طريقة عيشه فيها و طرق تعامله، من عادات و تقاليد و أعراف و التعريف بما عبر العالم، فقد انتقل "فلاهرتي" من الشمال إلى الجنوب، و من جزر إلى أخرى في رحلات و وثائقية تعرف بها المشاهدين على طبيعة الحياة في مختلف مناطق العالم ، و من خلال هذه الأفلام و غيرها وضعت قواعد و أسس لإنتاج الأفلام الوثائقية المنضوية تحت هذا الاتجاه وهي: أن مادة الموضوع يجب أن تستخلص من مصدرها الأصلي، و يستوعبها العقل قبل البدء في الإنتاج الفعلي للفيلم.

أن المادة المستخدمة في الفيلم تصور من واقع الحياة، و هي بذلك واقع مسجل، إلا أن اختيار اللقطات يتم حسب إدراك واع لأهميتها يجعل للفيلم تعبيرا دراميا خاصا عن الواقع، و ليس مجرد وصف مسجل. (دونيا علال، 2017، ص 27).

✓ **الاتجاه الواقعي:** يستمد هذا الاتجاه مادته من الواقع المباشر لحياة المدن و القرى، حيث يركز على حياة البشر في البيئة التي صنعوها بأنفسهم كالمصانع، الأسواق، المستشفيات، و مختلف التجمعات البشرية، فهو لا يعد مجرد تقديم للشخصيات المألوفة و الشائعة، و الموضوعات المستمدة من الطبيعة و الواقع فحسب، و إنما هو يكشف أيضا عن فردية البشر و تشابهم مع بعضهم البعض في آن واحد. (دونيا علال، 2017، ص 28).

فالواقعية تهتم بجمال الطبيعة و البشر، و تصوير العلاقات الاجتماعية التي تشغل الناس و القوى التي تتحكم فيهم، و الروابط و المصالح المشتركة بينهم.

لهذا فإن **الاتجاه الواقعي** و بظهوره في مجال الأفلام الوثائقية أمكن من تصوير مشكلات الإنسان و قضاياها في مواجهة الحياة و جنون المدينة، و من أبرز أفلام هذا الاتجاه الفيلم الفرنسي "لا شيء غير الزمان" سنة 1926 للمخرج "ألبرتو كافالكانتي".

يعد هذا الفيلم الأول عن حياة مدينة باريس الذي يكشف ظهور شخصيات حقيقية من مستويات متفاوتة، و أوقات مختلفة و في أماكن عديدة، ليعبر بذلك عن واقع المدينة بكل تناقضاتها، حيث أراد المخرج كافالكانتي من هذا الفيلم برهنة و إبراز إمكانية تصوير و نقل الواقع المحيط بالإنسان بشكل متعارض مع الاتجاه الطبيعي،" لروبرت فلاهرتي" الذي يذهب إلى تصوير الإنسان في مواجهة الطبيعة القاسية، و الذي يقوم على اختيار المشاهد و اللقطات المناسبة.

هذا وقد أخذ الاتجاه الواقعي في الانتشار داخل دول أوروبا في ثلاثينات القرن العشرين، و قد برز عنه عدة أفلام و مجموعة من المخرجين، أمثال "جون فيجوبوريس" بفيلم تحت عنوان: "حوليس" و المخرج "ايفنر" بفيلم "المطر" و غيرهم ممن اتبعوا هذا الاتجاه للفيلم الوثائقي. (دونيا علال، 2017، ص 28).

✓ **الاتجاه السيمفوني:** يعتمد هذا الاتجاه على المقاربة بين السينما و الموسيقى في صناعة الأفلام الوثائقية، فالموسيقى تعبر فيه عن عنصر الحركة في الزمان ، بينما السينما و هي تقوم على الصورة، تعبر عن حركة الضوء في الزمان و المكان ، فالالاتجاه السيمفوني يهدف إلى تقديم مشاهد الفيلم في توال حركي شبيه بحركات السيمفونية الموسيقية، و يشترط بذلك في مخرج الفيلم و مصوره أن يكونا لديهم ذوقا فنيا عاليا، و حسا تصويريا مرهفا يعتمد على استخدام الإيقاعات المتغيرة بسرعة، و المؤثرات الخاصة طوال الفيلم مستعملا في ذلك حركة المجاميع و الكتل في خلق الإيقاع الحركي و إيجاده داخل البناء الفيلمي، و قد نشأ هذا الاتجاه قبل الحرب العالمية، و بالتحديد في فرنسا متأثرا بوصف "أبيل جونس" في قوله: "السينما هي موسيقى الضوء"، و من أبرز الأعلام التي تمثل هذا الاتجاه ، فيلم "برلين سيمفونية مدينة" للمخرج الألماني "ولتر رومان" عام 1927، حيث يعد هذا الأخير من أبرز رواده و الذي استوحى فيلمه من فيلم "ألبرثو كافالكاتي"، "لا شيء غير الزمان" ، حيث يظهر رومان في فيلمه القدرة على تنظيم و تنسيق العديد من التعبيرات الفردية، داخل وحدة واحدة و التي يصعب على الإنسان ملاحظتها في الحياة بشكل عادي، هذ و توال الأفلام بعد ذلك كفيلم "ونبسيك" للمخرج "جودفري راجيو"، و هو أحد المخرجين الذين برزوا عام 1982، حيث استخدم تقنيات أشبه بالعرض الضوئي إلى جانب التصوير بتقنية الفاصل الزمني، و ذلك لخلق تعليق تمثيلي على التأثير المدمر للبشر على الأرض، و يعني عنوان فيلم، و هو عبارة عن كلمة بلغة الهوي "الحياة بلا توازن". (دونيا علال، 2017، ص 28-29).

✓ **سينما الحقيقة/ الكينوبرافدا:** يهدف هذا الاتجاه إلى اكتشاف العالم، و توسيع نطاق الواقع الممكن تصويره، و قد ساعد على تطوير هذا الاتجاه و سرعة انتشاره اكتشاف الكاميرا السينمائية 16 مم، التي تتصف بخفة الوزن و سهولة حملها و إمكانية تسجيلها لعنصري الصوت و الصورة معا، مما ساعد في تصوير الأحداث الجارية بما يصاحبها من صوت و صور حقيقية وقت حدوثها، حيث أضافت هذه الكاميرا ميزتين أساسيتين هما تسجيل الحدث و إمكانية نقل أدق التفاصيل، و بهذا نرى التناغم و التكامل بين التطور التكنولوجي و الأفلام الوثائقية، فكلما تطورت الوسيلة أتاحت الفرصة أكثر للتفنن و الإبداع في صناعة الأفلام، مما جعلها رائدة في مجال السينما. (دونيا علال، 2017، ص 27).

لقد تبلورت سينما الحقيقة منذ سنة 1922 بأفلام المخرج الروسي "دزيجا فيرتوف" في شكل جريدة سينمائية بعنوان ثابت Kino Pravda، والتي صدر منها اثنان و عشرون عددا متتاليا إلى غاية عام 1924، حيث كانت تنقل ما يجري من تغيير في أحداث المجتمع السوفيتي، على شكل أخبار مصورة و قد تميز كل عدد من أعدادها باكتشاف جديد و استحداث مرتكز على الوسيلة و البحث في تطوراتها.

أخذ اتجاه الفيلم الوثائقي في سينما الحقيقة بالتطور من خلال أفلام "فیرتوف" منها "الخط السوفيتي" عام 1926، و فيلم آخر بعنوان: "سدس العالم"، و فيلم الرجال و الكاميرا" عام 1929، أين استخدم " فيرتوف" تقنيات مختلفة في إطار الاستحداث و التطوير في صناعة الفيلم الوثائقي، فاستعمل الكاميرا الخفية، كما استعمل أسلوب المزج و المونتاج الإيقاعي، و كذا حركة الكاميرا بأنواعها المختلفة، تواصلت الأفلام وانتشرت، فأصبح لها متبنيها من مخرجين و عشاقها من المشاهدين، ومن أبرزهم "فريدريك و ايزمان"، "دافيد سويير". (دونيا علال، 2017، ص 29).

9. مكونات الفيلم الوثائقي:

لكي يعطي الفيلم الوثائقي صورة جيدة، لابد من توفر مكونات أساسية يمكن اعتبارها أركاناً مهمة؛ إذ بدونها تفشل فكرة الفيلم الوثائقي، ومن أهمها:

1- **الشخصيات:** و هم الأشخاص الذين تتم استضافتهم ليبدوا وجهة نظرهم في الموضوع لكونهم متخصصين فيه، أو لكونهم شهود عيان على حدث أو فترة زمنية معينة.

وتترك هذه الشخصيات تتحدث على طبيعتها دون أن يتدخل أحد في أسلوبهم و طريقة كلامهم، حتى تعطي مصداقية للفيلم شريطة عدم تعديهم على الآخرين بقول أو حركة أو سوء أدب .

2- **الأماكن:** و هي التي لها علاقة بالموضوع المطروح، فإذا كان الفيلم مثلاً يتحدث عن البيئة، فإنه ينبغي أن تكون الطبيعة من أهم الأماكن التي يتم تصويرها لكونه المكان الأول الذي نصفه و ندقق فيه.(عبد العزيز بن عبد الرحمن الضامر، 2013، ص 23).

3- **الوثائق و المستندات:** و يشمل الكتب أو المستندات الأرشيفية التي لها علاقة بالموضوع، فإذا كان الفيلم يتحدث عن أحد الشخصيات البارزة في العالم، و خلدت بعضاً من آثارها، فإنه ينبغي أن يتم عرض بعض من كتبه، لأنها دلائل نجاحاته.

4- **الصور الفوتوغرافية و مقاطع الفيديو والصوت:** التي لها علاقة بالموضوع و هي ما تسمى ب: (Matériel)، فإذا أردنا صناعة فيلم وثائقي لشخصية مهمة، لابد من بذل الجهود للحصول على هذه الأمور، لأنها تعطي الفيلم قوة في التوثيق أكثر من التأثير.(عبد العزيز بن عبد الرحمن الضامر، 2013، ص 24).

5- التعليق: و هو اختيار معلق يمتاز بصوت مناسب لطبيعة الفيلم، فيلقي النص على الصورة المعروضة، أو في الخانات التي يجد المخرج صعوبة في التعبير عنها فنيا، و لابد أن يكون التعليق بقدر الحاجة دون إعادة أو تكرار. (عبد العزيز بن عبد الرحمن الضامر، 2013، ص 25).

و بعد ذلك تأتي مرحلة "المونتاج"، و يتم من خلالها وضع هذه المكونات على الجدول الزمني أو خط الزمن، و اختيار ريثم الفيلم {البطيء و المتوسط و السريع}، حسب نوعية اللقطة و حركتها، ووضع اللمسات الفنية و الجمالية، و نحو ذلك. (عبد العزيز بن عبد الرحمن الضامر، 2013، ص 26).

10- خصائص الفيلم الوثائقي:

✓ الخصائص الكلاسيكية للفيلم الوثائقي: لقد حدد غريسون للفيلم الوثائقي ثلاث خصائص، لابد من توافرها لكي يصبح الفيلم وثائقيا حقيقيا و هي:

➤ اعتماد الفيلم الوثائقي على التنقل، و الملاحظة، و الانتقاء من الحياة نفسها، فهو لا يعتمد على موضوعات مؤلفة و ممثلة في بيئة مصطنعة كما يفعل الفيلم الروائي، و إنما يثور المشاهد الحية، و الوقائع الحقيقية.

➤ أشخاص الفيلم الوثائقي و مناظره يختارون من الواقع الحي، فلا يعتمد على ممثلين محترفين، ولا على مناظر صناعية مفتعلة داخل الاستوديو.

➤ مادة الفيلم الوثائقي تختار من الطبيعة رأسا، دونما تأليف، و بذلك تكون موضوعاته أكثر دقة وواقعية من المادة المؤلفة و الممثلة. (غسان عبد الوهاب حسن، 2013، ص 196).

➤ تنظيم المادة الواقعية و تقديمها بأسلوب فني، أي معالجتها بشكل فني خلاق

➤ التفرقة بين الوصف المجرد و الدراما، أي التمييز بين الأسلوب الذي يقتصر على وصف القيم السطحية للموضوع و الأسلوب الذي يكشف عن حقائقه و تفاصيله بطريقة فعالة (لوي الزعي، 2019، ص 24).

إضافة إلى غريسون، فإن الكاتب و المؤرخ البريطاني بول روثا يرى أن سمات الفيلم الوثائقي تبدو في:

اعتماده على الفكرة، أو التيمة، بدلا من الحكمة، كما في الفيلم الروائي.

لا يهتم الفيلم الوثائقي بأي أحداث معلقة أو غريبة لشخصيات متخيلة، فهو يصور العالم الحقيقي من حولنا. ليس له علاقة بنظام النجوم و إيرادات شبك التذاكر.

يجب أن يتوافر فيه أكبر قدر من الوضوح و المباشرة، و هذا يحقق من خلال تتابع منطقي محكم لعناصره.

✓ الخصائص الحديثة للفيلم الوثائقي: لتطوير السينما الوثائقية، حاول البعض التخلص من بعض الخصائص

الوثائقية التي نادى بها غريسون، فيما يخص الممثل و الديكور المبني للتصوير.

و يرى أنصار اتجاه الخروج عن بعض هذه القواعد: طالما كانت السينما الوثائقية مدعوة لكشف عصرنا، فإن هذا يجيز لها الاعتماد على جميع الوسائل التعبيرية الممكنة (الممثل، الثقة، صدق المواد المعروضة).

وفيليب دين يرى إمكانية الاستعانة في الفيلم الوثائقي بالممثلين و الديكورات، و كذا إمكانية معالجة موضوعات خيالية من إنتاج مؤلفين متجاوزا العديد من الخصائص الكلاسيكية للفيلم الوثائقي.

و هذا التحديث يمثل تمرد بعض السينمائيين شكلا و مضمونا على تقاليد السينما الوثائقية في تياراتها السائدة و ما تقوم بتصويره و تكريسه. (لؤي الزعي، 2019، ص 26).

11- مميزات الفيلم الوثائقي:

لكل فكرة إبداع أولية تتبلور و تتطور مع الزمن، لتصير علما قائما بذاته، يتخذ فيما بعد منحى يسير عليه يجعله يختلف عن غيره من العلوم بالصفات التي يحتويها مضمونه، و الفيلم الوثائقي من هذه العلوم، و نذكر مميزاتة على النحو التالي:

- ✓ يتضمن تعليق مصاحب للمشاهد أو الصور التي يستعرضها.
- ✓ يستند على اللقاءات و المقابلات مع المسؤولين، أو ممن هم أصلا موجودين في فحوى مجرى الأحداث.
- ✓ يتضمن و يستند على الوثائق.
- ✓ لا يضم شخصيات تمثيلية إلا ما نذر و بحالات محددة.
- ✓ يعتمد على مقدم أو معلق يقود موضوع الفيلم و يفصح عن محتواه.
- ✓ كثيرا ما يستند إلى التصوير الحقيقي للمواقع، أنه غالبا ما يذهب للمواقع الحقيقية التي تمت فيها الأحداث و يصورها ليظهرها في الفيلم.
- ✓ تنظيم المادة الواقعية المستمدة من واقع الحياة و اختيارها و إعادة ترتيبها بأسلوب فني يعكس وجهة نظر المخرج. (تواقي خديجة، 2015، ص 17).
- ✓ الفيلم الوثائقي في أغلب الأحيان محصور في وقت محدد بين الدقيقة و الساعة، أي أن الفيلم الوثائقي قد يكون بدقيقة واحدة، أو قد يكون بساعة، أو قد يكون بعشر دقائق أو ربع ساعة. (تواقي خديجة، 2015، ص 18).

12- وظائف الفيلم الوثائقي:

1. يلعب الفيلم الوثائقي أدوارا مهمة في تعزيز المجتمعات مثل نقل التراث للأجيال و تدعيم القيم التي تخدم التنمية كالتأثير الذي يقود إلى الابتكار و نشر الثقافة العلمية و الفنية بين المجتمعات و تعليم المهارات و توثيق الفنون الشعبية و مظاهر الحياة المختلفة و ترقية الذوق العام والإحساس بالجمال.

2. المساهمة في حل المشكلات التي تواجه المجتمع عن طريق عرضها و التوعية من خلال تقديم وجهات النظر وبعض المقترحات.
3. تسجيل الأحداث الهامة حيث يعتبر بمثابة وثائق تاريخية هامة عبر الربط بين الماضي والحاضر و بين الأجيال المختلفة عن طريق نقل التراث و هذا يساعد في عمليات التنشئة الاجتماعية.
4. إعلام الجماهير بالمنجزات التي تتم في مختلف الميادين عن طريق إعطاء المعلومات الموضوعية للناس و تزويدهم بالأخبار وتقديم التفسيرات المناسبة.
5. تدعيم القيم التي تخدم التنمية عن طريق إكساب الناس القيم التي تدعم عمليات التنمية؛ حيث يساهم بصورة فعالة تعلم المهارات فله خاصية تركيز انتباه الناس حول موضوع معين.
6. تربية الذوق و الإحساس بالجمال و ذلك عن طريق تناول الفنون المختلفة بالدراسة التحليل.
7. عرض وجه البلد دوليا عن طريق عرض أفلام تتحدث عن الحضارة و الثقافة و الزراعة و الصناعة و إبراز الإنجازات، وتحسين صورة القطر في المحافل الدولية، و يمكن أن يقوم بدور هام في مجال العلاقات الدولية، كما لا يمكن تجاهل الأثر السياحي الهام للفيلم عبر نقل الحضارة و الأصول ، و تقاليد المجتمع و المناظر الطبيعية و المعالم السياحية، والفنون الشعبية.
8. محاولة تغيير الصور والانطباعات السيئة، والعمل على الحفاظ على الصور الإيجابية.
9. يعد الفيلم الوثائقي أفضل وسيلة لإشباع حاجات الطفل المعرفية من تعرف، واستطلاع والتألف، و التكيف الاجتماعي والتقليد للتعبير عن الذات و التشويق، وإثارة الإعجاب و جذب الانتباه.(هبة عبد الرحيم منير علي إبراهيم،2010،ص46).
10. نشر المعرفة و خلق حالة من الوعي و المشاركة بين المشاهد و موضوع الفيلم للقيام بدور الحافز لتسيير حركة المجتمع، حيث يهدف الفيلم الوثائقي إلى تغيير الواقع المحيط بالإنسان بكل مكوناته و مظاهره، و كل ما يشمل من إيجابيات و سلبيات، و لا يبالي للكسب السريع؛ بل له وظيفة اجتماعية واضحة، فهو بمثابة وسيلة تربوية و ثقافية لتحقيق المثل الاجتماعية و نشر السلوكيات و الأفكار المستخدمة و القيم التنموية، وتقديم قدوة بما يجعله وسيلة لتحقيق المنفعة كوسيلة للتحليل الاجتماعي، ونشر الوعي وتدعيم المشاعر الإنسانية، و خلق الرأي العام المستنير.(هبة عبد الرحيم منير علي إبراهيم،2010،ص46،ص47).

13- أهمية الأفلام الوثائقية:

- ✓ إن أهمية هذا النوع من الأفلام ترتبط بفكرة الجمهور كظاهرة اجتماعية، باعتباره هيكل غير رسمي يمكن لأفراد المجتمع معا في الأزمات إذا اقتضت الضرورة، و هناك جماهير بعدد المواقف و المشكلات التي تستدعيهم، و

- بإمكاننا جميعا أن نصبح أعضاء بأي جمهور خاص، إذا كان لدينا وسيلة للتواصل معا بشأن المشكلات المشتركة التي نواجهها، و من ثم فإن التواصل هو روح الجمهور. (باتريسيا أوفهارد، 2013، ص 12).
- ✓ بالإضافة إلى إمتاع المشاهد، فإمتاع المشاهدين جانب من جوانب صناعة الأفلام، و إن كانت وثائقية، و غيرها من الوظائف الأخرى التعليمية الإرشادية و التثقيفية، كما تظهر أهمية الأفلام الوثائقية في أنها:
- ✓ تكشف الوجه الخفي للظاهر، تواجه الواقع، تعلمنا أن الأكاذيب يمكن أن تقول الحقيقة، كما أنها تشكك في صحة فعل التصوير. (كويبي حفصة، 2018، ص 537).
- ✓ ترسخ علاقة الثقافة بالواقع، الفن بالواقع، و علاقة الفنان بالواقع، فالبلد و المؤسسات الثقافية التي تولي الأفلام الوثائقية أهمية خاصة و تباشر بإنتاجها فإنها ستصل بالضرورة إلى إنتاج أفلام روائية ذات قيمة سياسية و اجتماعية متطورة، لأنها استطاعت أن تفهم الواقع و تتعامل معه مباشرة و بصدق، و تكون قد رسخت علاقة فكرية و فنية بين الفنان و الواقع، و ذلك من خلال كشف الواقع و معرفة ما يدور فيه أمام عين المشاهد (غسان عبد الوهاب حسن، 2013، ص 196).

14- بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي:

1- أوجه التشابه بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي :

الفيلم الروائي له الصنعة الوثائقية، و في الفيلم الوثائقي كما من الصنعة الفنية الروائية، لأن المادة الخام الأولية لكل ما نبدع وكل ما نتغنى به هي زوايا و أطراف حياتنا الواقعية أو المتخيلة.

✓ التشابه من حيث التقنيات و عناصر اللغة السينمائية:

يشارك الفيلمان الوثائقي و الروائي في خضوعهما لصعوبات متماثلة من حيث المشكلات الفنية التقنية المرتبطة بالإنتاج مثل الآلات و الأجهزة اللازمة و الكوادر المتخصصة و الفنية و مشكلات النسخ و العرض، كما يشتركان في استخدام عناصر اللغة السينمائية ذاتها كالكاميرا، و العدسات و الإضاءة، و المرشحات... و ما إلى ذلك من تقنيات الكمبيوتر و توابعها و تقنيات المونتاج التي يستخدمها المخرجون في أفلامهم، و من ناحية استخدام الفيلم الخام يمكن تصوير كل من الفيلمين على أفلام خام من أنواع و مقاسات مختلفة، تحدد مجالات التوزيع و فرص العرض و الميزانية المخصصة لإنتاج الفيلم، و يمكن أيضا تصوير كليهما على أفلام أسود و أبيض، أو أفلام ملونة حسب طبيعة موضوع الفيلم و رؤية مخرجه و أيضا حسب ميزانية إنتاج الفيلم.

✓ التشابه من حيث إدارة كادر العمل و تنظيمه:

يعتمد كادر العمل في الفيلمين الوثائقي و الروائي على العمل الجماعي المنظم، حيث يحدد لكل فرد من أفراد طاقم الفيلم عمله و دوره الدقيق فيه، و هذا التحديد يقوم على أساس أن يكون كل فرد في موقعه المناسب لمهاراته

و تخصصه و على أساس الكفاءة التي يتمتع بها، ثم إن توزيع الأدوار على الفنانين و الممثلين يكون بيد المخرج الذي يمسك بكل خيوط إدارة كادر العمل و تنظيمه. (لؤي الزعي، 2019، ص 04).

✓ التشابه من حيث دور المخرج:

إن المخرج في كليهما يقوم بالأدوار ذاتها تقريبا، فهو المسؤول الأول و الأخير عن إخراج الفيلم أيا كان نوعه: تسجيليا أو وراثيا، و لهذه المسؤولية وجهان متباينان و متكاملان في الوقت نفسه: الوجه الأول في إبداعي و خلاق، و الثاني إداري تنظيمي؛ فالمخرج هو الذي يحدد مواقع الكاميرا التي تحدد بالتالي وجهة نظره و رؤيته بالنسبة للشيء المصور أكان شخصا أم حدثا أم مكانا، و في كلا الفيلمين يحدد المخرج أحجام اللقطات و أنواعها، بحيث يتم استخدام اللقطات حسب إمكانياتها في التوظيف الدرامي، و في المساعدة على إيصال الرسالة البصرية للمشاهد، و هو الذي ينظم أوقات التصوير و زمن وجود الممثلين، و يدير حركة جميع عناصر الفيلم بطريقة الخاصة... إلخ

✓ التشابه من حيث الرقابة:

يخضع كلا النوعين الوثائقي و الروائي لشروط و أحكام الرقابة و أنظمتها و قواعدها بما يتوافق مع ظروف كل دولة و سياساتها في مجال صناعة الأفلام السينمائية و إنتاجها و عرضها. (لؤي الزعي، 2019، ص 05).

2- أوجه الاختلاف بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي:

بالرغم من جوانب التشابه بينهما، فإن نواحي الاختلاف بين الفيلم الوثائقي و الفيلم الروائي متعددة و متنوعة، و يرجع ذلك إلى الاختلاف و التباين الشديدين في جوهر طبيعة و خصائص كل منهما، و تظل أبرز الاختلافات هي أن الفيلم الوثائقي يجسد شيئا من الواقع و يحاول أن ينسجه في لحمه واقعية عبر عناصر اللغة السينمائية.

✓ الاختلاف من حيث طبيعة المادة المصورة:

يصور الفيلم الروائي ما بداخل قصة الفيلم، و يعتمد على الديكورو الماكياج، و الخدع السينمائية، و التصنع عند الشخصيات و الممثلين... إلخ، عكس الفيلم الوثائقي الذي لا يلجأ إلى أي من ذلك، بل يكتفي بتصوير الطبيعة و الواقع و التعرف عليه، و من هنا تتولد أهمية السينما الوثائقية، كل ذلك بالرغم من أن ما يتم نقله للعرض على الشاشة ليس هو الواقع تماما، بل صياغته الفنية من خلال رؤية المخرج له، و من هنا تبرز أهمية دور معد الفيلم الوثائقي في كيفية تعامله مع الواقع و معالجته و تقديمه للمشاهد بشكل مؤثر يحقق الهدف الرئيس للفيلم، و هذا لا يعني التدخل التعسفي لمعد الفيلم في مادة فيلمه حيث قال: "إن قدرة المخرج تبدو في جعل وجوده شفافا للأحداث و الوقائع التي يصورها.

إذا، يمكن لمخرج الفيلم الروائي التحكم في الواقع الذي يصوره بتصميم الديكور، و توفير الجو و الزمن الملائمين باستخدام الإضاءة والألوان... إلخ، وبينما لا يتحكم المخرج الوثائقي بفيلمه، و لا يستطيع تصوير الواقع بكل تفاصيله يوما بيوم، و يجب عليه امتلاك المقدرة و المرونة على التكيف مع الواقع المتغير، فقد يختلف التصوير لحظة البدء به عنه في وقت التحضير و الدراسة التي تسبق تصوير الفيلم الوثائقي.

و أخيرا، يعد دي جانبي أن الحقيقة المجردة بالنسبة للكثير من الوثائقيين تمتلك جمالا يفوق الجودة الشكلية البحتة، أما صانعو الأفلام الخيالية يرون أن الجمال حقيقة رمزية تفوق التوثيق الواقعي المجرد.

✓ الاختلاف من حيث الهدف:

يهدف الفيلم الوثائقي إلى تفسير الواقع المحيط بالإنسان سلبياته و إيجابياته و غالبا ما يتم إنتاجه نتيجة المعرفة بأهميته التربوية والثقافية والسياسية، و نتيجة الاهتمام بتدعيم المشاعر الإنسانية و تعميم القيم السلوكية، و تحقيق المثل الاجتماعية العليا للمجتمع، حيث يقوم على إنتاجه غالبا المؤسسات الحكومية أو أحد أجهزة الدولة، أو هيئة أو منظمة أهلية أو إقليمية أو دولية، و يكون من أهدافها نشر المعرفة و التوعية، و خلق روح المشاركة بين الجماهير المستهدفة، و ما يطرحه الفيلم الوثائقي من موضوعات مختلفة، و هكذا يمكن القول أن الفيلم الوثائقي يمثل الاستخدام الأساس و الأمثل للسينما كوسيلة للتحليل الاجتماعي و نشر الوعي الثقافي. (لوي الزعي، 2019، ص 06).

ولا يبالي الفيلم الوثائقي بالكسب المادي من خلال إنتاجه و عرضه بخلاف الفيلم الروائي الذي يهدف في أغلب إنتاجه إلى التسلية و الترفيه و إلى تحقيق أكبر قدر من الأرباح، و الروائي كذلك يولي اهتمامه بالجانب المادي و حجم التوزيع و الانتشار الجماهيري بالنسبة لمنتجيه و موزعيه، الذين لا هم لهم سوى مراعاة عائدات شبك التذاكر.

✓ الاختلاف من حيث المعالجة و البناء الفني:

يعالج الفيلم الوثائقي الواقع و ليس المتخيل و المتصنع كالفيلم الروائي، و يقدم الناس و الأماكن و الأحداث الحقيقية و ليس المتخيلة و المتصنعة.

فالفيلم الوثائقي يبني حول موضوع، و فكرة (الثيم)، في حين أن الفيلم الروائي يبني حول قصة، يهتم بعرض الفكرة و تطوير الحكمة

الفيلم الوثائقي أكثر اهتماما بعرض مشكلة أو تقديم نقاش منه برواية قصة، و هو يملك حرية أكبر في تنظيم و بناء مواده، و غالبا يفقد الصراع الدرامي الذي يتجلى في الأفلام الروائية. (لوي الزعي، 2019، ص 07، ص 08).

✓ الاختلاف من حيث الكلفة و الدعم الحكومي و التمويل:

إن الفيلم الوثائقي أقل كلفة من الفيلم الروائي من حيث الميزانية، فالفيلم الروائي الواحد تكفي ميزانيته لإنتاج مجموعة من الأفلام الوثائقية و بموضوعات مختلفة.

الفيلم الوثائقي يقوم على إنتاجه و تمويله المؤسسات الحكومية، أو أحد أجهزة الدولة أو هيئة أو منظمة أهلية أو إقليمية، أو مؤسسات ثقافية و أكثرها ممول من دول أو منظمات أوروبية، فلا يلتهم وراء الرجح السريع، أو لإرضاء الجماهير، أما الفيلم الروائي، فيقوم في إنتاجه على شركات الإنتاج و أصحاب رؤوس الأموال و اعتباره مشروعاً تجارياً يكون الربح غايتهم الأهم. (لؤي الزعي، 2019، ص 08).

✓ الاختلاف من حيث الاهتمام الإعلامي و الإعلان:

- الفيلم الروائي يلقي اهتماماً أكبر من الفيلم الوثائقي و بخاصة في البلدان النامية، ومنها البلدان العربية، و بينما الدول الغربية توازي أهمية الفيلم الوثائقي أهمية الفيلم الروائي، و قد يتفوق عليه.
- تواجه الأفلام الوثائقية العديد من المشكلات على مستوى التغطية و الاهتمام الإعلامي، و لا يلقي نفس الاهتمام الذي يلقاه الفيلم الروائي.
- من حيث الإعلان، الفيلم الروائي يلجأ إلى كسب الجمهور، و العملية الإعلانية للفيلم، و تمثل مرحلة مهمة تخصص لها ميزانية غير محدودة في الفيلم الوثائقي.
- الاهتمام الصحفي نجده بقدر كبير في السينما الروائية على مستوى التحليل و النقد و مختلف أنواع الكتابات، أما الأفلام الوثائقية فنادر ما تلقى هذا الاهتمام أو بعضاً منه باستثناء (تغطية أخبار - نشاطات محلية و دولية). (لؤي الزعي، 2019، ص 09).

✓ الاختلاف من حيث التصوير:

- في الفيلم الوثائقي يتم تنفيذ التصوير في تتابع دون انقطاع، لأنه يعتمد على الطبيعة و الواقع بشكل كلي، ولا يعتمد على متطلبات الاستديوهات، أو الديكورات و متغيراتها، أو أوقات الممثلين و ظروفهم...
- في الفيلم الروائي يتم تنفيذ التصوير تبعاً لمتطلبات الديكور و ضروراته، و أوقات الممثلين حتى يتم الانتهاء من تصوير مناظر الديكور الواحد و هدمه و بناء غيره، أو يتم تصوير كل اللقطات التي تؤخذ في مكان ما، أو تصوير كل اللقطات الخاصة بممثل ما كبطل الفيلم مثلاً مراعاة لظروفه و أوقاته و التزاماته، و توفيراً للأجور و لعنصر الوقت.

✓ الاختلاف من حيث السيناريو:

- لا يمكن كتابة سيناريو كامل و محكم في السينما الوثائقية على النقيض من السينما الروائية.

• يخضع السيناريو في الفيلم الروائي لخليط من القواعد الأساسية للتأليف المسرحي (الدراما) و التأليف الأدبي القصصي، في حين أن الوضع الطبيعي هو أن ينفذ الفيلم الوثائقي دون أي سيناريو مسبق، و يكفي بمجرد سيناريو مبدئي يوضح الفكرة الأساسية للفيلم، فالسيناريو في الفيلم الوثائقي عبارة عن خطوط عامة و أساسية و خطة عمل مبدئية تقوم بالتمهيد للعمل، و في الروائي تحدد القصة المؤلفة تسلسل الأحداث على النقيض في الفيلم الوثائقي الذي لا يرتبط بتسلسل الأحداث. (لؤي الزعي،2019،ص10)

✓ الاختلاف من حيث الآلية أو متابعة الحدث:

• الفيلم الروائي يحتاج إلى زمن طويل في الإعداد و التنفيذ و العرض قد يستغرق سنوات عدة، لا يتمكن من خلالها أن يكون آنيا في متابعة الأحداث و مواكبتها .

• أما الفيلم الوثائقي، فهو قادر على متابعة الأحداث و المشكلات الواقعية و الآنية. (لؤي الزعي،2019،ص11).

✓ الاختلاف من حيث طول الفيلم:

تتميز الأفلام الوثائقية بأطوال مختلفة من حيث مدة العرض من دقيقة واحدة إلى غاية خمس و أربعون دقيقة، أما الروائي لا يقل عن ثلاثين دقيقة، و كثيرا ما يتجاوز الساعتين أي {120د}، و ربما ثلاث ساعات {180د}، و حاليا يتم إنتاج أفلام تسجيلية تصل إلى ثمانين و تسعين دقيقة. (لؤي الزعي،2019،ص12).

✓ الاختلاف من حيث عنصر الصوت:

استخدام عنصر الصوت في الفيلم الروائي يكون مقتصرًا على الحوار الطبيعي المؤلف مسبقًا و الموسيقى و الغناء و المؤثرات الصوتية المتنوعة، و يختلف ذلك في الفيلم الوثائقي، فيكون الصوت: تعليق أو حوار طبيعي واقعي، موسيقي، مؤثرات صوتية و أغاني، فالتعليق هو الفارق بين الفيلم الروائي و الوثائقي من حيث عنصر الصوت.

✓ الاختلاف من حيث الجمهور و قياس رجع الصدى:

جمهور الفيلم الروائي آني و سرعان ما يزول أثره، أما الوثائقي فيستطيع المشاهد استذكاره كلما مرت مناسبة تتعلق به قريبة إلى موضوعه أو توحى بفكرته، إضافة إلى ظروف عرض الفيلم الوثائقي و جماهيره يجعلان من السهل معرفة و قياس أثر الفيلم الوثائقي و قياس حجم رجع الصدى حوله مقارنة بقياسه في الفيلم الروائي. (لؤي الزعي،2019،ص13).

✓ الاختلاف من حيث الزمان و المكان:

في الفيلم الوثائقي الزمان و المكان محددان و لا يمكن كسرهما أو تجاوزهما، لأنه يقدم واقعة حقيقية في زمان و مكان معروفين، أما الفيلم الروائي فكسر الزمان و المكان ممكن، وهو عملية دراجة بالنسبة للمخرج الروائي، وخصوصًا مخرجي أفلام الخيال العلمي، حيث المكان غير معروف و الزمان منعدم.

✓ الاختلاف من حيث دور و مسؤوليات المخرج:

- يتولى المخرج إعداد فيلم وثائقي من البداية إلى النهاية، فقد يكون هو صاحب الفكرة و كاتب السيناريو و مصورة، في حين يندر حدوثه في مجال الإنتاج الروائي الذي يحتاج إلى فريق عمل كبير و متكامل.
- من مهام الفيلم الروائي قيادة الممثلين و توجيههم و تدريبهم على عكس الفيلم الوثائقي الذي لا يتعامل المخرج فيه مع الممثلين المحترفين.

✓ الاختلاف من حيث طبيعة التمثيل و الممثلين:

- يعتمد أداء الممثل في الفيلم الروائي على أفكار و تعليمات و ملاحظات مؤلف القصة و كاتب السيناريو و المخرج، و يعتمد على المجاز (الاتفاق غير المكتوب).
- في السينما الوثائقية كل شيء يختلف من حيث التمثيل، فيعتمد أداء الممثل في الفيلم الوثائقي على حدث واقعي أو ظاهرة أعيد بناؤها طبقاً للأصل الموجود في الواقع.
- الممثل في الفيلم الوثائقي يمثل الوسط والبيئة التي توجد فيها و يتعامل معها، حيث يعايش أحاسيس مألوفة، فهو يتعايش مع مجتمعه من خلال إقامته و ظروفه السكنية و عمله و علاقاته مع أصدقائه.(لوي الرعي،2019،ص 15).

خلاصة الفصل:

إن الفيلم الوثائقي نوع من الأفلام السينمائية المتميزة، حاله حال الفيلم الروائي و غيره من الأفلام؛ فهو يعبر عن مواضيع واقعية دون تكليف أو تمثيل أو دراما، و ذلك بتصوير المكان و الحدث و الموقف و الشخصيات على طبيعتها، و تسليط الضوء عليها في كثير من بقاع الأرض، مما يجذب المشاهد إليها و يرتبط بها، على عكس الفيلم الروائي الذي يلمس فيه التكرار و التصنع و التمثيل.

فيرى المشاهد في هذه الأفلام حقائق خفية لم يكن يعلم بوجودها في الطبيعة، فتتقفه و تعلمه، و تنمي رغبته في المعرفة، هذا ما جعلها تنتشر انتشار النار في الهشيم، و خاصة مع التطور الذي حصل للفيلم على مرّ الزمن، و كذا التطور الذي حصل لوسائل التصوير الذي يؤثر في المتلقي بدرجة كبيرة.

الفصل الثالث: محتوى السمعى البصرى فى الإعلام التقليدى

- 1- تعريف الإعلام : لغة و اصطلاحا.
- 2- تعريف الإعلام التقليدى.
- 3- أشكال الإعلام التقليدى.
- 4- مفهوم الصحافة: لغة - اصطلاحا.
- 5- تعريف الصحافة المطبوعة.
- 6- نشأة وتطور الصحافة المطبوعة
- 7- خصائص الصحافة المطبوعة.
- 8- مميزات الصحافة المكتوبة.
- 9- أهمية الصحافة المطبوعة
- 10- عيوب الصحافة المطبوعة
- 11- مفهوم الإذاعة: تعريفها: لغة - اصطلاحا.
- 12- نشأة وتطور الإذاعة
- 13- أنواع الإذاعة.
- 14- مزايا الإذاعة.
- 15- أهمية الإذاعة.
- 16- أهداف الإذاعة.
- 17- سلبيات الإذاعة.
- 18- ماهية التلفزيون:
- 19- تعريف التلفزيون.
- 20- نشأة وتطور التلفزيون.
- 21- خصائص التلفزيون.

22- مميزات التلفزيون.

23- مساوئ التلفزيون.

24- الأنواع الصحفية في الإعلام التقليدي:

1- الصحافة المطبوعة:

أ- الخبر الصحفي

ب- المقال الصحفي.

ت- التحقيق الصحفي.

ث- التقرير الإخباري الصحفي.

2- الإذاعة:

أ- التعليق الإذاعي.

ب- التمثيلية الإذاعية.

ت- الحديث الإذاعي.

ث- الخبر الإذاعي.

ج- المجلة الإذاعية.

ح- التقرير الإخباري الإذاعي.

3- التلفزيون:

أ- الخبر التلفزيوني.

ب- التحقيق التلفزيوني.

ت- الحوار التلفازي.

ث- نشرات الأخبار الرئيسية.

25- جمهور وسائل الإعلام التقليدية:

أ- تعريف الجمهور: لغة - اصطلاحا.

ب- أنواع الجمهور.

ت- أشكال جمهور وسائل الإعلام.

ث- صفات الجمهور أو الجماهير.

ج- جمهور الصحافة المطبوعة.

ح- جمهور الإذاعة و أهم مميزاته و خصائصه.

خ- التأثير و التفاعل:

د- التأثير عبر التلفزيون.

خاتمة.

الفصل الثالث: محتوى السمعى البصرى فى الإعلام التقليدى:

1- الإعلام :لغة

هو التبلىغ و الإبلاغ ،أى الإبصال ،يقال بلغت القوم بلاغا ،أى أوصلهم الشىء المطلوب ،و البلاغ أى ما بلغك أى وصلك ، و فى الحديث : "بلغوا عني و لو بأية" ، أى أوصلوها غيركم و أعلموا الآخريين ، و أيضا : "فليبلغ الشاهد الغائب" ،أى فليعلو الشاهد الغائب ، و يقال أمر الله بلغ أى بالغ ، وذلك فى قوله تعالى "إن الله بالغ امره " أى نافذ يبلغ أين أريد به .(مروى عاصم صلاح ،2015،ص310).

-الإعلام: أيضا :مشتق من مادة علم ،و العلم نقيض الجهل ، و الفعل الرباعى أعلم ، و المصدر "إعلاما" ، و جاء فى الكلام العرب أن معنى أعلم هو : "علمت الشىء " بمعنى "عرفته و خبرته" ، كما ورد فى قوله تعالى : "و آخريين من دونهم لا تعلمونهم الله يعلمهم " الانفال الآية 60. و يقارب معنى الإعلام الأذان ،كقوله آذنتك بالشىء ، أى أعلمتكه.

-كما يقارب معنى الإبلاغ : يقال بلغت القوم بلاغا أى أوصلتهم الشىء المطلوب ،كما قال تعالى : "ولقد وصلنا لهم القوم لعلهم يتذكرون" القصص 51 و الذى يقرأ القرآن بتدبر و تمعن ، يقف حتما عند الآيات الكثيرة التى تحدثت عن البلاغ و الإنذار و التبشير و الإخبار ، لا سيما و أن الآيات التى اشتملت على كلمة : "أعلم و علم" وما يشق منها تجاوزت السبعمائة آية .(سامى نجاد الصلاحات ،2006،ص18).

الإعلام إصطلاحا :

إن كلمة إعلام إنما تعنى أساسا الإخبار و تقديم المعلومات ، و يتضح فى هذه العملية -أى عملية الإخبار - وجود رسالة إعلامية (أخبار ،معلومات ،أفكار،آراء) تنتقل فى إتجاه واحد ألى مستقبل ، أى حديث من طرف واحد ، فهو فى فس الوقت يمثل أية إشارات أو أصوات ،وكل مايمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استراحة مرة أخرى عند الحاجة .

و بذلك فإن الإعلام يعنى : "تقديم الأفكار و الآراء و التوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات و البيانات ، بحيث تكون النتيجة المتوقعة و المخطط لها مسبقا.

أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها"

بحيث يكون فى إستطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة ، حيث يتحركون و يتصرفون على أساسها من اجل تحقيق التقدم و النمو الخير لانفسهم والمجتمع الذى يعيشون فيه.(مروى عاصم صالح،2015،ص310) .

✓ يرى الدكتور إبراهيم إمام الإعلام بأنه: "تزويد الناس بالآخبار الصحيحة و المعلومات السليمة و الحقائق الثابتة ، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من مشكلات ، بحيث يصير هذا الرظاي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير و اتجاهاتهم و ميولهم" (سامي محمد صلاحات، 2006، ص19) .

✓ و يستخدم الإعلام للدلالة على عمليتين في وقت واحد تكمل إحداهما الأخرى فهو يشير من جهة إلى عملية استفتاء و استخراج المعلومات و الحصول عليها من خلال التواجد السريع و الفوري في مكان الحدث أو العوض في أعماق صاحب المعلومة طولا وعرضا لإستخلاص المعلومات. (عبد الله ثاني محمد النذير، 2017، ص56) .

✓ كما يعرف الإعلام بأنه تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية أي معلومات جديدة بالنشر و التنقل، و التعاطي معها و تحريرها ثم نشرها و إطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بها و مهتم بوثائقها .

معناه أنه لا بد من وجود شخص أو هيئة أو فئة أو جمهور يهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها ، ويكون الإعلام عين تلك العملية الإعلامية التي تتم بين ميدان المعلومات و بين ميدان نشرها أو بثها.(خضرة عمر المفلح، 2015، ص23) .

2- تعريف الإعلام التقليدي:

هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات و المبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا و خارجيا ، و بالاسباب المشروحة أيضا لدى كل نظام و كل دولة.

"أوتوجورت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعريف الموضوعي لعقلية الجماهير و لروحها وميولها، واتجاهاتها في الوقت نفسه. وهذا التعريف لما ينبغي ان يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكثر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الآخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة حينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون، وقد يكون قائما على تزويد الناس بأكثر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الآخبار الكاذبة ، أو التي تثير أسباب الصراع، فقط من مستوى الناس ، وتثير بينهم عوامل التفرق والتشتت لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه إلى غرائزهم لا عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفزيونية أو المجالات الإسلامية، لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال، خلال أدوات

وسائل الإعلام والنشر، الظاهرة و المعنوية ذات شخصية الحقيقية أو الإعتبارية، بقصد التأثير سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغزواتها. (مرؤى عصام ، 2015، ص311)

و مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام ،إلا أننا نتفق على أنها الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال اهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن، بغرض التعريف عما يجري في العالم من أخبار وأبناء عن مختلف سواء اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو دينية أو ثقافية أو ترفيهية، اشباعا لرغبات البشر في فهم ما يحيط بهم من ظواهر. وبشكل آخر "الإعلام هو عبارة عن استقصاء الانباء الآتية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة".

و تعتمد النظرية الإعلامية سواء بشكلها التقليدي أو الحديث أو الالكثروني أو الجديد - على نظرية الاتصال المعروفة مند العالم أرسطو حتى الآن ، و هي عناصر الإنتقال - و تعتمد جميع الوسائل الإعلامية على نظرية الاتصال المعروفة مرسل/ رسالة/وسيلة اتصال/ مستقبل / رجع الصدى (مرؤى عصام صلاح، 2015، ص311، ص312).

3- أشكال الإعلام التقليدي:

تشمل وسائل الإعلام التقليدية : الإذاعة - التلفزيون - الصحف المطبوعة-المجلات وهي تلك الوسائل المملوكة إما للدولة ، إما للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الافراد . وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى ، لاسباب بعضها يتعلق بالامكانيات البشرية و الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية ، لذلك فإن الأسلوب التي تعمل به وسائل الاعلام في بلد يعكس النظام السياسي و الاجتماعي و نفوذ السلطة و طبيعة التي تربط افراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

(مرؤى عصام صلاح ، 2015، ص312)

4- مفهوم الصحافة: لغة:

الصحافة بكسر الصاد، من صحيفة، و جمعها صحائف، أو صحف، و الصحيفة هي الصفحة، و صحيفة الوجه، أو صفحة الوجه، هي بشرة جلده، و الصحف و الصحائف هي الكتاب، بمعنى الرسالة، و في القرآن الكريم: " هذا لفي الصحف الأولى {18} صحف إبراهيم و موسى " الأعلى 18 - 19.

و الصحف هنا بمعنى الكتب المنزلة، و الصحيفة ، أو الصفحة، هي القرطاس المكتوب، أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بما وجهان، أي صفحتان، أو صحيفتان، فسميت صحيفة، و منها جاءت كلمة: صحافة و المزاو لها يسمى صحفيا (بكسر الصاد) أو صحفيا (بضم الصاد).

كما تستخدم كلمة PRESS الإنجليزية، بمعنى صحافة، و تعني شيئا مرتبطا بالطبع و النشر و الأخبار و المعلومات ، و كذلك journalism بمعنى صحافة، و journalist بمعنى صحفي، و منها اشتق المصحف

(بضم الميم أو كسرهما)، بمعنى الكتاب، الذي جمعت فيه الصحف، أي الأوراق والرسائل.(غسان عبد الوهاب الحسن،2013،ص 15).

✓ اصطلاحاً

هي جمع الأخبار و نشرها، و نشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات مثل الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب، و قواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية، أما الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد، و بعض المجلات، و إن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى. و الصحافة كذلك هي صناعة الصحفي و الصحافيون هم القوم الذين ينسبون إليها، و يعملون بها، أول من استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي كان الشيخ نجيب الحداد، منشئ جريدة لسان العرب في الاسكندرية وحفيد الشيخ ناصيف اليازجي، و إليه يرجع الفضل في مصطلح "صحافة" ثم قلده سائر الصحفيين بعد ذلك. للصحافة تعريفات أخرى، فمنهم من يعرفها بأنها جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأنباء و التعليقات عليها، إلى الجمهور، و كل ما يجري في العالم و يهم الجمهور، و كل فكر و عمل روائي، تثيره تلك الحريات، يكون المادة الأساسية للصحف.

بمعنى أنها فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة و انتظام و ذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام، و توجيهه و الاهتمام بالجماعات البشرية و تناقل أخبارها و وصف نشاطها ، ثم تسليتها، و شغل أوقات فراغها.(غسان عبد الوهاب الحسن، 2013،ص 16).

و يعرف محمود عزمي أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين الصحافة بقوله: "إنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام، عن طريق نشر المعلومات و الأفكار الجيدة الناضجة، مفعمة و مناسبة إلى مشاعر القراء، خلال صحف دورية و يرى ويكهام ستيد، أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، إن الصحافة ليست حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، و هي ليست صناعة، بل طبيعة من طبائع الموهبة، و الصحافيون خدم عموميون، غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع.

و يصف الرئيس الأمريكي جيفرسون الصحافة بأنها أداة لتنوير العقل الإنساني، و لتقدمه ككائن عاقل أخلاقي و اجتماعي، و يقول أدولف س. أوكس. ناشر جريدة نيويورك تايمز: أن الصحافة مهنة لا تستميلها الصداقات ولا يرهبها الأعداء، و هي لا تطلب معروفاً، و لا تقبل امتناناً، إنها مهنة تتغاضى عن العاطفة، و التحيز و التعصب إلى أبعد الحدود، فهي مكرسة للصالح العام ، و لنفضح الألاعيب و الانحرافات و القصور في الشؤون العامة و تتعامل بروح العدل و الإنصاف مع أصحاب الآراء المعارضة، مهنة شعارها "ليكن هناك نور"(غسان عبد الوهاب حسن،2013،ص 16، ص 17)

5- تعريف الصحافة المطبوعة:

✓ الصحف هي كل ما طبع على الورق، و توزع في مواعيد دورية ، و تنقسم من حيث شكلها و طبيعتها إلى جرائد و مجلات ، كما تنقسم من حيث صدورها إلى يومية صباحية، يومية مسائية ، أسبوعية ، نصف أسبوعية ، نصف شهرية ، شهرية دورية، تصدر على فترات معينة او مرة واحدة خلال العام.

✓ الجرائد : يوميات أخبارية تطبع عادة على الورق ، تصدر من خمس إلى سبع مرات في الأسبوع ، وتغطي مساحات مختلفة حسب طبيعتها المحلية ،الجهوية ،الوطنية او الدولية.

✓ الجريدة او الصحيفة هي النشرة التي تصدر يوميا، و تشمل موضوعات متنوعة ، أهمها الاخبار، وهي مقدمتها الاخبار التي يراعي فيها السبق الصحفي و الوقوف على آخر الانباء، إلى جانب الموضوعات المتغيرة و الثابتة و لتكن قد يتوسع في المعنى فيقصد بها المجلة الأسبوعية او أي دورية تقدم تقريرا عن الاحداث.(خلاف بومليحة،2007،ص69).

6- نشأة الصحافة المكتوبة و تطورها :

الصحيفة هي مطبوع ورقي ينشر الاخبار السياسية ، الاقتصادية ،الاجتماعية،الثقافية و العلمية،ثم يشرحها و يعلق عليها ، و يذهب بعض المؤرخين إلى القول بأن المصريين القدامى و الرومانيين عرفوا الصحافة اعتمادا على المبدأ القاتل أن الصحافة وسيلة اتصال بأكبر عدد ممكن من الجمهور ، و ذلك باستعمال النقوش على الجدران و الصفائح ،في حين أن الصحافة بمفهومها المستحدث لم تظهر إلى في القرن 15م ، مع إختراع "يوحنا غوتنبورغ" للطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة ، و بعد أن شعر الناس بالحاجة الملحة إلى الاخبار المطبوعة.

ظهرت الصحافة المطبوعة تاريخيا في الإمبراطورية الرومانية واعتبرت اقدم صحافة في التاريخ ، حيث كان الرومان يصدرن صحفا مكتوبة تعلق في أماكن محددة ليطلع عليها عامة الناس ، و يقوم موظفون بقراءتها لإيصال محتواها و كانت اشهر هذه الصحف صحيفة "Acta diarma" التي كانت تهتم بنقل اخبار مجلس الشيوخ الروماني و نصوص خطب أعضائه و مناقشاتهم، و صحيفة "Acta publica" و كانت أكثر انتشارا بسبب اهتمامها بالشؤون المالية و الاجتماعية .(فرحات مهدي،2010،ص72) .

1- الصحافة في عصر النهضة:

من العوامل التي أدت إلى تطور الصحافة عبر العصور العامل التاريخي و التقني الاقتصادي.

فتاريخيا في عصر النهضة تكونت طبقة جديدة التي عرفت باسم البورجوازية التي لم تكن تنتمي الى طبقة الاسياد أو الملوك، و التي حاولت معرفة اهم الاحداث الجارية في بلادها ، و في باقي العالم آنذاك ، و كان من اثر ذلك تحرر العقول و اتساع مجال البحث و بزوغ الروح النقدية.

-وظهرت نظرية جديدة تقول: "أن الإمبراطور لا يستمد سلطانه من الدين و ليس هو ظل الله على الأرض ، و ان الحكومة هي نظام وضعي لا ديني،وما قامت وما وجدت إلا لصالح المحكومين" فكان لا بد لهذه الفكرة الجديدة أن تنتشر مع مفكري النهضة ،لذلك ظهرت الحاجة إلى الصحافة في حين ان اختراع المطبعة كان عاملا أساسيا في الظهور الحقيقي للصحافة ، و إنشاء مرفق البريد الذي ارتبط ارتباطا وثيقا بالصحافة و مشى معها جنبا إلى جنب ،وكان البريد ينقل بواسطة رسل خاصين لحسابالناس.

-لقد كانت بدايات الصحافة بإيطاليا سنة 1464، ثم انتشرت بفرنسا و إنجلترا ،فالتباعة و البريد كانا بمثابة الأساس الراسخ. (فرحات مهدي ، 2010،ص73)

لنشأة الصحافة ، و ابتداء من سنة 1610، ظهرت "جازينات" اسبوعية في عدد كبير من المدن الحرة التابعة للإمبراطورية الرومانية، و كانت هذه الأوراق الخيرية ذات طابع واحد تصدر بمقتضى امتياز تمنحه الدولة مقابل فرض الرقابة عليها ، و كان محظورا عليها نشر الأخبار الداخلية إذ تعتبر فرنسا أول دولة أصدرت صحيفة رسمية فبعد تولي الكاردينال "ريتشيليو" مقاليد السلطة في فرنسا أدرك فائدة الصحافة و أثرها على الرأي العام، و في عدا إنجلترا و هولندا لم تظهر صحافة حرة في أوروبا إلى بعد إنقضاء قرنين من الزمن ، ففي إنجلترا ظهرت الصحف لأول مرة بين سنتي 1641 و 1643، و لما جاء البرلمان وضع لها نظاما غير أنها كانت قصيرة العمر.

2- الصحافة في القرن التاسع عشر :

أ- في فرنسا: بعد هزيمة "نابليون الأول" و نفيه سنة 1815 ،تولى الملك "لويس الثامن عشر" حكم فرنسا و كان قد تعهد بأن يحترم الصحافة،حيث أكدت المادة الثامنة من العهد الذي منحه للفرنسيين هذا الوعد، لكنه ما لبث أن نقضه ،فأعاد الرقابة على الصحف و أقام نظام الترخيص المسبق على الرغم من إحتجاج الأحرار الذي كان على رأسهم "شاتوبريان" الكاتب الفرنسي على الضغط الممارس على حرية الصحافة في عهد الملك "شارل العاشر"(فرحات مهدي ،2010،ص74). الذي خلف سلفه على عرش فرنسا عام 1824، و أذى ذلك إلى إنفجار ثورة يوليو 1830 التي أطاحت بأسرة "البربون" لتحل محلها أسرة "الأورليان" و قد أجلس الفرنسيون على عرش بلادهم الملك "لويس فيليب دورليان" الذي بادر بإلغاء الرقابة على الصحف فازداد عددها و ازدهرت، لكن هذه الحرية لم تكن السبب الوحيد لهذا الإزدهار ،فبين سنتي 1828 و 1864 ارتفع عدد المثقفين في فرنسا إلى أكثر من 50% ، بالإضافة إلى حركة العمران و التصنيع و تطوير وسائل النقل و احترام المعارك السياسية لتصبح الصحافة ظاهرة جماهيرية في فرنسا ،حيث كان عدد قراء الصحف في فرنسا عام 1835 لا يزيد عن 70 ألف ليرتفع بعد ذلك إلى 200 ألف في أقل من عشر سنوات، و أخذت اعداد النسخ تتزايد بلا توقف، وفي عام 1848 تجوز المطبوع من لالبيارتيه المائة ألف نسخة،وكان ذلك بعد إختراع الطباعة السريعة التي تطبع

في الساعة حوالي عشرين ألف نسخة(فرحات مهدي ، 2010، ص 75)

ب- الصحافة في المملكة المتحدة البريطانية:

للصحافة الإنجليزية تأثير كبير على الرأي العام في بريطانيا أكبر نسبيًا من الأثر الذي تمارسه الصحف الأوروبية على قرائها ، و يرجع سبب ضخامة هذا التأثير إلى تقاليد هذه الصحافة، و إلى سرعة انتشارها، أذ يأتي الإنجليزي بعد السويدي في الترتيب في قائمة قراء الصحف في العالم ، غير أن سوق الصحافة البريطانية في أزمة بسبب تمركزها السريع ، و بسبب انخفاض عدد قرائها ، وقد حركة التمركز حول المؤسسات الصحفية الضخمة إلى القضاء على حرية التعبير ، و ذلك ما اسفر عن إنشاء لجنة تحقيق ملكية عام 1949 ، و التي قدمت تقرير في سنة 1953 أشارت فيه إلى ضرورة إنشاء مجلس للصحافة ، و بعد إختفاء الجريدة اليومية البييرالية "نيوز كرونكل" في أكتوبر 1960، والتي تملكها أسرة "كادبوري" تكونت لجنة ملكية ثانية قدمت تقريرها سنة 1963، و قد كتبت هيئة خاصة لدراسة السوق عن الحالة الإقتصادية للصحف القومية في سنة 1966 تقريراً صرحت فيه بكل وضوح ان الأزمة المالية للصحافة البريطانية قد تؤدي مستقبلاً إلى زيادة تركيز الصحف و إلى إختفاء العديد من الصحف اليومية، و قد صدق تخوف هذه الهيئة مع إختفاء عدد آخر من الصحف اليومية، حيث سيطرت الصحف القومية البريطانية إلى حد كبير على السوق الإنجليزية، و لم يستطع التقدم الذي حققته الصحافة الإقليمية مند منتصف الستينات حتى الآن يهدد هذه الهيمنة، و الصحافة القومية صحافة صباحية في أغلبها في أغلبها أما الصحافة الإقليمية فهي صحافة مسائية تحاول إكمال الاحداث المنشورة صباحاً(فرحات مهدي ،2010،ص 76)

✓ مرت الصحافة البريطانية القومية بأزمة حادة في أواخر السبعينات لأسباب مالية و ثقافية ، و كان أشد هذه الازمات التي مرت بها صحيفة تايمز عام 1978 و التي أدت إلى توقفها عن الصدور ما يقرب السنة بسبب الازمة التي قامت بين إدارتها و عمال مطابعها الذين رفضوا أن تستخدم الصحيفة المستحدثات الالكترونية التكنولوجية التي يترتب عليها الإستغناء عن عدد كبير منهم ، و قد توقفت كذلك "الصندي تايمز" و ملاحقها الثلاثة ، وواجهت صحيفة "الابوزورف" الأسبوعية المتاعب نفسها. في بريطانيا ثمتني صحف يومية كبرى منها الحادة هي "التايمز" ،"دايلي تلجراف" و "الجارديان" ، أما الجرائد الخمسة الكبرى فيطلق عليها اسم الجرائد الشعبية و هي "الديلي ميرير" ،"الديلي اكسبرس" و "الديلي ميل" و بلغ عدد الصحف اليومية صحف يوم الاحد في المملكة المتحدة حتى سنة 1988، 120 صحيفة، وهي صحف قومية تتوجه إلى مجموعة واسعة من القراء و توزيعها كثير ، و تقدم تعليقات جادة و آراء غاية في الوضوح.

أما الصحف فنذكر منها : "ذي الصن " التي توزع أربعة ملايين نسخة "ذي ميرير" التي توزع منها ثلاثة ملايين نسخة و صحيفة يوم الاحد أي يوم العطلة الأسبوعي الأكثر مقروئية و هي نيوز أوف دي ورلد، و توزع منها 5 ملايين نسخة و بلغت من العمر 145 سنة : و من بين الصحف الأكثر تحيزا لارائها تذكر "ذي ذيلي تلغراف" ، "ذي غارديان" ، "ذي تايمز" أو الصحيفة الأسبوعية "ذي ساندي تايمز". (فرحات مهدي، 2010، ص77).

ت- مظاهر التطور في الصحافة المكتوبة:

استفادت الصحف المكتوبة من التطور التكنولوجي على غرار وسائل الإعلام الأخرى و تأثرت تأثرا يكاد يغير من شكلها التقليدي و يقدم فعلا البدائل العملية لها، إذ لم يدخل عليها أي تغيير جذري حتى بداية الثتينات من هذا القرن ، مع دخول الطابعات الدوارة العملاقة ثم آلات الينوتيب : "لصق الحروف آليا ، و التان سمحتا بإنتاج الصحف بطريقة ميكانيكية ، و منذ سنة 1900، أدى اختراع التلفزيون و الراديو إلى قلب أوضاع الاتصال و لكن دون أن تمس المخترعات جوهر الصحافة "

شهد عقد الثمانينات تطورا في صناعة الصحافة تمثل في ادخال الحاسوب الالكثروني في معظم جوانب العملية الصحفية إلى جانب الاستفادة من التقنيات الحديثة لعلوم الإعلام و الاتصال ، و هذا ما أدى إلى تنبؤ الباحثين في المجال باختفاء الجرائد بشكلها التقليدي. (فرحات مهدي ، 2010، ص78)

وإذا كانت تكنولوجيا الإتصال في جوهرها في التطبيق العلمي للإكتشافات و الإختراعات و التجارب العلمية فإن تكنولوجيا الصحافة هي جزء بسيط من هذا التطور ، إذن هي التطبيق العملي للإكتشافات و الإختراعات و التجارب العلمية في مجال الصحافة و هي مجال المعارف، الخبرات، المهارات المتراكمة المتاحة ، الأدوات و الوسائل المادية و التنظيمية و الإدارية المستخدمة في عملية إنتاج الصحيفة و يتضمن في ذلك تقنيات جمع المعلومات في الميدان و توصيلها إلى مقر الصحيفة، تقنيات تخزين المعلومات الصحفية و استرجاعها ، تقنيات معالجة المعلومات الصحفية و إنتاجها ، تقنيات نشر المعلومات الصحفية و نقلها و تبادلها. (فرحات مهدي ، 2010، ص79).

✓ أما في الوطن العربي ، فتعتبر مصر هي أول دولة عربية عرفت الصحافة ، وذلك على يد الفرنسيين الذين أتوا معهم بمكينات الطباعة ، و أصدر نابليون صحيفة "كورييه ديلجيت" سنة 1798، و بعد أن رحل الفرنسيون و أخذوا معهم مطابعهم أنشا مُجَّد علي مطبعة بولاق و أصدر صحيفة "الواقع المصرية" سنة 1828 ، ثم توالى الصحف التي يصدرها أفراد ، فأسس سليم و بشارة تقلا صحيفة الاهوام سنة 1875 و صدر العدد الأول منها في 5 أغسطس سنة 1876 ، وأصدر "يعقوب صنوع" صحيفة "أبو نضارة" التي تتسم بالطابع الكاريكاتيري، و في عام 1884 أصدر جمال الدين الافغاني و مُجَّد عبده "العروة الوثقى" من باريس ، و أصدر عبد الله النديم "الاستاد" 1892 م ، و أصدر مصطفى كامل "اللواء" عام 1900، ثم

"الجريدة" 1907 التي أصدرها المثقفون و الاعيان المصريين للمطالبة بأن تكون مصر للمصريين ، و أشرف عليها أحمد لطفي السيد.(محمود حسن إسماعيل،2003،ص149).

ثم ظهرت الصحف الحزبية، ففي 1935 ظهرت "روز اليوسف" اليومية لتعبر عن حزب الوفد.وفي 1936 أصدر مُجَدّ التابعي "المصري" ، و أصدر حزب الأحرار الدستور بين المعارض للوفد صحيفة "السياسة" وأصدر مُجَدّ التابعي مجلة"أخبار اليوم" عام 1945

✓ وفي بلاد الشام تزعم الحركة الفكرية السياسية هناك عبد الرحمان الكوايبي و أصدر جريدة "الشهباء" عام 1877 في حلب ، وقد احتفى بها القراء و أقبلوا عليها ، ولكن والي حلب أمر بمصادرتها بسبب ما جاء فيها من أعمال النقد لأعمال الوالي و استبداد السلطان العثماني ، و لكنه عاد بعد عام واحد و أصدر صحيفة أخرى باسم "الإعتدال" ، و كاد أن يسجن لولا أنه هرب إلى مصر فأفردت له صحيفة "المؤيد" صفحتها (محمود حسين إسماعيل،2003،ص150) .

-أما في لبنان فكانت أول صحيفة صدرت في بيروت هي "حديقة الاخبار" "لخليل خوري" سنة 1858،وهي أول صحيفة يصدرها مواطن عربي في بلد عربي .

✓ -وفي الحجاز، عرفت الطباعة سنة 1882،و أول صحيفة صدرت فيها هي صحيفة الحجاز الرسمية في السنة نفسها التي تأسست فيها المطبعة و عقب صدور دستور 1908 العثماني نشر بعض الحجازيين صحفا في مكة و المدينة المنورة ، و في خلال الحرب العالمية الأولى أعلنت الثورة العربية ، و أصدر الشريف حسين سنة 1916م صحيفة "القبلة" لتكون لسان حال الثورة.

✓ أما الجزائر،فقد أعتبر أول بلد في المغرب العربي يعرف الصحافة ، فقد أصدر الفرنسيون في سنة 1848م (محمود حسن إسماعيل،2003،ص151)

صحيفة "المبشر" العربية الرسمية التي ظلت الصحيفة العربية الوحيدة في الجزائر حتى نهاية القرن 19م،و كانت صحيفة "كوكب إفريقيا" التي صدرت عام 1907 أول صحيفة عربية يصدرها أحد المواطنين الجزائريين. و من استعراض بدايات الصحافة في الوطن العربي يمكن رصد الملاحظات التالية:

✓ أن هناك مجموعة من الصحف أصدرها ولاية الحكم العثماني، و بعضها أصدرها الإستعمار نفسه، و في هذه الحالة يمكن إعتبار تلك الصحف رسمية

✓ بدأت الصحافة في الوطن العربي قبل الإستعمار ، و على ذلك كانت الصحف التي يصدرها أفراد و طنيون لسان حال الشعب ، و كانت توجهاتها وطنية تسعى إلى محاربة الإستعمار و المطالبة بالإستقلال.

- ✓ تلك الصحف إرتبطت بزعامات قومية ، و أحلام في الصحف العربية أمثال : مُجَّد عبده، و رفاقه الطهطاوي و عبد الله النديم، والشيخ علي يوسف و غيرهم (محمود حسن إسماعيل 2003،ص153)
- ✓ اهتمت تلك الصحف بالرأي أكثر من اهتمامها بالأخبار ، و لكنها شيئاً فشيئاً تأثرت بتيار الصحافة العالمية وأخذ الخبر يأخذ طريقه إلى صفحاتها كما اهتمت تلك الصحف بالمقال بخاصة المقال الأدبي . (محمود حسن إسماعيل،2003،ص153)

7- خصائص الصحافة المكتوبة:

- ✓ اكتسبت الصحافة مجموعة من الخصائص باعتبارها وسيلة اتصال بال جماهير تذكرها كما يلي:
- ✓ تعتبر من أقدم وسائل الإعلام مما يؤهلها بأن تأخذ صفة السلطة.
- ✓ هي أداة لنقل الأخبار، فالخبر بضاعة و الصحف أداة لنقلها إلى الجمهور.
- ✓ وسيلة من وسائل الإعلام المكتوبة الجماهيرية و يعرف مضمونها عن طريق القراءة.
- ✓ تصدر بلغات مختلفة و هذا بحسب مكان تواجدها
- ✓ تختلف في الاهتمام من صحافة الخبر، الرأي، صحافة الإثارة.
- ✓ تخضع لضغط الوقت ، لأن الخب يفقد تأثيره مع مرور الوقت.
- ✓ تتنوع من حيث الإصدار يومية، صباحية، مسائية،أسبوعية، شهرية.
- ✓ التأسيس بمعنى سياسة الجريدة،أي لكل صحيفة إيديولوجيتها. (خلیصة حريش،2015،ص21).
- ✓ تعد وسيلة لنقل المعلومات إلى الجماهير .
- ✓ تغطية إخبارية شاملة لكافة الأخبار نقل أخبار متنوعة، سياسية ، إقتصادية ، إجتماعية ، ثقافية.
- ✓ بالنسبة لشكلها فنجد إسم الجريدة و العدد والتاريخ في الواجهة.
- ✓ التحكم في ظروف التعرض يمكن استرجاع الصحيفة و قراءتها عدة مرات وإمكانية أرشفتها .
- ✓ سهولة الإنصال بالجمهور المتخصص و معقولية التكاليف.
- ✓ توجه الصحافة إلى جمهور يتميز بمستواه التعليمي و الثقافي .
- ✓ أكثر وسائل الإعلام تمتعا بالحرية ذلك أنه من التسعينات ، فتح المجال امام الإعلام المكتوب (خلیصة حريش،2015،ص22)
- ✓ للقارئ حرية كبيرة في التخيل و تصور المعاني و قراءة ما بين السطور ، و هذا لا نجده في وسائل الإعلام الأخرى.

8- مميزات الصحافة المطبوعة:

- ✓ يستطيع القارئ أن يسيطر على الوسيلة بالطريقة التي تلائمها ، فهو يستطيع أن يطلع على الموضوعات التي يرغب فيها، و يراجع ما يريد مراجعته في أي وقت يشاء، بمعنى أن الجريدة تمتاز بأنها الوسيلة الوحيدة بين وسائل الإتصال الأخرى التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعامل معها.
- ✓ يتاح للقارئ أن يقرأها أكثر من مرة، و لذلك فإن وسائل الإتصال المطبوعة تكون مناسبة دائما لنشر الموضوعات المعقدة ، والدراسات المفصلة و تشير الدراسات إلى أن المواد المعقدة من الأفضل تقديمها مطبوعة بدلا من تقديمها شفويا.
- ✓ تعد الوسائل المطبوعة أفضل بكثير للوصول إلى الجماهير المتخصصة و الجماهير صغيرة الحجم ، فمن الثابت أن الحركات الثورية و المنظمات السرية ، و المذاهب الجديدة اعتمدت على النشرات و المطبوعات الخاصة التي تعبر عن مبادئها و آرائها.
- ✓ تحتاج المطبوعات إلى مساهمة القارئ و بذل جهد إيجابي من جانبه لا تتطلبه وسائل الإتصال الأخرى ، لأن الرسالة المطبوعة أقل إكتمالا ، فالقارئ لا يواجه متحدثا مرثيا أو مسموعا، كما هو الحال في الإذاعة و التلفزيون ، و لها فإن الوسائل المطبوعة تتيح للقارئ حرية أكبر من التخيل و تصور المعاني .
- ✓ ساعدت الوسائل المطبوعة على إنتشار التعليم ، فحين بدأت هذه الوسائل لم تجد كثرة غالبية من القراء إذ لم يكن التعليم منتشرا كما هو الآن ، فسعى قطاع كبير من الناس إلى تعلم القراءة و الكتابة ، ليتمكنوا من قراءة المطبوعات المختلفة التي تزودهم بالكثير من المعلومات.(علي عبد الفتاح،2014،ص07).

9- أهمية الصحافة المكتوبة:

- أصبحت الصحافة و المجالات من أهم وسائل الإتصال التي لا يمكن الإستغناء عنها في المجتمعات الحديثة من حيث نسبة مقروئيتها و توجيهها للرأي العام و مشاركتها في إبراز المشاكل ، و اقتراح و طرح الحلول، فهي تعتبر بحق من مقومات الحياة الفكرية و السياسية المعاصرة ، فالصحيفة كوسيلة كوسيلة تقرأ لأغراض عديدة نذكرها كالاتي:
- ✓ الإطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على أحوال محيطها الاجتماعي و الاقتصادي و السياسي و كذا الثقافي .
- ✓ معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام و تشغل تفكيره
- ✓ أداة للتسلية و الإمتاع فيها من طرائف خبرية و نوادي أدبية و تسلية.

- ✓ تعتبر كسلاح قوي في يد جميع بلدان العالم تستخدمها الحكومات و السلطات الرسمية من ظاجل الدفاع عن أفكارها السياسية و خصوصيتها الثقافية .
- ✓ الصحافة منبر هام للرأي العام و أقدر وسيلة لبلورته و التأثير فيه.
- ✓ الصحافة جزء أساسي في الجهاز السياسي لكل دولة.
- ✓ تعد أداة ضرورية في بناء المجتمعات إذا أحسنوا إستغلالها.
- ✓ دورها فعال في توجيه الرأي العام و لها هيبتها الخاصة في كل المجالات.
- ✓ وسيلة تتميز بأكبر نسبة من القراء في العالم مقارنة بنظيراتها الأخرى من وسائل الإتصال
- ✓ تمتاز بسرعة الإنتشار و كثرته كما فرضت نفسها على المستثمرين و السياسيين على حد سواء.

(حريش خليصة، 2015، ص23) .

10- عيوب الصحافة المطبوعة:

- ✓ تعد الصحافة من المشروعات باهضة التكاليف، و لذا فإنها تحتاج إلى احتياطي مالي كبير الذي يبلغ في بعض الدول ملايين الدولارات، لم تكن الصحافة قدما تمتلك مصدر للمال سوى بيع النسخ أو الإعلانات، وكانت محدودة، ويلاحظ في تاريخ الصحافة أن كثير من الصحف لم يكتب لها الإستمرار بسبب النقص الكبير في النواحي المالية.
- ✓ يتراجع دور الصحافة في المجتمعات التي تنتشر فيها الأمية، و بذلك فإن دور الصحافة في تنمية الوعي العام و تغيير الواقع الاجتماعي تعد محدودة في دول العالم الثالث التي تعاني من إنتشار الأمية فيها بصورة واسعة.
- ✓ البطئ في نقل الأخبار ، حيث لا تستطيع الصحافة ملاحقة الأخبار بنفس السرعة التي يملكها الراديو و التلفزيون ، فهذه الوسائل تنقل الأخبار لحضة وقوعها ، في حين لا تتمكن الصحافة من متابعة الأخبار إلا في أقرب إصدار لها ، و قد يكون الخبر قد تمت تغطيته بصورة كاملة عبر وسائل الإتصال الأخرى.(علي عبد الفتاح، 2014 ، ص 07، ص 08).

11- مفهوم الإذاعة:

- ✓ لغة: و هي بمعنى النشر العام و ذبوع ما يقال حتى أن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتم السر بأنه رجل مذيع، و قد جاء في لسان العرب لابن منظور في مادة ذيع: "الذيع أن يشيع الأمر يقال: أذعناه و قراع و أذاعت الأمر و أذاعت به و أذاعت السر إذاعة إذا أفشته، وأظهرته وذاع الشيء، والخبر يذيع ذيعا و ذيعانا و ذبوعا و ذبوعه : فشا وانتشر، وأذاعه و أذاع به أي أفشاه وأذاع بالشيء ذهب به.

و الرجل المذيع لا يستطيع كتم خبر و أذاع الناس و الإبل في الحوض إذاعة إذا شربوا ما فيه ، و كل ما ذهب به فقد أذيع به ، و قوم مذاييع لا يكتمون السر" (مروة عبد الرحمان مُجد الظاهر ، 2011، ص05).

✓ الإذاعة : إصطلاحا:

✓ الإذاعة:الإنتشار المنظم و المقصود بواسطة مواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و طبية و غيرها من البرامج ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في أنحاء العالم فرادى وجماعات بإستخدام أجهزة الإستقبال المناسبة و قد استخدمت الإذاعة في العصرالحديث : إلى ذلك الجهاز الذي يشيع الأخبار بين الناس و المعروف بالراديو (مروة عبد الرحمان مُجد الظاهر ، 2011، ص05)

✓ الإذاعة من الوسائل الإعلامية الجماعية الأنسب و الإكفاً للمجتمعات البعيدة عن المدن و ذلك لأن العديد من الباحثين في مجال الإعلام يعتبرون أن الإذاعة وسيلة إعلامية ، يمكنها الوصول إلى جميع المناطق السكنية كونها تتخطى الحدود الجغرافية و المستويات التعليمية.

✓ أما المنى التقني للإذاعة (الراديو): هو عبارة عن إتصال بين مرسل و مستقبل دون أي موصل بين الإثنين، مع العلم أنه إذا غاب أحد الطرفين فإن معنى الإذاعة ينتهي؛وبمعنى آخر فإن محطة الإاعة بدون أجهزة إستقبال لدى المستمعين لا معنى ولا قيمة لها، وكذلك فإن أجهزة الإستقبال بدون محطة إذاعية لا قيمة لها.(مُجد حمد بن عروس ، 2005، ص23)

12- نشأة الإذاعة وتطورها: إن الإنتشار الواسع للإذاعة حاليا مر بمراحل عدة يمكن إيجاز

أهمها بالآتي:

✓ المرحلة الأولى: اكتشاف الموجات الصوتية الإذاعية:

إن إختراع الإذاعة جاء نتيجة لجهود العديد من العلماء و الباحثين في مختلف التخصصات، من مختلف أنحاء العالم،وإنطلقت تطوراتها من أبحاث و دراسات عديدة في علوم الطبيعة و البصريات، الرياضيات، أبحاث الضوء والكهرباء والتيليغراف،إلى أن تم إكتشاف الموجت الصوتية، من خلال تحويل الصوت إلى موجات كهرومغناطيسية بعد أن إستفاد كل من ماركوني الإيطالي الأصل، وتيسرت الإنجليزي من نتائج العديد من الأبحاث:الإيطالية و الفرنسية والروسية والألمانية وكان من نتائجه إكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية نظريا و رياضيا عام 1865 ومن ثم أثبت العالم (كلارك ماكسويل) نظريا وجود هذه الموجات،و أشار إلى قدرتها في نقل الصوت إلى أن تمكن العالم الألماني (منريتشي رودلف ميرتر) من إكتشاف الموجات الصوتية ووجد لها وحدة قياس بالهيرتز عام 1888 ثم تلاه إكتشاف العالم الإيطالي (ريجي) عام 1891م.

وقد استفاد ماركوني من هذه الإكتشافات، وطبقها علميا، ثم تحول إلى صناعة أجهزة تعتمد على هذه النظريات مستفيدا من نتائج العديد من الأبحاث السابقة، ثم رحل بعدها ماركوني من إيطاليا إلى بريطانيا عام 1896 م حاملا أجهزة الإتصال التي قام بتصنيعها ليسجل براءة اختراعه في بريطانيا.

أسس ماركوني شركة للاتصالات السلكية في بريطانيا إسمها باسمه، وكان الهدف منها تبادل البرقيات لاسلكيا إذ لم تكن الإذاعة في بال أحد آنذاك، وعندما نجح ماركوني في نقل اشارات التيليجراف اللاسلكية عام 1901م من إنجلترا إلى نيو فوند لاند إلى مسافة تزيد على ألفي ميل، اقتنع بعدها أنه بالإمكان نقل الصوت إل كافة أرجاء العالم، وكان الدافع وراء إنجازات ماركوني في ذلك الوقت، أن يثبت للعالم انه بالإمكان نقل موجات الراديو إلى ما وراء الأفق(مصطفى حميد كاظم الطائي، 2007، ص17).

✓ المرحلة الثانية :إختراع الإذاعة وتطورها:

بدأت قصة الإذاعة من 1865 باكتشاف الموجات الموحات تاكهرو مغناطيسية إلى أن التاريخ الحقيقي لميلاد الإذاعة الصوتية كان 1956م ، عندما تمكن العالم الأمريكي (فيد سيندون من جامعة بيتنبرج، من نقل الصوت البشري و الموسيقي إلى مسافات بعيدة بلغت مئات الاميال خلال أعياد رأس السنة الميلادية ، و تجمع لأن ذاك البحارة على سفنهم في عرض البحر ليستمعوا إلى الموسيقى،وبذلك سجل عام 1956 ميلاد أول إذاعة صوتية على المستوى الجماهيري.

ومنذ ذلك الوقت بدأت الإذاعة تأخذ دورا خطيرا في حياة المجتمعات على إختلاف مذاهبها، ودرجة تطورها وتأكد الدور الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة عمليا عندما أنقذ اللاسلكي سفينة الركاب الضخمة التيتانيك عام 1912م.

و توجهت أنظار الباحثين إلى هذا الإكتشاف في مختلف أنحاء العالم، وتأخذ الباحثون يعقدون الآمال على النتائج التي يمكن إستخلاصها من إكتشاف الإذاعة وتطورها.

وتوالى بعد ذلك التطورات، وفي عام 1914، أصبحت الإذاعة الحقيقية واقعة بعد إنشاء أول إذاعة عامة سميت بإذاعة (Lakene Blhique) أسسها بيريار فغطي إرسالها بلجيكا وشمال فرنسا ، إلى أن برامجها كانت عبارة عن أحاديث ، موسيقى ، إستمرت في البث لمدة 8 أشهر، إلى قيام الحرب العالمية الأولى فتوقفت عندي توقفت كافة النشاطات المدنية في أوروبا آنذاك ، ون ثم توجهت إلى تقديم نشاطات حربية دعائية و مخبراتية واتصالات بحرية و جوية (مصطفى حميد كاظم الطائي، 2007، ص18).

✓ المرحلة الثالثة : تطور الإذاعة الصوتية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية:

بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى تم استئناف النشاطات المتعلقة بالإذاعة و تطوير تقنياتها، ووضفت في مجالات حيلتية كثيرة، فظهرت أول إذاعة في الو.م.أ سميت بمحطة (K-D-K-A) استخدمت في نقل انتخابات الرئاسة الأمريكية، إذ استمع الناس إلى نتائج الانتخابات في نفس وقت إعلانها بصورة فوية على الهواء.

و في عام 1921، تم إنتاج أول جهاز استقبال راديو للإذاعة العامة غي باريس، ثم تحول هذا الإكتشاف إلى نطاق تجاري لإنتاج أعداد كبيرة من هذه الأجهزة التي تهافتت الناس على شرائها، لإستقبال برامج الإذاعة.

✓ وفي عام 1922، بدأت الإذاعة في بريطانيا ، عندما ساهم أصحاب الشركات المنتجة لأجهزة الإستقبال بإنشاء إذاعة بريطانية ، استمرت حتى 1926 بعد مناقشات حادة حول انشاء شركة للإذاعة، وإيضاح مدى التزامها بقيمة المجتمع ، و تواصلت الجهود على هذا الطريق إلى ان تم إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية المعروفة باسم و هكذا انتشرت محطات الإذاعة (B- B- C) في أوروبا، بعد أن بدأت محطة برلين بث برامجها لأول مرة عام 1923 تجدر الإشارة إلى أن جميع تلك المحطات استخدمت الموجات الطويلة وتضافرت الجهود الدولية في هذا المجال إلى أن تم تغطية الو.م.أ. وكافة البلدان الأوروبية بالبث، ومن تم انتشار البث إلى خارج القارة الأوروبية (مصطفى حميد كاظم الطائي، 2007، ص19).

✓ المرحلة الرابعة: دخول الإذاعة إلى البلدان العربية:

دخلت الإذاعة إلى البلدان العربية في عقد العشرينات من القرن الماضي، بعد دخول العديد من المحطات الأهلية، و انتشارها بشكل سريع بين هوات اللاسلكي في العديد من البلدان العربية إلى أن تنبتهت الحكومة المصرية آنذاك إلى أهمية الإذاعة للمجتمع فقامت بإلغاء المحطات الأهلية و انشأت إذاعة حكومية في 31 ماي 1934، واستمرت بالعمل تحت اشراف الدولة إلى وقت متأخر.

أما الإذاعة العراقية فيعود تاريخ تأسيسها إلى عام 1936، حينما علم الملك غازي ان مهندسا عراقيا كان يعمل في المطار المدني قام بصب محطة لا سلكي للإتصال بهوات الراديو في أوروبا، فأرسل إليه بغرض التعرف على ما قام به، وقد حضر المهندس لعرض ما قام به أمام الملك غازي فشجعه وقدم له الدعم اللازم لتطوير المحطة التي كانت بدائية بسيطة تعمل بطريقة الورس (50) واط فقط، وبعد ذلك تم إجراء بعض التحسينات عليها حتى أصبحت تعمل بقوة (250) واط، بعدها طلب الحاكم من المهندس تطوير محطة تعمل بقوة (1000) واط عند ذلك تم استيراد مستلزمات المحطة الجديدة من الخارج، بالفعل نصبت بقصر الزهور وسميت بمحطة قصر الزهور التي باشرت البث يوم (15-6-1937) واعتبر هذا التاريخ يوم تأسيس الإذاعة العراقية التي كانت تبث بموجة 41 متر و 96 بالمئة من المتر ، ثم توالى التطورات ، و تم نصب محطة ثانية في الأول من كانون الأول عام 1937م

ثم نصبت محطة ثالثة فى نلسان عام 1938، و كانت برامج هذه المحطات تقوم على بت البرامج الالنية و التربوية و الإخبارية و الترفيية، ومعظم برامجها كانت محلية (مصطفى حميد كاظم الطائي، 2007، ص20).

ثم توالى بعد ذلك تأسيس العايء من المحطات الإذاعية فى البلدان العربية، حتى أضحت الإذاعات تغطي مساحة الوطن العربي بأكمله، وأن العايء من البلدان العربية أصبحت لديها محطة أو أكثر لبث البرامج الموجهة إلى خارج المنطقة العربية.

13- أنواع الإذاعة:

تصنف محطات الإذاعة حسب قوة إرسالها، أو بحسب المعيار الجغرافي أربعة أنواع أساسية هي:

✓ **الإذاعة المحلية:** اشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي، فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلاني يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، و هي تخاطب جمهوراً متقارباً و متناسقاً من الناحية الاجتماعية والثقافية أي أنها تتفاعل مع الجمهور تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعة قرى متقاربة، أو مدينة صغيرة أو مجموعة مدن صغيرة متقاربة ومتجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة. (فؤاد بدائي، 2016، ص53).

✓ **الإذاعة الإقليمية:** يخلط الكثير فى التمييز بين الإذاعة المحلية والإقليمية، فعلى حد رأي عبد الحميد شكري، فقد أذى هذا الخلط إلى الخطأ فى إسم بعض الإذاعات، بحيث يعرفها يعرفها فى كتابه: "الإذاعة المحلية لغة العصر": بأنها إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقاً للتقسيم الإداري للدولة، فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزاً أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين، وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته، والإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم بأسره، وفى نفس الوقت تجد بالظرورة فى كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة، ويمكن أن تنشأ بينها إذاعات محلية صغيرة. (فؤاد بدائي، 2016، ص54).

✓ **الإذاعة الوطنية أو المركزية:** وهي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة و لها من قوة البث ما يغطي البلد كله، بل و يعبر صوتها حدود الدولة، فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، و تهتم فى برامجها بالكليات دون التفصيلات، لأنها تخاطب مستمعين مختلفين وظائفهم و اهتماماتهم، و ثقافتهم و تقاليدهم وهي تجعل الإهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها فى كل ما تقدمه من برامج، وحتى مخاطبتها للطوائف ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافاً للإذاعة المحلية. (فؤاد بدائي، 2016، ص54).

✓ **الإذاعة الدولية:** وهي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها و تكون لغتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب، وإذاعة صوت أمريكا، ويكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه، أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الإستماع لها على بعد من مركزها.

و قد صاحب هذا التوسع في زيادة أجهزة الإرسال ، زيادة حجم الإستماع إلى الإذاعات الدولية حيث تشير إذاعة صوت أمريكا إلى ان ملايين عدة يستمعون إلى برامجها مرة كل أسبوع ، و يتضح لنا من خلال أنواع الإذاعات أن أهمية الإذاعة سواء كانت محلية أو إقليمية أو وطنية تستخدم لأغراض معينة و تتجه لجمهور معين (فؤاد بداني، 2016، ص 55).

14- مزايا و وظائف الإذاعة:

➤ المزايا:

يضع الدكتور مُجَّد محمود بعض المزايا للإذاعة وهي:

✓ إنها أصل الوسائل الإعلامية بالقياس إلى المجتمعات البدائية، أو التقليدية و ذلك لإنتشار الأمية في هذه المجتمعات.

✓ إن الراديو يمنح المواطنين في البيئات المتقدمة حرية إعلامية أوسع من غيره ، كالصحف بنوع خاص.

✓ ميزة الحرية الإعلامية لا تمنح عن طريق الصحف و المجلات و الكتب إلا بثمان كبير.

✓ إن الذعاية عن طريق الراديو و التلفزيون أعظم من الذعاية عن طريق الصحف وحدها، لذلك أن المستمع يكون أقدر على التأمل و النقد حين يكون وحده في مكان يستمع فيه إلى الراديو، أو يشاهد فيه التلفاز.

✓ قدرة الراديو دائما على ان يجعنا نعيش دائما في عالم غني بالأحاسيس الاجتماعية.

✓ فضل الراديو على الجماهير من الناحية اللغوية البحتة، و مما لا شك فيه أن الراديو يزيد محصولهم اللغوي.(عبد الرزاق مُجَّد الدليمي، 2012، ص63، ص64).

➤ وظائف الإذاعة: للإذاعة وظائف رئيسية تقوم بها من بينها الوظائف التالية:

✓ **الأخبار:** وهو وصف أم تقرير دقيق غير متحيز للحقائق الهامة حول ما يحدث و توحى به الأحداث مما يستأثر باهتمام الأفراد، و يتعلق بالمصالح العامة ، كل هذا بشرط أن لا يكون خارجا عن قواعد الذوق وقوانين القذف والسب، وهي تقوم بذلك بأسلوب مختصر لكنها تتكرر عدة مرات ، و تتميز بالسرعة ، وفي تقديمها للخبر تقدم الآراء المختلفة، و بذلك تسهم في تكوين الحس النقدي و الوعي الوطني لدى جماهيرها

وبخلاف الصحيفة للقارئ لا يشتري سوى صحيفة واحدة أو قل إثنين إلى ثلاث فهو بذلك يقرأ آراء متعددة.

✓ **التسلية:** من وظائف الإذاعة الرئيسية بجانب الأخبار هي التسلية فهي تقوم بتسلية مستمعيها و الترفيه عنهم عن طريق الأغاني و المونولوجات و البرامج الترفيهية ،والأغاني الخفيفة و نقل المسرحيات، وتقديم المسلسلات والإحتفالات الرسمية والمباريات الرياضية و الحفلات... إلخ، و ذلك فضلا عن المسابقات والكثير من البرامج الترفيهية،و يجب عليها عند نقل ذلك أن تحرص على إحترام القواعد الخاصة بالفنون الإذاعية ،و كذلك الخلق الفني و هي قواعد أساسية و هامة ، حتى تستطيع الإرتفاع بمستوى المستمع الثقافي و الأخلاقي. (مرؤة عبد الرحمان مَّجد الطاهر ،2011،ص12)

✓ **التعليم و نقل التراث الاجتماعي:** للراديو موارد ثقافية ضخمة فهو بذلك يشترك مع التلفاز ، فمثلا في التعليم المشكلات التي تتعرض لها المدارس من نقص في الأساتذة و الإمكانيات و تزايد في الطلاب يمكن للراديو أن يساهم في حلها.

✓ ويمكن أيضا أن يهتم بمختلف أوجه النشاط المهني ففي كثير من الدول هناك برامج إذاعية متخصصة تتوجه إلى فئات معينة في عالم العمل أو غيره و تقدم لهم كل جديد في مجال عملهم ، و آخر الإكتشافات و الإختراعات في ميادين العلم والتكنولوجيا و آخر النظريات الفلسفية ، والإتجاهات الفكرية و النفسية.

✓ وأيضا فهي تشارك مع أولياء الأمور في التطبيق و التنشئة الاجتماعية ،و ذلك بنقل أنماط السلوك المقبول و القيم الشائعة ،مما يساعد الفرد على إكتساب ثقافة جماعته و أساليبها الاجتماعية، و من الضروري أن نؤكد ان التنشئة الاجتماعية مستمرة تمتد من الطفولة إلى الشيخوخة.

✓ أما في عملية نقل الثقافة فهو ينقل الثقافات المتواجدة داخل المدينة الواحدة و ذلك من خلال ما يبثه من برامج و إستظافات الشخصيات والفرق التراثية وأيضا ينقل لنا معارف عديدة في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية بصرف النظر عن هذه المجالات.(مرؤة عبد الرحمان مَّجد طاهر ،2011،ص14).

15- أهمية الإذاعة: هناك إهتمام كبير بالإذاعات لما لها من أهمية كبيرة نذكر منها:

- ✓ أنها المصدر الرئيسي للأخبار سواء في الدول المتقدمة أو النامية خاصة عند وقوع الأحداث.
- ✓ وسيلة إعلامية هامة ، لأن ما يهم المعلن هو وصول الإعلان إلى قطاعات عريضة إلى الجمهور.
- ✓ الكلمة المذاعة لها تأثير خطير فهي تدور حول العالم سبع مرات في الثانية الواحدة ،مما يجعلها أكثر فاعلية فهي تعد من أقوى الوسائل في التأثير على الجماهير، ولها قوة إيجابية فهي تتسلل للمستمع في كل مكان بطريقة هادئة وديعة.(رقت عارف الضبع،2011،ص23).

- ✓ أصبح الراديو سلاحا من أسلحة الحرب النفسية و أذات رئيسية في العلاقات الدولية، وخاصة عند حدوث الأزمات و المشكلات السياسية في العالم.
- ✓ أنهت الإذاعة عزلة المواطنين وخففت من الإحتكار العالمي، ووفرت للجماهير وجهات نظر مختلفة عما هم معتادون عليه إتجاه القضايا الدولية.
- ✓ نظرا لقلة تكاليف إعداد البرامج الإذاعية استطاعت دول صغيرة أن تعرض على العالم ثقافتها و حضارتها و تبثها للدول الكبرى.
- ✓ الإذاعة من الدولة وسيادتها، فهي تستطيع ان تقرب العالم بعضه لبعض و تساهم في صنع السلام ، الذي يعتبر غاية البشر، و أن تزرع الود و تنمي أواصر التفاهم بين الشعوب، و على العكس فمن الممكن أن تقوم بدور إثارة الأحقاد و زيادة الخلافات و إثارة المشكلات في الدول المستهدفة وإشعال نار الحرب بينها.
- ✓ كذلك تقديم صور للحياة الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية للدول على الصعيد الدولي.(رفعت عارف الضبع ،2011،ص24).

16- أهداف الإذاعة: حققت الإذاعة إنجازات متعددة على مستويات مختلفة، و حاملة معها الأهداف

- المتنوعة المنوطة إليها،سياسية كانت أم ترفيهية ، دعائية و غيرها ، ومنها ما يلي
- ✓ تنوير الرأي العام العالمي بمبادئ بعض الدول و نهضتها
- ✓ نشر مبادئ الدين الإسلامي مع التركيز على الجوانب الحضارية و الإنسانية التي يدعو لها و الاهتمام بتقديم التقارير و الفتاوى للشعوب الإسلامية
- ✓ تسليط الضوء على المناطق الأكثر حرمانا و مراعاة خصوصية سكانه
- ✓ أن تلي شبكة البرامج الإحتياجات الفعلية للمستمعين الذين تصلهم برامج الإذاعة و الأمر يتعلق بالمضمون و اللغة ، حيث يجب أن تتلائم شبكة البرامج مع ما يحتاجه المجتمع، و باللغة التي يفهمها.
- ✓ بعث الحيوية في التراث الفكري و الأدبي و الفني ، كما يجب أن يتسع مجال خدماتها باستمرار ، وإقامة علاقة بين الإذاعة و المستمع و تجاوز النظر إليها ككتب استعلامية ، و تجعلها عنصرا مساعدا للإنسان على التفكير. (فهمية قابوش، 2019، ص 86).
- ✓ تحقيق التفاعل في عملية الإتصال الجماعي ونكاثف الجهود نحو إقامة علاقات التضامن و التعاون و الإحترام.
- ✓ فسح المجال للمرأة لترقية المرأة الريفية بصفة عامة.(فهمية قابوش،2019،ص87).

17- سلبيات الإذاعة: بالرغم من المميزات الإذاعية كوسيلة اتصال فالإذاعة نواحي قصور منها:

- ✓ اعتماده على حاسة السمع فقط ، و هذا بطبيعة الحال له تأثيره على عملية التعلم.

✓ اعتماده على الاتصال من جانب واحد، لا يمكن للدراسيين من المناقشة أو توجيه الأسئلة أو الإستفسار من النقاط الغامضة أو غير المفهومة

✓ لا يستطيع الدارس إيقاف الإرسال الإذاعي لفترة من الوقت للتعليق على بعض الحقائق.

✓ صعوبة إذاعة البرامج التعليمية في أوقات تناسب جميع الدارسين. (ريم عبود، 2020، ص23).

بمعنى أن المتلقي لا يمكنه التحكم في وقت التعرض للغذاء ، فيبقى مقيد دائما بمعد الإذاعة المحدد الذي لا يمكن تغييره ، بحيث اذ فاته برنامج معين لا يمكن من سماعه مرة واحدة ، وهذا عكس الصحيفة أو الكتاب.

✓ أن الإذاعة كوسيلة إتصال جماهيرية تخضع للتشويش و العوامل الإنتقائية و تفتقر إلى رجع الصدى الفوري.(علي عجوة و آخرون، 1989، ص150).

18- ماهية التلفزيون:

معنى التلفزيون : الرؤية عن بعد ، و يمكن تعريف النظام التلفزيوني بأنه أسلوب إرسال و إستقبال الصورة الحية المرئية و المسموعة بأمانة.

التلفزيون أحد الوسائل السمعية البصرية التي تجمع بين الصوت و الصورة ، و هو وسيلة إعلامية حديثة، ذات خصوصية تكنولوجية متميزة شقت طريقها بسرعة ،إعتمدت في البداية على الصحافة و السينما و المسرح و الإذاعة، و اخدت الكثير من الأدوات و أنواع و تقنيات و ربما خصائص وسائل تعبير هذه الوسائل الإعلامية و لكنها و بسرعة أيضا و اعتمادا على الدراسات النظرية و على الخبرة العلمية ، إستطاعت أن تكتشف هويتها و أن توجد لغتها الخاصة ، و بالتالي أن تمتلك خصائصها ووسائلها التعبيرية الخاصة، و أنواعها الخاصة، و قيمها الجمالية و الفنية الخاصة.

و التلفزيون أقدر وسيلة إعلامية عرفها الإنسان ، لأنه يجمع بين الصورة و الصوت ، و بذلك يستطيع السيطرة على حاسيتي السمع و البصر ، و هما من أهم الحواس و أشدها اتصالا مما تجري في نفس الإنسان من أفكار و مشاعر ، و هو نقل الحديث إلى مشاهديه في أغلب الأحيان وقت حدوثه ، و ينقله بما فيه من معان و انفعالات و كذلك ينقل المعلومات الجديدة داخلية او خارجية بأسلوب سهل و جذاب ، و يساعد على معرفة المشاهد محيطه ، و معرفة العالم من حوله.

فالوظائف التي يقوم بها التلفزيون أكثر اتساعا و تنوعا مما تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى ، و يمتلك مجالا أوسع و أغنى للتصوير العم و تقويمه.(غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص19، ص20).

19- تعريف التلفزيون:

- ✓ لغة: إن التلفزيون كلمة مركبة من مقطعين : الأول تيلي Tele ومعناها عن بعد و الثاني : فيون Vision و معناها الرؤية ، و بهذا يكون معنى التلفزيون Télévision : هو الرؤية عن بعد.
- ✓ اصطلاحا: و يمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه طريقة إرسال و إستقبال الصورة المرئية المتحركة و غير المتحركة بأمانة ، من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية (موجبات الراديو)، و كذلك يرسل في نفس الوقت الصوت المصاحب للمنظر المتلفز حتى نحصل في جهاز الإستقبال على برنامج متكامل بصريا و سمعيا.(عبد الكريم عبد الله الحربي ، 2003، ص14).
- ✓ يعرف انه وسيلة اتصال بصرية سمعية تعتمد أساسا على الصوت و الصورة في آن واحد ، و من فقد جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة و الصور المرئية و هذا ما يزيد قوة التأثير لإستغلاله حاستين من حواس الأفراد. فرغم تنوع وسائل الإتصال السمعية و البصرية، إلا أنه من المعروف أن الوسيلة الإيضاحية التي تعتمد على أكثر من حاسة يكون أثرها أعمق بكثير.(سامية بن عمر، 2013، ص90).
- ✓ التلفزيون وسيلة إعلامية تعكس الكائن في المجتمع و تروج للقيم السائدة فيه، وينطلق من المبادئ العامة التي تحكم المبادئ البشرية التي يوجه لها رسائله و هو صورة يعكس واقعا معيناً يؤثر ويتأثر بالتفاعلات الإنسانية الحاصلة في محيطه و المحيط الخارجي، فهو يدعو لتكليف مضامين برامجه مع هذا الواقع لكي تعبر عنه ، و تعكس بصورة تقترب إلى الجمهور، و تقرب هذا الجهاز إليها لكي لا يحدث نفور بين الجانبين.(سامية بن عمر، 2013، ص91)
- ✓ إذن فالتلفزيون يقف في مقدمة الوسائل الإتصالية الإلكترونية ، و هو يجمع بين الصوت و الصورة و الحركة و هو خلاصة إمكانات الراديو و السنما فهو يزيد إلى سحر الصوت غخراء الصورة المتحركة، بل و لقد امتد التلفزيون المعاصر إلى الصحافة بحيث أخذ يحتل بعض أدوارها (برهان شاوي، 2014، ص76).

20- نشأة وتطور التلفزيون:

- ✓ قبل نهاية القرن التاسع عشر، زخفت الصورة لتحل الصدارة في المخيلات العامة و في البداية، ظهرت الكاميرا التي أظهرت القدرة الهائلة على إنتاج صور مطابقة للطبيعة ، و للحظة عابرة بطريقة آلية، بذلك و كأنه تتويج لجهد إنساني هائل و إعلان لشان العين بين سائر الحواس ، ما يمكن رؤيته يصبح قابلا للتصديق بطريقة مذهلة، على رغم شيوع المعرفة بإمكان خداع الحواس.
- و قد كانت هذه الفكرة و هي نقل الصورة المتحركة إلى المنازل عبر جهاز منزلي كانت محل إهتمام عديد من العلماء في كل من بريطانيا و ألمانيا و الو.م.أ. منذ غنتهاء الحرب العالمية الأولى ، لكن الأفكار الناضجة القابلة للتطبيق لم تظهر إلى في منتصف العشرينات في القرن العشرين.

✓ و كانت المحاولات الأولى تنص على إجراء الأبحاث لنقل الصور المتحركة من خلال تمديدات الأسلاك الناقلة بين محطة الإرسال و محطات الإستقبال ، و كان العنصر الرئيسي لتحريك التفكير في هذا الإتجاه هو نجاح العالم الألماني "بول تيكو" في عام 1884م ، في تجزئة الصورة عن طريق مسح الصورة تدريجيا بشكل لولبي مستمر ميكانيكيا ، بواسطة أسطوانة مثقوبة عدة ثقوب تتجه من الطرف الخارجي إلى وسط الأسطوانة ، و عندما تدور الأسطوانة فوق الصورة دورة كاملة ، تكون قد قامت بمسح جميع الخطوط الموجودة في الصورة، و عند نقل تلك الومضات الصادرة عن الثقوب يمكن إعادة تشكيل الصورة على شكل ومضات كهربائية في أنبوبة زجاجية مفرغة من الهواء، و مطلية بمواد كيميائية حساسة لسقوط الإلكترونات عليها.(غسان عبد الوهاب الحسن،2013،ص26)

✓ و مع تطور جودة الأشكال التي أمكن تحقيقها من خلال أنابيب الأشعة الكهربائية التي عرفت بشكل واسع في أبحاث الفيزياء الكهربائية مند عام 1904 تمكن العلم الأمريكي الروسي "فلاديمير زوريكين" في عام 1923 من تسجيل إختراع لأنبوب الكاميرا يستطيع تجزئة الصورة الضوئية إلكترونيا و نقلها ليعاد استقبالها و إعادة بنائها و لم يلبث العالم البريطاني جون بيرد أن قام بالإستفادة من ذلك الإختراع و تقديم أول نظام عملي لنقل الصورة في تجربة شهيرة ناجحة في لندن عام 1926.

✓ تنبعت شركة الأبحاث الأمريكية لأهمية أبحاث نقل الصورة، و استطاعت قبل الحكومات إدراك آفاق مستقبلها في مجالي الدعاية التجارية و الترفيه، فقامت كل من شركات (R CA) و (CBS) و جنرال ألتريك بالتنافس في تمويل الأبحاث المتعلقة بهذا الإختراع ، و رعاية العلماء المهوبين في هذا المجال خاصة بعد أن نجح العالم إيلين دوموت في تحسين حجم و كفاءة شاشات الإستقبال ، و اختراع جهاز استقبال تلفزيوني منزلي يمكن اقتناؤه في المنازل و ليس المعامل و المختبرات فقط.

✓ و في عام 1927 نجح أحد الباحثين في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي ، و في هذه الأثناء تمكن "فيلو فارتنورث" من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصورة المنقولة لتلفزيونيا و لكن أول خدمة تلفزيونية في العالم ظهرت في ألمانيا عام 1935م ، و كانت أحد الإنجازات العلمية الكبيرة التي إفتخر بها الألمان و استخدموها في استعراض تفوقهم على الآخرين خلال دورة الألعاب الأولمبية العالمية التي أقيمت في برلين في عام 1936، إذ كانت الصور التلفزيونية تنقل من الملاعب الرياضية إلى صالات السينما، وقاعات المشاهدة الجماعية في النوادي و الفنادق لتشاهدها الجماهير(غسان عبد الوهاب حسن،2013،ص27)

✓ بعد ذلك دخلت كل من الو.م.أ. و بريطانيا في تنافس محموم لتطوير التلفزيون و جعله وسيلة إعلامية مؤثرة في الدعاية التجارية و السياسية و كذلك أداة ترفيه لا تقاوم ، إذ بدأت في شكل متزامن تقريبا أبحاث تطوير محطات

الإرسال و الإستقبال في كل من لندن و نيويورك ، فقامت شركة RCA ببثها التلفزيوني التجريبي في نيويورك عام 1930، بينما بدأت الحكومة البريطانية من خلال ال BBC تجارب الخدمة التلفزيونية العامة المنظمة في منطقة لندن اعتبارا من عام 1936.

✓ و خلال الفترة من عام 1930 م 1939 م ، حققت الشركات الأمريكية عدة نجاحات في مجال تطوير التلفزيون و استخدامه تجاريا في نقل المسرحيات وعرضها على الجمهور في عروض عامة في ساحات نيويورك و شوارعها خاصة عندما أعلن عن موعد هذا الإختراع من خلال المعرض الدولي الذي أقيم في مدينة نيويورك عام 1939 وقامت شركة RCA بتصوير الرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت ، وهو يفتتح المعرض و نقل صورته إلى أجهزة الإستقبال التلفزيوني الموزعة في مواقع مختارة في مدينة نيويورك ، وعند حلول شهر فيفري عام 1940 أصبحت هناك شبكة تلفزيونية تغطي أجزاء كبيرة من مدينة نيويورك ، وكذلك بعض الأجزاء الأخرى من الولاية بعد ان نجح الأمريكيون في تحقيق فكرة التقاط الصورة ثم تقويتها إعادة بثها.

✓ بعد أندلاع الحرب العالمية الثانية في 1939 شلت خطوات تطوير التلفزيون في ألمانيا و بريطانيا، و بعد دخول الو.م.أ. في الحرب عام 1941 توقفت برامج تطويره في الو.م.أ أيضا.

أما الإتحاد السوفيياتي فقد بدأ البث التلفزيوني في عام 1939 باستيراد معدات أمريكية الصنع من شركة RCA التي كانت مملوكة لمهاجر أمريكي يهودي من أصل روسي رأى أن يبادر إلى إستثمار هذا الإختراع الجديد في موطنه الأصلي فقدم خدماته لستالين الذي رحب بها ، لكن الحرب العالمية لم تنح الفرصة لإزدهار هذا المشروع و بعد انتهائها استأنف السوفييت الخدمة التلفزيونية عام 1946م من دون مساعدة أمريكية، و كان لدى ستالين الكثير مما يريد عرضه لجماهير الإتحاد السوفيياتي للتأكيد على حطمة قراراته و صواب رأيه و قيادته السديدة فقد كان الهدف الأول من إدخال التلفزيون إلى الإتحاد السوفييتي هدفا سياسيا بحتا. (غسان عبد الوهاب حسن، 2013، ص28)

✓ لكن بريطانيا و أمريكا لم تتمكن من تجاهل إمكانيات هذه الوسيلة الإعلامية اقتصاديا و مستقبلها الواعد تجاريا، فلم تلبث الحرب أن وضعت أوزارها حتى عادت برامج تطوير البث التلفزيوني و تعميم استخدامه إلى أخذ موقع الصدارة في التخطيط الإعلامي في معسكر الحلفاء ، بهدف تحقيق مكاسب مالية خيالية من خلال الإستثمار في تصدير معدات الإرسال و أجهزة الإستقبال تجاريا إلى مختلف دول العالم.

✓ ولم يخف ذلك على عدد من الدول الصناعية الأخرى مثل إيطاليا و ألمانيا و فرنسا و الإتحاد السوفيياتي فقامت هذه الدول أيضا غما من خلال التعاون مع الشركات الأمريكية و البريطانية أو من خلال برامج وطنية ذاتية بالدخول في مجال أبحاث صناعات التلفزيون ، و لم يتطلب الأمر كثيرا من الوقت ، مع بداية الخمسينات كان التلفزيون جهازا

مألوفاً في الأسواق و منازل الطبقات العليا في المجتمع في الو.م.أ. و أوروبا لكنه بقي محصوراً في استراحات العمل و النوادي العامة و قاعات المشاهدة الجماعية في الدول الاشتراكية.

✓ أما تعميم إقتناؤه منزلياً ، فقد كان يواجه صعوبات مالية ، إذ كان ثمن أجهزة الإستقبال التلفزيوني في أوائل الخمسينات خارج غمكانيات و ميزانيات أسر الطبقة المتوسطة ، كما أنه كام يواجه مشكلة فنية هي محدودية قوة محطات البث التي لم تكن تستطيع سوى تغطية دوائر لا يتجاوز قطرها بضعة أميال ، و رات الشركات الامريكية على وجه الخصوص انه لا سبيل إلى إنجاح هذا الإختراع إلى من خلال إنتاج أجهزة الإستقبال بكميات تجارية كبيرة لجعلها في متناول الطبقة الوسطى اقتصادياً، و كذلك حل مشكلة إقبال البث المقتني هذه الأجهزة خارج حدود المدن الكبرى. (غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص29).

✓ و لما كانت إمكانيات زيادة مدى البث تتناسب مع ارتفاع هوائي الإرسال و قوة إشارة المحطة فقد كانت المشكلة في المدن الكبرى شبه محلولة، إذ عمدت شركة RCA الأمريكية إلى وضع هوائي للإرسال في نيويورك فوق مبنى الإمباير ستايت (ناطحة السحاب المشهورة التي كانت أعلى مبنى في العالم حتى ذلك الحين)، فحقق ذلك تغطية تلفزيونية بقوة معقولة في نيويورك و ضواحيها، و شجع الناس على إقتناء أجهزة التلفزيون و تكررت هذه التجربة في مدن أخرى ببناء أبراج الإرسال البث العالمية التي أصبحت رمزا من رموز البث التلفزيوني.

✓ و في الولايات الأخرى عمدت الشركات الامريكية بمبادرات ذاتية او بشراكة مع مستثمرين محليين ، إلى بناء مئات المحطات المحلية الصغيرة التي تعيد بث ما تنتجه المحطات الرئيسية في نيويورك ، و قامت شركات إنتاج أجهزة التلفزيون و بالتالي تتضاعف الأرباح .

✓ في البداية تصارعت الشركات على حقوق البث و تردداته ، مما جعل لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC تتدخل لتعيين المواصفات القياسية و الفنية لأجهزة البث و الإستقبال ، أيضا توزيع مجالات البث و ترددات الإرسال و تحديد شروط الحصول على رخص البث التلفزيوني ... فكان ذلك إلى جانب نشوب الحرب العالمية الثانية من أسباب تعثر تقدم أبحاث التلفزيون في الأربعينيات. (غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص30)

✓ و عند نهاية الاربعينيات عام 1948، وبعد التخلص من آثار الحرب اندفعت الشركات الامريكية و البريطانية بقوة لتقديم الخدمة للتلفزيونية الملونة للمشاهدين بشكل عشوائي غير منظم يفتقد أبسط متطلبات التنسيق ضاربة عرض الحائط بكل القرارات الصادرة عن الجهات الحكومية الرسمية التي لم تستطع السيطرة على سباق التنافس التجاري بين الشركات، أذى هذا فيما بعد إلى تعدد أنظمة البث التلفزيوني الملون، و لكن انتشار التلفزيون الملون كان بطيئا جدا، وبعدها انضمت فرنسا إلى السباق. (غسان عبد الوهاب الحسن ، 2013 ، ص 30).

✓ كما كانت منافسة أخرى محتملة لإنتاج أجهزة تسجيل تستطيع أن تصور الصورة المتحركة والصوت معا على شريط يمكن استعادة عرض ما سجل فيه فوراً بدلا من اعتماد على الأفلام السينمائية في تسجيل البرامج ، و لم يتحقق ذلك إلى عندما قدمت شركة RCA الأمريكية في عام 1953 أول جهاز تسجيل (فيديو تيب) فكان حدثا هاما في تاريخ التلفزيون ، و شركة أمبكس أنتجت عام 1956 (جهاز فيديو توب) اكتسح كل ما سبقه، ونال شهرة عالمية جعلته الجهاز المستفيد في الغالبية العظمى في محطات التلفزيون في العالم.

✓ في فترة الخمسينات ، فترة ذهبية في تاريخ التلفزيون و تحسين خدماته و برامج و معداته ، من أجهزة تسجيل و ارسال و هوائيات التقاط و أجهزة استقبال منزلية ذات وضوح و دقة في عرض الصورة و الصوت ، فاكسب شعبية كاسحة أخذت في سحب البساط من تحت أقدام الراديو و السينما على حد سواء.

✓ ازدادت محطات التلفزيون من 17 إلى 45 محطة إرسال ، و أصبحت الخدمة التلفزيونية متوفرة في حوالي 25 مدينة أمريكية ، و أصبحت التغطية التلفزيونية متوفرة ل 60% من الشعب الأمريكي ، بعد أن تم ربط شرق أمريكا بغربها بكابل محوري و تهاقت الناس على شراء أجهزة التلفزيون، فبيع في الو.م.أ. حتى عام 1952 أكثر من 15 مليون جهاز، مما جعل محطات البث تزداد في عام 1957 إلى أكثر من 500 محطة معظمها تجارية.

✓ كما انشر في ألمانيا و الدانمارك و هولندا، و بلغ عدد أجهزة التلفزيون في أوروبا عام 1954 مليون جهاز منتشرة في ثمان دول أوروبية ، و عدد المشاهدين آنذاك بلغ حد 65 مليون مشاهد ، و عدد المحطات 44 محطة تلفزيونية أوروبية .

✓ و قد أصبح التلفزيون في بداية الستينات وسيلة تعليمية تثقيفية سلاحا دعائيا سياسيا فتاكا.

(غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص 31، ص32).

21- خصائص التلفزيون:

✓ **التثقيف و التعليم:** له أهمية كبيرة في هذين المجالين، و ذلك عائد القدرات التلفزيون الكبيرة ، ففيه الصورة المسموعة ، و المعروف أن هذه الصورة لها أثرها التعليمي، فهي تزيد من وضوح الكلمة ، مما يؤدي إلى زيادة في فهم معناها ، و الكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار و دلالات و معان و مفاهيم ، وهذا كله يساعد على سهولة فهم الموضوع الموجه و استيعابه.

✓ **التربية:** لم يقف التلفزيون عند حد التعليم ، بل تعدي ذلك إلى التربية و صار له دور هام في تربية الجمهور و خاصة الأطفال، فله تأثير في تربية العقيدة و المبادئ و الأخلاق و السلوك ، إضافة أنه يقوم بوظيفة التربية الفنية و الجمالية

- ✓ للتلفزيون خصائص جامعة لم توجد في غيره ، فقد ورث الحوار و الحدث و التمثيل عن المسرح، و ورث عن السينيما شاشتها و طريقة عرضها، حيث يقدم الواقع المصور، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت، كما أنه يقدم الأخبار ويكفي الصحفي عناء الوصف. (غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص36)
- ✓ **الحضور المتزامن** : إن أجهزة التصوير التلفزيوني حاضرة في زمان الحدث ومكانه، وعلى مدار أربع و عشرين ساعة حاضرة في قاعة المؤتمر و ساحة الحرب و المسرح، وفي كل مكان يراد تصويره.
- ✓ **جمهور التلفزيون** خصائص تختلف عن جمهور الوسائل الأخرى ، فجمهور التلفزيون أولا أكبر من غيره، و هو غالبا متابع و ثابت نسبيا، و هذه الميزة تمكن المرسل المسلم من تبليغ رسالته، و تسهل عمله، و تسهم في إعطاء المستقبل فائدة أكبر .
- ✓ شاشة التلفزيون قادرة على تكبير الأشياء الصغيرة، و تحريك الأشياء النامية.
- ✓ للتلفزيون قدرة عالية في مخاطبة الرأي العام و التأثير فيه.
- ✓ المرسل بعيد عن المستقبل في البرامج التلفزيونية ، لذلك لا يعرف ردة فعل رسائله إلا بعد زمن.
- ✓ مقدرة التلفزيون على خطاب جميع الفئات، من علماء و مثقفين، و عمال و اميين، و مدنيين و ريفيين، بل إن القرويين يشاهدون التلفزيون بنسب أعلى من أهل المدن، و ذلك بسبب قلة الوسائل البديلة، مثل السينيما و المسرح و الفيديو و الصحف.
- يمتاز البث التلفزيوني بسهولة وصوله إلى أي مكان ، مما يسر وجوده في البيوت، إضافة إلى قلة تكلفته المالية للجمهور إذا ما قررت بعض الوسائل المنافسة كالإنترنت. (غسان عبد الوهاب حسن، 2013، ص39).
- ✓ الواقعية التامة في نقل الحدث ، مع ما يتضمنه من إنفعالات و حركات و مؤثرات صوتية ، من تصفيق و ضجة و صوت أمواج، و دوي انفجار، و ضجيج محركات... إلخ فشاشة عكس الصحافة و الإذاعة، هي أقرب للطرق لنقل الحدث الحي بمصدقية و موضوعية ، مما يجعل التلفزيون أكثر مصداقية من غيره.
- ✓ إن التلفزيون يوصل رسالته للمشاهد مع الراحة التامة ، فهو لا يكلفه عناء الخروج من المنزل لمشاهدة أو تلقي المعلومات، كما هو حال الكثير من وسائل الإعلام، كما ان الصوت و الصورة فيه أيضا تتيحان لهذا المشاهد رفاهية عالية في الإستماع و الرؤية من دون إجهاد سمعي أو بصري ، و هذا ما جعل منه وسيلة تسيطر على ميدان الاتصالات بشكل كبير.
- من أجل هذه الميزات العالية للتلفزيون، اهتم أصحاب الأفكار و القرارات بهذا الجهاز السحري، و سموه رسول تا عالم المتجول، و استخدموه للتجارة و الإعلانات و الدعايات، ولتحريك الشعوب وتوجيههم، وصاروا يفضلون فيه ثواني معدودة على صفحات كبيرة من الصحف. (غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص 40).

22- مميزات التلفزيون:

- ✓ الجمع بين مزايا وسائل الإتصال الأخرى و مخاطبة أكثر من حاسة، إذ يجمع ما بين السينما و الراديو، و المسرح ، و يجمع الحركة و الصوت و الصورة و اللون ، و بهذا فهو يخاطب أكثر من حاسة من حواس الإنسان ، مما يجعله أكثر جذبا و تشويقا و أكثر إقناعا في ظروف معينة.
- ✓ قدرته على تخطي الحدود الطبيعية و الجغرافية و السياسية ، مع إستخدام الأقمار الصناعية و تكنولوجيا البث الرقمي ببقاء عالي الجودة للصوت و الصورة.
- ✓ سرعة المعالجة الإخبارية، رغم تفوق الراديو في هذه الخاصية، إلا أن التلفاز يتميز أيضا بالفورية للأحداث بالصوت و الصورة من واقع الأحداث .
- ✓ تحطي حاجز الأمية الثقافية، و يشترك معها الراديو، إن عولمة الصورة التلفازية قد خلقت جمهورا كونيا تجاه الصور المتواترة للأحداث و الشخصيات و الأماكن و العقد السياسية الدولية.
- ✓ إتاحة المشاهدة لأماكن وأحداث و شخصيات كان لا يمكن للجمهور مشاهدتها لولاه، فهو العدسة الدائرة حول العالم بكل تفاصيله الدقيقة حتى وصف هذا العالم بالشاشة الصغيرة.
- ✓ إمكانية استخدامه ثقافيا و تعليميا و تحريزيا، أي هو أداة الربط بين المؤثر و ساحة التأثير الاجتماعي.
- ✓ يتميز بإمكانياته الفنية المتعددة، و خاصة بعد إمكانية معالجة النصوص المتلفزة القديمة و الحديثة بأنظمة الإتصال الرقمية. (غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص 25).

23- مساوئ التلفزيون:

- بالرغم من المميزات و الأسماء التي خص بها التلفزيون، كالدواء الشافي في الثقافة، إلا أنه أتهم بتحطيم البنيان الأسري و تجريده للمتلقين من حريته الشخصية، و يرى البعض أن التلفزيون يجبل الناس المثقفين، و يتقف الأفراد الذين يعيشون حياة مبخلة، لذلك فقد رأى الناقدون أن للتلفزيون مساوئ نذكر منها ما يلي:
- ✓ **إبعاد الفرد عن الواقع:** يتفق الناقدون لوسائل الإعلام، و على رأسهم جون كازنوف، فرانسيس بال، بولين أوبر، إبراهيم إمام، أن التلفزيون يقدم نماذج و صور من الحياة بعيدة كل البعد عن الواقع، و تندرج ضمن الحصص التلفزيونية لهذا اللجوء إلى الخيال، قصص المغامرات و الكوميديا العائلية، ولكن على وجه الخصوص المسلسلات اليومية، و تهدف هذه البرامج الخيالية أساسا إلى إغراق في عالم الخيال، و إبعاده عن مشاكل الحياة، إذ أن المخرجين لهذه البرامج على يقين أن كل الأفراد يبحثون عن كل ما من شأنه أن يشجعه على الإنزواء بعيدا عن عالم الواقع و لقد نجح التلفزيون في هذه المهمة وذلك لإعتماده على وسيلتين وهما الصوت و الصورة. (فضيلة أكلي، 2007، ص 135).

✓ **عرض المشاهد العنيفة:** يعرض التلفزيون للمشاهد المادية الإجرامية التي توضع في إطار مشوق و مثير، وبمعدل قد يصل إلى نحو ألف مشهد سنويا.

✓ **يؤكد بعض العلماء و المفكرين** بأن التلفزيون يعد جامعة الجريمة، حيث صرح أحد المعلقين بما يلي: إذا كان السجن هو المدرسة الإعدادية للجريمة فإن التلفزيون هو المدرسة الثانوية، ومعنى ذلك أن التلفزيون يقوي الرغبات المنحرفة والميول المريضة ويشيع في الأفراد حب المغامرة و القيود و الإتصال بالعالم. (فضيلة أكلي، 2007، ص136)؛ من جهة أخرى يؤدي هذا العنف إلى الخوف الشديد و إثارة الرعب لدى المشاهدين بجميع فئاتهم العمرية.

✓ **الضرر بصحة المشاهد:** أكدت الدراسات التي أجريت حول الأفراد المدمنين على التلفزيون أنهم معرضون لارتفاع الكلستيرول بسبب الخمول وقلة الحركة إضافة إلى السهر الطويل على برامج معينة أو مسلسلات أو أفلام أو غيرها و اضطرابات ذهنية وعصبية وجسدية، نقص التفكير و اضطراباته، مشتكل في العيون بسبب الإشعاعات التي تؤدي إلى مفعولات ضارة.

✓ **الشراهة في الأكل و تناول الأغذية منخفضة القيمة الغذائية أو الإكثار من الطعام،** الشيء الذي يساهم في تطور حالة السمنة. (فضيلة أكلي، 2007، ص137).

✓ **تقليص الاتصال بين الأفراد:** إن التطور الذي آل إليه التلفزيون، و بتنوع القنوات و البرامج قد أدخل تعديلات كبيرة على بنية العلاقات الإنسانية بين الأفراد، فعملية الانتشار الكبيرة للتلفزيون أدت إلى تقلص و ضعف العلاقات الاجتماعية التي كانت بين الناس كالصداقة، و القرابة، و العلاقات بين الجيران، و تناقصت في الوقت نفسه الاتصالات المباشرة بين الناس.

كما أدت المشاهد التلفزيونية إلى تقليص العلاقات بين أفراد العائلة و مساهمتها في تشتيتهم و ذلك من أجل سيطرتها على الوقت الذي يقضيه كل أفراد العائلة معا، بحيث عوضت باللعب بالتلفزيون، و الضرر الأكبر هو إزالة فرص الحديث و النقاش و التعبير عن الهموم و الشكاوى و الهروب إلى التلفزيون كحل بديل للهروب من المشاكل و من هذا كله نقول أن التلفزيون يلعب دورا مهما في تفكك الأسرة من خلال تأثيره على العلاقات الأسرية و انسحاب الأبوين من القيام بدور فعال في التنشئة الاجتماعية لأطفالهم. (فضيلة أكلي، 2007، ص138).

✓ **ترسيخ القيم غير المرغوب فيها في ذهن المشاهد:** يعمل التلفزيون على نشر ثقافة المجتمعات الغربية و في مقدمتها المجتمع الأمريكي الذي يحتل المرتبة الأولى في الإنتاج السينمائي، حيث وصلت المنتوجات الأمريكية التلفزيونية إلى كل أنحاء العالم، و هذا ما أعجب شباب العالم الثالث، و أدى إلى تأثرهم بالثقافة الغربية، و تمثل ذلك في اكتسابهم للعديد من الأساليب و القيم الثقافية الغربية و سلوكياتهم سواء في الزي، الحلاقة، الكلام

أو المعاملة مع الآخرين و هذا ما أدى إلى تلاشي بعض القيم الثقافية الأصلية لهؤلاء الشباب، كما أدى إلى التأثير ببعض الآفات الاجتماعية السائدة في المجتمعات الغربية و استرادها إلى مجتمعاتنا مثل تناول الكحول المخدرات العنف بأساليبه، و على غيره من الأمراض الاجتماعية الخطيرة.

لهذا يرى بعض المفكرين أنه مع تطور وسائل الإعلام و في مقدمتها التلفزيون، لم يعد المنزل مكانا يسمح للأفراد بالعزلة و الانفصال عن العالم الخارجي. (فضيلة أكلي، 2007، ص 140).

24- الأنواع الصحفية في الإعلام التقليدي:

1- الصحافة المطبوعة:

مفهوم الصحافة لغة: الصحافة بكسر الصاد، من صحيفة، و جمعها صحائف، أو صحف، و الصحيفة هي

الصفحة، و صحيفة الوجه، أو صفحة الوجه، هي بشرة جلده، و الصحف و الصحائف هي الكتاب، بمعنى

الرسالة، و في القرآن الكريم: " **إِنَّ هَذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَى**" الأعلى 18.

و الصحف هنا بمعنى الكتب المنزلة، و الصحيفة ، أو الصفحة، هي القرطاس المكتوب، أو ورقة الكتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان، أي صفحتان، أو صحيفتان، فسميت صحيفة، و منها جاءت كلمة: صحافة و المزاويل لها يسمى صحفيا (بكسر الصاد) أو صحفيا (بضم الصاد).

كما تستخدم كلمة PRESS الإنجليزية، بمعنى صحافة، و تعني شيئا مرتبطا بالطبع و النشر و الأخبار و

المعلومات ، و كذلك journalism بمعنى صحافة، و journalist بمعنى صحفي، و منها اشتق المصحف

(بضم الميم أو كسرهما)، بمعنى الكتاب، الذي جمعت فيه الصحف، أي الأوراق و الرسائل. (غسان عبد الوهاب

الحسن، 2013، ص 15).

اصطلاحا: هي جمع الأخبار و نشرها، و نشر المواد المتصلة بها، في مطبوعات مثل الجرائد، المجلات، الرسائل

الإخبارية، المطويات، الكتب، و قواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية، أما الاستعمال الشائع للصحافة

فينحصر في إعداد الجرائد، و بعض المجلات، و إن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى.

و الصحافة كذلك هي صناعة الصحفي و الصحافيون هم القوم الذين ينسبون إليها، و يعملون بها، أول من

استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي كان الشيخ نجيب الحداد، منشئ جريدة لسان العرب في الاسكندرية،

وحفيد الشيخ ناصيف اليازجي، و إليه يرجع الفضل في مصطلح "صحافة" ثم قلده سائر الصحفيين بعد ذلك.

للصحافة تعريفات أخرى، فمنهم من يعرفها بأنها جميع الطرق التي تصل بواسطتها الأنباء و التعليقات عليها، إلى

الجمهور، و كل ما يجري في العالم و يهم الجمهور، و كل فكر و عمل روائي، تثيره تلك الحريات، يكون المادة

الأساسية للصحف.

بمعنى أنها فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة و انتظام و ذوق سليم مع الاستجابة لرغبات الرأي العام، و توجيهه و الاهتمام بالجماعات البشرية و تناقل أخبارها و وصف نشاطها، ثم تسليتها، و شغل أوقات فراغها.(غسان عبد الوهاب الحسن، 2013، ص 16).

و يعرف محمود عزمي أحد أعلام الصحافة المصرية في القرن العشرين الصحافة بقوله: "إنها وظيفة اجتماعية مهمتها توجيه الرأي العام، عن طريق نشر المعلومات و الأفكار الجيدة الناضجة، مفعمة و مناسبة إلى مشاعر القراء، خلال صحف دورية و يرى ويكهام ستيد، أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، إن الصحافة ليست حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، و هي ليست صناعة، بل طبيعة من طبائع الموهبة، و الصحافيون خدم عموميون، غير رسميين، هدفهم الأول العمل على رقي المجتمع.

و يصف الرئيس الأمريكي جيفرسون الصحافة بأنها أداة لتنوير العقل الإنساني، و لتقدمه ككائن عاقل أخلاقي و اجتماعي، و يقول أدولف س. أوكس. ناشر جريدة نيويورك تايمز: أن الصحافة مهنة لا تستميلها الصداقات و لا يرهبها الأعداء، و هي لا تطلب معروفا، و لا تقبل امتنانا، إنها مهنة تتغاضى عن العاطفة، و التحيز و التعصب إلى أبعد الحدود، فهي مكرسة للصالح العام، و لنفضح الألاعيب و الانحرافات و القصور في الشؤون العامة، و نتعامل بروح العدل و الإنصاف مع أصحاب الآراء المعارضة، مهنة شعارها "ليكن هناك نور"(غسان عبد الوهاب حسن، 2013، ص 16، ص 17).

أ- **الخبر الصحفي: لغة:** الخبر في لسان العرب: هو ما ينقل، و يحدث به قولا و فعلا، و خبرت بالأمر أي

علمته، و خبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته، و جمعه أخبار و هو ما أتاك من نبأ عما تستخير يقول ابن وهب في البرهان: أن الخبر هو قول أخبرت به مستمعه، ما لم يكن عنده.

و في القرآن الكريم، ورد الخبر في مواضيع كثيرة من الآيات بمعنى النبأ، وهو ما اتفقت عليه كثير من المصادر فالنبأ هو الخبر، و هو ما مترادفان، و على هذا يمكن القول بأن نبأ الرجل نبأ: أخبره و أنبأه الخبر.

✓ و نبأه بالشيء: أخبره به، و ذكر له قصته، وهو المعنى الوارد في الكثير من الآيات القرآنية: قَالَ لَا يَأْتِيكُمَا

طَعَامٌ تُرْزَقَانِيَهُ إِلَّا نَبَأُكُمَا بِتَأْوِيلِهِ " . الآية: 94: سورة التوبة

" قُلْ لَا تَعْتَذِرُوا لَنْ نُؤْمِنَ لَكُمْ قَدْ نَبَأْنَا اللَّهُ مِنْ أَجْبَارِكُمْ " الآية: 94: سورة التوبة.

" قَالَتْ مَنْ أَنْبَأَكَ هَذَا قَالَ نَبَأَنِي الْعَلِيمُ الْحَبِيرُ " الآية 3: سورة التحريم.

" قُلْ أَوْ نَبَأَكُم بِخَيْرٍ مِّنْ ذَلِكَ " الآية 15 : سورة آل عمران.

اصطلاحا: عرفه عبد اللطيف حمزة بأنه "الجديد الذي يتلوه القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور

الجريدة".(عبد الستار جواد، ، 2002، ص 43).

✓ نشأة الخبر الصحفي و تطوره: ظهر الخبر مع بداية الحياة الاجتماعية للإنسان، و بمجرد أن يصبح الفرد عضواً في جماعة أصبح في مقدوره أن يستقبل الأنباء و أن ينقلها من و إلى فرد غيره.(عبد الجواد سعيد مجذ ربيع،2005، ص 52).

✓ كانت مرحلة الخبر المسموع التي بدأت منذ العصور القديمة حين عرف الإنسان عملية تبادل الأخبار عندما كان ينفخ في الأبواق معلناً حالة الحرب أو السلم أو احتفالاً بمناسبة دينية أو بزواج، أو بوفاة حاكم أو بسقوطه،أو بتنصيب حاكم جديد.

كما عرفت هذه العصور القديمة و الوسطى المنادين الذين كانوا يجوبون الأسواق، و أماكن التجمعات البشرية الأخرى ليلبغوا الرغبة أو المواطنين أوامر الحكومة و بياناتها، و يطلق عليها: الخبر المسموع.

المرحلة 2: و فيها نجد الخبر المخطوط، و التي بدأت بالنقش على الأحجار و الرسم على جدران المقابر و المعابد و القصور، ثم تلى ذلك الكتابة على الجلود أو الورق و قد عرف المصريون القدامى تبادل الأخبار عن طريق النقش على الحجر و الكتابة على ورق البردى، و في شكله الحديث أخذ الكتابة على جدران المقابر و اللوحات الجنائزية، و كان يدور حول السير الشخصية للملوك و القادة، و أخبار معاركهم الحربية و إنجازاتهم الداخلية.

المرحلة 3: مرحلة الخبر المطبوع، وفيه ارتبطت باكتشافات الطبيعة في منتصف القرن 15م على يد يوحنا جوتنبرج، و عن طريقه قامت الطباعة بنسخ الخبر الواحد، مما أتاح إمكانية الخبر إلى أكبر عدد من القراء، و توفير الوقت و الجهد و التكاليف.(عبد الجواد سعيد مجذ ربيع، 2005، ص 53، ص 54).

و يرى الدكتور فاروق أبو زيد أن الصحافة بدأت خبرية تكتفي بنشر الأخبار دون التعليق عليها.

و يرى أيضاً أن هناك 4 عوامل رئيسية وراء ظهور الخبر المطبوع، و انتشاره في العصر الحديث و هي:

✓ اكتشاف المطبعة في القرن 15 على يد يوحنا جوتنبرج.

✓ ظهور الطبقة البورجوازية في أوروبا الغربية.

✓ ظهور الفكر الليبرالي و هو التعبير الإيديولوجي عن الطبقة البورجوازية، و ما يعنيه هذا الفكر من إشاعة للحياة الديمقراطية ممثلة في نظام بياني و نشاط حزبي و صحافة حرة.

✓ الخدمات البريدية التي أنشأت في نهاية القرن 15 و دورها الهام في دفع الصحافة إلى الأمام، و مهدت لظهور الصحافة في كثير من البلاد، ووصول الأخبار بسرعة إلى مختلف أنحاء العالم.(عبد الجواد سعيد مجذ ربيع، 2005، ص 55).

أنواع الأخبار الصحفية: بفضل خبراء التحرير و الإخراج الصحفي، تصنيف الأخبار وفقاً لمضمونها و بنائها الداخلي، و هنا نجد نوعين من الأخبار:

➤ **الأخبار البسيطة:** و هي الأخبار التي تدور حول واقعة واحدة مهما تعددت تفاصيلها و لا يحتاج هذا النوع من الأخبار إلى جهد من جانب المحرر الصحفي لتحليلها و تفسيرها فهي بسيطة و محددة و موجزة، و من أمثلة ذلك الأخبار الشخصية، و الأخبار الشخصية، و أخبار المرض و الوفيات و الحوادث و الجرائم و الأحوال الجوية و غيرها من الأخبار التي تتحدث عن واقعة واحدة بعينها يتضمنها الخبر.

➤ **الأخبار المركبة:** و تتضمن أكثر من واقعة في الخبر الواحد، بحيث يشتمل الخبر الواحد على أكثر من خبر يضمها إطار واحد قد يكون الحدث نفسه أو المكان، و لا يجد المحرر مبررا للفصل بينها، و لكي يضع أمام القارئ تصورا كاملا لما يجري، و تسود هذه الأخبار في فترات الأزمات أو الانقلابات و الحروب و غيرها.

➤ و يوجد تصنيف آخر للأخبار وفق الموضوع: اقتصادية، اجتماعية، عسكرية، رياضية، الأخبار الأدبية و الفنية.

التأثير الاجتماعي للأخبار: تعمل الأخبار على تكوين و نمو المعرفة الإنسانية و أحداث التغيير من خلال 3 عمليات رئيسية:

- ✓ تدعيم قدرة الأفراد على إدراك ما يجري حولهم من أحداث، و بدون هذا الإدراك لا يمكن تأسيس صرح المعرفة لديهم، و بالتالي عدم القدرة على المشاركة و إبداء الرأي في هذه الأحداث.
- ✓ توسيع معارف الأفراد حول أسباب و مسببات ما يجري من أحداث محيطية بهم، و علاقات الارتباط بينها، و هنا يصبح هؤلاء الأفراد واعين و مهئين لاتخاذ المواقف و إصدار الأحكام.
- ✓ تعزيز قدرة الأفراد على فهم و تفسير الأحداث المختلفة و المتنوعة التي يمتلئ بهم محيطهم القريب أو البعيد، و بهذا الفهم و التفسير تتحسن قدراتهم على التنبؤ بمجرى حركية الأحداث في المجتمع و بالتالي التصرف على ضوءها. (عبد الفتاح عبد النبي، 1989، ص33).

خصائص الخبر الصحفي:

- ✓ الخبر الصحفي ليس حدثا أو إعلانا من حدث أو واقعة بسيدة، و إنما هو عملية لها عناصرها و تفاعلاتها و عليه فإن سمة التغيير تعد سمة أصيلة في الخبر فمن ناحية هو متغير في طبيعته من حيث الموقف إلى غاية وصوله إلى الأسباب و النتائج، كما أنه متغير بتغير الزمان و المكان و الشخوص و المواقف.
- ✓ الخبر الصحفي معرفة تضيف إلى مدركات الفرد ووعيه أبعادا لم يكن يخبرها من قبل، هذه المعرفة تعد بالنسبة للفرد المتلقي كشفا لبواطن الأمور، و ما يجري من أحداث خارج نطاق عالم الفرد المدرك.
- ✓ أن المعرفة التي يحملها الخبر الصحفي، ينبغي أن تكون حقيقة و ليست شكلية أساسية و ليست فرعية، ترتبط بصميم الحياة في المجتمع و تتعلق بجوهر ما يجري من أحداث في المجالات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية... إلخ (عبد الفتاح عبد النبي، 1989، ص 26).

✓ نسبة الخبر الصحفي، فإذا كان الخبر هو المعرفة، فإن المعرفة بطبيعتها نسبية تتفاوت من موضوع إلى آخر، و من شخص لآخر، و من جماعة إلى أخرى، بل من صحيفة إلى أخرى طبقا لتباين الامكانيات، و القدرات الذاتية لكل صحيفة في الوصول إلى المعارف الحقيقة حول القضايا المختلفة، و تعد هذه سمة من سمات الخبر من أهم و أخطر سمات الخبر الصحفي، لأنها تشير إلى أمر ما و هو التدخل في توجيه و تكوين الخبر الصحفي، أمر وارد بل و طبيعي أحيانا بحكم ضرورات الإنتاج الجماهيري السريع، و ضيق الوقت و المساحة من ناحية و بحكم الأحكام الانطباعية و الرؤى الذاتية، التي تحكم عادة الصحفيين في تقييمهم للجوهر، و ما يجري من أحداث يومية في المجتمع من ناحية أخرى.

✓ النتيجة أو العاقبة: لكل خبر نتيجة أو عاقبة، و الرواية الخبرية أنها لا يترتب عليها أثر ما لا تدخل في إطار الأخبار الصحفية، و تتفاوت أهمية الأخبار بتفاوت نتائجها و قدرتها في التأثير على العلاقات القائمة. (عبد الفتاح عبد النبي، 1989، ص 28).

*مصادر الخبر الصحفي: هي الأدوات التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر الصحفي، وقد يكون المصدر شخصا أو جهة كوكالة الأنباء و النشرات الصادرة عن جهات رسمية، و غير رسمية، و لكل صحيفة نوعان رئيسيان من مصادر الأخبار:

المصدر الذاتي: التي تعتمد على هيئة التحرير و المندوب و المراسل.

المصدر الخارجي: وكالات الأنباء، الإذاعات، الصحف، المجلات، والوثائق وغيرها. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص 27).

أولا: المصادر الذاتية:

أ- المندوب الصحفي:

لكل صحيفة عدد من المندوبين المكلفين بتغطية الأخبار و الوزارات و المؤسسات، و الهيئات الرسمية و الحزبية غير الحكومية، كما يكلف المندوبين بتغطية المؤتمرات الصحفية و المهرجانات التي تقام بالمناسبات العامة و الوطنية و الفضائية.

ويحرص المندوب الناجح على نسج علاقات جيدة مع الأوساط المسؤولة في ميدان اختصاصه، و يحتفظ المندوب بمواعيد المؤتمرات و المناسبات، كما يحرص على الاحتفاظ بأرقام هواتف الشخصيات و الموظفين المهمين لاستمرار التواصل معهم.

ومن الضروري تحديد الجريدة لاختصاص كل مندوب، فالاختصاص ضمانة لإتقان العمل و كفاءة و دقة المندوب، ومن واجبه قراءة الصحف التي تصدر في بلده و الاستماع إلى نشرات الأخبار لمتابعة ما ينشر و يذاع في مجاله. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص 28).

ب- المراسل الخارجي:

المراسلون مكلفون في العواصم الهامة ومناطق الأحداث الساخنة بتغطية الأخبار الخارجية.

ويتم اختيار المراسل وفق مواصفات محددة، تضمن امتلاكه للحس الصحفي والثقافة الواسعة المتنوعة المجالات، كما تحرص الصحف على امتلاك المراسل لموهبة إقامة العلاقات مع أعلى المناصب و صغار الموظفين، وأن يكون سريع البديهة، قوي الملاحظة ذو قدرة وموهبة في صياغة الأخبار وأن يكون متابعاً لكل ما يذاع و ينشر، كما يشترط امتلاك اللغة الأجنبية و لغات أخرى أحياناً.

كما يجب أن يكون المراسل قادراً على ممارسة كافة ألوان الفن الصحفي من الخبر، و التحقيق إلى المقابلة و العمود الصحفي و المقال.

المراسل الجيد يقوم بتغطية كافة النشاطات و الفعاليات السياسية والاقتصادية و الرياضية و الثقافية و الفنية في مكان عمله.

يجب أن يكون لائقاً من حيث الشكل، حسن السمعة، واسع الثقافة، قادر على كسب احترام القادة و المسؤولين الموظفين و المواطنين العاديين. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص29).

ثانياً: المصادر الخارجية:

أ- وكالات الأنباء: قليلة هي الصحف القادرة على تغطية أحداث العالم بشبكة من مراسليها، و باستثناء كبريات صحف العالم، فإن الصحافة تعتمد على اشتراكها في وكالات الأنباء العالمية التي تمتلك مراسلين منتشرين في أنحاء الدنيا.

و توفر وكالات الأنباء كمية هائلة من الأخبار السياسية و الاقتصادية و الثقافية و الرياضية و الفنية و في كافة الاهتمامات الإنسانية، وهذا تعتمد الصحف على الوكالات و من أهمها: رويترز، يونيتد براس، وكالة الصحافة الفرنسية، أنباء الشرق الأوسط المصرية، أ.ش.أ، السورية سانا، العراقية واع، الكويتية كونا. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص30)

ب- إذاعات و محطات التلفزيون المحلية و الأجنبية:

الإذاعات مصدر هام للأنباء، و هي الأكثر سرعة، و مع التقدم التقني ازدادت سرعة إذاعة الخبر، و يأتي العالم قرية صغيرة، لهذا تتابع الأحداث وقت وقوعها، و يستطيع المشاهد و المستمع متابعة حدث يجري. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص31).

ت- الصحف و المجالات المحلية و الأجنبية:

تفرد الصحف أحياناً بسبق صحفي حول حدث أو موقف، و قد تنشر وثيقة شديدة الأهمية تتناولها الصحف الأخرى، كما تتفرد الصحف بنشر أحاديث صحفية مع شخصيات هامة، و تتحول الصحيفة في هذه الحالة إلى

مصدر لكل وسائل الإعلام التي تتناقل أهم ما في الحديث الصحفي، من مواقف تتعلق بقضايا راهنة، و في حالات أخرى يكون حول حدث هام.

ث- **النشرات:** لمعظم الوزارات و الهيئات الحكومية و غير الحكومية نشرات إخبارية يومية دورية، تقوم بتوزيعها، و تكون هذه النشرات مصدرا لأخبار الصحف، و الاعتماد على وكالات الأنباء العالمية، لا يضمن للصحيفة سبقا، لأن النشرات و الوكالات تصل كافة الصحف. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص 31).

ج- **المؤتمرات الصحفية:** و فيه ينظم مؤتمر صحفي لمسؤول كبير يدعى إليه كل الصحفيين و المراسلين، و يخصص لقضية هامة راهنة تحظى باهتمام الإعلام، و في المؤتمر الصحفي يتاح المجال لكل الصحفيين توجيه أسئلة للمسؤول.

ح- **المواقع الإلكترونية:** في عصر ثورة المعلومات و الاتصالات، أصبحت المواقع الإلكترونية للجهات الرسمية و الفصائلية و حتى مواقع الشخصيات الهامة، أصبحت مصدرا أساسيا للخبر، و فد استبدلت جهات كثيرة نشراتها بمواقع إلكترونية، فهي أشد سرعة و أقل كلفة، و توفر مساحات أوسع تكفي لتغطية كافة نشاطات و فعاليات و مواقف الجهة التي تنطق باسمها. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص 32).

خ- **شاهد عيان:** أثناء الحروب و الكوارث يحتاج الصحفي إلى شاهد عيان يؤكد روايته ويغنيها بالتفاصيل، و في هذه الحالات يكون المواطن العادي مصدرا رئيسيا هاما للخبر، و يجب أن يكون هذا المواطن حاضرا عند وقوع الحدث حتى يزود الصحفي بالوقائع و الأسماء و التوقيت بالحد الأقصى من الدقة، و هذا متوقف بالطبع على قدرة الصحفي على استجواب المواطن الشاهد حتى يستخرج منه كل المعلومات التي تضمن للخبر أن يكون مكتملا.

***مصادر أخرى:** هناك العديد من المصادر الأقل أهمية، و مع ذلك فإن واجب الصحفي يفرض عليه الاهتمام بها مثل:

✓ أصدقاء و زملاء و معاونو الشخصيات البارزة.

✓ الحفلات و المهرجانات.

✓ اللجان الرسمية و الأهلية، و الإعلانات، و رسائل القراء (شكاوى المواطنين)، إضافة إلى الصدفة. (إبراهيم السيد حسنين، 2015، ص 33).

***تحرير الأخبار الصحفية:** إن الطريقة التي تقدم بها الأخبار على صفحات الجريدة لها أهميتها القصوى في إمكانية تشويق القارئ و التأثير عليه، و إمكانية تحريف و توجيه الاخبار، فاللغة المستخدمة في كتابة الأخبار الصحفية لها علاقة مباشرة بمدى فهم القارئ لمعاني الأخبار.

أيضا أساليب العرض و الإقناع و الإبراز و جذب الانتباه المستخدمة في تحرير الأخبار الصحفية، فكلها جوانب بالغة الأهمية في الحكم على كفاءة الممارسة الصحفية و تحديد فعاليتها، و لتحرير الأخبار الصحفية يجب الاهتمام بعنصرين اثنين: خصوصية الكتابة الصحفية/ صياغة الأخبار الصحفية.

1- خصوصية الكتابة الصحفية:

تهدف الكتابة الصحفية إلى إعطاء القارئ أفكارا أو معلومات لم يكن له علم بها من قبل، و إذا لم يفهم القارئ فحوى المعلومات فلن يحدث اتصال حقيقي و يضع بالتالي كل الجهد الذي بذل في تجميع المادة الصحفية و إعداداه للنشر. (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص 117).

✓ تخضع الكتابة الصحفية لثلاثة ضغوط أساسية لا توجد عادة في الكتابة التقليدية: أولها عامل الزمن الذي يفرض السرعة في إعداد المادة الخبرية.

ثانيها: عامل المساحة، حيث يفرض على الصحفي الالتزام بالمساحة المخصصة وعدم تجاوزها و إلا يعرض للحذف الذي يخل بالمعنى.

ثالثها: يتعلق باللغة المستخدمة، حيث يتطلب الأمر من الصحفي صياغة مادته الصحفية بلغة بسيطة و لها مذاقها الخاص.

و في إطار هذه الضغوط، توجد بعض القواعد التي ينبغي للصحفي مراعاتها عند كتابة المادة الخبرية. (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص 118).

✓ الأفكار المصاغة بلغة محددة و دقيقة و موحية، حتى لا تعبت على الملل في نفس القارئ، أولا تدفعه إلى العمل و التغيير.-الألفظ و العبارات المرسلة و غير محددة المعنى التي تتحدث عن إنجازات و تجارب و طموحات و رغبات و إشادة و تعظيم إلى غيرها من الألفاظ و العبارات لا يوجد لها إنجاز في دنيا العمل، و بالتالي تفتقد إلى الواقعية، و القدرة على التأثير.

✓ البعد عن استخدام الألفاظ الغريبة غير المألوفة و التركيبات اللغوية الفنية الصعبة، و ذلك لأن الصحفي يكتب الخبر في الصحيفة العامة لكي يقرأه كل الناس. (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص 119).

✓ عدم الإفراط في الوصف و استخدام و الكلمات الضخمة و المثيرة أو العاطفية مثل: يوم تاريخي، نتائج مذهلة، و على الصحفي أن يذكر نتيجة الحدث، و يترك للقارئ حرية تكوين انطباع عن الشيء، و تقدير الحقائق كاملة دون إدخال العواطف التي لا تصلح للكتابة الخبرية.

✓ عدم التزايد و الميل إلى الاختصار أو الإيجاز، ومن ذلك استخدام كلمات يمكن حذفها دون الإخلال بالمعنى.

✓ تحاشي قدر المستطاع استخدام المبني للمجهول، و استخدام المبني للمعلوم، و الفعل المضارع و صيغة الجمع. (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص120).

✓ مراعاة الدقة في صياغة الفقرات، و الفقرة عبارة عن فكرة كاملة، و هي عادة لا تزيد عن 75 كلمة.

✓ الأرقام تكتب بالنسخ إذا كان من 1 إلى 10، أما بعد 10 يكتب حسائيا..

✓ الحرص على ذكر المصدر في الخبر، فلا يوجد خبر بدون مصدر. (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص121، ص122).

***صياغة الأخبار الصحفية:** يقصد بصياغة الخبر، الصورأو الطرق التي تتبع عند كتابة الأخبار، الشكل أو الهيكل الذي توضع فيه المعلومات التي يتضمنها الخبر، فبعد جمعه من مصادره يصاغ و ترتب وقائعه ترتيبا سليما حتى يسهل العمل على محرر الصياغة، و ينقسم بناء الخبر إلى 3 أقسام هي: العنوان/المقدمة/المتن.

➤ **مقدمة الخبر:** لها مجموعة من السمات: الجذب للقارئ و شده إلى الخبر و دفعه إلى متابعة قراءة الخبر حتى النهاية و عدم ازدحامه بالمعلومات حتى لا تشتت ذهن القارئ، و التركيز على الوقائع و الأحداث و البيانات و تجنب الوقوع في إبداء الرأي.

تأخذ المقدمة الخبرية عدة أشكال هي: **المقدمة الملخصة:** و هي التي تلخص أهم المعلومات و البيانات التي يتضمنها الخبر و تعد أسهل أنواع المقدمات الخبرية.

المقدمة المقتبسة: و فيها يلجأ المحرر إلى اقتباس جملة أو فقرة هامة من تصريح أو حديث مصدر الخبر، و يجعلها مقدمة الخبر، و عادة ما يلجأ المحرر إلى هذا النوع من المقدمات في الحالات التي تجد في حديث المصدر ما يثير انتباه القارئ و يتضمن معلومة هامة او موقف جديد غير متوقع.

المقدمة المباغتة: غالبا ما تكون جملة واحدة قصيرة و مختصرة، و لكنها مفاجئة تلفت انتباه القارئ بشدة تماما كوقوع الانفجار.

المقدمة المجاز: و هي التي تعتمد على استخدام الكلمات بمعان مجازية، و ليس بمعناها الحرفي.

مقدمة المثل و الحكمة: و هي التي تعتمد على مثل عامي دارج أو حكمة معروفة أو قول مأثور مثل المقدمة. (عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص123، ص124).

مقدمة الغرابة و الطرافة: و هي تعتمد على عنصر الطرافة أو الغرابة في الخبر أو ما يشير إلى مفارقة غير عادية أو حدث شاذ نادر الحدوث.

المقدمة الوصفية: و هي التي تقوم على تصوير جو الحدث و وقائعه، و تستخدم كثيرا في أخبار الحوادث و الجرائم و النكبات الكبرى مثل الزلازل، البراكين، الأمراض الخطيرة.

المقدمة الاستفسارية: و هي التي تحاول صياغة المعلومات الجديدة في الخبر في شكل استفسار أو سؤال بشكل جسم الخبر، و هي بذلك تستهدف إشراك القارئ في القضية التي يثيرها الخبر.

مقدمة الحوار: تقوم على خلق نوع من الصراع الدرامي بين أطراف الخبر، و هو أمر من شأنه أن يحدد في أسلوب صياغة المقدمات الخبرية، و يبتعد بها عن الطرق التقليدية من الأفكار و الموضوعات الثانوية. بعدها وجوب الالتزام بتتابع السياق في جسم الخبر بادئا بالأهم و متدرجا إلى الأقل أهمية.(عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي،1989،ص 126).

ثالثا: صياغة عنوان الخبر: كانت المادة الخبرية تصاغ دون عناوين لها، و لم تشغل المرء آنذاك و بعدها استجدت ظروف املت ضرورة الاهتمام بصياغة العناوين الصحفية: منها الأخبار الصحفية و تعددها على صفحات الجريدة، و ازدياد الأهمية التي تلعبها الصحف في المجتمع، و إيصال رسالتها إلى أكبر عدد ممكن من قطاعات المجتمع.

تاخذ العناوين شكل الهرم المقلوب أو السلم المتدرج، أو الأسطر المتساوية في بدايتها و نهايتها، و يتناسب مع مقدمة الخبر و يستوحي معناه من محتوياتها، لذلك غالبا ما تتضمن أهم حقيقة في الخبر أو أكثر الوقائع إثارة أو قيمة إخبارية في الحدث، و يجب مراعاة الشروط التالية في صياغة العنوان:
-مطابقته تماما للموضوع المعبر عنه.

-توافر له الجاذبية و إثارة اهتمام و انتباه القارئ بلا مبالغة أو تهويل.(عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989،ص 131).

المقدمة المتناقضة: و هي التي تقوم على تصادم الحقائق المتعارضة أو المتناقضة.

المقدمة المخاطبة: و هي التي تخاطب القارئ، و تتحدث إليه عن قرب و تقول بأنه لا يمكن أن نفترض بداية أن مقدمة أفضل من أخرى، و اختيار المقدمة المناسبة يكون بعد ان يلم المحرر بكل جوانب الخبر و يحدد عناصره و يرتبها وفقا لأهميتها.(عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي،1989،ص 125).

2- صياغة متن الخبر: يرتبط مدخل المحرر الصحفي في صياغة متن الخبر بطريقة يكتب بها مقدمة الخبر نفسه من ناحية، و بالقيم الإخبارية السائدة في المجتمع و التي تلتزم بها الصحيفة التي يعمل بها المحرر من ناحية أخرى، و يعتمد على قاعدة الهرم المقلوب باعتبارها أفضل صيغة يقدم بها الخبر على صفحات الجريدة.

و يشترط على المحرر الصحفي مراعاة ما يلي:

✓ صياغة المقدمة و جسم الخبر باستخدام الجمل القصيرة و الواضحة.

✓ الالتزام بوحدة الفقرة، و ذلك بأن يتناول كل مقطع في جسم الخبر فكرة واحدة متكاملة.

- ✓ دقة الترابط بين الفقرات المختلفة في الخبر و بين الجمل الواردة في كل فقرة.
- ✓ أن تنفرد كل فقرة لاحقة من الخبر بمعالجة و توضيح فكرة ثانوية أو موضوعا فرعيا لفكرة رئيسية وردت في المقدمة بدلا من أن تتضمن الفقرة خليطا.
- ✓ مراعاة الاختصار في عدد الكلمات، بحيث يكون العنوان قصيرا بقدر الإمكان على أن تتوافر له قوة الدلالة على فحوى الخبر.
- ✓ الإجابة على أحد أسئلة الكشف عن المجهول الستة أو بعضها وفقا لأهميتها في الحدث.
- ✓ يفضل استخدام الفعل المضارع في صياغة عنوان الخبر.
- ✓ تجريد العنوان من كل الألفاظ التي يمكن الاستغناء عنها.
- ✓ موائمة ألفاظ العنوان و طريقة كتابته الخط المستقيم مع طبيعة الغرض المقصود منها.
- ✓ الابتعاد عن العناوين السلبية التي تعبر عن النفي أو التساؤل.
- ✓ إذا كان العنوان أكثر من سطر ينبغي أن يحمل كل سطر معنى مستقل، و ذلك خشية أن يكتفي القارئ بقراءة السطر الأول فيجد أن المعنى ناقص فيهمل الخبر بأكمله.(عبد الفتاح إبراهيم عبد النبي، 1989، ص 132).

ب- المقال الصحفي:

يلعب المقال الصحفي كفن تحريري دور كبير في تحقيق وظيفة الصحافة في مجال التوجيه، و التنوير و الإرشاد و تكوين الرأي، يعين الصحيفة على القيام بالدور الذي ينبغي أن تقوم به خدمة لقراءها، و ينتظر القارئ منها أن تكون رؤيته التحريرية قادرة على تفسير الأحداث و تقديم المعلومات و شرح القضايا و مسائل ما وراء الكواليس، كما ينتظر من صحيفته أن تلبى حاجاته إلى المعرفة و الثقافة، و أن تمكنه من فهم ما يدور حوله من أحداث و نشاطات ووقائع و قضايا.

المقال هو فكرة يتلقفها الصحفي لمعالجها بأسلوبه الخاص و طابعه المتميز، هو أيضا يشكل دعوة للتفكير و التدبر و ربما التصرف اتجاه الأحداث مع واقع فهمها لها، و في تلك تلعب مقالات الرأي، و الرصد و التحليل و التفسير لمختلف الموضوعات و القضايا دورا في تحقيق الصحافة لوظيفتها في قيادة الرأي العام، فهذا النوع من المقالات ينبغي أن يكون خروجا من دائرة و حدود ما هو كائن و معروف، إلى عمق و جوهر ما هو غير معروف و ما يجب أن يكون، ففي هذا النوع من المقالات يمكن التوقع و الاستكشاف و الرؤية و الدعوة و الاستقطاب و ما يتبع كل ذلك من أعمال للفكر و اتخاذ الموقف و الدعوة للتغيير.(عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص 121، ص 122).

*أنواع المقال الصحفي: للمقال الصحفي نوعان:

المقال الافتتاحي: يكتبه رئيس التحرير و هو يستعين بالوثائق ليدعم رأيه، و هو يلتزم بما يلي:

✓ التحفظ و الحذر في إبداء الرأي، و إقناع القارئ و طرح الموضوعات الجديدة.

✓ النزوع إلى توجيه و مخاطبة الرأي العام.

✓ تناول ما يهم البلاد من أحوال سياسية، داخلية و خارجية، و اقتصادية و اجتماعية.

*يمتاز أسلوب المقال بما يلي:

✓ يشتمل على فكرة يحسن كاتبها عرضها في ثوب من التشويق.

✓ أسلوبه سهل واضح يفهمه كل قارئ.

✓ يميل إلى الجدل في مناقشة الآراء و الاتجاهات المختلفة.

✓ يميل إلى التطويل فيما يتطلب ذلك، و إلى الإيجاز في أكثر الأمور. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص 122).

مقال الرأي: و هو القسم الثاني من المقال الصحفي:

✓ لا يعبر بالضرورة على رأي الصحيفة ، و هو ليس مقصورا على جوانب سياسية، و يمكن أن يقدم في

سلسلة معينة مثل فن القصة ، أو قضية المرأة في إفريقيا.

وتتصل ضرورات كتابة المقال بالشكل و المضمون بما هو آت:

أ- من حيث الشكل: له مكونات بعضها يتصل بالفكرة و أسلوب عرضها و طريقة تقديمها، و بعضها

الآخر يتصل بالشكل الذي يكون عليه المقال و أهمها: العنوان والمقدمة و الجسم و الخاتمة، و الصورة إذا

دعت إلى الضرورة لوجودها.

ب- من حيث المضمون: يجب أن يكتب الموضوع أولا في ذهن الصحفي، بعد أن يثير اهتمامه، ثم يفكر في

الزاوية التي سيكتب عنها، و العبارات التي تستحق الأخذ بها، و عناصر التشويق، و من ثم السعي نحو

الأسلوب الذي سيكتب به.

✓ يركز على المقدمة، و هي التي تحدد المزاج العام للمقال، و هي التي ستضمن العنصر المثير للخيال، ففي كل

أنواع الكتابة الصحفية لا يمكن تجاهل الهرم المقلوب، لأن له سمة واحدة ينبغي تطبيقها في كل شكل من

أشكال الكتابة الصحفية، هذه السمة تتمثل في أن تكون أول فقرة بالغة القوة، و أفضل الفقرات هي التي

تجعل القارئ يحس و كأنه يرى، و هو سبيل الكاتب المميز. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص 123، ص 124).

*خطوات تحرير المقال الصحفي: يمر المقال بعدة خطوات هي:

✓ الكتابة في الذهن: و هي قاعدة عامة لمختلف أنواع الكتابة الصحفية حيث تبدو الأفكار و العبارات

و الجمل مشرقة في ذهن الكاتب، و هي نتاج للمعايشة الصحفية المستمرة للأحداث محليا و عالميا.

فالكاتب الذي يتمثله الحضور الذهني الصحفي قبل البدء في الكتابة، فذلك يعني انه ام يكن موقفا في اقتناص الفكرة التي سيكتب عنها، و مناقشته لها مع نفسه، و غالبا ما تستعصي الكتابة عليه، و يجد نفسه حائرا من أين يبدأ و ماذا يكتب؟ و ماذا يترك؟(عبد الرزاق مجد الدليمي، 2011، ص124).

✓ **تقسيم الفكرة إلى عناصر:** بعد استقرار الحضور الذهني للفكرة يبدأ الكاتب في تقسيمها إلى عناصر كي يسترشد بها في تناول الفكرة، فالعناصر هي التي تحدد ما سوف يكتبه المحرر، فقد تحتاج بعض العناصر إلى معلومات معينة أو رأي خبير، أو ما إلى ذلك.

✓ **تحديد الاتجاه العام للمقال:** هذا الاتجاه هة الموقف الذي سيكون عليه كتابته في ضوء المواءمة بين: رؤيته الخاصة و سياسة الصحيفة و توقعات القراء.

✓ **تنظيم المادة:** و ذلك بترتيب العناصر و استبعاد الضعيف والقلق منها و كذلك الأمر بالنسبة للمعلومات.(عبد الرزاق مجد الدليمي، 2011، ص125).

كتابة المقال: و فيها يكتب العنوان و المقدمة و جسم المقال ثم خاتمه و بعض الكتاب يؤجلون هناك قاعدة ثابتة أو طريقة معينة، فلكل كاتب أسلوبه و طريقته الخاصة في إعداد نسيج مقاله، و لكن من المهم في ذلك أن يحافظ الكاتب على الوحدة العضوية للمقال، و التي تجعله متماسكا في شكله و مضمونه.

و لتحقيق ذلك يجب أن يتأكد الكاتب من سلامة اختياراته لعبارات الربط التي تنتقل بها من فترة إلى أخرى، و الأهم من ذلك ان يحافظ على الفكرة الأساسية على طول المقال حتى لا تبعده التفاصيل عن جوهر الموضوع فتضعف المعالجة و يتيه القارئ.

✓ **المراجعة:** و في هذه المرحلة يخضع المقال إلى المراجعة التي تؤدي إلى: استبدال عنوان لآخر، و تغيير نوع المقدمة أو تعديل بعض جوانبها أو اختصارها أو إدخال إضافات أخرى عليها.

✓ **تقديم أو تأخير أو حذف أو دمج بعض فقرات المقال.**

✓ **التأكد من صحة بعض الآراء أو المواقف التي تبناها الكاتب، و مدى اتصافها و موضوعيتها.**

✓ **مراجعة الأسماء و التأكد من صحة المعلومات و الأرقام و التواريخ.**

✓ **التأكد من السلامة اللغوية من حيث النحو و الإملاء و استخدام الألفاظ المناسبة للمعاني.**

✓ **الاطمئنان على طول المقال و عدد سطوره بما يتناسب مع المساحة المتاحة او المخصصة له.(عبد الرزاق مجد الدليمي، 2011، ص126).**

ت-التحقيق الصحفي:

مفهومه لغة: جاءت كلمة تحقيق في اللغة العربية من حق الأمر حقا، و حقة، و حقوقا، صح و بثت و صدق، و في التنزيل العزيز: "لينذر من كان حيا و يحق القول على الكافرين".

و الأمر حقا تيقنه و صدقه، و يقال أحق فلان: قال حقا: وادعاه فثبته له وأحقه على الحق: غلبه و أثبته عليه، و الشيء: أحكمه و صححه.

✓ و حقق الأمر: أثبته و صدقه: يقال حقق الظن، و حقق القول و القضية و يقال: كلام محقق: أي محكم الصنعة رصين، و يقال كذلك: تحقق الأمر صح و وقع، و الأمر عرف حقيقته الأمر: يقين شأنه.

✓ في لسان العرب أن الحق: من أسماء الله سبحانه و تعالى أو من صفاته. و الحقيقة خلاف المجاز، و الحقيقة ما يحق على الرجل أن يحميه.

✓ و يقال فلان حامي الحقيقة، و كلام محقق، أي رصين، و الحقيقة جمع حقائق، و هي ضد المجاز، و حقيقة الشيء: منتهاه و أصله.

✓ و جاء في معجم الصحاح أن كلمة حقق تعني: فحص صدق القضايا و الفروض و ذلك بالاستناد إلى الوقائع، كما تعني أيضا الاعتبارات بحالات خاصة للتحقق من نتيجة عامة (عبد الملك بن عبد العزيز بن شلهوب، 2004، ص 13، ص 14).

*تعريفه اصطلاحا: هو واحد من أهم الفنون الصحفية التي تجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد: الخبر، الحديث، الرأي و يتطلب كفاءة عالية من المحرر، و يعتبر من أهم الصحفيين في قسم التحقيقات في الجريدة.

✓ يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه ثم يقوم بجمع مادة الموضوع، بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها الموصل إلى الحل الذي يراه صالحا لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

بمعنى أنه فن الشرح و التفسير و البحث عن الأسباب و العوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر، أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق. (لوي خليل، 2014، ص 31).

✓ جمال الدين الحمامصي: التحقيق الصحفي يستطيع أن يلقي جملة أضواء على المشكلة المعروضة، و يزيد من قدرة الاستمتاع بقراءته، و هو الذي يجعله يتصف بصفة الجذب، و هو الذي يكثر من عدد القراء. (لوي خليل، 2014، ص 32).

*الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي:

- ✓ مراعاة الإعداد الجيد لفكرة التحقيق، حيث يعد البحث عن فكرة جديدة لتحقيق صحفي مميز، أهم ما يصادف المحرر الصحفي في اجتماعه مع رئيس التحرير.
- ✓ تحديد مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق الصحفي.
- ✓ التفكير في الأسلوب الملائم لتحرير التحقيق الصحفي مع الاهتمام بجوانب جذب القراء، بما لا يتعارض مع الموضوعية و دقة التناول.
- ✓ اختيار المحرر أو مجموعة المحررين لتنفيذ و تحرير التحقيق الصحفي.
- ✓ تحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه التحقيق حتى يتم نشره.
- ✓ الاستفادة من كافة الإمكانيات المتاحة بالصحيفة من صور و رسوم و أرشيف و مكثبات حتى يخرج التحقيق الصحفي بشكل متكامل.
- ✓ التحقيق الصحفي يلبي وظائف الصحافة الأساسية و وظيفة الإعلام و ينشر الحقائق و المعلومات للقراء، و يفسر الأنباء و الأحداث و شرحها، عن طريق الكشف عن أبعادها الاجتماعية و الاقتصادية و دلالتها السياسية. (لوي خليل، 2014، ص 34).

*مصادر التحقيق الصحفي:

- ✓ يقوم التحقيق الصحفي على وجود قضية أو مشكلة يتوصل إليها المحرر الصحفي، أو تعترض طريقه، بحكم المجتمع الذي يعيش فيه، و الثقافات، و تعدد الطبقات، و كثرة المشكلات بكل أنواعها.
- ✓ تتعدد مصادر التحقيق الصحفي من أخبار الصحف و مقالاتها، إلى الملاحظة الشخصية و التجربة الإنسانية المباشرة، و الأحاديث الصحفية و النشرات و الوثائق.
- ✓ يخضع التحقيق الصحفي لأسلوب علمي قائم على جمع المعلومات و التخطيط و تحضير الأسئلة التي توجه للأشخاص، و المحرر الصحفي يقوم بدور وكيل النيابة الذي يقوم بالتحقيق في قضية من القضايا يعاني منها جمهور كبير.
- ✓ اختيار الموضوع الذي يهم القراء: كالاكتشافات العلمية، الأدوية الجديدة، علاج الأمراض المزمنة، الخدمات الصحية، الآلات الحديثة، الحاسبات الإلكترونية، و في النهاية إلقاء الضوء على الحدث المهم و التحقيق فيه.
- ✓ يمكن للمحرر التقاط أفكار تحقيقاته من خلال وسائل الإعلام العامة كالصحافة و الراديو أو التلفزيون، و الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي.
- ✓ المشاهدات المختلفة للصحفي، و تجاربه في بيئته و في الرحلات.

✓ المناسبات و الأعياد و الاحتفالات المختلفة.

✓ القصص الإنسانية و الحالات الغريبة.

✓ الدراسات و الأبحاث و التقارير و النشرات و الوثائق المختلفة. (لوي خليل، 2014، ص 35، ص 36).

*وظائف التحقيق الصحفي:

✓ وظيفة الإعلام، حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق و المعلومات الجديدة بين القراء.

✓ تفسير الأنباء و شرحها، و الكشف عن أبعادها الاجتماعية و الاقتصادية و دلالتها السياسية.

✓ التوجيه و الإرشاد و البحث عن حلول لمشاكل المجتمع.

✓ التسلية و الإمتاع و الجوانب الطريفة و المسلية في الحياة.

✓ الإعلان: يشيد أحيانا التحقيق الصحفي بمشروع معين و يسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني. (لوي خليل، 2014، ص 36).

*أنواع التحقيق الصحفي:

✓ التحقيق الصحفي المفصل: أساسه الكلمات المكتوبة، و تساعدنا المواد المصورة: صور، رسوم، أشكال توضيحية.

يعتمد الحرر فيه على المصادر الحية، لقاءات، أفكار للجمهور، للمسؤولين، مهتمين، دارسين، و أيضا المصادر

غير الحية، مثل قراءة الوثائق و البيانات و الإحصاءات المتعلقة بموضوعه.

هذا النوع يدرس الموضوع من كل جوانبه و عناصره، و يطرح الأسئلة المتعلقة به، و يجب عنها، و يتصف هذا

النوع بالموضوعية.

✓ التحقيق الصحفي المصور: و يعتمد على الصور الفوتوغرافية، و الكلمة فيه عاملا مساعدا و هذا النوع مهم جدا

فيه الاعتناء بالصور من حيث الوضوح و الشمول. (لوي خليل، 2014، ص 37).

و توجد أنواع أخرى فرعية هي: التحقيق المرتبط بالمناسبات، تحقيق البحث و التحري، تحقيق الشخصيات

تحقيق الخلفية، تحقيق الاستعلام، تحقيق التسالي و الإمتاع، تحقيق التوقع، تحقيق الهروب، التحقيقات

المتخصصة. (لوي خليل، 2014، ص 40).

*قواعد وأسس تحرير التحقيق الصحفي:

✓ ضرورة العناية بالعناوين المصاحبة للتحقيق الصحفي و مراجعتها من قبل الحرر أكثر من مرة، للتأكد من أنها

جاءت متضمنة لكل جوانب المشكلة و أفكارها و عناوينها، كما يجب أن تتصف بالإيجاز و الوضوح و

السهولة و اختيار الجوانب الجذابة دون مبالغة.

✓ الالتزام بالمقدمات المناسبة، فبعد العنوان الرئيسي و العناوين الفرعية تأتي المقدمة، و هي المدخل الطبيعي للموضوع، و تربط بين العنوان و صلب الموضوع، و تثير انتباه القارئ.

✓ تفاصيل التحقيق: تتضمن صلب التحقيق، و عرض جوانب المشكلة التي يقوم عليها التحقيق، في فقرات مترابطة دون تهويل، و ذلك يتأتى عن طريق براعة المحرر الصحفي و مقدرته على البحث و التعمق في أبعاد القضية المدروسة، و حس الصحفي و خبرته المهنية و حنكته.(لؤي خليل،2014،ص49).

✓ خاتمة التحقيق: ويشترط فيها الوضوح و القوة، لأنها خلاصة البحث و النتائج التي يتوصل إليها المحرر الصحفي من تحقيقه، و لذلك فهي كثيرا ما ترتبط بالمقدمة و تكون صدى لها.

✓ المواد المصورة: و يلزم عند تناول التحقيق الصحفي أن تكون هناك الصور و الرسوم، حيث تعطي هذه المواد الجاذبية للتحقيق بشرط أن تكون الصور مناسبة و معبرة عن المضمون الذي يتم تناوله في التحقيق.(لؤي خليل،2014،ص50).

*القوالب الفنية للتحقيق الصحفي:

✓ يضم التحقيق الصحفي عددا من القوالب الفنية عند صياغته و هي إجمالا: قالب العرض، قالب القصة، قالب القصة، قالب الوصف، قالب الاعتراف، قالب الحديث.

✓ **قالب العرض:** يعرض القضية أو المشكلة بشكل موضوعي من خلال مقدمة تثير اهتمام القراء بالموضوع، ثم سرد زوايا الموضوع في جسم التحقيق، و تقوم الخاتمة على تلخيص ما انتهى إليه المحرر من آراء و تصورات حول القضية أو المشكلة المطروحة، و قد تأتي الخاتمة صورة من صور التأييد أو الرفض لرأي من الآراء التي جاءت ضمن جسم التحقيق.

✓ **قالب القصة:** يعرض المحرر القضية في شكل قصة يسرد تفاصيلها بصورة مشوقة، لكن بمعلومات حقيقية و سرد واقعي لما حدث بالفعل، مثل التحقيقات المرتبطة بالحوادث و الجرائم الغامضة.

✓ **قالب الوصف:** يضع المحرر مقدمة تقوم على وصف الحدث أو المشكلة و تأكيد أهميتها و إلى أي مدى تكون الضرورة الملحة لوجود حلول لها، ثم يأتي جسم التحقيق بتفاصيل عن المشكلة و عناصرها ثم خاتمة تبرز أهم النتائج و خلاصة الآراء و الاتجاهات التي جاءت في إطار جسم التحقيق.

✓ **قالب الاعتراف:** و يقوم على اعترافات المسؤولين أو من العناصر المشاركة في الحدث، لما حدث، و تأتي المقدمة بجزء من الاعترافات و الكشف عن الخلفية و العوامل التي أدت إلى الحدث ثم تأتي خاتمة التحقيق بخلاصة ما تم التوصل إليه من التحقيق الصحفي، مع ضرورة نقل الألفاظ و التعبيرات مكا جاءت في الاعتراف كما هي دون تأويل.

✓ قالب الحديث: ويقوم المحرر بعرض وجهات النظر لأطراف الحدث، ثم تناول التفاصيل مع وجهات النظر المعارضة، و بعد ذلك تأتي التفاصيل داخل جسم التحقيق، ثم خلاصة المشكلة أو القضية، و ينشر الأسئلة و الأجوبة دون تحريف، و قد يكون بهدف أخذ الرأي، أو تحديد اتجاه شخصية من الشخصيات، أو أحاديث بهدف التسلية و الإمتاع.(لؤي خليل،2014،ص 41، ص 42).

*إعداد و تنفيذ التحقيق الصحفي: و تشمل هذه المرحلة 3 خطوات هي:

✓ اختيار فكرة التحقيق: و تبدأ من عقل المحرر، يجرها و يشرحها من مختلف جوانبها، و يتابعها و يلاحظ التطورات فيها.

✓ جمع المادة الأولية للتحقيق: حتى يكتب تحقيقه، يمكن الحصول على هذه المعلومات من جهتين: أرشيف المعلومات الشخصية، المكتبة.

✓ تنفيذ التحقيق الصحفي: هي بداية الحصول على معلومات حية من مصادر مختلفة، كالشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، أو من خلال الوثائق و البيانات و الأرقام و التقارير الجديدة حول الموضوع، و التي لم يسبق نشرها.

✓ بعدها يرتبها و يقرأها جيدا، و يشرع في كتابة التحقيق، من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع، أو تبرز أهم ما فيه أو يلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق و يشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي يطرح فيها الحل أو يلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق.

✓ في النهاية يضع العناوين المناسبة: الرئيسي و المساعد أو العناوين الفرعية.(لؤي خليل،2014،ص 44).

2- الإذاعة:

أ- التعليق الإذاعي:

التعليق و التحليل الإخباري: هو حدث إخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين أو حدث معين، فالتعليق يقوم على الرأي.

أما التحليل الإخباري، فهو يتخذ الشكل نفسه الذي يتخذه التعليق.

و لكن التعليق يقوم على المعلومة، ويسعى التعليق الإذاعي إلى محاولة إقناع المستمع بوجهة نظر معينة، أو يكون تحليلا عابرا لوضع مستجد، أو قضية طارئة، مع إبداء الملاحظات حولها.

وفي العادة يتكون التعليق الإذاعي من أربعة أقسام:العنوان،المقدمة،التوسيع و الخاتمة،ويفضل أن يكون العنوان مدهشا للمستمع؛فالدهشة تقود المستمع للإصغاء و التنبيه و المتابعة.

✓ وتتوقف قيمة المعلق الإذاعي على معرفته و اتساع أفقه، مع توسع في الإتيان بالأدلة و البراهين التي تساعد المستمع العادي على تكوين آرائه الخاصة حول الموضوع.

لذا فإن النص الإذاعي المكتوب يجب أن يكون تمثيلا دقيقا للكلام، ولا تكتب لغته كما تتكلم، بل يكتب أو نحاول أن نكتبه كما يكتب غيرنا بلغة لها قواعدها واستعمالاتها فأهم الصحفيين ليس ذلك الذي يكتب بشكل سطحي عن أي شيء، ولكن ذلك الذي يعالج بعمق اهتمامات المجتمع الأساسية. (أحمد العبد أبو السعيد، 2014، ص194).

أنواع التعليق:

التعليق السياسي: يعتبر التعليق السياسي من الفنون التي تحتالج إلى مهارات فائقة في العمل الإعلامي، ويعد التعليق السياسي حديثا إخباريا مباشرا يكتبه أحد المختصين لإبداء رأي معين في قضية من القضايا.

خصائصه:

- ✓ يتناول موضوعا آنيا يشغل تفكير الناس و اهتمامهم.
- ✓ يعتمد التعليق الخلط بين الخبر، الرأي، التقرير والحكم عليه.
- ✓ يمكن استخدام نبرات صوت المذيع، للتأكيد على رأي معين أو موقف معين.
- ✓ يعبر بالتعليق دائما عن وجهة نظر الدولة و الجهاز الإعلامي
- ✓ يهدف التعليق إلى تشكيل أفكار و مواقف وآراء المستمع. (مجد العمر، 2020، ص125).

التعليق الإذاعي على الأحداث: أدت مقدرة الإذاعة على تقديم الحدث للمستمع في الوقت الحقيقي لحدوثه إلى ظهور المعلق المحترف، فالمعلق الرياضي ينقل صورة ملائمة لكل حركة في المباراة الرياضية. و التعليقات الجيدة على الأحداث تتطلب استعداد تفصيليا كبيرا، ويجب على المعلق معرفة المعلومات المتعلقة بالحدث.

توصل المعلقون إلى استخدام أسلوب أطلقوا عليه اسم الطريقة الهرمية، حيث بدأ التعليق و هو في قمة الهرم، ويقدم قادرا من العناصر الأساسية للموقف ثم وبالتدرج ومع استمرار النقل الإذاعي، يتوزع من خلال تقديمه للمعلومات الأقل أهمية، ولكن ذات الصلة بموضوع الحدث. (مجد العمر، 2020، ص126).

ب- التمثيلية الإذاعية:

- ✓ أن قواعد كتابة التمثيلية الإذاعية تتعلق بطبيعة وسيلة التعبير، و هي الإذاعة .
- ✓ يتعاون فيها الكاتب و المخرج و الممثل و المستمع جميعا فهم شركاء في عملية إحياء التمثيلية الإذاعية، و الفن الإذاعي هو فن الفريق، و التمثيلية الإذاعية تفاعل النص مع الإخراج مع التمثيل مع إحساس المستمع جميعا.

✓ وبناء التمثيلية الإذاعية ينبغي أن يكون متكاملًا و متوازنًا تتضح فيه عناصره المختلفة و أهمها: الموضوع، الفكرة، العقدة، الشخصيات، الحوار، الإخراج الذي يحول النص الإذاعي إلى تجربة حية من المسامع المتسقة بالموسيقى و المؤثرات الصوتية. (أحمد العيد أبو السعيد، 2014، ص 195).

✓ و هي صياغة قصة او فكرة في قالب حوارى تسانده الموسيقى و المؤثرات الصوتية و غايتها تجسيد الاحداث و الشخصيات و الأجواء في شكل يوحي أنها واقعة فعلا، و تكتن إما بالفصحى أو العامية، أو الوسط بينهما.

النوع الأول: يتم إعداده أساسًا للجمهور الواسع الذي يستمع إلى اللغة الفصحى و بما يعبرون عن كتاباتهم و دراساتهم، فالمساحة اللغوية التي استخدمها هذا العصر جعلت منها لا تعرف التحجر و هي قادرة على العمل و التغير و التنقل.

النوع الثاني: يعد بخاصة للجمهور المحلي الذي يتحدث اللغة الحوارية التي تتسم بال عفوية الصادقة و البساطة و محاكاة الاحاسيس و المشاعر اليومية، و ترجمة العلاقات الطبيعية بين الكائنات البشرية. (أحمد العيد أبو السعيد، 2014، ص 196).

النوع الثالث: تعد اللغة بين الفصحى و العامية، و هي تقتضي تبسيط اللغة الفصحى تبسيطا يشبه اللغة الصحفية، و يصلح لجميع أنواع التمثيليات، و يتميز بأنه محل الصراع بين الفصحى و العمية، و يساعد في جعل الحوار قريبا من الناس، من دون ان يفقد صلته باللغة الأم. (أحمد العيد أبو السعيد، 2014، ص 197).

➤ و في الكتابة التمثيلية على المحرر مراعاة ما يلي:

✓ لا بد أن تحمل الكلمة المسموعة في نطقها و مدلولها أكبر قدر من الدقة و الوضوح و التأثير، و لا يجوز إغفال دور المؤثرات الصوتية و الموسيقى على الحلول مكان الصورة و اللون و الحركة.

✓ لا يجوز ان تكون البراعة اللغوية الأدبية و الفكرية هي الأساس، و من خلالها يتسلسل العمل الفني المتكامل.

✓ على كاتب التمثيلية أن يتصور شخصياته و أجوائها و إطاراتها حتى يستطيع تصور الحوار المناسب و تنفيذه متفاعلا مع الأجواء المحيطة به من حيث الزمان و المكان و البيئة العامة. (أحمد العيد أبو السعيد، 2014، ص 200).

ت- الحديث الإذاعي:

هو أساس من الأسس الرئيسة للصحافة الإذاعية، و الواقع أن الأحاديث تتدرج في المستويات و الدرجات، فأى اتصال يقوم به الإذاعي قد يشكل حديثا يهدف إلى الحصول على المعلومات.

و أحاديث الراديو لها نوع خاص، و تحمل ميزات ليست في سابقاتها من الأحاديث التي بالوسائل الاخرى.

فهو يسجل أو يذاع على الهواء، و لكن بكل ما يحمله من نغمات صوتية منطوقة و إن كان يحدث بطريقة غير طريقة الثرثرة.

✓ و يتضمن نغمات صوتية معينة مثل: المقاطع الصوتية، و كذلك المهمة، و كلها تدخل في نطاق الحديث الإذاعي، و هذا يخالف الاحاديث في الصحف، حيث لا تذكر هذه المقاطع.

✓ وإذاعتها على الهواء إنما يعد من قبيل الوضوح الفوري لردود الفعل الحقيقة التي تنعكس على المصدر الذي توجه إليه الأسئلة.

✓ و تسجيل الحديث يعني إعطاء تقرير كامل لما يقال بالنص و بالحرف، فكل كلمة او حرف ينطقها المصدر فهي مدونة و مسجلة.

✓ و فن الحديث الإذاعي من الفنون الإذاعية المسموعة الذي يقابل فن النقال في الصحافة، و ما يتميز به

الحديث الإذاعي اللغة الإبداعية البسيطة، و ذلك لجذب الجمهور و إشعارهم بأنهم شركاء في حل المشكلات، و توجيه السياسة التي يتبعها المجتمع؛ فالحديث الإذاعي يقوم على أسلوب سهل قريب كانه محادثة مع شخص و آخر، أساسها الألفة و اليسر. (أحمد العيد أبو السعيد، 2014، ص 200، ص 201، ص 202).

✓ * خصائص الكتابة الإذاعية:

✓ اللغة الإذاعية صياغة مركبة، و ذات قدرات سريعة و آنية.

✓ -لغة الإذاعية هي حد وسط بين الخطابة و الحديث العادي و الكتابة.

✓ اللغة الإذاعية تحث المخيلة على التحرك النشط.

✓ اللغة الإذاعية تفترض إتقاننا في عمليتي النطق و الوقف. (أحمد العيد أبو السعيد، 2014، ص 203، ص 205، ص 207).

* يجب الاهتمام عند الكتابة للإذاعة ما يلي:

✓ كتابة الأسماء، و ذلك يساعد على تكوين صورة ذهنية للشخص المذكور.

✓ الانتباه عند استعمال الضمائر، و الأرقام، لأن الخبر الإذاعي لا يحتمل الإحصائيات.

✓ الانتباه للألفاظ و المقاطع المشابهة، كما يجب التذكر بأن التكرار هم دعامة الراديو، لأنه ليس في وسع المستمع أن يعود إلى المراجعة كما يستطيع ذلك في الجريدة.

✓ إن صيغة المضارع هي المفضلة في لغة الراديو.

✓ الكلمات القصيرة أفضل من الطويلة ، و الجملة المعقولة لا تزيد عن 12 كلمة.

✓ استخدام كلمات بسيطة تكشف معانيها فوراً عن الكلمات الأقل شيوعاً.

✓ تجنب استعمال المصطلحات الفنية الصعبة، إلا إذا كانت ميسرة و مبسطة و مفهومة للمستمع.

ث- الخبر الإذاعي:

*العناصر الفنية للخبر الإذاعي:

تمتلك الإذاعة كإحدى وسائل الإعلام الجماهيري ميزات خاصة، و متنوعة، و قد أشار العديد من المفكرين بأن المايكرو فون ليس جهازا بسيطا يقوم بالتقاط الأصوات الإنسانية، بل جهاز تتم بواسطته معرفة العالم، و التحكم بالإنسان و نفسيته، حيث يضحكه أو يبكيه، و بذلك فإن المذيع يوجه المستمع و يساعد في حل مشاكله.(مجد العمر، 2020، ص45).

✓ الميزات الصوتية:

إن الإدراك السمعي للبرامج الإذاعية هو القدرة الطبيعية لحد الاستيعاب السمعي و إن الشيء المميز لعمل الصحفي الإذاعي يكمن في أن كل ما هم مكتوب كالتعليقات الإخبارية، و غيرها تسمع من خلال المذيع. كل لفظة تنطق أمام المايكروفون لها وقعها الخاص على آذان المستمعين، و تختلف طريقة التعبير عن الفكرة في الإذاعة اختلافا كبيرا عنها في الصحافة المطبوعة باعتبار الإذاعة فن الاستماع، و جاسة السمع ليست حاسة بسيطة لأنها تمثل جسر الاتصال بوعي الإنسان مباشرة، هذا الوعي يحتاج إلى إحساسات بسيطة لتحريك الخيال فإعداد المواد الإذاعية تتطلب مهارة فائقة لإعطاء الصورة الحقيقية لما يجري في العالم، و هنا يظهر دور الصوت و الخبرة الإنسانية.

*تكمن نقاط الضعف في الإذاعة في فقدان عنصر المشاهدة مما يثير الخيال لدى المستمعين بسهولة أكبر، لذلك لابد من اختيار الكلمات و التعابير المناسبة لتقديم لوحة صوتية قادرة على تصوير الواقع كما هو.(مجد العمر، 2020، ص45).

✓ الموسيقى:

ترافق الموسيقى صوت الإنسان في البرامج الإذاعية، هدفها جذب أكبر عدد من المستمعين، بحيث يشكلون جمهورا واسعا من الناس. و قد أثبتت الدراسات أن الموسيقى من البواعث الرئيسة للاستماع إلى المذيع لذلك تستخدم الموسيقى في الدعاية الإذاعية لتوسيع شريحة الجمهور المستمع و يبرز دور الموسيقى كوسيلة تعبيرية للإبداع الفني، و الصحافة الإذاعية لها عنصر متمم للبرامج الإذاعية، بما تملكه من قدرة على اللأثير في الخيال الإنساني، و من أجل ذلك تستخدم الموسيقى لتسهيل فهم البرامج الغذاعية بمقدمة موسيقية تكون غايتها تهيئة المستمع لتقبل البرامج، و تأتي الموسيقى في نهاية البرامج لتكامل المتعة المرجوة من النص، و تستخدم الموسيقى بين أجزاء النص كي لا يمل المستمع.(مجد العمر، 2020، ص47).

✓ العنصر الدرامي:

إن نجاح الإذاعة بنقل حدث ما من الواقع هو ميزة و مؤشر جديدين غير مألوفين في الصحافة التقليدية، و بتحليل دقيق لخصائص فنون الصحافة الإذاعية ابتداء من الخبر الميكروفوني إلى النتائج المبدئية للوثائق الإذاعية، يبرز العنصر الدرامي فيها، فعذا أراد الإذاعي النجاح في تقديم المعلومات المحددة، عليه ان يتناسب مع بعض القوانين و المبادئ الحرفية للإبداع الدرامي، و مع متطلبات العقد و حلها، و عليه ان يبدأ الخبر بمقدمة جذابة و مشوقة، ثم ينتقل إلى صلب الموضوع الذي يستحق الانتباه و الاهتمام.

*تبدو النقاط المشتركة بين الصحافة الإذاعية و الدراما الواضحة خاصة في الجوانب الشخصية في التحدث أمام المايكروفون(التعليق الإذاعي و المقابلة)أو أثناء الحديث الوصفي لحدث ما يجري امام الصحفي الذي ينقل الحديث.

*و ينبغي أن يتضمن الحديث إضافة إلى ديناميكيته الخاصة و مهارة الصحفي الذي يعده، التسجيلات الصوتية المحيطة بها، و هذا يخدم الفكرة الأساس التي أعدت هذه المادة من أجلها و الوصول إلى الهدف المنشود من منطقية تسلسل النص أو الحديث من البداية و حتى النهاية.

✓ **عنصر التشويق:** له إمكانية إثارة المتعة و الإعجاب عند المستمعين، وهذه المتعة تتحقق نتيجة العلاقات المتبادلة بين الإنسان و الوسط المحيط به،و الصحفي الإذاعي يهدف إلى الاتصال مع أكبر جمهور ممكن، إذ لا يجوز أن يعد البرامج ليلائم ذوق قطاع معين من الجمهور.(نجد العمر،2020،ص47).

✓ ***أسس و خصائص الخبر الإذاعي:** نكمن مهمة الصحفي الإذاعي بجذب انتباه المستمعين و إدراكهم فور استقبال المعلومات الخبرية المنقولة لهم على الهواء مباشرة، لذلك لابد من مراعاة ما يلي:

✓ المراجعة و التأكد من سلامة المعلومات قبل بثها على المباشر.

✓ **الوضوح و الفهم،** فيجب أن تكون المعلومات المرسله مفهومة وواضحة، و كذا النطق السليم للكلمة أمام المايكروفون و مراعاة القواعد اللغوية.

✓ **الوضوح اللغوي للكلمات و الجمل،** و عرض الخبر بأسلوب مبسط و مفهوم، ليفهمه كل المستمعين.(نجد العمر، 2020،ص48).

*مبادئ نجاح الخبر الإذاعي:

✓ **القدرة و الكفاءة على الاختيار الكمي و النوعي للمعلومات عن الحوادث الواقعية التي لها قيمة إخبارية.**

✓ **المعلومات التي تهم المستمع.**

✓ تحديد الجهة الأساس لإيقاعات الصوت و الكشف عن المعنى الرئيسي للحدث أو الظاهرة و تقديمها بصياغة مفهومة للمستمعين و بأبسط الطرق و أقصرها. (نجد العمر، 2020، ص 50).

**تحرير الأخبار الإذاعية:

✓ يتطلب إعداد المعلومات الواردة من وكالات الأنباء و المأخوذة من الصحف بما يتناسب و الإدراك السمعي و يكون لهذه المعلومات تأثير و فعالية أكثر إذا قدمت شفويا لا قراءة.

✓ لا بد أن تكون المعلومات مختصرة و واضحة و مدروسة بدقة لتكون قابلة للتصور الجسي أكثر من الخبر الذي يعرض على صفحات المطبوعات الدورية الذي يكتب بعمود أو عمودين، فالإذاعة تقدم الخبر بجمل مختصرة و معدودة.

✓ إعداد الأخبار و تركيبها يختلف عن الجرائد و المجالات، فالكلمات الأولى من الخبر تتضمن النقاط الأساسية التي تجذب المستمع دون خلط الأخبار ببعضها.

✓ الثقة بالمصدر تؤدي إلى الثقة بالخبر، لأن الأخبار التي تدخل فيها بعض أقوال الشخصيات أو خطاب تستدعي الانتباه. (نجد العمر، 2020، ص 51).

*الأسلوب في الأخبار الإذاعية:

يجب تقديم الأخبار بشكل ممتع و غير ممل، و الابتعاد عن الكلمات المعقدة التي لا ضرورة لها التي تزيد تعقيدا، و لا يجوز زيادة الأرقام و الأسماء، لأن طبيعة الأحداث تقتضي التخلص من الأمور الثانوية، و استعمال الزمن الحاضر للفعل و الصفات السلبية و تعوض باستعمال الجمل القصيرة و الأفعال النشيطة و الفعالة. هناك أشكال أخرى لتقديم المعلومات، منها الشكلا التالان:

1- الأخبار الناطقة: صوت المراسل المرافق للتسجيلات الوثائقية و المؤتمرات الصوتية الناتجة عن الحدث، و

يسمى الأخبار الناطقة، أو الرسالة الإذاعية أو الصوتية، أو الحدث الوصفي.

الصحفي يعلن عن وقائع جديدة التي تستحوذ اهتمام الجمهور المتلقي.

أن يكون لمعد البرنامج القدرة على تقييم الأحداث و الوقائع و شد المستمع ليعيش المسألة المرادة ليحللها و يربطها بالأحداث الأخرى.

2- الأخبار المنطوقة: هي أخبار مدعومة بتسجيلات وثائقية، و تكون وصفا لعدة وقائع مترافقة، بالتحليل

و إصدار الأحكام و وضع الحلول لها.

لا بد من اختيار أهم اللحظات لتقديم المعلومات، وإذا كانت الأحداث مسجلة، لا بد من انتقاء المادة الساخنة،

لأن الأحداث هي الغذاء الأساسي للمعلومات الإذاعية التي تستمر وقتا طويلا عادة. (نجد العمر، 2020، ص 52).

*البرامج الإذاعية: لا بد من مراعاة بعض المسائل الهامة أثناء إعداد نشرات الأخبار وهي:

- ✓ معرفة الخبر الرئيسي ضمن الكم الكبير من الأخبار، التي سيتم نقلها عبر الأثير و اختياره لتبدأ به النشرة.
- ✓ يجب معرفة الطريقة الصحيحة لكيفية تقديم هذا الخبر الرئيسي.
- ✓ إدراك ما يجب أن يكون عليه العلاقة بين الأخبار المحلية و الخارجية.
- ✓ معرفة الحجم الضروري الذي ينبغي أن تكون عليه الأخبار و التحاليل الإخبارية (نجد العمر، 2020، ص53).

*نشرة الأخبار الرئيسية:

*تبدأ عادة النشرات بالموجز أو المقدمة، و بعدها يتم عرض مجموعة من الأخبار التي تهم المستمعين لمعرفة الأحداث و الوقائع، و في نهاية النشرة يمكن عرض الإعلانات أو المعلومات ذات الطابع المحلي.

و كذلك في نهاية النشرة إعادة أهم المعلومات التي لم يستمع إليها الناس من البداية. (نجد العمر، 2020، ص55).

3- **المجلة الإذاعية:** هناك برامج إخبارية تأخذ شكل المجلات الإذاعية و تسمى جرائد إخبارية، تتضمن

نشر الأخبار بأشكال إذاعية متنوعة مثل: الريبورتاج و التقرير، إضافة إلى الكلمة الحية و المؤثرات

الصوتية المسجلة و الموسيقى، لأن الغاية منها: أن يقوم الصحفي المشاهد المتواجد في مكان الحادث في

أثناء وقوع الحدث أو في زمن قريب من حدوثه بإعدادها.

*يستغرق زمن البث المجلة الإذاعية من 15 - 60 د، و هو وقت كاف لاستعمال أجناس و أشكال متعددة من

الصحافة الإذاعية و وسائلها التعبيرية لتقدم صورة كاملة للحدث، و شد انتباه المستمعين في الفترة المسائية.

*المجلة إعادة مختصرة لأحداث اليوم بشكل كامل مما يضمن استماع عدد كبير من الجمهور المستمع للأحداث

بدقة، و تقدم بشكل روائي (نجد العمر، 2020، ص56).

***الصحافة الإذاعية: فن لإقناع المستمعين:**

الكشف عن جوهر الأحداث و إبداء الرأي و إصدار الأحكام الحقيقية لإقناع المستمعين و المساعدة في تكوين

الرأي العام الاجتماعي الصادق و الصحيح.

*الصحافة الإذاعية تهدف لجعل البرنامج متطور، و سهل الفهم و مؤثر، و الصحفي الأديب يقوم بتحليل

الأحداث و يحقق الاتصال عن طريق الكشف عن جوهر الأحداث و الظواهر في العالم المحيط انطلاقاً من التحليل

العلمي بما يخدم المصلحة و الشعب. (نجد العمر، 2020، ص57).

3- التلفزيون:

أ- الخبر التلفزيوني:

✓ يشهد النصف الثاني من القرن 20 ثورة حقيقة في عالم الاتصالات، و اختراع الأنسان وسائل جديدة للاتصال لم يشهدها التاريخ قبلا، فالخبر مثلا: هو حدث أو واقعة تنقل في اللحظة إلى أي مكان مهما كان بعيدا عن مكان الحدث، و أصبح الإنسان مرتبطا بجميع الأحداث العالمية.

*يقول الدكتور إبراهيم إمام عن الإعلام في مقال منشور في إحدى المجلات العربية: "الإعلام يتطور في العالم الحديث تطورا سريعا مذهلا بحكم التقدم التكنولوجي في فنون الاتصالات السلكية و اللاسلكية، و علوم الإلكترونيات، و فنون الطباعة...".

*و التلفزيون بات مثال الوسائل الجماهيرية، إذ يشاهده عدد هائل من الناس، و يتطلب كميات هائلة من المواد البرمجية لإذاعتها.

يختلف التلفزيون عن المسرح و الفنون التشكيلية كالتصوير و النحت بأنه إذاعة و سينما، و كل ما يشبهه من وسائل الإعلام هي أساسا وسائل ميكانيكية للنقل و التسجيل و النشر، فتذيع مواد إعلامية، هي في الحقيقة خليط من مواد متنافرة من حيث الكيف على الرغم من أنه في الكثير من الحالات ينظر المشاهد إلى برامج التلفزيون و كأنها من نوع واحد.

-و الخبر التلفزيوني يمثل اتجاه المواد الواقعية في نهاية المحور البراجمي، و يمكن تمييزه عن غيره من الأخبار في وسائل الإعلام الآخرين و من الواضح أن التمييز يقوم على تقويم الخبر التلفزيوني بالقياس إلى الوسيلة الإعلامية، أي طبيعة التلفزيون كجنس إعلامي متميز.

✓ مقومات الخبر التلفزيوني:

✓ محدودية الوقت وهي تحد من كمية الأخبار التي يمكن أن تضمن في عرض إخباري نموذجي يومي في التلفزيون.

✓ العرض الإخباري التلفزيوني الذي يستغرق 30د وسطيا. وأخبار التلفزيوني أساسا هي أخبار الصفحة الأولى في الصحيفة.

✓ يكتسب الخبر التلفزيوني صفتي الأهمية و الإيجاز، إذا قورنت بالخبر الصحفي، لأن الخبر التلفزيوني في تحريره يقوم على الإيجاز و التوجه إلى جوهر الخبر مباشرة. (نجد العمر، 2020، ص 69).

✓ تحرير الخبر التلفزيوني:

التحرير يعني القدرة على استخدام اللغة لصياغة الأحداث و الوقائع بطريقة تتيح لمتابع وسائل الإعلام المختلفة إدراك و فهم ما يجري في الواقع بصورة جمالية لغوية راقية.

وتختلف متطلبات الخبر التلفزيوني عن غيره في وسائل الإعلام ، فيما يتعلق بدرجة الأهمية، و ليس النوعية.

أسس التحرير الجيد في أية وسيلة إعلامية هي إعادة وسائل تحريرية جيدة في الوسائل كلها.

● إن تحرير الخبر التلفزيوني يتطلب تركيز الانتباه على البناء بدرجة أكبر و أدق من التركيز الذي يستدعيه التحرير في وسائل الإعلام الأخرى.

● الوحدة المتكاملة من حيث الإشارات و الرموز و الصور للخبر التلفزيوني هي التي تجعل من الصعب تشديده، فالخبر التلفزيوني يكتب عادة بحيث لا يمكن اقتطاع فقرة منه، فله مقدمة، و جسم رئيسي و نهاية، و ذلك يعود لان الخبر التلفزيوني يكون قد كتب أساسا بميزة و هي أن يكون مشدبا، و لا مجال لتشديده أكثر، فالخبر يشمل على فعل تام له بداية و وسط و نهاية، و بها يكون الخبر متكاملا، و تحتاج إلى التناسق لتؤلف معا موضوعا، و بذلك فكل جزء مرتبط بآخر، بحيث لا يمكن الاستغناء عنه.

● الوحدة العضوية ضرورية لتحرير الخبر التلفزيوني، لأنها تتميز بالإيجاز و المعنى، فالإيجاز روح الوضوح، و تم ذلك عن طريق كتابة الصحفي لتفاصيله على الورق و بشكل موجز.

● إن بناء الخبر التلفزيوني يتطور من الذروة إلى الأسباب و من ثم الآثار و النتائج.

ومنه نرى أن تحرير الأخبار يقوم على أساس الوحدة المتكاملة في البناء متسلسلة و مكونة من 3 أقسام هي: الذروة، السبب، النتيجة، أو الأثر.

و بعدها يقوم المحرر بتوليف الخبر التلفزيوني بوحدة عضوية تتبع تصميمها إعلاميا يطابق فيه بين الكلمة و الصورة لتحقيق قيمة الدلالة الخبرية.

فالفكرة الرئيسية التي يقوم عليها التحرير التلفزيوني في نشرة الأخبار هي توزيع الأساليب البصرية المختلفة التي ترافقها في العرض مع مضمون كاف من المعلومات في إطار الوحدة الدرامية.

يجب أن يتم ترتيب الأخبار التلفزيونية في بناء نشرة الأخبار في إطار هذه الوحدة الدرامية، و إلا لن يكون الخبر تلك القيمة المؤثرة و الفعالة المنشودة لدى المشاهدين(نجد العمر،2020،ص71،ص72).

✓ تقديم الخبر التلفزيوني:

الأخبار بالنسبة لبرامج التلفزيون تعني تغطية الأحداث اليومية و نقلها بواسطة الصورة و الكلمة عن طريق الشاشة الصغيرة، و يمكن مقارنة ذلك بالتغطية الإخبارية اليومية التي تقوم بها الصحافة.

*تعتمد أخبار التلفزيون على الفيلم المصور بنفس الطريقة التي تستخدم فيها المجلات المصورة الثابتة لنقل الأخبار، فالخبر في التلفزيون يتشابه مع الخبر الصحفي من حيث الهدف، و هو إيصال صورة الأحداث للمتلقين بالكلمة المطبوعة صحفياً و المنطوقة تلفزيونياً، و بالصورة الثابتة ف الصحف و المتحركة في أكثر الأحيان و الثابتة أحيانا بالنسبة للتلفزيون، و محاولة تفسير تلك الأحداث و بيان أهميتها و دلالتها للمشاهد.(مجد العمر،2020،ص73).

✓ الفرق بين التحرير الإذاعي و التحرير التلفزيوني:

* مذيع النشرة الإخبارية التلفزيونية يرى و يسمع في وقت واحد، أما مذيع الإذاعة فيقتصر على الكلمة المسموعة وحدها.

*يستخدم المذيع التلفزيوني الأفلام و الصور غيرها من المساعدات البصرية، فمذيع الإذاعة يكتفي بالجلوس و القراءة، بينما مقدم الأخبار و البرامج التلفزيونية أن يضيفي على أدائه شيئاً من طبيعة المحاضر و طبيعة الممثل، كما يقول توماس بيرري: "إذ عليه أن يلوح و يشير بيده و يتنسم، كما يجب أن يكون شخصية جذابة بالنسبة متعلقة بالحركة الجسمية التي ينبغي القيام بها أثناء تقديم البرامج التلفزيونية.

*تقسم النصوص التي يقرأها إلى نوعين: التعليق الواجهي على الصور: حيث يقرأ المذيع النص و هو مائل للعيان. *التعليق الغيبي على الصور: يقرأ المذيع النص تاركا الشاشة للأفلام أو الصور أو المشاهد المعروضة تقدم نفسها بنفسها، و يسمع الكلام و التعليق دون صورة المذيع.

على مقدم البرنامج أن يحافظ إبقاء الحركة الدائمة، و عليه أن يتخذ قرارات سريعة فجائية، و قد يظهر معها إلى الاستغناء على بعض الترتيبات التي كان قد أعدها مسبقا.

وينصح بأن أكثر من اللقطات القريبة، و قد يضطر أحيانا إلى إظهار المايكروفون مثلا في الصورة أو أحد الكاميرات حسب مقتضيات الخبر أو الحديث الذي ينقله.(مجد العمر،2020،ص74).

ب- التحقيق التلفزيوني:

انطلق التحقيق من فكرة الصحافة المعقدة، التي تتوجه لجمهور أكثر نوعية و نهم للمعرفة، فلا يكتفي بما قدمه الخبر، و يتجاوز ما يعانیه و معايشة للواقع، ما جعل التحقيق يلقب بحديقة الأنواع الصحفية، كونه يجمع كل الأنواع الإعلامية تحت عباؤه، من أخبار و تقارير و لقاءات و مقابلات و شروحات و تفسيرات و تحليلات.

إذن هو فن يقوم على التحري، والبحث و الدراسة لواقعة أو حدث أو فكرة، أو مشكلة أو قضية، أو ظاهرة تشغل اهتمام القطاع الأعم من الجماهير، أو اهتمام جزء منه في وقت معين، و في مكان محدد.(عربي المصري،2020،ص186).

مفهوم التحقيق:

* لغة: كلمة "الريبورتاج" الانجليزية ترتبط بالتقرير، عكس ارتباطها بالصحافة العربية بكلمة تحقيق.

علا فممعجم الوسيط ب: حقق الأمر: أثبته و صدقه، وتحقق من الأمر، تأكد لديه و الحقيقة الثابت يقينا، و كل هذه المعاني شروط بديهية لمن يسعى إلى الحقيقة.(عربي المصري،2020،ص 188).

اصطلاحا:

مع الأنواع التلفزيونية، المتعددة التي تقبل التحقيق بأشكاله التقليدية و المعاصرة و الاستقصائية، و بالتالي يمكن أن يترجم عبر برنامج مستقل، أو عبر جزء من برنامج، أو عبر تقرير يقدم أول البرنامج ثم يتولى ضيف إتمام مهام البرنامج مع المقدم، كما يمكن أن يكون ضمن نشرات الأخبار أو ضمن برامج المنوعات، أو التي تستعرض تحقيقاتها عن مجريات أبطال البث المباشر، أو عبر البرامج الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية أو ضمن أي نوع برامجي آخر، ما يعني أن خصوصيته، و مدته تتواكب لتلائم نوع البرنامج الذي يقدم ضمنه، و محتواه و نوعه.(عربي المصري،2020،ص 188).

يعرفه إبراهيم إمام: هو الفن الحديث نسبيا في العمل الصحفي، حيث لم يستخدم على نطاق واسع إلا مع مطلع القرن العشرين، فذ كان الطابع الخبري و المقالي هما أساس العمل الصحفي آنذاك، و هو مختلف عن فن الكتابة العادية كونه ينطوي تحت فن تصويري و تبسيط للحقائق مع الاستعانة بالصور الفوتوغرافية، أو بالرسوم الإيضاحية التي تدعم الموضوع المطروح من خلال التحقيق الصحفي.

*تعريف فاروق أبو زيد: يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيهن ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينهما إلى أن يصل إلى الحل الذي يراه صالحا لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة، التي يطرحها التحقيق الصحفي، أي هو فن يشرح و يبحث في الأسباب و العوامل الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية، أو الفكرية، أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق، و لا بد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكثر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، و أن تتسم الفكرة بالجدة، أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

*تعريف محمد عبد الحميد: هو عملية تسليط الأضواء على فكرة أو ظاهرة آنية و هي رؤية تُخضع التحقيق بمثابة تقرير استطلاعي.(عربي المصري،2020،ص 193).

*خصائص التحقيقات التقليدية في وسائل الإعلام:

✓ تتيح للمتلقي الوضوح و التفصيل.

✓ التحقيق يستحضر حركته المنتهية في ماض قريب أو بعيد، من خلال الكلمات و الصور و المشاهد و اللقطات و يعث على الحياة في أوصال الحدث.

✓ ينقل التحقيق المتلقي إلى مسرح الحدث، و يوفر له استقاء المعلومات من مصادرها الأولى.

✓ يتوغل التحقيق في الرد على تساؤلات عدة أهمها: لماذا؟

✓ يمدق بجمع جوانب الموضوع، و يشبعه شرحا، و توضيحا و تفسيرا.

✓ يحتضن الخبر و التقرير و التعليق و التحليل و المقابلة و اللقاء.

✓ آنية التحقيق مرتبطة بموضوعاته و أنواعه و طبيعته و ظروف اختياره.

✓ التحقيق يقع منفردا شكلا و جوهرًا في المطبوع أو المتلقي.

✓ يخوض التحقيق في جميع القضايا الحياتية و الاجتماعية، و الاقتصادية و السياسية و العلمية و الأدبية.(عربي

المصري،2020،ص194)

***أنواع التحقيقات:**

***التحقيق الصحفي المفضل:** أساسه اللغة المكتوبة، تساعدنا المواد المصورة صور، رسوم و أشكال توضيحية، و

هذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه و يغطي كل عناصره، إذ يقدم خلفية عن الموضوع، ثم

يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، و يحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع.(عربي

المصري،2020،ص196).

***التحقيق الصحفي المصور:** يعتمد هذا النوع على المواد المصورة، الصور الفوتوغرافية كعنصر أساسي، و تكون

الكلمة المكتوبة فيه عاملا مساعدا، و لذلك من المهم جدا الاعتناء بالصور من حيث الوضوح و الشمول.(عربي

المصري،2020،ص197).

***وظائف التحقيق:**

وظيفة الإعلام: و ذلك بنشر الحقائق و المعلومات الجديدة بين الجمهور.

تفسير الأنباء: و شرحها و الكشف عن أبعاده الاجتماعية و الاقتصادية و دلالتها السياسية.

التوجيه و الإرشاد، التسلية و الإمتاع ، إضافة إلى الإعلان.

***مراحل إعداد التحقيق و خطواته التقنية و البصرية:**

نقطة الانطلاق: أو اختيار موضوع التحقيق، و قبلها تجدر الإشارة إلى مسار المزاج للمحقق في إدارة عمله

حيث تمر بعد تحديد الفكرة، ببداية رحلة البحث، و بعدها يدخل إثر التعمق بوجهة الحبكة بمرحلة النفق المظلم

مع تشتت الأمور و تعقدها، حيث لا يحصل على الأدلة الكافية، و يشكك في قيمة عمله، و بعدها يصل إلى

نتائج ربما لا تكون بمستوى الطموح.(عربي المصري،2020،ص199).

اختيار موضوع التحقيق: و فيها تبدأ مرحلة البحث عن اكتشاف الحقيقة، و يرى "شون ت. شيفر" المرحلة الأولى من التحقيق إلى ما يدعوه "بالتشمم"، إذ بعد قرار الصحفي حول موضوع ما تنبعث منه رائحة غريبة، و يبدأ بالتحقيق و قراءة التحقيقات الأخرى حوله، و بعدها يصوغ فرضياته، و وضع خطة معينة حتى لا يجيد التحقيق عن مساره المطلوب، و بعدها تحديد العناصر التي تمكن من اتخاذ القرار، إما بالاستمرار أو ترك الموضوع، و يجب أن تتضمن رسومات بيانية و إطار زمني للانتهاء من العمل، و موافقة رئيس التحرير بالمدّة. (عربي المصري، 2020، ص 200).

*مراحل نجاح التحقيق و خطواته:

- ✓ تحديد مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق.
- ✓ التفكير في الأسلوب الملائم لتحرير التحقيق، مع الاهتمام بجوانب جذب القراء بما يتعارض مع الموضوعية و دقة التناول.
- ✓ خيار المحرر أو مجموعة محررين لتنفيذ و تحرير التحقيق التلفزيوني.
- ✓ تحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه التحقيق.
- ✓ الإفادة من الإمكانيات المتاحة كالرسوم و الأرشيف و الفيديو. (عربي المصري، 2020، ص 209).

*مراحل و خطوات التحقيق التطبيقية:

- ✓ الراية الكاملة بصحافة التحقيقات، و كيفية العمل من خلالها.
- ✓ استغلال ما توفره المؤسسة الصحافية من إمكانيات و دعم، لعدم البدء من الصفر.
- ✓ بناء قاعدة واسعة من المصادر.
- ✓ الثقافة الخاصة بموضوع التحقيق إلى جانب الثقافة العامة كصحفي.
- ✓ البحث عن الوثائق.
- ✓ تقمص دور المراقب و الخروج من المكتب و الملاحظة.
- ✓ القدرة على تقييم و التقدير و اتخاذ القرارات.
- ✓ التحقيق و جمع المعلومات و التأكد من صدقها و دقتها.
- ✓ ترتيب المواد التي تم جمعها و جدولتها و تنظيمها.
- ✓ النشر بطريقة جيدة و متسلسلة و مناسبة للجمهور. (عربي المصري، 2020، ص 210).

*التحقق من المسار الصحيح للتحقيق:

عند انتهاء الصحفي من تحقيقه و إجراءاته، و صياغته، يقدم "شون ت. شيفر" نصائح لمعرفة غذا كان الصحفي قد سار في الطريق الصحيح أم لا، و يدعوها بالقائمة المرجعية لقرار الاستمرار في اتجاه من عدمه، و يشبهها بقائمة تضمن أسئلة كلما كان الإجابة عنها بنعم، فهذا يعني صحة المسيرة و الصياغة و إذا قال لا و جب المراجعة، و إجراء المزيد من التحري، أو حتى التخلي كلياً عن التحقيق، و هذه القائمة يتضمن الأسئلة التالية:

هل الموضوع يستحق التحري عنه و إجراء تحقيق بشأنه؟

هل التحقيق يجب عن التساؤلات الأساسية لجمهوره، و هل هو كامل، و هل لدى الصحفي العديد اللازم من المصادر؟

هل التحقيق موثق بالمستندات؟ و هل يحتوي التحقيق على فكرة إيجابية واضحة؟

هل هناك ما يثبت الادعاءات الواردة في التحقيق؟

هل التحقيق في صورته النهائية مطابق لما اقترح في مرحلة التحقيق؟ و هل كان ملائماً للجمهور المستهدف؟

هل تسلسل التحقيق مناسب و جيد؟ و هل كانت صياغته واضحة و محددة؟

هل ذكر الصحفي أسماء كل المصادر الذين أدلوا بأرائهم؟ و هل اسبغ الصحفي نفسه من التحقيق؟ (عربي المصري، 2020، ص 205).

ت- الحوار التلفازي و عناصره الأساسية:

العنصر الأول: مقدم البرنامج (المحاور): و هو الذي يقوم بالحدث، أو استعراض فقرات إجراء الحوار، و ضبط آليته الفكرية و الزمنية، و يقع على المحاور عبء كبير في إنجاح و استشارة قطب أو أقطاب الحوار، على ان يحمل الصفات الآتية أو أكثرها: المهارة الاتصالية، المناورة، القدرة على إشعار المحاورين بأهمية الموضوع بالنسبة للمشاهدين. (عربي المصري، 2020، ص 108).

السمات التقديمية: كالصون، الهيئة، العمر، السمع، التنظيم.

الربط و القدرة على توظيف الأحداث، و القدرة على توظيف السياقات اللغوية.

اللاتقليدية: اعتماده فنون تقديمية مختلفة و البدء بمكان الحدث، أو البدء بالانتهاه بشاهد عيان، أو بمسؤول.

الذوق العام: ملاحظة عدم الخروج عن الذوق العام او الإساءة إلى الآخرين.

مواد الإسناد: أي توفر مادة أرشيفية سائدة لمجرى الحديث و إمكانية التعليق عليها بالأفلام، أو الصور، أو الخرائط، أو أدوات التوضيح و التفسير، على أن تحتوي آراء متناقضة، أو متطابقة، أو إشراك لقنوت، أو أشخاص لديها رأي

سابق لكنها لم تدخل ميدان الحوار. (عربي المصري، 2020، ص 109).

العنصر 2: المادة التنفيذية للبرامج الحوارية في التلفاز بالآتي:

*مكان مناسب لطبيعة موضوع الحوار، ديكور، إضاءة، شاشة خلفية، أمامية.

*أجهزة نقل الصوت مخفية، والحرص على أن توزع القوة الصوتية للمتحدثين بشكل متساوي مع مصدر الصوت، ويتششت تركيز منظم المكسر الصوتي.

*توزيع الكاميرات بالشكل الذي يغطي ساحة الحدث، وأقطاب الحوار بشكل جمعي، فردي مع إمكانية التركيز على لقطات الإنفعال و الإرتياح التي يطلقها المتحاورون.

*توفير مادة أرشيفية منظمة، بالشكل الذي يتناغم مع أجندة الأسئلة، والقضايا المطروحة، وهنا يستلزم التنسيق بين المحاور و المخرج.

*إمكانية ربط أستديو الحوار مع الفضاء الخارجي بكاميرا خارجية إضافة إلى التهيئة لاستقبال مكالمات خارجة عبرها: "أرضي أو محمول".

*يستحسن أن تغير خلفية البرنامج، إذا كان دوريا حسب طبيعة الموضوع و شخوصه وكلما كان المكان يرتبط بالموضوع، كلما كان تفاعل المتلقي أشد. (عربي المصري، 2020، ص110).

✓ العنصر 3: طبيعة الموضوع الحوار وشخصه:

✓ تتركز خصائص اختيار موضوع الحوار و شخوصه، في عدة عوامل منها:

✓ كلما كان الموضوع يحمل قضية لأو مشكلة أو ظاهرة آنية، كلما كان تفاعل المشاهدين أشد، على أن يجري العمل على الخروج عما تغطيه القنوات المنافسة الأخرى، ربما بطريقة الأسلوب أو مواد داعمة أخرى.

✓ أن تنتقى الشخصيات المعدة للحوار بطريقة مدروسة و ليست اعتباطية، ويتفق مع هذه الشخصيات على محاور اللقاء وخطوطه العريضة.

✓ أن تقوم القناة بتنوع برامجها الحوارية من ناحية الموضوعات، أو الشخوص، أو طرق التقديم.

✓ عدم إقحام أشخاص ليست لديهم علاقة بموضوع الحوار.

✓ تقنيات إجراء الحديث التلفزيوني و شروطه ومواصفاته:

✓ **الصحفي الكفاء:** الذي يشتهر بقدرته على "إدارته الحديث". (عربي المصري، 2020، ص128).

للحوار شروط وهي: الحرية الكاملة، وحدة اللغة والمصطلحات، توفير كل الوثائق و الأدوات، مان آمن بعيد عن التشويش و التأثير.

للحوار مواصفات و هي:

قبل الحوار: التخطيط للأفكار والمراحل

تأمين الوثائق و البراهين

دراسة الطرف الآخر ومعرفة نقاط القوة والضعف فيه.

أثناء الحوار: احترام الطرف الآخر، ترك الأفكار المسبقة، التمسك بالثوابت، الموضوعية، التمكن من

الأدلة، الإنصاف، حسن الإصغاء، سرعة البديهة، الروح الراضية، عدم التعصب.

بعد الحوار: الاعتراف بالنتائج، التحفظ على ما لم نقتنع به، استثمار النتائج، استثمار العلاقة، الإبقاء على روح

الحوار.

للحوار قواعد و هي: تحديد الهدف من الحوار، الاتفاق على المسلمات و البديهيات، توحيد المصطلحات

المستخدمة، البحث في جذور القضية وتطورها، تحديد المرجعيات، الاستعانة بالخبراء، دقة الوثائق والاستشهاد مع

ذكر مصادرها، عدم التناقض في الكلام أو المواقف.

للحوار عوائق و هي: الثرثرة و الإسهاب و الخروج عن الموضوع، الكلام بدون دليل، التناقض، الغضب و

الانفعال والتورط في ألفاظ تجرح الآخر، عدم الاستعداد النفسي للحوار و الإقناع، عدم التركيز و الإصغاء، عدم

مراعاة آداب الحوار، غموض مضمون الحوار و عدم منطقيته.

للحوار آداب و هي: الاحترام المتبادل، إعطاء الفرصة الكاملة للطرف الآخر، عدم المقاطعة، الهدوء و تجنب

الردود العصبية، التواضع وعدم المباهاة و الاستعراض الشخصي، عفة اللسان و الاعتذار عن الخطأ. (عربي

المصري، 2020، ص132).

للحوار درجات و هي:

التعارف و اكتشاف الآخر، البحث و الاستطلاع، الحوار من أجل الوصول إلى الهدف، التفاوض على الحل،

مناقشة القضية فقط، تجنب الحديث عن نفسية الصحفي. (عربي المصري، 2020، ص133).

***شروط إدارة حوار تلفزيوني ناجح:**

✓ اختيار القضية و الزاوية التي يريد معالجتها منها.

✓ توضيح الأغراض المتوخاة من البرنامج، و اختيار الشكل المناسب للحلقة.

✓ التوافق بين فريق الإعداد على الأغراض و الشكل.

✓ اختيار المحاور المتخصص و ضيوف المحاور بعناية.

✓ الاستعداد و التحضير، سواء عبر تحضير الوثائق اللازمة أو التأكد من تصنيفها حالة الحاجة إلى الاستعانة بها، و

إبرازها بسهولة أثناء الحوار.

✓ إعداد الأسئلة و توزيعها على المحاور.

- ✓ تحضير الأستوديو من كافة النواحي.
- ✓ القيام بتحضير الشخصي للحوار و عدم الاكتفاء بقراءة المادة التي يجهزها المعد.
- ✓ وضع خطة استراتيجية أو منهجية للحديث، مع تقديم إيجاز للضيوف عن موضوع الحلقة و طريقة تقديمها و فقراتها و الوقت الأقصى و الأدنى المتاح لكل مداخلة أو إجابة.(عربي المصري،2020،ص134)
- *أهم طرق أسئلة الحديث التلفزيوني و أساليب عرضها على الشخصية:
- ✓ طريقة القائمة: و ذلك باختيار المتحدث و صلته بالموضوع، ووضع أسئلة توافق جوانب الموضوع المختلفة و يجرها بالصياغة المناسبة، و يرتبها في قائمة من الأسئلة.
- ✓ طريقة المحاور أو نقاط الارتكاز أو المعالم: و هي وضع المحاور أو نقاط ارتكاز تؤسس عليها تلك المحاور و رؤوس الموضوعات التي تجب مناقشتها أثناء المقابلة، و بعدها يناقش تلك المحاور و النقاط مع المتحدث و هي لتوصيل الأسئلة و طرحها تقترب بالمقابلة كثيرا مع طابع المقابلة الحية المرنة.
- ✓ الطريقة المختلطة أو الوظيفية: تقوم على قائمة مختلطة تجمع بين الأسئلة المهمة و الأساسية و تركز على النوعية المطلوبة من الإجابات.
- ✓ طريقة الأسئلة غير المدونة: طريقة القائمة الذهنية:
- ✓ منطلقها أن لا تخون ذاكرتك أبدا و ثق بها، و ييدي قدرا من الثقة بالنفس، و القدرة على الإمساك بجبل الكلام، و توجيهه إلى حيث يريد، و التمسك بجرية القول و المناقشة، و من الذاكرة القوية، و مردها إلى الخبرة و الممارسة و التدريب الجيد على المقابلات و المعرفة الجيدة لما يريد المستمع.(عربي المصري، 2020،ص135).
- ✓ افتتاح الحلقة الحوارية: و ذلك يتم وفق الترحيب بالضيف، و تقديمه للمشاهدين، و إبراز الهدف من البرنامج .
- ✓ اختيار كلمات المقدمة بعناية، و الحرص على تقديم المعلومات الأساسية.
- ✓ اختتام الحلقة الحوارية: تختم الحلقة الحوارية كما يلي:
- ✓ تلخيص النهاية، و طرح سؤال ما الفوائد و ما الأضرار، استخدام أسئلة التصفية: هل هناك إضافات؟
- ✓ مساعدة الضيف على تجنب التناقض، و عزم الصحفي على إنهاء الحديث بذكره لذلك.(عربي المصري،2020،ص137،ص138).
- ✓ يستحسن إعلان الموعد للحلقة القادمة.

25- جمهور وسائل الإعلام التقليدية:

أ- تعريف الجمهور:

✓ لغة: جَمْعُهُ جماهيرٌ معناه: جماعة القوم، أو معظم القوم و أشرفهم من الفعل: جَمَهَرَ: يعني تجمع الناس حول ظاهرة أو واقعة حدثت. (صباح بن معمر، 2013، ص21).

جاء في قاموس "لسان العرب" لابن منظور "أن جمهور كل شيء معظمه و قد جمهره، و جمهور الناس: جُلُّهُمْ، و جماهير القوم: أشرفهم.

و في حديث "ابن الزبير" قال معاوية: "إنا لا ندع مروان يرمي جماهير قريش بمناقشة، أي جماعاتها، واحداها: جمهور، و جمهرت القوم له، إذا جمعتهم، و جمهرت الشيء إذا جمعته، و عدد مجمهر: أكثر، و الجمهرة: المجتمع، و الجماهير: الضخم، و الجمهور من الناس: جلهم و معظم كل شيء. (جمال بن زروق، 2011، ص110).

✓ اصطلاحا: يشير مصطلح الجمهور عند علماء الاجتماع إلى تكوين اجتماعي غير محدد يشترك أعضائه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي، فيقول ليندبرج أن مفهوم الجمهور لا يتحتم أن ينطبق على أي وحدة طبيعية أو جغرافية أو سياسية بهذا المعنى، يقال أن هناك جمهورا للموسيقى، و جمهورا للأدب، و جمهورا للرياضة.

➤ عرفه "مُحَمَّد عبد الحميد": هو حشد أو عدد كبير من الناس، لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، غير متجانسة، غير معروفين للقائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم البعض اجتماعيا.

➤ عرفه كل من "مالي ديلفر" و "ساندابل رمكيتش أنه: العنصر الأساسي للنظام الاجتماعي الخاص بالاتصال الجماهيري، فالجمهور ينقسم إلى طبقات اجتماعية متميزة، بينها علاقات متشابهة في مجالات عديدة، و من بين التغيرات الكبرى التي تلعب دورا في تحديد طريقة عمل الجمهور داخل النظام الاجتماعي، نجد الاحتياجات الكبرى و اهتمامات أفراد الجمهور و طبيعة العلاقات بينهم (صباح بن معمر، 2013، ص21، ص22).

➤ كما يعرفه جيهان أحمد رشتي: " أنه مجموعة كبيرة من الناس، تأتي من جميع مجالات الحياة، و من مختلف الطبقات الاجتماعية تتضمن مجموعة أفراد يختلفون في مراكزهم، و مهنتهم و ثقافتهم.

➤ و الجمهور أكثر من مجرد مجموع أو عدد من الأفراد، و أنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة و ذكريات و تقاليد محددو ظروف حياة. (صباح بن معمر، 2013، ص22).

➤ وعرف "غريب" الجمهور بأنه: عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو اهتمام بين أعضاء الجمهور، ويشعرون بدرجة معينة من الوحدة تتفاوت من جمهور لآخر، وتمارس الجماهير تأثيرها الواضح من

خلال التصويت و الرسائل التي يرسل بها إلى المؤلفين و المحررين و المذيعين، و لذلك يعمل الجمهور كوحدة واحدة أكثر من كونه فئة اجتماعية. (سحر بسام روابدة، 2014، ص52).

ب- أنواع الجمهور:

أنواع الجمهور:

الجمهور العام: نشأ مفهوم الجمهور العام مع مفهوم مجال العام الذي خلقه تطور وسائل الإعلام و الاتصال في العالم، و أكثر حجما، هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول ظاهرة أو قضية اجتماعية؛ و ظهر مع ظهور البورجوازية و الصحافة، و يمثل الديمقراطية، و يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة و مستقلة فكريا عن الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

و قد عرفه ديوي بأنه: تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها.

الجمهور الخاص: هو الجمهور الذي يجتمع فيه أفراده حول بعض الإهتمامات أو الحاجات أو الإتجاهات، مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما، و يصبح بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام إثارة هذا الإهتمام، و تدعيمه و تلبية حاجاته للإحتفاظ بالجمهور و توسيعه، و قد قدم كلوس تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي: (مي العبد الله، 2010، ص75، ص76)

الجمهور المفترض: مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة الاتصال، أي الذين يملكون الوسائل المادية و التقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية، و الجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب، أما جمهور الويب فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب هاتف و كمبيوتر إلى جانب الإشتراك في الأنترنت.

الجمهور الفعلي: هم الأشخاص الذين استقبلوا العرض الإعلامي فعلا كالمداومين على البرامج و الحصص أو القراء للصحف أو زوار مواقع إلكترونية.

الجمهور المتعرض: هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها و عن الموقف الذي يتخذه منها. (مي العبد الله، 2010، ص76).

الجمهور الفعال: وهو الذي يتفاعل و يستجيب للرسالة الإعلامية، وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية و الدعوات الإنتخابية و الذي يحاول المرسل كسب ود أو حياده. (مي العبد الله، 2010، ص77).

ت- أشكال جمهور وسائل الإعلام:

كانت فكرة الجمهور تعني في الأصل مجموع المتفرجين على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس، و اتخذ الجمهور أشكالا مختلفة في كل الحضارات عبر كل مراحل التاريخ، و على الرغم من اختلاف

الحضارات التي عرفتها البشرية، و بالتالي تنوع الجمهور، إلا أن بعض الخصائص الجوهرية التي وجدت في فترة ما قبل وسائل الإعلام الجماهيرية، لازالت قائمة و تكون جزء هاماً من معرفنا و فهمنا و تفسيرنا للظاهرة. لقد كان الجمهور واسعاً، حيث يتكون من مجموع سكان القرية أو المدينة، و كان أفرادهم معروفين بذواتهم و محددين في الزمن و المكان، كما كان تجمع الناس لتشكيل جمهور دور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق، في الغالب منظماً بحكم العادة و معين المواقع وفقاً للتراتب و المراكز الاجتماعية تشرف عليه سلطة روحية أو إرادية، وأضفت تلك السلطات على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة.

العديد من هذه الخصائص لا زال قائماً في المفهوم السائد في الاستعمالات الراهنة للجمهور مع بعض التعديلات، والتغيرات الشكلية في الترتيب و الأهمية. وعليه، فإن المفهوم الراهن لجمهور وسائل الإعلام لم يتكون طفرة واحدة، وإنما مر بمراحل تاريخية ساهمت كل واحدة في إضافة عناصر جوهرية جديدة، وإدخال تعديلات شكلية على خصائص أخرى تبعا للتطور التاريخي العام و تطور تقنيات الإتصال الجماهيري على وجه الخصوص، و يتضح ذلك من خلال محطات تاريخية بارزة تركت بصماتها واضحة على الدلالات المختلفة لمفهوم الجمهور، و يمكن تلخيص هذه المراحل كما يلي:

* **جمهور القراء و الجمهور العام:** أول و أهم مرحلة في التاريخ ووسائل الإعلام الحديثة كانت اختراع حروف الطباعة في القرن 15 م على يد العالم الألماني غونتمبرغ 1394 - 1468 حيث ظهر جمهور القراء بفضل التمكن من إصدار النشريات و المطبوعات بما فيها الصحف لاحقاً، و توزيعها على نطاق أوسع مما كان عليه الحال سابقاً.

و قد أوجد هذا التطور الفرعي تقسيماً اجتماعياً، اقتصادياً كان معروفاً في السابق بين الأغنياء و الفقراء و الحضرة و البدو، و ساعد هذا التطور على ظهور مفهوم القراء أولاً ثم تكوين مفهوم أولي لما يعرف حالياً بالمفهوم العامكتيار فكري، أو رأي يربط بين عدد غير محدود من الناس يوجدون ضمن السكان و يختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم و مستوى تربيتهم و تعليمهم و تطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية، أي بداية الظهور إلى الملأ لطبقة مستنيرة هدفها تكوين رأي عام حول القضايا المشتركة التي يحملونها و يحملون بتجسيدها على أرض الواقع. (فواز الحكيم، 2015، ص 59).

ث- صفات الجمهور أو الجماهير:

➤ سهولة الإقناع و الرضا و النسيان نحو الغضب: معناه أن الجماهير من السهل التأثير عليها و هذه الخاصية في غاية الأهمية و تجعل للعلاقات العامة أهمية في التأثير على عواطف الجماهير، و منع استغلال الجماهير، و

ذلك بواسطة برنامج العلاقات العامة التي يجب أن تتفق دائما مع اتجاهات الجماهير و ميولهم و رغباتهم كما يمكن الاستفادة من هذه البرامج لكسب رضا الجماهير، و تأييدهم بواسطة شرح المواقف المختلفة لهم أول بأول.

➤ تتأثر الجماهير بالإيحاء عن طريق وسائل الإعلام و التبصير: فالجمهور يتأثر بما يقدم له، لأن الإنسان في الجماعة يتأثر بفكرة اتجاهات الجماعة فيجد نفسه منساقا و مندجما في مسط التفكير الجمعي انسياقا و اندماجا يؤدي إلى اتباع سلوك لا يقاوم به مطلقا إذا كان بمفرده، و هذه الخاصية تتيح لرجال العلاقات العامة استثمارها في إعداد برامج مناسبة و بطريقة مشوقة و مثيرة تشد و تجذب انتباه و تفكير الجمهور، بما يساعد على نجاح أهداف العلاقات العامة.(أنعام حسن أيوب و آخرون،ص107).

➤ تميل الجماهير إلى المبالغة سواء أكان الموضوع مبهجاً أو سيئاً:

فالجماهير تميل إلى الانطلاق، و الإنسان في الجماعات قد لا يقدر العواقب المرتبطة بمشاركته مع الآخرين في المسؤولية، و مع ذلك فإن الجماهير إذا أحسن توجيهها فإنها تتجه اتجاهها خيرا و نافعاً، بل قد تتنافى في الوفاء و العمل، و لهذا تستفيد العلاقات العامة في برامجها من هذه الخاصية، و يقوم بتنظيم القيادات و التوجيه السليم و إثارة العاطفة، و كسب الجماهير في الاتجاه السليم.(أنعام حسن أيوب و آخرون،2016،ص108).

➤ تندفع الجماهير عندما يعتقدون أن هناك خير في صالحهم و ينتظرهم:

كما تندفع الجماهير تحت تأثير مشاعر بأن هناك ما يستدعي الإندفاع لصيانة صالحهم و في كثير من الأحيان، يكون الإندفاع بدون تفكير و يتناسب مع الموقف لأننا قد عرفنا من قبل أن الجماهير سهلة الإستشارة لاسيما عندما يكون وراء الإندفاع مصلحة أو دفاع عن حقوق، ولهذا أهمية خاصة في برامج العلاقات العامة بحيث تكون البرامج متمشية مع هذا الإتجاه و لا تتعارض معه.(أنعام حسن أيوب و آخرون،2016،ص108).

ج- جمهور الصحافة المطبوعة:

➤ يغلب على قارئ الجريدة اليومية الطابع العام، فهو ينتمي إلى فئات مهنية معينة، و طبقت إجتماعية مختلفة، و اتجاهات سياسية متباينة، في حين أن قارئ المجلة غالبا ما يكون محصورا في فئة محددة أو طبقة إجتماعية معينة أو اتجاه سياسي خاص، فغالبا ما يكون قراء المجلات أكثر ميلا إلى التخصص من قراء الجرائد، و خاصة قراء المجلات الشهرية و الفصلية.

➤ ولكن يلاحظ أن السنوات الأخيرة شهدت تطورا هاما في السياسة التحريرية بالجرائد نحو تقديم صفحات و أبواب متخصصة مثل: صفحة المرأة و الفن و الأدب، و الإقتصاد، و الرياضة، و الصناعة و الراديو و التلفزيون و بذلك صارت الجرائد اليومية تجمع بين ما تتميز الجريدة اليومية من تنوع و شمول في المادة الصحفية، و بين ما

تتميز به المجالات من تخصص فيما تقدمه من مواد صحفية، وغالبا ما يكون قارئ المجلة أكثر تعليما أو ثقافة من قارئ الجريدة، وخاصة قراء المجالات الثقافية الشهرية أو الفصلية. (إلهام العيناوي، 2020، ص107).

➤ جمهور المجلة أضيق من جمهور الجريدة، يعني أن توزيع المجالات أقل من الجرائد، لأنها تقدم مادة موجهة لجمهور خاص، وعلى الغالب الفئة المثقفة التي تسعى وراء التحليل العميق للأحداث، وهذه الفئة حريصة على شراء المجلة لإشباع حاجاتهم و رغبتهم مهما بلغ سعرها، أما الجريدة فقراؤها لا يهتمون بها إلا من خلال يوم صدورها فقط وبعد ذلك تمهل إلى حد كبير. (إلهام العيناوي، 2020، ص108).

ح- جمهور الإذاعة وأهم خصائصه:

أولا: الجمهور المستهدف للإذاعة

لكل برنامج إذاعي يحدد له جمهوره المستهدف الذي يتميز بعدة خصائص منها: الفئات العمرية، الخصائص المهنية و التعليمية، النوع، الخصائص المرتبطة بالمنطقة الجغرافية للإقامة، ويفيد ذلك فيما يلي:

- ✓ التركيز على أبعاد معينة في الموضوعات و القضايا المطروحة
- ✓ تلبية الحاجيات الحقيقية للجمهور
- ✓ تحديد المدة الزمنية للبرنامج
- ✓ تحديد الوقت المثالي لبث للبرنامج
- ✓ تحديد نوعية لموسيقى و الأغاني الملائمة.
- ✓ تحديد أشكال الإتصال و التفاعل المناسبة مع أسرة البرنامج الإذاعي
- ✓ كما يتحدد الجمهور من خلال المواصفات التالية كونه شخص متمسط قد يكون أميا أو عالما أو مجهول و غير متجانس مع الآخرين، ليس مضطرا للإستماع أو المتابعة، له اهتمامات خاصة وعامة.

ثانيا: خصائص جمهور الإذاعة:

- ✓ يستمع الجمهور للإذاعة في الأماكن المختلفة في المنزل و السيارة و المكتب و غيرها من الأماكن الأخرى.
- ✓ لا يتفرغ الجمهور بالضرورة إلى الإستماع للإذاعة، ولكن يستمع إليها أثناء ممارسة عمل آخر.
- ✓ تتفاوت خصائص الجمهور الذي يستمع للإذاعة من حيث الخصائص العمرية، النوع، المهمة و المستوى الإقتصادي و الإجتماعي و التعليمي و الثقافي و الإنتشار الجغرافي.
- ✓ يستمع الجمهور بجميية أكثر من وسائل الإتصال الأخرى، فهو جهاز قريب منه أو سهل نقله إلى مكان معين، أو يولد لديه إحساسا بالخصوصية بشكل يفوق التلفزيون.

خ- التأثير و التفاعل: التأثير عبر التلفزيون

هو دمج لفنون الصوت و الصورة، وبراعة صياغة النص و الأداء في عمل في ذو سيناريو محكم، يعمل على تنفيذ فريق عمل متحمس للفكرة، وم فعم بقوة داخلية، يعمل على مخاطبة عقل و إحساس المشاهد بلغة متوازنة يجمع بين المنطق و العاطفة في إيصال الرسالة إلى الجمهور، ليترك لديهم انطبعا قويا و يحفزهم لتغيير أو تعزيز موقف معين، و هذا التأثير يكون إيجابا أو سلبيا .

✓ سلبيا إذا دخلا عقل المشاهد من المرجعية و القيم الحقيقية، و يمكن استغلاله من قبل الكاتب أو المعد للبرنامج أو المخرج، و هذا حسب الهدف من البرنامج و الرسالة التي قد يمثلها.(أمن عبد الحلیم نصار،2007،ص123).

✓ إن ما تعرضه البرامج في الفضائيات متنوع و مختلف، كالبرامج السياسية و الترفيهية ووصولا إلى البرامج الثقافية، و كل نوع منها يخاطب المشاهد بلغة خاصة، فيشد لها إما لبلاغة القول، أو لما تحويه من إبداع في التفنن في عرض المؤثرات السمعية و البصرية.(أمن عبد الحلیم نصار،2007،ص127).

1-التأثير المرئي (الصورة): الصورة هي مجموعة من العناصر البصرية المختلفة، بما تحويه من ألوان و أشكال و زوايا للكاميرا، و التي تمثل جزء من عناصر تركيبية مختلفة تجتمع معا لتكون عملا فنيا، هذه العناصر قادرة على اختراق كيان و مشاعر الإنسان لتبليغ الرسالة المطلوبة و إتمام عملية الاتصال، فهي تنفذ إلى إدراك المتلقي لأنها تمتلك مقومات التأثير الفعال.

2-التأثير السمعي(الصوت): نبرات و قوة الصوت و مخارج الحروف في طريقة إلقاء المقدم أو المعلق لبرنامج عبر الشاشة، ويمكن إضافة المؤثرات الصوتية و الموسيقى المصاحبة للبرنامج، مما يساعد على إيصال الأفكار المطلوبة للمشاهد، و يتطلب من مقدم البرنامج أن يكون ملما بمحتوى و أهداف ما يستحدث عنه بإتقان و إيمان ووضوح، و بالتالي يعبر عنه و يعكسه بصيغة مبدعة و مقبولة و مفهومة للجمهور، و على تلك الأسس يتوقف مصير التجاوب السلبي أو الإيجابي في شد الجمهور لمشاهدة و سماع بل و التفاعل مع أفكار المتحدث، و رؤيا الكاتب و منه يمكن القول أن الصوت يحقق ثلاث أهداف للمستمع و هي السماع، و فهم المحتويات و المضامين، و دراسة و معرفة مشاعر و أحاسيس و انفعالات المقدم.

إذن فلغة جسد المقدم و صوته يلعبان معا دورا في التأثير و الإقناع على المشاهد.(أمن عبد الحلیم نصار،2007،ص130).

✓ سيكولوجية الاستقبال و الاقتناع لدى المستقبل أو المشاهد.

✓ أن تكون لغة المخاطبة توازن بين الجانب العقلي و العاطفي.

✓ أن يشترك المرسل و المستقبل في المجالات النفسية أثناء الاتصال .

- ✓ تراكم المعرفة و المعلومات قد تخلق تجنب الوقائي لدى المشاهد.
- ✓ تلقين المعلومات و عدم الحياء يعمل على تكوين حاجز نفسي عند المستقبل.
- ✓ التقمص العاطفي من قبل المرسل لدور المستقبل.(أمن عبد الحلیم نصار، 2007، ص134، ص 136).
- ✓ إن الخطاب الإعلامي التصويري الأكثر انتشارا و تأثيرا في الجمهور من وسائل النشر المطبوعة، و خاصة في أوساط الأميين و أنصاف المتعلمين.
- ✓ إن العمل الفني إبداع و تأثير، إذ يمكن أن يؤثر في نفس المشاهد و يشده إلى الاقتناع و التأثير ببرنامج أو عمل ما، إذ يصل إلى إحساس و نفس المشاهد و تجعاه يخلق عالیا بخیاله، و يكون فيها ما يشاء من الصور الذهنية و الخيالات التي ترقى بروحه و عقله، عملا يتفاعل فيه العقل و النفس ليحكم عليه العقل بأنه عمل رائع و جميل و مبدع.(أمن عبد الحلیم نصار، 2007، ص141).
- ✓ إن التأثير الأقوى الذي يمكن أن يظهر في البرنامج، و يوقع أكبر الأثر على المشاهد، هو المشاعر الداخلية القوية و المفعمة اتجاه فكرة البرنامج و التحمس لها، و التي تمتلك فريق العمل و يعمل بجدية و نوايا حسنة لإيصالها للمشاهد فإن هذا التأثير سيصل، ذلك أن هناك اتصالات غير مرئية و أخرى مرئية واضحة تحكم الكثير من الأمور.
- وما يساعد على الوصول إلى هذا التأثير هو تقمص شخصية المشاهد و الجلوس مكانه بالنسبة للكاتب و المعد أو المخرج البرنامج.(أمن عبد الحلیم نصار، 2007، ص144).

الفصل الرابع: محتوى السمي البصري في الإعلام الجديد

• تمهيد

- 1- مفهوم الإعلام الجديد: لغة - اصطلاحا.
- 2- بعض المفاهيم و المصطلحات التي ظهرت في الإعلام الجديد.
- 3- تطور فكرة الإعلام الجديد.
- 4- أقسام جمهور الإعلام الجديد.
- 5- أنواع الإعلام الجديد.
- 6- أهم قضايا و مشكلات الإعلام الجديدة.
- 7- طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي و الجديد:
 - أ- مساحات الصراع و المنافسة بين الإعلام التقليدي و الجديد.
 - ب- العلاقة بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد.
 - ت- مظاهر التكامل بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد.
- 8- مفهوم الانترنت
- 9- نشأة و تطور الانترنت.
- 10- عناصر الأنترنت.
- 11- استخدامات الانترنت.
- 12- خصائص الأنترنت.
- 13- مخاطر و أضرار الانترنت.
- 14- تعريف الشبكات الاجتماعية
- 15- خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية.
- 16- خدمات مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي.

- 17- أهم مواقع التواصل الاجتماعي و مميزاتهما: الفيس بوك، البريد الإلكتروني، الهاتف النقال، صحافة المواطن، تويتر، اليوتيوب، المدونات الإلكترونية، التلفزيون التفاعلي، لينكد إن .
- 18- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي .
- 19- سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
- 20- تعريف الصحافة الإلكترونية
- 21- نشأة و تطور الصحافة الإلكترونية.
- 22- أنواع الصحافة الإلكترونية.
- 23- خدمات الصحافة الإلكترونية.
- 24- مزايا الصحافة الإلكترونية.
- 25- العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي.
- 26- أهمية الصحافة الإلكترونية.
- 27- الصعوبات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية.
- 28- المقارنة بين الصحافة التقليدية و الصحافة الإلكترونية.
- 29- سلبيات الصحافة الإلكترونية.
- 30- خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية.
- 31- *الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية:
- 1- التقرير الإخباري الإلكتروني.
- 2- الخبر الإلكتروني.
- 32- الإذاعة الإلكترونية:
 - أ- تعريفها.
 - ب- استخدامها.
 - ت- البث الإذاعي الرقمي.
 - ث- تطور البث الإذاعي الإلكتروني و مراحلها.

ج- مزايا الإذاعة الإلكترونية.

ح- التغييرات التي أحدثتها الإذاعة الإلكترونية الرقمية.

33- التأثير و التفاعل لوسائل الإعلام على الجمهور:

أ- التأثير

ب- التفاعلية.

ت- محددات التفاعلية.

ث- الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية.

خاتمة الفصل.

الفصل الثاني: محتوى السمعي البصري في الإعلام الجديد

تمهيد

أحدث التطور التكنولوجي في مجال الاتصال الرقمي انتقالا كبيرا و تطورا عظيما لوسائل الإعلام التقليدي، إذ قامت بتطويرها و دمجها في هذا العصر و متطلباته، مما جعلها تحسن من أداء وظيفتها التواصلية و المعرفية و الإخبارية، و تحسين شكلها كقنوات البث المباشر، و إيصال المعلومات و الأخبار في حينها فبرزت مجموعة من وسائل الإعلام الجديد التي كان لها دور في خدمة الجمهور المتلقي، و الإنسانية ككل في العالم و منها: الصحافة الإلكترونية، الوسائط المتعددة، وسائل التواصل الاجتماعي التي تساهم و تزيد في نشر المعلومات أكثر فأكثر.

1- مفهوم الإعلام الجديد: لغة: يتكون مفهوم الإعلام الجديد من كلمتين: إعلام و جديد

فأما الإعلام فقد سبق ذكره، و أما الجديد: فتستخدم الكلمة في اللغة العربية لتدل على الحداثة و أصل جديد: أي مقطوع، يقال: ثوب جديد، جُدَّ حديثا، أي قُطِعَ.

كما وردت الكلمة في نفس السورة، حيث قال تعالى: " ذَلِكَ جَزَاءُهُمْ بِأَنَّهُمْ كَفَرُوا بِآيَاتِنَا وَقَالُوا أَإِذَا كُنَّا عِظْمًا وَرُفُتًا أَنِنَّا لَمَبْعُوثُونَ خَلْقًا جَدِيدًا "سورة الإسراء، الآية 98؛ حيث أشار الله تعالى أن منكري البعث و المشركين استحقوا جهنم لأنهم كفروا و أنكروا أن يبعثهم الله على هيئة جديدة بعدما بليت أجسامهم و صارت ترابا.

ووردت (جديد) بالتنوين بالكسر في ست مواضع من القرآن الكريم، قال تعالى: " وَإِنْ تَعَجَّبْتَ فَعَجَبٌ قَوْلُهُمْ إِذَا كُنَّا تُرَابًا أِنَّا لَفِي خَلْقٍ جَدِيدٍ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا بِرَبِّهِمْ وَأُولَٰئِكَ الْأَعْلَالُ فِي أَعْنَاقِهِمْ ۗ وَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ "سورة الرعد، الآية 5.. (رضا أمين، 2015، ص 20).

و قال سبحانه: " أَفَعَيَّبْنَا بِالْخَلْقِ الْأَوَّلِ ۗ بَلْ هُمْ فِي لَبْسٍ مِّنْ خَلْقٍ جَدِيدٍ " .سورة ق، الآية 15.

و الملاحظ أن معظم هذه الآيات ورد فيها كلمة "جديد" لتشير إلى الحالة الجديدة التي سيكون عليها الإنسان بعد البعث بعدما صار ترابا.

✓ اصطلاحا: ظهر مصطلح الإعلام الجديد ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبتث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة و الراديو و التلفزيون، و ذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج و توزيع المضامين الإعلامية.

يدل و يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى هذه الحالة الجديدة والمعقدة من الإعلام الذي يكون فيه الجمهور و الأفراد على قدر كبير من التفاعل و الإنتاج، بعدما صارت وسائل الإعلام التقليدية أسيرة الاتجاه الواحد أو النمط الواحد، سواء كان هذا الاتجاه مواليا للحكومة أو النظام، أو كان مؤيدا لأصحاب رؤوس الأموال التي تتحكم في

إدارة هذه المؤسسات. (رضا أمين، 2015، ص 26).

2- بعض المفاهيم و المصطلحات التي ظهرت في الإعلام الجديد:

✓ الإعلام الشبكي: قدم بعض الباحثين أشكال الإعلام المتوفرة عبر الإنترنت باعتباره إعلاما شبكيا أو صحافة شبكية، و ذلك نسبة إلى الوسيط الذي يحمل المضمون الإعلامي قياسا على الإعلام الإذاعي و التلفزيوني و غيرهما.(حسنين شفيق، 2015، ص 27).

و الإعلام الشبكي في تعريفه قدمه مُجَّد عبد الحميد هو " العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل، وفق آليات و أدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، و توفر له حرية التجول و الاختيار و التفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته و تفضيله، و يحقق أهداف النشر و التوزيع على هذه المواقع.

✓ الإعلام الإلكتروني: يأتي مفهوم الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار و المعلومات، و يعبر عن المجتمع الذي يصدر منه و يتوجه إليه، فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف و المبادئ العامة بيد أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة المتمثلة في استخدام الحواسب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهواتف النقالة و تصفح شبكة الإنترنت، و هو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام.(حسنين شفيق، 2015، ص 28).

✓ الإعلام الرقمي: و يشير مفهوم الإعلام الرقمي إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب الفيديو و الصوت و النصوص و غيرها، و بالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة و استقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، و هو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي، أو التلفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج و بث المضامين الإعلامية.

3- تطور فكرة الإعلام الجديد:

إن فكرة البحث عن إعلام جديد نتيجة التطورات التكنولوجية التي نشهدها الآن في مختلف المجالات الحياتية، بل يعود إلى حقبة زمنية أسبق عندما انهار المعسكر الاشتراكي و بدأ الحديث عن النظام الإعلامي الجديد، و قد شهدت الحرب الباردة الكثير من الجدل حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود العالم، و منها فكرة بناء نظام إعلامي جديد.

تنطلق الرؤية الأولى لبناء نظام إعلامي جديد من الصراع التاريخي حول تدفق المعلومات غير المتكافئ، بين دول الشمال و الجنوب الذي أعلنت دول الجنوب رفضها له لإثبات استقلالها السياسي بعد التخلص من سيطرة

الاستعمار على أرض الواقع، ذلك الصراع الذي اتخذ من اليونسكو ساحة رئيسة له، فقد تكونت فكرة النظام الإعلامي الجديد، عبر مجموعة من المبادرات و المراحل، بدأت في عام 1959 بطلب المجلس الاقتصادي و الاجتماعي في الأمم المتحدة في اليونسكو إعداد برنامج لتطوير وسائل الإعلام (حسين محمود هشيمي، 2015، ص 57). و في عام 1960 عقد أول اجتماع خاص بتطوير وسائل الاتصال في آسيا و الشرق الأوسط في بانكوك، ثم تلتها سلسلة من الاجتماعات لمعالجة مشكلة التدفق الإخباري الغربي، ثم عقد اجتماع في أمريكا اللاتينية عام 1961 و آخر في إفريقيا عام 1963، في نفس السياق، و في عام 1970 اتخذ النقاش حول فكرة بناء نظام إعلامي جديد طابعا أكثر جدية، فقد عقد اليونسكو مناظرة حول النظام الإعلامي الجديد، تمخض عنها قرار نص على اشتراط موافقة الحكومة الوطنية قبل بث أي رسالة تقع ضمن حدودها، و هو قرار انفردت الو.م.أ بمعارضته، و أكد قرار آخر سيادة الحكومات الوطنية و سيطرتها على الوسائل الإعلامية التي يتلقاها مواطنيها، و في عام 1971 أصدرت اليونسكو إعلان مبادئ استخدام البث الفضائي بما يضمن السيادة الوطنية.

و فكرة المناذاة بالنظام الإعلامي الجديد بدأت من توصية ملتقى دول عدم الانحياز عام 1973، الذي دعا في إحدى توصياته إلى أنه من واجب بلدان عدم الانحياز تغيير الوضع و تحرير الإعلام، ووضع تطور لنظام إعلامي جديد.

و قد تطورت التوصية عبر أكثر من مرحلة، حتى اعتمدت على مستوى قمة المؤتمر في كولومبو عام 1976، و بعد عامين أقرتها اليونسكو، ثم اعتمدها الجمعية العامة للأمم المتحدة، و في المدة نفسها أي في سبعينات القرن 20. (حسين محمود هنيبي، 2015، ص 58)

بدأت اليونسكو بدعم فكرة النظام الاقتصادي العالمي الجديد، و الذي يرمي إلى إعادة تحديد و بناء مراكز القوى الاقتصادية في العالم على نحو متوازن، و إحداث تغيير اجتماعي، و ثقافي دولي، يضمن الالتزام بالنظام الإعلامي الجديد و في عام 1978 اشتد النزاع بين طرفي الصراع (دول الشمال، دول الجنوب)، فقد تبنى المدير العام لليونسكو أحمد مختار أحمد دعم النظامين، وواجه رفضا شديدا من الدول الغربية، و تحدث الداعمون له عن استعمار إعلامي إلكتروني، بعد انتهاء حقبة الاستعمار الواقعي، فيما وجد الغربيون الذين تصدوا له حججا لحرية الإعلام، بعد ذلك توج ذلك الصراع بتكوين لجنة (ماك برايد) التي أصدرت توصياتها في العام 1985 تحت عنوان: عالم واحد و أصوات متعددة.

لكن النظام الإعلامي الجديد، لم يلق النجاح نتيجة المقاومة الشديدة للدول الغربية التي كتب لها النجاح، التي بلغت ذروتها بانسحاب الو.م.أ و بريطانيا من اليونسكو عام 1985، مما أدى إلى انخفاض ميزانية اليونسكو

بشكل كبير، و لم تعد بريطانيا إلى عضوية المنظمة حتى عام 1997، فيما استمر غياب الو.م.أ إلى عام 2003م.

إن جوهر الاختلاف بين المتنازعين كان يتلخص في تعارض اتجاهين، الأول يرى أن الإعلام يجب أن يكون ضمن معادلة تجارية رأسمالية تتأثر بقوى العرض و الطلب بغض النظر عن مسألة التوازن في الخبر و الرأي، في حين يرى الاتجاه الآخر أن الإعلام يجب أن يعتمد على الدعم العام و يخضع للمسؤولية و السيطرة الحكومية، و هنا تكمن أهمية وجود إعلام جديد مستقل عن المسيط، ليس الغربي فحسب، و إنما المحلي أيضا(حسين محمود هنيمي، 2015، ص 59)

أي أن يتجاوز سيطرة المؤسسة الإعلامية التي يهيمن عليها النظام السياسي و الاقتصادي و يعكس اهتمامات الأفراد و احتياجاتهم، فضلا عن الجماعات الصغيرة المهمشة.

و من كل ما تقدم نرى أن فكرة بناء نظام إعلامي جديد لم تبصر النور إلا بعد التطور التكنولوجي و ظهور شبكة المعلومات الدولية(الانترنت) في مطلع تسعينات القرن العشرين التي أتاحت الفرصة لظهور الإعلام الجديد المتمثل بالمدونات و المنتديات و شبكات التواصل الاجتماعي، و غير ذلك من الوسائل المتاحة لأفراد المجتمع كلهم.(حسين محمود هنيمي، 2015، ص 60)

4- أقسام جمهور الإعلام الجديد:

يقسم جمهور الإعلام الجديد على وفق نوع الاتصال إلى أربع مجموعات وهي كما يلي:

✓ **المجموعة الأولى:** و تشمل الأفراد الذين يستخدمون تطبيقات الإعلام الجديد التي تتيح لهم الاتصال من مستخدم إلى آخر فقط من دون اشتراك آخرين مثال ذلك التواصل بواسطة البريد الإلكتروني، و المحادثة بواسطة الماسنجر، فضلا عن المحادثة عن طريق الفيس بوك التي توفر أيضا خدمة المحادثة لمجموعات.

✓ **المجموعة الثانية:** و تتميز هذه المجموعة بأن التواصل بواسطتها يكون من مجموعة إلى أخرى، و تتمثل بقوائم الخدمات و الاشتراك بال نشرات الإلكترونية أو التواصل عن طريق بعض التطبيقات التي توفرها خدمات الفايبر و المحادثة عبر الفيس بوك، و غيرها من التطبيقات.

✓ **المجموعة الثالثة:** و يكون الاتصال عبر هذه المجموعة من مستخدم إلى مجموعة قليلة من المستخدمين أو إلى مجموعة كبيرة أو تتم من مجموعة مستخدمين إلى مجموعات، و تتصل بموضوع أو تحقيق هدف أو إرسال رسالة و التأثير في مجموعات لأجل تبني رأي معين يصب في خدمة القائم بالاتصال.

✓ **المجموعة الرابعة:** و تتحقق هذه المجموعة في حاجات المستخدم التي يترجمها عن طريق البحث أو الاتصال بمجموعات أو أطراف أو أفراد لتلبيةها، و ما يميز جمهور الأنترنت أنه يمارس دور المرسل و المنتج و المستقبل،

و ربما القائم بالاتصال، لأنه يبيث ما يناسبه و يبتعد عن الرسائل التي تتعارض مع أفكاره و متبنياته.(غالب كاظم جياذ الدعمي، 2017، ص 140).

5- أنواع الإعلام الجديد: تتلخص أنواع الإعلام الجديد في ثلاث اتجاهات:

✓ الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة و التلفزيون و الصحف و المجالات الإخبارية و برامج الأخبار الحية(حيدور حاج بشير، 2017، ص 46).

✓ الإعلام الجديد بتكنولوجيا حديثة: يتمثل في جميع الوسائط المعلوماتية الحديثة و التي تمكن من التبادل السلس و السريع للمعلومات، مثل الصحف الالكترونية و الخدمات الإعلامية على الحواسيب و الهواتف المحمولة.

✓ الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: و فيه تزول الفوارق بين القديم و الجديد مثل: النسخ الإلكترونية للصحف الورقية.(حيدور حاج بشير، 2017، ص 47).

6- خصائص الإعلام الجديد: يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص، و منها:

✓ التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال و المتلقي الأدوار، و تكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه و تبادلية، و ليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.(رضا أمين، 2015، ص 89).

✓ الجمع بين صفتي التزامنية و اللاتزامنية:

✓ التزامنية: تعني أن الجمهور يتعرض للوسيلة الإعلامية وقت البث و الإذاعة كما هو الحال في الراديو و التلفزيون، بحيث أنه إن لم يشاهد المتلقي البرنامج في نفس التوقيت عرضه فلن يتمكن من مشاهدته، و قد قام الإعلام الجديد بالقضاء عليه.(رضا أمين، 2015، ص 91).

✓ اللاتزامنية: تعني عدم ضرورة اتحاد العنصر الزمني لوقت التعرض، كما هو الحال في الصحافة الورقية، فهي وسيلة لا تزامنية.

✓ السرعة: و تتسم بها عملية التبادل الإعلامي بين كل من المرسل و المستقبل اللذين يتبادلان المواقع مثل خاصية التفاعل.

و السرعة تعني أن التدوين أو الصور لا تتطلب زمنا ممتدا بالنسبة للمرسل و المستقبل في الوسائط التقليدية مثلا، بينما السرعة بالنسبة للمستقبل و المرسل تعني الوصول إلى الخبر أو الرأي أو المعلومة لا يتطلب انتظار خريطة العرض كما في التلفزيون، و لا يتطلب انتظار يوم كامل لمعرفة ما يدور حولنا من أحداث، كما هو الحال في الصحافة الورقية.(رضا أمين، 2015، ص 92).

✓ استخدام الوسائط المتعددة: و تعني تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت من صوت و نص و صور ثابتة و لقطات فيديو في منتج واحد، و ليس بالضرورة أن يجتمع كل هذه التكنولوجيات في

منتج واحد، بل تختلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها، فهي تكتسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص، و تكتسب ميزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصورة و لقطات الفيديو و الرسوم المتحركة و غيرها.(رضا أمين،2015،ص93).

✓ **العالمية أو الكونية:** استطاعت كسر الحواجز الجغرافية و السياسية، أي الأنترنت و الإعلام الجديد، حيث يصل أي مدون أو مستخدم بالمحتوى الذي يقوم بنشره إلى كل بقعة في العالم، و هو ما ساهم في خلق حالة عالمية من الاهتمام المشترك، و في تشكيل ملامح القرية الصغيرة التي تنبأ بها عالم الاتصال الكندي الشهير "مارشال ماكلوهان" في القرن العشرين.(رضا أمين،2015،ص94).

✓ **اتساع نطاق الحرية:** الإعلام الجديد لا يتقيد بالكثير من القيود، فقد أتاحت الأنترنت للمستخدمين فضاء حرا يدونون فيه ما يشاؤون من الأفكار و الآراء و المعتقدات، و قد أتاحت تلك المواقع للأقليات و المهمشين فرصا هائلة للتعريف بقضاياهم، و إقناع الجماهير بعادتها.(رضا أمين،2015،ص96).

7- أهم قضايا و مشكلات الإعلام الجديدة:

فرض الإعلام الجديد واقعا مهينا جديدا بكل المقاييس، و مع تدفق التقنيات الاتصالية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية و نظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة، فبينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الجديد الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالأنترنت و هنا تبرز بعض قضايا و مشكلات الإعلام الجديد يمكن توضيحها كما يلي:

✓ **إرساء قواعد جديدة في بناء المادة الإعلامية:** تستند إلى فضاءات و شبكات معلوماتية تفتقد إلى المصدرية و المعالجة الفنية و العلمية للخبر و المعلومة خاصة، و كذا إلى الصياغة المؤسسة على المهنية و الاحتراف، و مراعاة أخلاقيات و أطر العمل الإعلامي و أساسياته المعرفية، لتطرح إشكاليات و قضايا مؤرقة للمنتج الإعلامي و فعالياته في بناء مجتمع المعلومات و قدرته على أن يصنع لنفسه إطارا لمنظومة اجتماعية فاعلة و مؤثرة.

✓ **مصدرية المادة الإعلامية:** فوسائط الإعلام الجديد قد أتاحت فرصا لم يسبق لها مثيل سوءا.

✓ **مصدقية المادة الإعلامية:** حيث يثير تدفق هذه المادة عبر أجهزة إلكترونية مباشرة مترابطة قضية مصدر هذه المادة الحقيقي و الأولي، و مدى مصداقيته و التحوير و التعديل و التشويه و القص، و النسخ الذي حدث و يحدث لهذه المادة الإخبارية أو الإعلامية بفعل تعاقب الأطراف الناقلة لها.(مريم بوسفت، مفيدة كشرود،2018،ص65).

✓ **موضوعية المادة الإعلامية:** و مدى تأثير تنوع و زيادة المصادر المتاحة على توفير مناخ إبداعي و إنتاجي للرسالة أكثر موضوعية، يتيح مساحة أكبر أمام وجهات النظر المختلفة، فالقائمون على إعداد الرسالة الإعلامية في

الوسائل التقليدية لم يعودوا يلتقون إلا نادرا، فقد اختلفت في بعض المؤسسات الأقسام، و معها أسر التحرير، و غابت مقارعة الأفكار و تلاحقها بين الصحفيين و رئيس التحرير و مسؤول البرنامج.

✓ ضبابية و اختلال العلاقة بين المصدر و المرسل و المنتج و المقدم للمادة الإعلامية: فإن الوسائط الجديدة التكنولوجية الحديثة قد وفرت للجميع المعلومات اللازمة لأن يتحول الجميع إلى مصادر أساسية للحدث، و الواقعة، و الخبر، و القصة الإعلامية، و بذلك تنقلب موازين العلاقة و تتداخل الأعمال و الوظائف.

✓ فضلا على ذلك غالبية الصحفيين القائمين على المواقع الالكترونية يصنفون في فئة الهواة غير المحترفين: هم الذين يعملون وفق منطق الدافع و الحس و الفضول الصحفي و هم لم يتلقوا تعليما في المجال، و لم يكتسبوا خبرات تدريبية لممارسة وظيفة الإعلام و الكتابة الإعلامية.

✓ وضعت وسائل الإعلام الجديد معايير لوصفات المحتوى الالكتروني: فالخبر الصحفي على سبيل المثال أصبح أقصر و تلعب فيه الوسائط المتعددة دورا أساسيا مقارنة بالخبر وفق المعايير التقليدية لإنتاجه، و الأهم من ذلك أن وسائل الإعلام الجديد قد وضعت نهاية زمن المصدر الواحد للمعلومة و المعرفة، و ما نعيشه الآن هو زمن المصادر المختلفة للمعلومات و لم يعد واحدا كافيا لمستهلكي الإعلام الجديد.(مریم بوسفط، مفيدة كروود، 2018، ص 66).

✓ لم يعد إنتاج محتوى الإعلام الجديد حكرا على المؤسسات الإعلامية المتخصصة: فأدوات الإعلام الجديد تتيح للجميع إنتاج المحتوى و التواصل مع مصادر المعلومة و الخبر حول العالم، كما أن نشر هذا المحتوى و الترويج له أصبح متاحا للجميع.

فملايين مقاطع الفيديو التي يتم تحميلها على موقع مثل يوتيوب، و كذلك ملايين المدونات التي يتم نشرها و تحديثها بمواد ينتجها مواطنون حول العالم، بالإضافة إلى الإذاعات الموجودة على الأنترنت، و روابط البث المباشر و تلفزيون الواقع كلها نماذج لما ينتجه المواطن الصحفي بفضل الأدوات التي يمتلكها كهاتفه المحمول المزود بكاميرا و جهاز كمبيوتر شخصي و مصدر للاتصال بالأنترنت، الأمر الذي يدفعنا للقول بأن أدوات الإعلام الجديد قد أحدثت تغييرا غير مسبوق في طبيعة من ينتجون المحتوى على الأنترنت أو على الوسائط الأخرى.(مریم بوسفط، مفيدة كروود، 2018، ص 67).

8- طبيعة العلاقة بين الإعلام التقليدي و الجديد:

أ- مساحات الصراع و المنافسة بين الإعلام التقليدي و الجديد: مع تدفق التقنيات الاتصالية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية و نظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة، و أجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت، و التي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال معولة

هي الأخرى، يقول برودي بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت".

و من بين المساحات الدالة على الصراع و المنافسة نذكر منها:

✓ **مصدرية المادة الإعلامية:** فوسائط الإعلام الجديد قد أتاحت فرصا لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها أو استخدامها، و قد انعكست هذه التطورات على أساليب جمع و إنتاج و توزيع المعلومات (مُجد علاوة، 2017، ص 182).

✓ **مصادقية المادة الإعلامية:** حيث يثير تدفق هذه المادة عبر أجهزة إلكترونية مباشرة و مترابطة، قضية مصدر هذه المادة الحقيقي و الأولي، و مدى مصداقيته، و مدى التحوير و التعديل و التشويه و القص و النسخ الذي حدث و يحدث لهذه المادة الخيرية أو الإعلامية بفعل تعاقب الأطراف الناقلة لها.

كذلك فإن هذه التكنولوجيات و بما وفرته من تسهيلات للوصول إلى مصادر المعلومات أخذت تبعد أكثر فأكثر الإعلامي عن الميدان، و لم يعد في بعض الأحيان المراسل أول من يكون في موقع الحدث ليصف الوقائع و يسأل الفاعلين و الشهود، إنما يكتفي بالاعتماد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا.

✓ **موضوعية المادة الإعلامية:** ومدى تأثير تنوع و زيادة المصادر المتاحة على توفير المناخ الإبداعي و الإنتاجي للرسالة أكثر موضوعية، يتيح مساحة أكبر أمام وجهات النظر المختلفة، فالقائمون على إعداد الرسالة الإعلامية في الوسائل التقليدية لم يعودوا يلتقون إلا نادرا، فقد اختفت في بعض المؤسسات الأقسام و معها أسر التحرير، و غابت مقارعة الأفكار و تلاحقها بين الصحفيين و رئيس التحرير، و مسؤول البرنامج، كما غابت النقاشات حول "التوجه الإعلامي"، و أكثر من ذلك، فإن اجتماعات هيئات التحرير أصبحت نادرة مما أدى إلى تركيز الصلاحيات في بعض الأحيان في أيدي قلة مسيرة" (مُجد علاوة، 2017، ص 183)

✓ **مظاهر التكامل بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد:** و التي تتجلى أكثر في الآتي:

تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورتها و ساهمت بشكل كبير في جعلها أكثر انتشارا، و تنوعا في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه جمهور المتلقي: فقد تغيرت الجرائد و المجلات و ظهور مستحدثات جديدة في مجال صف الحروف و توضيبيها، و في نظم الطباعة و نظم إرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثر في أساليب التحرير و الإخراج و الإنتاج بشكل عام. (مُجد علاوة، 2017، ص 183).

✓ إن دخول الحاسوب و نظام النشر المكتبي إلى الصحيفة اليومية حمل كثيرا من التغيير في سير العمل داخل غرف التحرير و الإنتاج و التصميم و الإخراج، و يمكن تلخيص أهمها في:

✓ الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية أثر في طريقة تلقي الأخبار اليومية من وكالات الأنباء التي تشترك معها الصحيفة، فالجريدة التي تستخدم الحاسوب تستقبل تقارير وكالات الأنباء عن طريق وسيط أنباء، و هو نظام لمعالجة الاخبار الواردة من الوكالات يقوم بعملية استقبال الأخبار ثم يوزعها أوتوماتيكيا على المحررين، فالمحرر يملك خيار الاطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة دون تحديد موضوعي أو جغرافي إذا شاء، فالمحرر الذي يهتم بالأخبار العلمية أو المسؤول عن صفحة العلوم يملك خيار استقبال الأخبار و التحقيقات التي لها علاقة بموضوع صفحته فقط، و بذلك فهو غير معني بالأخبار السياسية التي تبثها وكالات الأنباء للصحيفة التي يعمل فيها.

ب-العلاقة بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد:

- ✓ هناك منافسة شديدة بين وسائل الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد.
- ✓ هناك أرقام مؤكدة حول انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي و ازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في المجال الصحفي.
- ✓ بعض وسائل الإعلام التقليدي أخذت تعيد تكوين نفسها و تعيد بناء ذاتها لتندمج في الإعلام الجديد، و تكون جزء منه (مُجد علامة، 2017، ص 184)

✓ كما يرى آخرون أن العلاقة بينهما تتجلى فيما يلي:

- ✓ في ظل هذه الهيمنة الإعلامية للإعلام السائد تبرر قدرة المواطن العربي على مقاومة الإعلام السائد عبر التعرض لمصادر المعلومات التي تتسق مع قيمه و مواقفه و اتجاهاته، و الابتعاد عن الإعلام الذي يصطدم مع تلك القيم و المواقف و الاتجاهات، و يقدم ناشطو الإعلام الجديد المعلومات اللازمة للحراك الاجتماعي و السياسي مثل تفاصيل اللقاءات و الاعتصامات و التظاهرات و عناوين الشخصيات و الجهات المستهدفة بالاحتجاج، مشكلين بذلك شبكات تضامنية بين المهتمين بقضايا الجمهور، و هكذا فإن الإعلام الجديد يتجاوز مجرد تقديم المعلومات إلى التحفيز و الحشد و الإثارة.
- ✓ أن الإعلام الجديد يمثل في رأينا جرس إنذار لوسائل الإعلام التقليدية من جرائد و مجلات و قنوات تلفزيونية التي يشعر الناس بالإحباط اتجاهها و الشك في مصداقيتها، و الانزعاج من صعوبة الوصول إليها أو التأثير فيها، و عدم المشاركة في صياغة رسائلها الإعلامية، و هو ما يجب أن يدفع المؤسسات العربية إلى التخلص من الأخطاء الفادحة التي وقعت فيها عبر العقود، كما يحتاج الإعلاميون كواقفة صادقة و جهود جبارة لتصحيح أخطائهم و زيادة مصداقيتهم و تطوير ارتباطهم بالشارع و فتح أبوابهم للآراء الأخرى.

9- مفهوم الأنترنت:

- ✓ الإنترنت أو الأنترنت أو الإنترنت أو الأنترنت هي مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب حول العالم، والتي تقوم بتبادل فيما بينها بواسطة تبادل الحزم باتباع بروتوكول الأنترنت الموحد
- ✓ الأنترنت هو نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكول موحد هو بروتوكول الأنترنت. (مروى عصام صلاح، 2015، ص75).

10- نشأة و تطور الانترنث:

إن الفكرة الأولى للإنترنت تعود إلى العام 1945 عندما طرح فاتفاروش آلة أطلق عليها اسم ميمكس ماشين لتنظيم المعارف الإنسانية و الربط بينها، و تمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية و الوصول إلى المعلومات المرتبطة بها، و في عام 1947 طورت شركة إيه تي أندتي الأمريكية المتخصصة في مجال التراتستور، هذا النظام الذي قاد إلى الثورة الرقمية و تكنولوجيا الضغط الرقمي و من الإسهامات العلمية التي قادت إلى ظهور الإنترنت فكرة النص الفائق التي قدمها تيد نيلسون عام 1962، و لم ينتقل هذا إلى حيز التطبيق إلا بعد أربعة أعوام من قيام وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية و التي ضغطت الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط عددا من أجهزة الكمبيوتر و تسمح بتبادل المعلومات بينها، و هي شبكة اربانت التي بدأت العمل الفعلي عام 1969 و هي شبكة معلومات أنشأتها وزارة الدفاع الأمريكية لدعم المشاريع و البحوث العلمية في مجال الدفاع و الشؤون العسكرية. و ظلت الأربانت مقتصرة على استخدام وزارة الدفاع حتى عام 1986، حيث فتح المجال أمام الباحثين و الأكاديميين لاستخدام هذه الشبكة على نطاق أوسع و ارتبطت معها شبكات أكاديمية و بذلك تحولت الأربانت إلى الأنترنت. (عباس ناجي حسن، 2016، ص 53).

و استطاع الأنترنت خلال بضعة عقود من الزمن أن تسهم في تغيير الثقافات و المواقف في شتى مجالات الحياة و خاصة على وسائل الإعلام التقليدية و مناهج دراستها و طرق تحليلها من خلال تأثيراته الإنسانية و الاجتماعية، وفقا لمقولة مارشال ماكلوهان الاتصالية الشهيرة الوسيلة هي الرسالة و التي جوهرها نظرية اتصالية تتمحور حول مفهوم أن المجتمع يتشكل ثقافيا بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها أكثر مما يتشكل بفعل الرسالة و مضمون وسيلة الاتصال ذاتها.

و بفضل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات و تقنية المعلومات تمهدت السبل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا إلى البيئة الإلكترونية (الأنترنت) للحصول على المعلومات.. هو ما جعل الأنترنت وسيلة وأداة ضرورية

في الاتصالات بكافة أشكالها في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الأمر بالكم الهائل من المعلومات أم التثقيف أو التسلية (عباس ناجي حسن، 2016، ص 53).

و الإمتاع مكنها من ذلك أيضا قدرتها على الجمع بين إمكانات التلفزيون و الراديو و الصحيفة و الهاتف في وقت واحد.

و أهم ما يميز الإنترنت، أن الطريقة التي يحدث فيها الاتصال على الشبكة يختلف إلى حد ما عن الحال في وسائل الإعلام التقليدية، كالصحف و الراديو و التلفزيون، إذ تمتلك الإنترنت قدرة نقل الرسائل من شخص واحد إلى جماهير من المستقبلين فهي تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي و جمعي و جماهيري دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال الاتصالية.

لذا فالتكنولوجيا الحديثة قد فرضت على الإعلام التغير ليصبح توأصلا، أي حوار ذو اتجاهين لا مجرد إعلام أحادي من المرسل إلى المتلقي، و إنما تجاوز ذلك إلى مهام التعلم و التعليم و الترفيه و استرجاع المعلومات، فضلا عن التراسل عبر البريد الإلكتروني و التحاور عن طريق حلقات النقاش و عقد المؤتمرات عن بعد. (عباس ناجي حسن، 2016، ص 54)

11- عناصر الأنترنيت: تحتوي الأنترنيت على ثلاث عناصر أساسية لا غنى لها عن أي منها، بل لا

موجود للأنترنيت أصلا من دون تلك العناصر مجتمعة.

أما العنصر الأول فهو: أجهزة الحاسب الآلي، و البرامج التي تعمل عليها؛ إذ توجد حتى الآن الملايين من تلك الأجهزة على الأنترنيت، و تحتوي على أنواع مختلفة من الخدمات و المعلومات المتوفرة على مدار اليوم.

أما العنصر الثاني: فهو الناس، إذ يوجد في عالم الأنترنيت حتى الآن عشرات الملايين من الأفراد الذين يقضون جزء من أوقاتهم على الأنترنيت يتحدثون و يتراسلون، و يتبادلون الخبرات و التجارب، و يجوبون عالم الأنترنيت مستفيدين من العنصر الأول.

أما العنصر الثالث: فيشمل كل ما من شأنه أن يمكن تلك الأجهزة من التواصل و تبادل المعلومات مثل: المحولات و المقسمات، و الأسلاك و البنى التحتية للدول المتصلة بالأنترنيت، بما في ذلك الأقمار الصناعية و محطاتها الأرضية. (عبد القادر بن عبد الله الفتوح، 1998، ص 15).

12- استخدامات الأنترنت:

تعمل شبكة الأنترنيت على إشباع العديد من الحاجات لمستخدميها، و ذلك على الرغم من التباين الشديد في هذه الحاجات، ساعد على ذلك الطبيعة الديناميكية للشبكة، و الانتشار الواسع الذي يتمتع به، و تمتعها بخاصية الوسائط المتعددة التي تتيح عرض و نقل المعلومات ب الصوت، الصورة، الرسم، الحركة، النص.

و المقصود باستخدام شبكة الأنترنت " الجلوس أمام شاشة الحاسب و التعامل مع البيانات و المعلومات من و في أي مكان، بهدف إشباع الحاجات التي تلح على الفرد و يرغب في إشباعها"، و ذلك وفقا لأهداف الدراسة الحالية.

أما عن الخدمات التي تقوم شبكة الأنترنت بتقديمها إشباع الحاجات لجماهيرها فتتمثل في:

✓ **البريد الإلكتروني:** و تعد هذه الخدمة من أقدم الخدمات التي تقوم الشبكة بتقديمها لمستخدميها، و نشأت هذه الخدمة على يد "ليونارد كليزوك" عام 1969.

و يقبل المستخدمون على الشبكة، على هذه الخدمة الأسباب التالية:

- سرعة وصول الرسالة إلى أي مكان في العالم خلال لحظات قليلة.

- عدم وجود وسيط بين المرسل و المتلقي، و بعبارة أخرى عملت هذه الخدمة على إلغاء كافة القيود الإدارية المفروضة على البريد، بالإضافة إلى التكلفة المنخفضة للإرسال. (حسن علي مجد، 2006، ص 58).

✓ **المحادثات:** و هي خدمة توفر إمكانية التحدث بين فردين أو أكثر بقراءة عبارات بعضهم البعض في نفس لحظة كتابتها، مع إمكان تدعيمها بالصوت و الصورة و الحركة.

✓ **المؤتمرات :** و مجموعات النقاش، حيث تتم اللقاءات عن بعد ووجهها لوجه و هذه الخدمة عادة ما تجمع بين الخبراء و الاستشاريين و الأفراد العاديين.

✓ **البحث عن المعلومات:** حيث يمكن للمستخدم أن يقوم باستدعاء المعلومات من قواعد البيانات المنتشرة في كافة أرجاء العالم.

و يكون ذلك إما بالخول المباشر إلى مواقع بنوك المعلومات أو باستخدام محركات البحث s التي تتيحها الشبكة، و منها على سبيل المثال لا الحصر. جوجل. (حسن علي مجد، 2006، ص 59).

✓ **التجارة الإلكترونية :** و من خلال هذه الخدمة يتم عرض السلع و المنتجات و التسوق، و كذلك عقد الصفقات التجارية عن بعد و على الخط. (حسن علي مجد، 2006، ص 60).

13- خصائص الأنترنت:

الشبكة العنكبوتية شبكة للمعرفة و التواصل، وظيفتها الاتصال، حالها كحال بقية وسائل المعرفة لها خصائص تميزها عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى منها:

***العالمية:** ألغت الأنترنت كل الحواجز الجغرافية، و الحدود الإقليمية، و تحطت الفواصل الطبيعية، و استعصت على الضوابط الأمنية، و يمكن من خلالها الوصول إلى أي مكان في العالم، فالإنترنت أداة فاعلة من أدوات الاتصال الحديثة .

***رواج الاستعمال:** حققت وسيلة الأنترنت انتشارا ورواجا لم تشهده أية وسيلة إعلامية أخرى، و المتتبع لهذه الشبكة و ما آلت إليه يدرك حجم الاستعمال الذي وصلت إليه، و ذلك لمجموعة من المزايا و الأسباب كقلة تكلفة الاستعمال، و تكلفتها القليلة مقارنة بما تقدمه الشبكة، إضافة إلى سهولة الاستعمال، و ذلك من خلال ما توفره من معلومات و خدمات مختلفة تعليمية و ثقافية، سياسية و اجتماعية، تجارية و ترفيهية... إلخ. (رضا بوغزة، 2017، ص 63، 64).

***وسيلة متعددة الوسائط:** إن شبكة الأنترنت متعددة الوسائط (مليميديا)، نصوص، صوت، صور متحركة و ثابتة و رسومات و غيرها، و يتميز الإنتاج في الملتيميديا بالافتراضية، كما يمكن للمستخدم الانتقال من موضوع لآخر، و تتألف كلمة مليميديا من جزئين الأول أي متعدد، و الثاني ، و تشير إلى الوسائط المادية الحاملة للمعلومات كالورق و الأنشطة و الأقراص السمعية البصرية الممغنطة و غيرها.

***التفاعلية:** الأنترنت وسيلة اتصال تفاعلية فالمشترك يستطيع أن يكون مرسلا و مستقبلا في الوقت نفسه، فهو لا يستطيع تلقي بريده الإلكتروني، و الإجابة عليه، و يستطيع تصفح مختلف المواقع، و يؤسس لنفسه موقعا على الأنترنت، و يضع فيه ما يشاء من معلومات، و من بينها التفاعلية و الإرشادية و هي التي ترشد المستخدم بالتوجيه إلى الصفحة التالية أو السابقة، أو العودة إلى الأعلى، أو إلى صفحة الاستقبال و غيرها.

***التزامية و اللاتزامية:** فالمستخدم لأنترنيا يمكنه أن يتعرض للمعلومات أو الأخبار في الوقت الحقيقي، أي في وقت النشر و البث، أما اللاتزامية فتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، و لا يتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه (رضا بوغزة، 2017، ص 65).

14. مخاطر و أضرار الأنترنت:

رغم النجاح الذي يحققه الأنترنت، و رغم الخدمات المتعددة، فإن هذا لا يعني أنها لا تخلو من السلبيات، و قد تكون خطيرة التأثير على مستعمليها إذ نوجز أهم هذه المخاطر فيما يلي:

- ✓ تعرض الفرد إلى جرعة من الأشعة و خاصة أن الفرد و المستعمل للأنترنت لا يبعد عن الحاسوب إلا حوالي 30 سم، بعكس شاشة التلفزيون التي تبعد عنها بأضعاف المسافة.
- ✓ اعتزال الفرد المشترك في الأنترنت عن المجتمع،
- ✓ السرقة الإلكترونية أو ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية، و تتمثل في سرقة المعلومات، و كذلك زرع الفيروسات مما يسبب خلل في النظام أو الشبكة.

- ✓ الملكية الثقافية و الفكرية، فالمشترك في الأنترنت يستطيع الحصول على أية معلومة أو وثيقة بحرية تامة و نسخها عن بعد في آله الطابعة، و قد يكون الحديث حينها عن حقوق المؤلف و مسألة الملكية الفكرية ضربا من العبث.
- ✓ الأنترنت وسيلة تتحكم فيها الدول المتقدمة مما يزيد في اتساع الهوة بين الدول المتخلفة و الدول المتقدمة.
- ✓ تكثر فيها السرقات و التحريفات و إمكانية تزيف الوقائع أو تغيير الأحداث .
- ✓ يمكن أن يكون تهديدا لأمن بعض الأفراد أو الدولة (مُجّد طيبي، 2010، ص72).

15- الشبكات الاجتماعية :

تعريفها:

- ✓ مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت العالمية ، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات.
- ✓ هي مجموعة من المواقع يتم من خلالها التشارك و التشبيك بين عدد من المستخدمين، يكون كل فرد منهم مجتمعه الافتراضي الخاص به، الذي يقوم من خلاله بمشاركة اهتماماته و أنشطته و كذلك تبادل الأخبار و المعلومات و الملفات النصية أو المصورة، و كذلك الوسائط مسموعة أو مرئية، و هذه الاستخدامات غالبا ما تكون عامة و ليست تخصصية في كثير من الأحيان. (بشرى حسين الحمداني، 2014، ص136).
- ✓ منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من تم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن مُجّد الدوسري، 2015، ص21).
- ✓ تعريف محمود عبد الستار: هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة و تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة مثل: التعارف و الصداقة، المراسلة، المحادثة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام و صفحات للأفراد و المؤسسات المشاركة في الأحداث و المناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور و الفيديو و البرمجيات.

16- نشأة و تطور شبكات التواصل الاجتماعي

في عام 1954 صاغ جون بارنز، و الذي كان باحثا في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي و تقليدي و تلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالعوائل و الأسر. (حسين محمود هنيبي، 2015، ص78). و في السبعينات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم الآلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات، و مصدر ذكاء تلك الطرفيات.

و بعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت) في منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل Classmatrees.com عام 1995، و هو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، و كانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء و الزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، و فرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، و كان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء و الزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً، و عضوية هذا الموقع مجانية.

و بعد عامين أطلق موقع SIX DEGREES.COM الذي أخذ اسمه من عبارة SIX DEGREES OF SEPARATION "ست درجات من الانفصال"، التي أخذت من تجربة "العالم الصغير"، لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفرد ستانلي ميليغرام و هو موقع اجتماعي للاتصال و التواصل بين الأصدقاء و المعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، و إدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح منذ عام 1998 إمكانية تصفح هذه القوائم، و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و 2001 التي لم تحقق نجاحاً لعدم جدوتها المادية. (حسين محمود هتيمي، 2015، ص 80).

وما بين 2002 - 2004، بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها فقد ظهر موقع "JOHATHAN ABRAMS"، و يقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، و التقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية، و سمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور، ملفات الأصدقاء، الأفراد.

و ظهر في فرنسا في نفس العام شبكة "Skrovk" كموقع للتدوين، ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية عام 2007م. و بعدها ظهر الفيس بوك 2004، و اليوتيوب في 2005، و تويتر 2006.

أما عربياً فهناك بعض الشبكات الاجتماعية ظهرت مؤخراً، لكنها لم ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى و منها: ياهو مكتوب و هو من أشهر المواقع العربية، التي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع، و تقدم لهم الخدمات العديدة منها البحث عن أصحاب، تكوين صداقات، رفع ملفات الفيديو، و الصور و إنشاء مجموعات... (حسين محمود هتيمي، 2015، ص 81).

و موقع "عربيز" Arabiz و هي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها عام 2009، و كانت متخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت بين الدول العربية. (حسين محمود هتيمي، 2015، ص 82).

17- خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية:

يمكن حصر أهم خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية في خمسة جوانب وفقاً لنظرية الوسيلة كالتالي:

- ✓ وسيلة بحث عن المعلومات: و هي من أهم خصائص الإعلام الجديد، و تقوم هذه العملية على وجود محركات بحث Search Engines تساعد على العثور على المعلومات المطلوبة في جميع مواقع الأنترنت أو أجزاء منها مثل مواقع الشبكات الاجتماعية، و تزيد من قيمة هذه المحركات بالنسبة للمستخدم توفرها على الهواتف النقالة، بحيث تصبح المعلومة بين يديه في أي مكان و أي زمان يرغبه. (خالد منصر، 2018، ص 80).
- ✓ وسيلة مشاركة جماعية: هذه الخاصية في ازدياد و تقوم على المشاركة في ألعاب الفيديو و ألعاب الكمبيوتر المختلفة وأجهزة الواقع الافتراضي، و ما يميز هذه الخاصية هو التفاعل بين المشاركين، و أنها تركز على الاستمتاع عن طريق عملية المشاركة و الأداء أكثر من إشباع المحتوى
- ✓ خاصية الاستبدال أو الإحلال للوسائل الأخرى: فمن الملاحظ أن الجمهور كثيرا ما يستبدل قراءة الصحف الورقية بتصفح مواقع الأخبار على الأنترنت و كذلك تنزيل الملفات الصوتية، و بديلا عن البرامج المسموعة و الإذاعات الخاصة بالأنترنت، و تقدم طرق مختلفة لعرض الأفلام بأشكال عديدة من أشهرها: يوتيوب للمشاركة بمقاطع الفيديو (خالد منصر، 2018، ص 81).

18- خدمات مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي:

- لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات و النشاطات المختلفة، و ذلك من خلال مجموعة من الخدمات و منها:
- ✓ الاتصال مع أفراد العائلة و الأصدقاء: ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم و الفوري مع مختلف أفراد الأسرة و الأصدقاء.
- ✓ تكوين العديد من الأصدقاء: لقد أصبحت البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هو.
- ✓ التسلية و ممارسة الهوايات: فقد أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب و التسلية، و تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين.
- ✓ التسويق و الإعلان: أصبحت مختلف المؤسسات تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، و ذلك من أجل الترويج و الدعاية لمختلف المنتجات عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة، كما أصبحت توفر المحيط الذي يقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.
- ✓ الخدمات الطبية: حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات و النصائح الطبية، الطب البديل.
- ✓ و تعدد استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعة المستخدم و الإشباع التي يسعى إلى تحقيقها سواء كانت معرفية نفسية، اجتماعية، أو ثقافية أو غيرها. (مريم نارمان نومار، 2012، ص 68، ص 69).

19- أهم مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها:

✓ الفيس بوك: من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

وهو موقع لتكوين الأصدقاء الجدد و التعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، و يمكن للمشاركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية أو المجموعات الاجتماعية، و هذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، و يمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم و يتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

و الموقع مجاني للمستخدمين و يجني إيرادات من الإعلانات، و يجمع بيانات عن المستخدمين، و يستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع و اهتماماتهم و نطاق أعمالهم، و تعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع الفيس بوك، و قد أشارت تصنيفات إيكسا لترتيب المواقع عالميا أنه يأتي في المركز الأول يليه جوجل ثم يوتيوب و ياهو.

و قد أسس الموقع مارك زوكربيرج وذلك عام 2004، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، و كان مشهورا بولعه الشديد بالإنترنت، و كان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة، و يمكنهم تبادل أخبارهم و صورهم و آرائهم و يسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات.(رضا أمين،2015،ص113،ص114).

و سرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، و اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى، أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، و استمر موقع فيس بوك قاصراً على طلاب الجامعات و المدارس الثانوية لمدة سنتين، و في سبتمبر 2006 قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، و كانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع.

و في أكتوبر 2007 اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفيس بوك نسبتها 1.6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك بنحو 15 مليون دولار.

و تبلغ القيمة السوقية للموقع الآن مائة مليار دولار أمريكي، و يستخدم فيس بوك مليار نسمة حول العالم وفقاً لما صرح زوكربيرج في أكتوبر 2012م.

و قد أزعج الفيس بوك السياسيين في كثير من دول العالم، و قامت بعض الدول بإغلاق الموقع كنتيجة للهجوم المستمر عليها قبل أعضاء الشبكة الاجتماعية الذين يكونون مجموعات للدفاع عن قضايا بعينها، كما يمكن توظيفه للدفاع عن القضايا الهامة.(رضا أمين،2015،ص115).

✓ مميزات الفيس بوك: يتميز الفيس بوك بسمات و خصائص كالتالي:

- 1- **الملف الشخصي:** فعند الاشتراك بالموقع، لا بد من إنشاء ملف شخصي يحتوي على المعلومات الشخصية، و الصور و الأمور الخاصة، و كلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، و كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن سلعاها بالتحديد.
- 2- **إضافة صديق:** و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة فيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- 3- **إنشاء مجموعة:** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية، و تستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة و الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعاتها.
- 4- **لوحة الحائط:** و هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا الاستخدام.
- 5- **الصور:** و هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها. (سعد سلمان المشهاني، فراس حمود العبيدي، 2020، ص 93).

✓ موقع تويتر:

شبكة اجتماعية أمريكية و موقع من أهم المواقع الإعلام الاجتماعي، يقدم خدمات التدوين المصغر، ينشر فيها المستخدمون و يتفاعلون معها عبر الرسائل المعروفة باسم التغريدات ، حيث يمكن للمستخدمين المسجلين نشر التغريدات و إبداء الإعجاب بها و إعادة تغريدها، و لكن يمكن للمستخدمين غير المسجلين قراءتها فقط. و يتصل المستخدمون بموقع تويتر من خلال واجهة موقع الويب الخاص به، من خلال خدمة الرسائل القصيرة، أو برنامج تطبيق الأجهزة الذكية التطبيق، ومقر الشركة في سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، و لديها أكثر من 25 مكتبا حول العالم.

يقدم خدمة تسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات على ملفاتهم الشخصية و استقبال تحديثات متابعيهم و أصدقائهم، أو غيرها من الرسائل و المعلومات في رسائل قصيرة تسمى "تويت" أو ما يعرف بالتغريدات التي تم تقييدها في الأصل ب 140 حرف، و لكن تضاعف إلى 280 كلمة لكل اللغات عدى لغات شرق آسيا في نوفمبر 2017م.

تم إنشاء تويتر في مارس 2006، و أطلق في جويلية 2006، بواسطة كل من جاك دروسي، نوح غلاس، بيز ستون ،إيفان ويليام (مبارك زودة، 2021، ص 253، ص 254).

✓ **مميزات تويتر التقنية:** للتدوين عبر موقع تويتر مميزات عديدة و مفيدة أهمها:

✓ **سهل و سريع:** بمجرد إدخال البريد الإلكتروني و تسجيل الاسم و اسم الاستخدام و كلمة السر الخاصة بالمستخدم، يصبح مشتركا بالموقع، و يستطيع عندئذ أن يبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أوم ن هاتفه المحمول إن كان يدعم تقنية الإرسال عن بعد،و إن أراد أن يعطي صفحة معلوماته الشخصية طابعا مميزا، فإن الموقع يتيح له إرفاق صورة شخصية له أو شعار مع كل تدوينة قصيرة، مما يضيف طابعا شخصيا مميزا له عبر الأنترنت.

✓ **مجاني:** إرسال الرسائل عبره مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول، و هي خاصة مكنت الملايين من تدوين و إرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم، و هذا ما ساهم في نشر تويتر حقا(خالد غسان يوسف مقدادي،2013،ص39).

✓ **أداة فعالة للتواصل مع العالم:** يمكن إرساله من الحاسوب أو الهاتف المحمول بسهولة و يسر، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء و المعارف أو التابعين له على الموقع و في لحظات.

✓ **مناسب للتواصل الشخصي:** يتيح للمستخدم أن يدون ما يفعله الآن، تعطي له طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي يريد إخبارها للمهتمين به، سواء ليطمئن عائلته أو يبلغ رسالة إلى مجموعته أو غيرها، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

✓ **الفورية:** تؤثر هذه الخاصية في نقل التصريحات و الأخبار العاجلة و الفورية، و هو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة و الرسمية اليوم في الغرب و الوطن العربي على حد سواء.

✓ **أداة تسويق فعالة:** فاليوم صار تويتر يستخدم من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم و عروضهم الجديدة، فرسالة قصيرة و مجانية يستطيع أن يعلن عن منتجه للعالم أجمع مجانا، كما يسمح له بنشر شعاره الشخصي مع كل رسالة.(خالد غسان يوسف المقدادي،2013،ص40).

✓ **اليوتيوب:**

✓ هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي استطاعت أن تستقطب ملايين المستخدمين يوميا من خلال التطبيقات التي تتيحها، و المتمثلة بالأساس في عرض مقاطع الفيديو في شتى المجالات، و إمكانية تحميل هذه الأخيرة و إعادة مشاهدتها و إبداء الرأي حولها و التعليق عليها.

✓ هو موقع مشاركة ملفات الفيديو، يقوم على أساسها "بث لنفسك" أو "دع لنفسك"، و يحتوي على مجموعة متنوعة من ملفات الفيديو المقدمة من طرف المستخدمين، بما فيها عروض للمنتجات و مقاطع فيديو أصلية قصيرة، يضم أيضا مجموعة من المحتويات المكونة بشكل احترافي من مقاطع لعروض تلفزيونية و إعلانات تجارية، و لقطات من

أفلام و أشرطة فيديو موسيقية. يمكن للمستخدمين عند زيارة الموقع الإلكتروني "يوتيوب" مشاهدة هذه الملفات، و لكن الأشخاص المسجلين فقط مع الموقع الإلكتروني يمكنهم مضع أشرطة فيديو على الأنترنت.

✓ و قد أحدث يوتيوب في بدايته مشاكل للمنتجين الذين لم تسوق أعمالهم بشكل جيد، و هو ما دفع بإدارة الموقع إلى تغيير اتفاقية الاستخدام حيث منعت وضع فيديوهات طويلة، و ما زال المستخدمون يتحايلون على هذه الاتفاقية من خلال تجزئة الملفات.(ريحانة البلوطي،2015،ص67).

✓ مميزات اليوتيوب:

- ✓ مشاهدة ملفات الفيديو و مشاركتها.
- ✓ يمكن مشاركة ملفات الفيديو الموجودة على اليوتيوب بسهولة على مواقع أخرى مثل الفيس بوك و تويتر.
- ✓ عرض مقاطع الفيديو بجودة عالية من خلال استخدام تقنية:أدوب فلاش
- ✓ يمنع موقع اليوتيوب رفع أي محتوى تكون حقوق النشر فيه محفوظة دون أخذ الإذن من صاحبه.(ريحانة البلوطي،2015،ص68،ص69).

20- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ الاستخدامات الاتصالية الشخصية: و هو الأكثر شيوعا، و لعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، و هذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، و على مستوى التقنيات و البرمجيات، و يمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات و الملفات الخاصة، و الصور و مقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف و الصداقة، و خلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات غالبا، و إن اختلفت أعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية.
- ✓ الاستخدامات التعليمية: تعزز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني، حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، و المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة و المعلم، و أولياء الأمور و الطلاب، و عدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر و استخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل و الاتصال التعليمي، فيمكن التواصل خارج أوقات الدراسة، و يمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع العلم، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل و الاتصال و المناقشة، و إبداء الرأي.
- ✓ الاستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها، و من مصادرها الرئيسة و بصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد أضاف إليها من مبالغات مقصودة

أو غير مقصودة، لتهويل الخبر أو تدويله أو تسييسه، بغرض التأثير على الرأي العام. (عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، 2015، ص68).

✓ **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل و الدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين، و أنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة و مواقعهم الثرية و هو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر، و تتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية، بالسهولة في الاستخدام و التواصل، و التوفير في الجهد و التكاليف. (عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، 2015، ص69).

21- سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ غياب المسؤولية الاجتماعية و الضبط الجماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي،
- ✓ نشر الإشاعات و المبالغة في نقل الأحداث.
- ✓ النقاشات التي تتعد عن الاحترام المتبادل، و عدم تقبل الرأي الآخر.
- ✓ إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات و الملفات دون فائدة.
- ✓ عزل الشباب و المراهقين عن واقعهم الأسري، و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ✓ ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا الأم و تضعف الهوية.
- ✓ انعدام الخصوصية التي تؤدي إلى أضرار معنوية و نفسية و مادية. (ناريمان حداد، 2019، ص150).

22- ماهية الصحافة الإلكترونية:

تعتبر الصحافة الإلكترونية من الوسائل الإعلامية الحديثة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، من حيث النشأة و الانتشار، إلا أنها سرعان ما لاقت انتشارا واسعا و قاعدة جماهيرية كبيرة من حيث الفاعلية و زيادة عدد المستخدمين و جلهم من الشباب، الأمر الذي جعل هذه الوسيلة في مقدمة الوسائل الإعلامية من حيث الاستخدام و الاطلاع؛ وقد فتحت الصحافة الإلكترونية عصرا جديدا فيما يتعلق بجرية التعبير، و قدمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحده قيود أو حدود أو رقابة، كما وضعتنا ظاهرة الصحافة الإلكترونية أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر و الرأي الآخر بمنتهى السهولة و اليسر. (مروى عصام صلاح، 2015، ص163، ص164).

23- تعريف الصحافة الإلكترونية:

✓ هي نوع من الاتصال المباشر بين البشر، يتم عبر الفضاء الإلكتروني كالأنترنيت و شبكة المعلومات و الاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون و آليات و مهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات و آليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني، كوسيلة أو وسيط اتصال، بما في ذلك استخدام النص و

الصوت و الصورة و المستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية و غير الآنية و معالجتها و تحليلها و نشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة. (مرؤى عصام صلاح، 2015، ص 165)

✓ كما عرفت الصحافة الإلكترونية بأنها: وسيلة من الوسائل المتعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار و المقالات، و كافة الفنون الصحفية عبر شبكة الأنترنت، بشكل دوري و برقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص و الرسوم و الصور المتحركة و بعض الميزات التفاعلية، و تصل القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة. (مرؤى عصام صلاح، 2015، ص 164، ص 165).

✓ و في تعريف آخر للصحافة الإلكترونية: إنها هي التي تخلت عن الشكل الورقي التقليدي، و استبدلت به شكلا إلكترونيا أو لا ورقيا. (أديب أحمد الشاطري، 2010، ص 04).

✓ يعرفها عبد الواحد أمين: وسيلة من الوسائل المتعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار و المقالات، و الأنواع الصحفية كافة عبر شبكة المعلومات العالمية بشكل دوري و رقمي مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص، و الرسوم، و الصور المتحركة، و بعض الميزات التفاعلية، و تصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسوب الآلي، سواء أكان لها أصل مطبوع أم كانت صحيفة إلكترونية خالصة. (أديب أحمد الشاطري، 2010، ص 5).

24- نشأة و تطور الصحافة الإلكترونية:

✓ لم ترتبط بدايات الصحافة الإلكترونية بداية ظهور شبكة الأنترنت مباشرة، بل كانت نتاجا لها، و استفادت مباشرة من الخدمات التي تقدمها.

✓ ظهرت الأنترنت في بدايات الستينات من القرن الماضي، حين أنشأت الو.م.أ وكالة مشروعات الأبحاث المتقدمة أبرا، لتكون لها الريادة و التقدم في العلوم و التكنولوجيا، وارتبط قيام الوكالة بالجيش في الستينات حيث عملت مع مؤسسة راند التي قدمت لها طلبا لإنتاج نظام أو طريقة ناجحة للتواصل، تكون قادرة على العمل حتى في أوقات الحرب النووية، للوصول إلى فكرة "شبكة" بدون سلطة مركزية، تستطيع العمل و التشغيل حتى لو بقي عدد من نقاطها الأساسية متضررا ولا يستطيع العمل، و بالفعل تم إنجاز الشبكة، و تطور الأمر في التواصل بين الجامعات الأمريكية، حتى اتساع الشبكة، ووصولها إلى أكبر نطاق على مستوى العالم كله، و ظهر ما سمي بالنشر الإلكتروني الذي تطورت معه الصحافة الإلكترونية.

✓ و أحدثت الأنترنت ثورة في عالم النشر الإلكتروني، و أصبحت المخطوطات تنقل إلكترونيا على أسطوانات، أو ترسل بالبريد الإلكتروني من حاسب إلى آخر، كما الأعمال الفنية عي أيضا أحد أكثر المستفيدين من الأنترنت، ممثلة في رسم الأشكال و إخراج صفحات الجريدة و المجلة.

✓ و مع مرور الوقت، وبالزهد من التجارب و الأبحاث أصبحت شبكة الأنترنت تضم أحدث التطورات المدهشة لما تتمتع به من نظام توزيع خادم، كما عملت على إيجاد بيئة تصميمية جرافيكية مميزة، و تشمل على نص معزز، و صوت، و مرئيات متحركة، و أعطى الاستخدام المبدع و الابتكاري للتكنولوجيا الحديثة، بما فيها النصوص المكتوبة، و الجافا و الكوكيز فرصة للأنترنت لتصبح بيئة اتصال تفاعلية. (الشفيع عمر حسنين، 2011، ص 14).

✓ و هو ما مثل في أعلى حالاته ظهور و تطور الصحافة الإلكترونية كإحدى أهم وسائل الاتصال الحديثة الناتجة عن التطور التكنولوجي، ذلك أن نجاح الصحيفة الإلكترونية مرتبط مباشرة بتوافر أجهزة الكمبيوتر، و تطور البرامج التي تسهل عملية الوصول إلى الأنترنت و التعامل معها.

✓ تطورت صحافة الأنترنت عبر تجارب التليكس، و الفيديو تكاس في أهمية الإذاعة البريطانية، و التجارب التفاعلية الأخرى في مجال النصوص شبكيا، و من استخدام الكمبيوتر في عمليات ما قبل الطباعة في بداية السبعينات من القرن الماضي، ثم تجارب تقديم الخدمات الصحفية بالهاتف، و هي التي ميزت عمل شبكة كمبيوسيرف و غيرها بدأ من عام 1980، و التي بدأ بعدها ظهور الصحافة الإلكترونية، عندما قدمت كمبيوسيرف خدماتها للجمهور مع 11 صحيفة مشتركة في وكالة أسوشيتدبرس الأمريكية، و كانت أول صحيفة تقدم خدماتها للجمهور هي كولومبس ديسباتش، أما الصحف الأخرى، فمنها واشنطن بوست، و نيويورك تايمز (الشفيع عمر حسنين، 2011، ص 1) إلا أن الخدمة توقفت في عام 1982 بعد انخفاض الشراكة، تبع ذلك ظهور الخدمات الصحفية في قوائم الأخبار الإلكترونية

✓ في الفترة الممتدة 1985-1988، و قد تواجدت صحف مختلفة في هذا النظام مثل صحيفة هاميلتون سبيكاتاتور من كندا. (الشفيع عمر حسنين، 2011، ص 15).

✓ و في بداية التسعينيات بدأت المؤسسات الصحفية تترك خدمة الفيديو للخدمات الكمبيوترية الشبكية بالطلب الهاتفي من خلال أمريكا أون لاین و بروغي و كمبيوسيرف، و في عام 1990 أجرت المنظمة الأوروبية للأبحاث الذرية أول النماذج التجريبية للشبكة التي انطلقت في العام اللاحق له، و حتى هذا التاريخ لم تكن هناك أية صحيفة على الأنترنت، ثم بدأت بعض المؤسسات الإعلامية في إيجاد مواقع لها في خدمات الأنترنت المختلفة التي ليس من بينها النشر على الشبكة.

✓ و من أبرز الجهات الصحفية التي انشأت موقعا على شبكة أمريكا أون لاین هي شيكاغو أون لاین في مايو 1992، كأول صحيفة إلكترونية صدرت بواسطة شيكاغو تريبيون، و في العام اللاحق 1993 استضافت شبكات كمبيوسيرف و أمريكا أون لاین عددا جديدا من الصحف.

✓ يذهب كاواماتو إلى أن موقع الصحافة الأول على الأنترنت انطلق في نوفمبر 1993 في كلية الصحافة و الاتصال الجماهيري في جامعة كاليفورنيا و هو موقع بالو ألتون أون لاين و ألحق به موقع آخر في يناير 1994 هو آلتو بالو ويكلي لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة.

✓ و في عام 1994 دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة و متزايدة، و بخاصة مع توفير خدمة الأنترنت مجاناً في الو.م.أ و في العالم المتقدم، بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور الشبكة و توزيعها.(الشفيع عمر حسنين،2011،ص16).

✓ و عن أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الأنترنت، يورد أحد الباحثين أن الصحيفة اليومية العربية التي توافرت إلكترونياً لأول مرة عبر شبكة الأنترنت هي صحيفة الشرق الأوسط التي نشرت في عددها الصادر في 6 سبتمبر 1995 خبراً على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنه ابتداءً من 9 سبتمبر سوف تكون مواد الصحيفة اليومية متوافرة إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الأنترنت(الشفيع عمر حسنين،2011،ص17).

25- أنواع الصحافة الإلكترونية:

الصحافة الإلكترونية تعتمد على الحاسبات الإلكترونية و تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي:

✓ الصحافة الإلكترونية الفورية: و هي التي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات و قواعد البيانات و خدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجاناً، مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الأنترنت، و تتميز بالتفاعلية و التجديد المستمر في المحتويات، و استخدام لغة الهايبر تكست.

✓ الصحافة الإلكترونية غير الفورية: التي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل: الأقراص الضوئية أو الأقراص المرنة و هناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ربطها بالحاسبات الإلكترونية، مثل: الصحافة التي تعد طبعات خاصة معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل، و يطلق عليها صحافة الفاكسميل، حيث يتم استقبالها على أجهزة الفاكسميل.(رضا عبد الواحد أمين،2007،ص97).

و تعد الصحافة الإلكترونية الفورية التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية.

و يمكن تقسيم هذا النوع من الصحافة وفقاً لعدد من الاعتبارات:

✓ أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار وجود أصل مطبوع أو عدمه: صحف إلكترونية خالصة أو كاملة و هي أيضاً على صورتين:

✓ صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، و صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع.

✓ نسخ إلكترونية من الصحف الورقية، و هي مواقع الصحف الورقية على شبكة الأنترنت، و هذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين:

✓ صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني، و صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

✓ أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع:

و هو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الأنترنت، و تنقسم الصحف الإلكترونية إلى أربعة أنواع: الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي و الذي يتيح نقل صور تشكيلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الأنترنت، و هي تقنية غير جيدة، بالإضافة إلى أنها لا تمكن القارئ من الميزات التفاعلية، و مثالها جريدة الشعب المصرية، و السياسية الكويتية (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 99).

✓ الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول PDF:

و هو نمط قريب من النمط السابق، و يتيح نقل النصوص و الأشكال و الصور و الرسوم و الصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على شبكة الأنترنت بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية، و مثالها جريدة السفير اللبنانية و المدينة السعودية.

✓ الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق:

و هو النمط الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية و يستفيد من إمكانيات الأنترنت المتعددة و أهمها: الجمع بين النص و الصورة و الصوت و لقطات الفيديو، و إمكانية توافر خدمات البحث و الأرشفة و نسخ النصوص و مثال ذلك: جريدة الأهرام المصرية، الرياض السعودية...

✓ صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق و النمط المحمول: للاستفادة من مزايا النظامين، حيث النص

الفائق يوفر الميزات التفاعلية، و عرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة، و النص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة، و ذلك لأن البعض يفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها، و مثال ذلك: صحيفة المستقبل و النهار اللبنانيين. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 100).

✓ أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة: صحف عربية تصدر من دول عربية: مثل السياسة الكويتية الرياض السعودية و غيرها.

✓ صحف أجنبية وهي كثيرة جدا منها نيويورك تايمز و واشنطن بوست و غيرها.

✓ صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي مثل: الحياة و الشرق الأوسط اللتان تصدران بالعربية من لندن.

✓ كما تنقسم الصحف الإلكترونية تقسيمات أخرى باعتبار المحتوى و مجال الاهتمام، و اللغة، و التخصص و دورية الصدور، و هي التقسيمات التي تنسم بها الصحافة بشكل عام. (رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 101).

26. مزايا الصحافة الإلكترونية:

✓ بسبب الانقلاب الهائل الذي أحدثته الصحافة الإلكترونية أصبحت تنفرد بمزايا عديدة عن الصحافة المطبوعة مثل قدرتها في التغلب على القوانين و التراخيص و اللوائح التي تحاصر إصدار صحيفة و خاصة في العالم العربي، و انخفاض تكلفتها المادية بشكل كبير عن الصحافة المطبوعة، و سرعتها في نقل الخبر بالصور و أحيانا نقل الحوار بالصوت أو تصوير الحدث بالفيديو.

✓ بالإضافة إلى سرعة انتشارها، حيث يمكن أن تحصد قراء بالملايين بكل سهولة طالما أنها تقدم خدمة إخبارية جيدة و حقيقية.

✓ و كذلك معرفة المستخدم من أي دولة و الوقت الذي استغرقته في كل صفحة و ماهي الصفحات التي اطلع عليها، مما يساعد في عملاحصائيات عن اهتمام القراء، و ميولهم للمادة المكتوبة، و معرفة أكبر الأخبار نسبة في القراءة، و هو ما يقوم به عدد كبير من المواقع بشكل يومي مثل إسلام أون لاين، و ميدل إيست أون لاين. تستفيد الصحف الرقمية أو الإلكترونية من اتجاهين إعلاميين هما: تزايد الإعلان على شبكة الأنترنت، و انتشار الأجهزة الإلكترونية المحمولة على نطاق واسع.

✓ تسهيل قراءة الصحف الإلكترونية خاصة عندما يكون القارئ بعيد عن بيته و رغم ذلك فإن القراء لا يستمتعون بالقراءة على حواسيبهم المحمولة، إلا البعض منهم (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2011، ص 131، ص 136).

27. أهمية الصحافة الإلكترونية:

✓ سرعة انتشار المعلومات و وصولها إلى أكبر شريحة في أسع مجتمع محلي و دولي و في أسرع وقت و أقل تكاليف.

✓ سهولة تحديث و تعديل و تجديد الخبر الإلكتروني.

✓ توفر الصحافة الإلكترونية مساحة أوسع للأفلام الشابة و الهواة و لكافة شرائح المجتمع، و عدم اقتصار الكتابة على الكتاب المشهورين و المبدعين. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2012، ص 188).

✓ استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تتخطى الحدود المحلية و العربية و الدولية و حدود القانون و الرقابة.

✓ الصحافة الإلكترونية توفر الوقت و الجهد و المال لمتابعها.

✓ تتوفر الصحافة الإلكترونية في أي وقت و مكان و في أية دولة، و متى شاء القارئ قراءتها.

✓ احتواء الصحف الإلكترونية على استطلاعات رأي و استفتاءات تعطي مساحة كبيرة للقارئ من إبداء رأيه دون قلق لتكسر بذلك حاجز الخوف من الرقابة.

✓ توفر أرشيف و قاعدة معلوماتية للصحفي في كل وقت، إضافة إلى النقد و التعليق على الخبر الإلكتروني يزيد من مستوى مشاركة الفرد في صنع القرار. (عبد الرزاق مجد الدليمي، 2012، ص 189).

28- الصعوبات التي تواجهها الصحافة الإلكترونية:

- ✓ صعوبات مادية تتعلق بتمويلها و تسديد مصاريفها.
- ✓ غياب التخطيط و عدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.
- ✓ عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات كما هي الحال في الصحافة الورقية، حيث أن المعلن يشعر بعدم الثقة في الصحافة الإلكترونية.
- ✓ غياب الأنظمة و اللوائح و القوانين، و هو ما يحتاجه و نسعى للوصول إليه (ياس خضير البياتي، 2015، ص 173).

29- المقارنة بين الصحافة التقليدية و الصحافة الإلكترونية:

- ✓ الصحيفة الورقية تجمع الأخبار و المحتوى، و تحررها، و تخرجها من نصوص و صور ثابتة بأنواعها، و يتم طباعتها ورقيا، لتوزع في اليوم التالي.
- ✓ الصحافة الإلكترونية صحافة آنية، يتم تجديدها و تحديثها طوال اليوم، و على مدار الساعة، و تحتوي النصوص المكتوبة، و الصور الثابتة، و الرسوم البيانية و مقاطع الفيديو، و التفاعل الآني، و المشاركة الفعالة مع الجمهور، و ذلك في التعليق الفوري على الموضوعات و الأخبار، و المشاركة في اسطلاعات الرأي.
- ✓ كما تتميز النصوص المكتوبة في الصحافة الإلكترونية بأنها نصوص نشطة تعطي تفصيلات و معلومات أكثر عند النقر على الكلمة المفتاحية ذات الدلالة في النص، و غالبا ما تكون ذات لون مختلف في الكتابة و ذات خط سفلي.
- ✓ و تتميز أيضا أخبار الصحافة الإلكترونية و مقالاتها بأنها مصحوبة بروابط، تقود المتلقي إلى أخبار سابقة ذات صلة، أو مقالات أخرى لكاتب المقال و هكذا. (فهد بن عبد الرحمن الشميري، 2010، ص 185).

30- سلبيات الصحافة الإلكترونية:

- ✓ عدم خضوعها للرقابة .
- ✓ عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات .
- ✓ كسر بعض القيم الاجتماعية، و زيادة إمكانية التزوير.
- ✓ عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول النامية.
- ✓ أثرت سلبا على الحياة الأسرية و الاجتماعية.
- ✓ مؤسسات الصحافة الإلكترونية عملت على تناقص في عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية (عبد الرزاق

31- خصائص جمهور الصحافة الإلكترونية: من أهم خصائصه ما يلي:

- ✓ **الجهولية:** عناصر جمهور الصحافة الإلكترونية غير معروفين بدواتهم لدى القائم بالاتصال، حيث أن التغيير الذي أحدثته الأنترنت على وسائل الاتصال الرقمية، جعل من الجمهور غير معروف و يمتاز بخاصية التشتت، حيث بإمكان
- ✓ **أي فرد في أي مكان** من العالم الاطلاع على أي موقع خاص بدولة أخرى، فمثلما ألغت الأنترنت الحدود الجغرافية و المكانية في عملية الاتصال، فالجمهور لم يعد محدود بالمكان، و بالرغم من توفر تقنيات لقياس هذا الجمهور، إلا أنه يبقى مجهولا في خصائصه و تركيبته، معروفا بعدده. (إلهام بوتلجي، 2011، ص 85).
- ✓ **اختفاء الحدود بينها وبين المرسل:** ألغيت كل الحدود بين القائم بالاتصال و مستقبل الرسالة، لدرجة أصبح حتى الجمهور صناعا للرسلة الإعلامية، و أبرز مثال على ذلك: "ظاهرة المواطن الصحفي"، "إعلام الجماهير"، "الاعلام الاجتماعي"، "إعلام المواطن".
- ✓ **الحرية الكاملة:** يتمتع قارئ الصحافة الإلكترونية بالحرية المطلقة، مع تخطي الحدود الإقليمية و الدولية، و حدود القانون و الرقابة، على خلاف الصحافة الورقية التي تخضع لرقابة الناشر وفقا لسياسة و توجهات الجريدة. (إلهام بوتلجي، 2011، ص 86، ص 87).
- ✓ **إمكانية اتصال الجمهور مع بعضه:** بحيث تتيح الخدمات التفاعلية المقدمة بمواقع الصحف الإلكترونية لأفراد الجمهور الاتصال فيما بينهم و التفاعل، و هذه الخاصية تقدم للجمهور عبر حلقات و منتديات النقاش و القوائم البريدية، بحيث أصبح بإمكان الفرد التعبير عن رأيه مع عدة أشخاص في نفس الوقت، بفضل التقنيات المتاحة في الإعلام الإلكتروني.
- ✓ **هو جمهور شبابي** لأن أغلب الدراسات المنجزة تشير غلى أن قراء الصحف الإلكترونية جلهم شباب، حيث يشكل الطلبة و المهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم، وإن قراءة نصفهم للصحف الإلكترونية يشكل ركيزة يومية في حياتهم.
- ✓ **كما تمكنهم من متابعة الأخبار** من أي مكان، لأن الشبكة العنكبوتية تحتوي على آلاف الصحف الإلكترونية من مختلف بلدان العالم. (إلهام بوتلجي، 2011، ص 88).

32- الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية:

- ✓ **التقرير الإخباري الإلكتروني:** دخل الإعلام الإلكتروني، و يكاد يصبح الوسيلة الإعلامية و الاتصالية الأكثر حضورا و جماهيرية، و استطاع مجازاة الوسائل السابقة و جذب الجمهور، إن لم يكن قد سبقها و تفوق عليها في

كثير من القضايا، و بحكم كونه أتى متأخرا فهو ليس مؤثرا بقدر ماهو متأثر، و بحكمالطبيعة العامة التي تحكم إنتاج اللغو في النص الإلكتروني، نجدها لا تبتعد كثيرا عن سمات و خصائص النص في الإعلام المطبوع و المسموع و المرئي، فالإلكتروني يجمع سمات النص الإعلامي اللغوية في حاضنة واحدة، و يختلف عنها بطبيعته التقنية، لذلك لا يتعد النص في الإعلام الإلكتروني عن طبيعة النص في الإعلام المطبوع، و تتشابه اللغة المسموعة و المسموعة المرئية المنشورة في وسائل الإعلام الإلكتروني مع اللغة المنشورة في أوعيتها المستقلة الإذاعة و التلفزيون، و يمتاز الإعلام الإلكتروني بأنه شكل حاضنة جمعت وسائل التعبير السابقة في وعاء واحد.

✓ **التقرير الإخباري في الصحافة و المواقع الإلكترونية يشترط توفر مجموعة من الشروط أهمها:** ألا يتجاوز عدد كلماته 400 كلمة، والالتزام باللغة المباشرة و الأسلوب البسيط الواضح، و استخدام البيانات والإحصائيات لتعزيز محتواه في أقل قدر ممكن من الكلمات، و في حال كان مسموعا، على الصحفي أن ينتبه إلى خصائص الكتابة للراديو، و في حال كان مصورا، عليه الالتزام بشروط إعدادا التقارير التلفزيونية، و لعل الفارق الوحيد بين التقارير الإخبارية التي تبث عبر الوسائط الإلكترونية هو الطبيعة التقنية التي توفرها الانترنت من حيث ارتباط التقرير بتقارير أخرى ذات صلة، و عدم الإسهاب في نقطة معينة، و يمكن وضع وصلة تشعبية لهذه النقطة، و إمكانية مطالعة التقرير في أي وقت و شكل يريده المتصفح في ظل توافر الإمكانيات التقنية مسموعة كانت أم مقروءة أم مرئية. (مجد خليل الرفاعي، 2020، ص 211، ص 212).

✓ **الخبر الإلكتروني:**

قواعد كتابة الخبر الإلكتروني:

✓ "الإعلامي فانك": يمكن الحديث عن الخبر الإلكتروني انطلاقا من النصيحة الذي قدمها الإعلامي "فانك" لمحري الخبر الإذاعي و التلفزيوني فيقول: "إذ لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة احذفها، و إذا لم تضيف الجملة في توصيل المعلومة شيئا احذفها.

✓ الحشو ما هو إلا إعادة للتفكير و لا تحاول كل شئ متوفر عن شخص أو حدث أو فكرة إنك لا تستطيع ذلك، و إذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك"

✓ فهي إذن: الإيجاز و حسن الاختيار و مراعاة رغبة الجمهور و طبيعته.

✓ فالمحرر الناجح يبقي على ما هو ممتع و مهم و بعد ذلك يحزر الخبر الإلكتروني فيختصر المعلومات ثم الكلمات و العبارات ، فتححتاج هذه العملية إلى مهارة لغوية عالية و ذوق فني و حس صحفي بطباع جمهور الأخبار.

✓ **مبادئ التحرير الإلكتروني :**

✓ **الوضوح:** وذلك استجابة للطبيعة الخاصة بالإنترنت و القائمة على السرعة و تعدد الخيارات

✓ الاتساق: ان تكون عناصر الموضوع متناسقة و منسجمة.

✓ الدقة بمعرفة النصوص: فالأخبار الجادة و المعلومات تعتبر أحد الأسباب التي دعت الجماهير لاستخدام الأنترنت

✓ الكفاية و التناسب: و يتمثل ذلك في كفاية و تناسب المعلومات مع المبادئ و الممارسة التحريرية .

✓ التشييد: إذ تسمح للمحرر أن يصيغ عناصر جديدة مستخدما قدرة الحاسوب على تشييد أية وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات و إشارات تتوسع غير تشبيك مقاطع او فصول نصية عديدة(غلة أبو رشيد ، 2020،ص215).

33- الإذاعة الإلكترونية:

أ- **تعريفها:** تطلق عادة كلمة الإذاعة الإلكترونية أو عبارة البث الإذاعي على بث و توزيع محتوى مسموع أو مرئي، إلى حشد متناثر و موزع على بقع و مناطق جغرافية متباعدة و متقاربة معا، من الناس و عبر أي وسيط من وسائل الاتصال بالجماهير يكون مسموعا أو مرئيا أو معا. و هو يتم عادة عن طريق وسيط يقوم على استخدام الموجات الكهرومغناطيسية، أي موجات المذيع أو الراديو؛ و من جانب آخر فإنه قد يشمل الطرف المتلقي للمحتوى المذاع على عامة الجماهير، أو على قطاع، يكون عادة عريضا نسبيا منهم.

ب- استخداماتها

- 1- الأغراض التجارية مثل محطات الإذاعة و التلفزيون، واسعة الانتشار، و التي تعرض الإعلانات.
- 2- يتم استخدامها لتبادل الرسائل بطريقة غير تجارية، و كذا التجارب العلمية، و في مجال التدريب الذاتي، فضلا عن استخدام الاتصال بجمهور الناس في حالات الطوارئ.
- 3- و أخيرا يستخدم من قبل الهواة، أي محبي هواية الراديو، و كذلك هواة التلفزيون. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص 254).

ت- البث الإذاعي الرقمي : و منها ما يلي:

- ✓ يوفر البث الإذاعي الرقمي إرسال صوتيا فائق النقاوة، يماثل نقاوة الصوت الصادر عن تشغيل الصوت في الأقراص المدججة، مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر في البث التقليدي.
- ✓ يتوفر عدد أكبر من المحطات الإذاعية، مع توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة.
- ✓ إمكانية استقبال البيانات و المعلومات على المذيع أو الراديو الرقمي، كبث المعلومات الرقمية عن حالة المرور وغيرها ...

✓ إمكانية التسوق على الخطوط الإلكترونية، حيث سيتم توريد بعض أجهزة الاستقبال بأزرار خاصة لإتمام عملية التبضع و الشراء، عند الرغبة في اقتناء أي سلعة تعلن عنها النحلة، و يرتبط جهاز الراديو عادة بهاتف ينفذ عملية الاتصال لشراء السلع. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص 255).

ث- تطور البث الإذاعي الإلكتروني و مراحل البث الإذاعي:

- 1- البث الإذاعي عبر الهاتف، أو البث الهاتف: حيث يتم البث الإذاعي عبر الهاتف، و ذلك بين 1881، 1932، و انتشرت بفعل نظام الثيروفون، ألا و هو الهاتف المسرحي، و هي أنظمة لتوزيع محتوى السمعي، و تتيح للمشاركين متعة الاستماع لعروض الأوبرا، و المسرح على خطوط الهاتف، و قد ابتكرها كليمانت آدر عام 1881، و بعدها تطورت الإذاعة الهاتفية، لتتضمن خدمات جريدة الهاتف، التي تم تقديمها للجمهور في التسعينات من القرن 19، و كانت موجهة للجمهور من خلال الهاتف من النماذج الأولى للإذاعة الكهرو إلكترونية، و التي وفرت للمشاركين مجموعة من البرامج الإذاعية.
- 2- الإذاعة المسموعة أو السمعية: و بدأ عام 1920 و عبارة عن خدمات إذاعة سمعية، أو صوتية تبث عبر الهواء، كموجات راديوية من جهاز إرسال إلى هوائي، و إلى جهاز استقبال، لتبث هذه البرامج للجمهور.
- 3- الإذاعة الكبلية: أو إذاعة أف أم و قد انتشر في الو.م.أ عام 1928، و يوزع المحتوى عن طريق كابل، أو كبل محوري، و كان يستخدم كوسيط ناقل للبرمجة التقليدية التي تنتجها محطات الإذاعة، و هذا الوسيط الإعلامي لم ينتشر في الدول العربية. (عامر قنديلجي، 2015، ص 256).
- 4- البث المباشر عبر الأقمار الصناعية: البث الفضائي عبر الأقمار الإصطناعية أو عبر ساتل البث المباشر، و انتشر في العالم عام 1974، وبدأت تسمية الإذاعة الفضائية، عام 1990، و البث فيه موجه مباشرة للبيوت، و يمزج بين البرامج المسموعة أو التلفزة المرئية أو كليهما. بالإضافة إلى البرمجة المكرسة للإذاعة الفضائية.
- 5- البث على الأنترنت: البث الشبكي عبر الأنترنت، بدأ في الانتشار حوالي عام 1993، و المحتوى بدأ ينتشر عام 1994، و كان يبث نوعاً من البث الذي يسمح بنقل مزيج من برمجيات محطات الإذاعة المسموعة، بالإضافة إلى البرمجة المكرسة خصيصاً للإذاعة عبر الأنترنت.
- 6- راديو الأنترنت: أصبحت المحطات تبث برامجها عبر الأنترنت، و ساعد على زيادة عددها و لها قدرات خاصة، كما أن أجهزة برامج التصفح داخلية و إن كانت حسب، الحاسوب أصبحت تحتوي على بطاقة راديو.

و هذا الانتشار جعلها تحل محل الراديو التقليدي، في الاستماع للموسيقى و الأخبار أثناء ساعات العمل أو في المنازل.
(عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص 257، ص 258).

ج- مزايا الإذاعة الإلكترونية:

- 1- انخفاض تكلفة الإدارة و التشغيل.
- 2- عدم الحاجة إلى المنافسة على التردد الإذاعي.
- 3- انتشار البث في العالم، و لا تعيقه حدود جغرافية.
- 4- حرية التعبير.
- 5- **التفاعلية:** يمكن إرفاق البث الإذاعي الإلكتروني بالروابط و الصور و النصوص كما يمكن وجود غرف الدردشة و لوحات الرسائل، و يتيح هذا التطور للمستمع أن يفعل أكثر من مجرد الاستماع.
- 6- **الخصوصية:** توفر برامج راديو الأنترنت عددا كبيرا من أشكال البث، و خاصة في الموسيقى، و تكلفة البث الإذاعي أقل بكثير من البث عبر الأثير. (مروى عصام صلاح، 2015، ص 191).

34- التغييرات التي أحدثتها الإذاعة الإلكترونية الرقمية:

- ✓ تتيح تكنولوجيا البث الإذاعي الرقمي إرسال عدة قنوات صوتية، و في حزمة صغيرة من الترددات، و تستقبل برامجها بواسطة هوائي صغير.
- ✓ توفر عددا كبيرا من القنوات في صورة رقمية.
- ✓ تسعى الدراسات إلى تطوير تكنولوجيا جديدة تمكنها من بث البرامج الإذاعية الرقمية ضمن قنوات الإرسال التقليدي، و في الإشارات التقليدية نفسها.
- ✓ يوفر البث الإذاعي الرقمي إرسالاً صوتياً فائق النقاوة، مع إمكانية استقبال البيانات عليه. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص 259، ص 260).
- ✓ التفاعل أو النقاش إما على الهاتف أو البريد الإلكتروني.
- ✓ إمكانية تبادل الآراء على موقع الإذاعة على شبكة الأنترنت، حتى و إن توقف بث البرنامج على الهواء. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، ص 262).

35- التأثير و التفاعل لوسائل الاتصال الاجتماعي على الجمهور:

✓ التأثير:

✓ لقد مثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني فتحا تاريخيا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه، و أعطى مستخدميه فرصة أكبر للتأثير و الانتقال عبر الحدود بلا قيود و لا رقابة، مكا أعطى القنوات فرصة التعاطي المباشر مع الجمهور.

و بظهور وسائل الاتصال الحديثة بما تملكه من أدوات تفاعلية أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة في العملية الاتصالية، و صار بإمكانه الحصول على المعلومات و اختيار المناسب منها، و تبادل الرسائل مع المرسل بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات.

✓ و في هذا الوقت أصبح التمييز بين المرسل و المتلقي صعبا في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل، التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات و مهدت لما يعرف بالإعلام الجديد أو الإعلام الشعبي، و صحافة المواطن على اختلاف مسمياته، الذي يقوم فيه المستخدمون أنفسهم بإنتاج و تحرير مضامينهم الإعلامية المصورة بكاميراتهم الشخصية، أو المقتبسة من وسائل ووسائل إعلامية أخرى، و نشرها للملايين في أي وقت، و دون أي تكلفة مالية، كما أتاح إمكانية اكتساب معارف إضافية، و عبر التواصل الاجتماعي استطاع مواطنو الأنظمة الأكثر قمعا للحصول على معلومات تتعلق بحكوماتهم، حيث لا توجد وسائل رعب لطباعة الصحف، و لا شرط لفرض البث الإذاعي.

✓ الانترنت عامة تسمح برؤية متعمقة في البلدان و الثقافات، و هذا ما لم يكن موجودا قبلا، و من ثم ساهمت هذه التطبيقات في الوصول الأصوات إلى المحافل الدولية و إلى المنظمات الحقوقية و المهنية. (رمضان بن بجمة، 2021، ص 250، ص 251).

✓ أصبح للأفراد دور مؤثر عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الرقابة على الأداء الحكومي، و ممارسة الضغط على الحكومة و التأثير على الرأي العام و صانعي القرار السياسي. (رمضان بن بجمة، 2021، ص 251).

✓ فشبكات التواصل الاجتماعي ذات تأثير عالي الفعالية لم يتصوره المحللون و خبراء الإعلام و الاتصال، بل و تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث و الوقائع، من خلال بث الأخبار بلحظتها متضمنة صورا و مقاطع مرئية، التقطها شباب من أبناء الجيل الإلكتروني الجديد في سباق إعلامي مع القنوات الفضائية.

✓ أسهمت هذه الشبكات في صناعة ثقافة التأثير من قبل بعض المؤثرين من مستخدمي الإنترنت

(رمضان بن بجمة، 2021، ص 252، ص 253)

✓ التفاعلية:

✓ إن أهم ما يميز الوسائل الإعلامية الجديدة هو التفاعلية و الارتقاء بدور المتلقي إلى المستوى المشاركة بنسبة كبيرة في العملية الإعلامية و إن للتفاعلية عدة تعريفا منها:

✓ هي عملية تدعم العمليات المعرفية للمتلقي في علاقته بوسائل الإعلام و محتواها.

✓ يرى رايس أن التفاعلية تكون بين مكونات النظام بالإضافة إلى السيطرة الإنسانية عبر الفضاء على بناء محتوى الاتصال، و تركيبه، و أنها المدى الذي يسمح فيه للمتلقي، بتعديل شكل و محتوى البيئة الوسيطة في نفس الوقت.

✓ التفاعلية هي الجهود المخططة في تصميم مواقع الوسائل الإعلامية الجديدة و برامجها و محتواها التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال و الاختيار الحر من المحتوى و الخدمات المتاحة على شبكة الأنترنت بقدر حاجاته و تفضيله و اهتمامه.(قراري صونية،2011،ص 273).

✓ محددات التفاعلية:

✓ يمكن لمحددات التفاعلية أن تكون مؤشرا عن وجود تفاعلية أو غيابها، و مقياسا لمستوى التفاعلية المتاحة في البرنامج أو المواقع، أو تلك التي تتيحها الوسيلة بصفة عامة لمستخدميها، وهم المتلقين أو الجماهير في الإعلام، أو المستقبلين لكافة الخدمات التفاعلية المتاحة.

✓ تحقق التفاعل بين المتلقي و عناصر عملية الاتصال و الإعلام الأخرى، و هو هدف عام للجهود البشرية و التكنولوجية، يسهم فيها القائم بالاتصال مع مصممي البرامج و المواقع على شبكة الأنترنت.

✓ إن مشاركة المتلقي تفرض عليه الاهتمام بأدوات الاتصال و التفاعل مع المحتوى و القائم بالاتصال سواء بالكتابة أو بالصوت أو بالصورة أو بكلاهما معا.

✓ واجهات التفاعل بالنسبة للمتلقي، و تسمى واجهة تفاعل المستخدم هي دليل المتلقي على الدخول و الاستخدام و التجول في عمق الموقع أو البرنامج.

✓ التفاعلية تعكس تفاعل المتلقي أو الجمهور مع عناصر عملية الاتصال و هي البرنامج أو القناة، ثم القائم بالاتصال، إضافة إلى المحتوى و المتلقين الآخرين لنفس البرنامج أو مستخدمي نفس القناة.(قراري صونية، 2011،ص 274).

✓ الخدمات التفاعلية للصحف الإلكترونية:

✓ إن أهم ما يميز الصحيفة الإلكترونية كوسيلة إعلامية هو إتاحة الأدوات التفاعلية التي تمكن الجمهور من التفاعل، و ذلك بفضل الإمكانيات التقنية الكثيرة التي تمنحها الأنترنت للصحافة الإلكترونية.

✓ يمكن للمستخدم أن يتفاعل مع محتوى الصحف فيتجول و يتصرف في النص الإلكتروني كما يشاء نسخ، الإرسال، الطبع، كما يمكنه التفاعل مع القراء الآخرين، و مع الصحفيين، فيتواصل و يبني شبكة من العلاقات

الاجتماعية، ويتم عن طريق المدونات، التعليقات، المنتديات، استقبال الصور و الفيديو، رسائل البريد الإلكتروني، الدردشة، الأسئلة الموجهة إلى الخبراء، التصويت، النشرات الإخبارية عبر الهاتف الجوال، وغيرها.

✓ تقسم التفاعلية إلى قسمين: الاتصال التفاعلي المباشر: ويتم عبر مشاركة القراء غرف الحوار، التي تنشئها الصحف لتبادل الحوار بين المحررين و القراء حول القضايا المختلفة،و يتم أيضا من خلال خدمة الإرسال التي تسهم في تحقيق الاتصال المباشر بين إدارة الصحيفة و محرريها.

✓ و يتحقق أيضا من خلال الهاتف كوسيلة قديمة حديثة، فبعض الصحف الإلكترونية تعرض أرقام هواتف محرريها، و حتى إدارتها لمن يرغب في الاتصال.(قوراري صونية،2011،ص 275).

✓ الاتصال التفاعلي غير المباشر:

✓ البريد الإلكتروني: يرسل الرسائل للقراء، و يتضمن تعليقاتهم على الصحف التي يتعرضون لها، ثم تعمل الصحف على الرد على ما ورد في هذه الرسائل بشكل آلي.

✓ يتم التفاعل مع القراء عبر القوائم البريدية مثل ما يحصل في صحيفة نيويورك تايمز و الحياة و غيرها، و التي تعمل على تزويد المشاركين فيها عبر البريد الإلكتروني بالعناوين التي تطرحها و تتلقى منهم ملحوظاتهم و تساؤلاتهم و مشاركتهم و طلباتهم حول هذه الموضوعات.(قوراري صونية،2011،ص 276).

و ذلك من أجل التواصل بينها و بين جمهور القراء، لسهولة الإرسال و انخفاض تكاليف هذه الخدمة بالإنترنت.

✓ الدردشة: وتعني اتصالا بين اثنين أو أكثر من المستخدمين المتصلين بالإنترنت في نفس اللحظة، و يكون بالنصوص المكتوبة، أو الصوت أو الصورة تبعا للبرنامج المستخدم و الجهاز الموجود في أجهزة المستخدمين . تؤمن هذه الخدمة نقل الرسائل المكتوبة بصفة فورية بين المرسل و المستقبلين في الطرف الآخر، الذي يرد برسالة أخرى، يكتبها بواسطة لوحة المفاتيح لترسل إليه على الفور، و هكذا يتم التخاطب بين القراء و الصحفيين، أو بين القراء أنفسهم.(قوراري صونية،2011، ص 281).

✓ و في إطار ما سبق يمكن التمييز بين أربع مستويات متنوعة من التفاعلية التي تتيحها الانترنت الصحيفة الإلكترونية:

* التفاعل بين المستخدم و المرر، و أبرز الأمثلة التطبيقية عليه، و هو التراسل عبر البريد الإلكتروني.

* التفاعل بين المستخدم و غيره من المستخدمين مثل: استخدام جماعات المناقشة و المدونات.

* أن يصبح المستخدم نفسه مصدرا، و ذلك حين تتاح له فرصة التعليق على المادة و نشر رأيه، أو كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين.

* التفاعل بين المستخدم و المادة نفسها من خلال تحكمه في محاور و أشكال المعلومات التي يتعرض لها.(قوراري

صونية،2011،ص 282)

خلاصة الفصل:

رغم أن وسائل التواصل الاجتماعي و مختلف الوسائط و الإنترنت توفر خدمات قيمة، كالتواصل و الحوار و التعارف و توفير المعلومات و المعارف و المستجدات في حينها، إلا أنها في نفس الوقت تقضي على العلاقة الأسرية، فتقل العلاقة بين أفرادها، و يميلون إلى الوحدة و العزلة و الإدمان على هذه الوسائط، فتغيب حرارة الأسرة و تحل محلها المشاكل و تؤثر تأثيرا سلبيا على تربية الأبناء خاصة.

الفصل الخامس: الفصل التطبيقي

✓ تمهيد

دراسة الجزء الأول: فيلم "بيتنا"

- 1- بطاقة فنية لقناة فرانس 2
- 2- بطاقة فنية لفيلم بيتنا
- 3- جينيريك فيلم بيتنا
- 4- نوع فيلم بيتنا
- 5- الفكرة الأساسية لفيلم بيتنا
- 6- البرنامج الوثائقي بيتنا: رسالة داخلية و خارجية
- 7- الجمهور المستهدف في فيلم بيتنا
- 8- سيناريو فيلم بيتنا
- 9- المكونات: الشخصيات والأماكن
- 10- الديكودراما في فيلم بيتنا
- 11- دراما الطبيعة - الزمان - المكان
- 12- الصور الفوتوغرافية و مقاطع الفيديو في فيلم بيتنا
- 13- الصوت في فيلم بيتنا
- 14- التعليق في فيلم بيتنا
- 15- المقابلات في فيلم بيتنا
- 16- الديكور في فيلم بيتنا
- 17- الجرافيك (الوثائق و المستندات) في فيلم بيتنا
- 18- المؤثرات الصوتية و الموسيقى في فيلم بيتنا
- 19- المونتاج في فيلم بيتنا

دراسة الجزء الثاني: فيلم "تحديات البيئة الخضراء"

- 20- بطاقة تقنية لقناة الجزيرة الوثائقية
- 21- بطاقة تقنية لفيلم تحديات البيئة الخضراء
- 22- جينيريك تحديات البيئة الخضراء
- 23- نوع فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 24- الفكرة الأساسية لفيلم تحديات البيئة الخضراء
- 25- الفيلم الوثائقي: تحديات البيئة الخضراء رسالة داخلية و خارجية
- 26- الجمهور المستهدف في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 27- سيناريو فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 28- المكونات: الشخصيات - الأماكن
- 29- الديكودراما في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 30- دراما الطبيعة - المكان - الزمان
- 31- الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 32- الصوت في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 33- التعليق في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 34- المقابلات في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 35- الديكور في فيلم تحديات الخضراء
- 36- المؤثرات الصوتية والموسيقى في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 37- المونتاج في فيلم تحديات البيئة الخضراء
- 38- أوجه التشابه والاختلاف في فيلمي بيتنا وتحديات البيئة الخضراء
- 39- نتائج الدراسة

الفصل الخامس: الفصل التطبيقي

تمهيد

إن الجانب التطبيقي من الدراسة ككل، يعد من أهم جوانب البحث في مجال الإعلام و الاتصال، لأنه يوحد بين ما هو مدون في الجانب النظري و ما طبق في المرحلة الأخيرة منها، و بالتالي يحاول الباحث الإمام بمختلف جوانب الدراسة، و تطبيق النظرية المناسبة لها، حتى يتم التوصل إلى النتائج التي توثق موضوع الدراسة، و ذلك تم بعد مشاهدة الفيلمين الوثائقيين البيئيين، و استخراج أهم المعطيات و العناصر الموجودة بهما و دراستها. و بعد ذلك تم عقد مقارنة بين الفيلمين الوثائقيين من خلال تحديد أوجه التشابه و الاختلاف بينهما، بناء على ما سبق تحديده.

و في الأخير استخرجت النتائج و استنبطت بناء على الدراسة ككل .

I. دراسة الجزء الأول: فيلم "بيتنا"

1- بطاقة فنية لقناة فرانس 2

تعتبر قناة فرانس 2 التلفزيون الرسمي لدولة فرنسا بعد قناة TF1، و قد تأسست عام 1963م، و تتميز عن نظيراتها من القنوات باعتمادها للون الأحمر، تبث برامجها يوميا على مدار 24 ساعة يوميا.

✓ مقرها الرسمي: باريس.

✓ الموقع الرسمي للقناة: www.france2.fr

✓ صفحة الفيسبوك: France 2

✓ صفحة تويتر: france2 tv

✓ يمكن متابعة القناة على القمرين: هوت بيرد / استرا.

عن موسوعة ويكيبيديا: بتصرف

2- بطاقة فنية لفيلم بيتنا:

✓ فيلم بيتنا عبارة عن مقاطع فيديو جوية، أخذت و التقطت من عدة أماكن حول العالم ، فقد تم التصوير في أكثر من خمسين دولة .

✓ تناول الفيلم قضايا بيئية خطيرة تسبب في حدوثها الإنسان ، كما بين مخاطر المواصلات فيها، وفي آخر

الفيلم اقترح حلولاً للخروج من الكارثة البيئية، وبصيص أمل لغد مشرق و حياة بعيدة عن المشاكل و بيئة

صافية و نقية.

✓ صدر هذا الفيلم في 5 يونيو 2009 بفرنسا.

✓ عرض هذا الفيلم في مدة ساعتين بما يعادل 120 دقيقة، و ذلك عندما عرض في قاعات السينما، أما تلفزيونيا و في أقراص الدي في دي و الانترنت، فقد أخذ وقتا ما يعادل الساعة و النصف أي 93 دقيقة.
✓ تم تمويل الفيلم من طرف شركة (PPR)، و هي شركة قابضة فرنسية متعددة الجنسيات، و قد شاركت قناة (France 2) فيه.

✓ كلف إنتاج الفيلم ميزانية ضخمة قدرت ب 12 مليون دولار.

✓ الإنتاج: دينيس كاروث Denis Carot / لوك بيسون Luc Besson.

✓ الموسيقى الأصلية: أرماند أمار Armand Amar

✓ السيناريو: يان آرثوس بيرتراند Yann Arthros Bertrand / إيزابيل ديلانوي Izabelle

Delannoy / يان لو فان Yen Le Van

✓ التعليق باللغة الفرنسية الأصلية: إيزابيل ديلانوي، توفيق فارس، يان آرثوس برتراند

✓ التعليق باللغة العربية: الفنان محمود سعيد الفلسطيني.

✓ المونتاج: يان لو فان Yen Le Van

عن موسوعة ويكيبيديا: بتصرف

✓ بصوت: يان آرثوس برتراند Yann Arthus Bertrand

✓ مساعد المخرج الأول: Dorothee Martin .

✓ مدير الإنتاج: Jean De Trecomain .

✓ المصورين السينمائيين: Tangoy Thuad / Michel Brinnan / Peter Thompson /

Christian Gaumi.

✓ المصورين: David Perrien / Zidene Berkous / Christophe Potter

✓ الإشراف على الصورة: Philippe Ros

✓ مدير التصوير: Michel Benjamin

✓ كبير مهندسي الرؤية: Stephane Azouze

✓ مهندس الرؤية: Jean Claude Halbert

✓ بمساعدة: Leonard Rollin / Oliver Garcia

✓ طياري الهليكوبتر: Yavier Philippe / Hervé Darbellay / Francé Arristier /

Jacques Ripert وآخرون.

✓ طياري الطائرة: Jean Marie Trutos / François kohler / Alain caillier / Marie

Yonne Macnam وآخرون.

✓ المدراء المساعدون: Laurence Guerault وآخرون.

✓ نائب مساعد مدير: Stphane Avenard وآخرون.

✓ المدير العام: Claud Canaple

✓ المدير العام بمهمة: Gloria Raad Lanery وآخرون.

✓ تنسيق الإنتاج: Camille Caurau

✓ كاميرا: Tangoy thuad.

✓ مدير ما بعد الإنتاج: Immanuel Sajot

✓ توثيق البحث: Anne Sophie Cussatlegrass / Juliette Jacobs وآخرون.

✓ الرسوم البيانية: (الغرافيكس): Julien Imblrt.

✓ الإخراج: Yann Arthus Bertrand/ يان آرتس برتراند.

المصدر: الفيلم.

3- جينيريك فيلم بيتنا:

أ- جينيريك البداية:

✓ إن صدارة الفيلم هو الجينيريك، والغرض من البدء به هو التعريف بمحتوى الفيلم، وذلك من خلال شكل و نوع و أسلوب إخراج الجينيريك.

✓ طغى على جينيريك البداية موسيقى هادئة و مشوقة في نفس الوقت للفيلم، وتضمن قائمة بأسماء لمجموعة من شركات الإنتاج التي ساهمت في إنجاز العمل، و المؤسسات الداعمة للفيلم، الذين قدموا مختلف الإعانات و خاصة المادية منها، و الوسائل لتصوير الفيلم من الجو وهي:

88000 collaborateurs du Groupe ppr qui ont soutenu HOME.

Alexander Mc queen – Avnue belenciage – Bottega Veneta boucheron – CFAO

– conforma – Ellos – Fnac - Gucci Group –Gucci - la Redoute – OnStopPlus

.com – Puma – Redcats Group – Sergio Rossi – Some where – Stella McCartney

– Yves Saint Laurent.

✓ وضعت صورة للجنيريك و هي عبارة عن سماء في ظلمة الليل و النجوم فيها تتألاً ، لوها أسود و يخالطه اللون الأزرق، تظهر كتابات باللغة الفرنسية تتحرك في كل الاتجاهات، و كأنها تسبح في الفضاء بدون هدف، و لكنها في النهاية تأخذ مكانها لتشكّل اسم "البيت" أو "بيتنا" باللغة الانجليزية و هو HOME. و عندما برز اسم الفيلم ظهرت معه جزء من الكرة الأرضية و اللون الأزرق يظهر عليها، دلالة على أنها هي المقصود من العنوان، كل هذه التفاصيل صنعت في مدة لا تتجاوز 57 ثانية، و هي مدة جنيريك الفيلم.

ب- جنيريك النهاية:

✓ استغرق مدة أطول، و قد قدرت ب 4 دقائق و بعض من الثواني، أدى فيها وظيفة التعريف بتفاصيل الأسماء المشاركة في الفيلم الوثائقي و توزيعه، و كل المعلومات التقنية و القانونية و الثقافية.

✓ كما ذكر كل من قام باستغلال الوسائل لتصوير الفيلم، وخاصة منها الطائرات و الطائرات الهليكوبتر، و إدراج أسماء الطيارين و المصورين على متنها، و كل المساعدين و المنتجين و مدراء الإنتاج، و الفرقة الموسيقية المسؤولة على إخراج موسيقى الفيلم من بدايته إلى نهايته.

✓ كل الأسماء المدرجة كتبت باللغة الفرنسية، حجمها صغير، و قد كتبت على جهة اليمين من الصورة، أما من جهة اليسار فكتب اسم البلد الذي أخذت منه الصورة، لأن جنيريك النهاية يحتوي على مجموعة من الصور لبلدان مختلفة جرى التصوير فيها و التحدث عنها في الفيلم - معظمها - مثل: إفريقيا الجنوبية، ألاسكا، السعودية، الأرجنتين، أستراليا، بنغلادش، بوتسوانا، البرازيل، كندا... و غيرها من البلدان، و هذه الصور حية، جميلة، و عميقة، أظهرت جمال الطبيعة و جمال خالقها، و موهبة مصوريها و احترافيتهم.

✓ و في نهاية شريط الجنيريك قدم الشكر لكل من كان له يد في إخراج هذا الفيلم إلى النور.

4- نوع فيلم بيتنا:

✓ هو فيلم وثائقي بيئي، يعبر عن مجموعة من المواضيع و المصطلحات البيئية الطبيعية منها: الجو، البيئة، الوسط، المحيط، البحار، الجفاف، الانجراف، الجوع، البحث عن النفط، القضاء على الغابات، البراكين، المياه الجوفية، الإنسان ...

✓ للفيلم دلالات أخرى متعلقة بالبيئة العمرانية، و مثال ذلك: نزوح الناس نحو المدن، و بناء ناطحات السحاب، و دلالات أخرى متعلقة بالبيئة الاجتماعية مثل: السكان، و النمو الديموغرافي، و كذا الدلالات الاقتصادية و السياسية.

✓ فالفيلم لمس نواحي الحياة المرتبطة بالطبيعة، فقد نهل من كل روض زهرة، لأنه موضوع عام و شامل.

5- الفكرة الأساسية لفيلم بيتنا:

للإنسان ماضٍ وحاضر ومستقبل، نعيش مع ذكريات الماضي، ومشاكل الحاضر، وآمال المستقبل وتطلعاته. والفيلم يظهر بداية الإنسان في الكون و خلقه في الماضي، ومدى الترابط الكائن مع سائر المخلوقات الأخرى، والحاضر يدلنا على المشاكل التي يسببها التغير المناخي ونظام الطبيعة، وسيطرة النفط على باقي الثروات الأخرى، وقطع الغابات في سبيل تربية الأبقار الموجهة للاستهلاك والتصدير، إضافة إلى المستقبل المشرق الذي يتطلع إليه الجميع، عن طريق حماية ما تبقي من الطبيعة وبقائها على شكلها وحالتها، خاصة بعدما صرح به العلماء بضرورة التحرك لإيجاد الحلول وتفعيلها قبل عشر سنوات المقبلة.

فالملاحظ أن الفيلم قد عرض فكرة رئيسية تتخللها أفكار مساعدة وهائلة، قد رتبت ترتيباً منطقياً، تظهر عليها نوع من الدقة في العمل، خاصة وأن العمل قد أخرج في مدة تقدر بالساعة والنصف تلفزيونياً والساعتين سينمائياً.

✓ اتسمت الفكرة بالبساطة والوضوح، وهو ما جعله سهل الفهم، يظهر مدى تنوع وغنى الحياة على الأرض و يحذر من الأخطار التي يسببها الإنسان لنظام التوازن البيئي، والفيلم يعطي أملاً في طبيعة نظيفة وآمنة، ولكن إذا تحركنا لإصلاح ما قمنا بإفساده في وقتنا الراهن.

6- البرنامج الوثائقي بيتنا: رسالة داخلية وخارجية :

✓ هو برنامج وثائقي، ترجم و دبلج إلى 14 لغة، من بينها اللغة العربية.
✓ يخبر العلماء أنه أمام الناس 10 سنوات فقط لكي يغيروا نمط عيشهم ويتجنبوا استنزاف الثروات الطبيعية، والاختلال الكبير الذي يحدث لنظام الطبيعة ومناخ الأرض، وكذا يقدم الحلول ويقترح سلوكيات تقوم بها للحد من هذه المخاطر وعدم انتشارها.
✓ وبما أن الفيلم قد تابعه كثير من الناس، فقد تحقق الهدف من صناعته، وهو توعية الناس للمخاطر المحيطة بنا جراء اختلالنا بتوازن البيئة، وكذا محاولة منه إعطاء أمل حتى ينقذ ما يمكن إنقاذه قبل فوات الأوان، والفيلم عامة يبحث على الحفاظ على البيئة المحلية لكل منا في بلده، وبالتالي حماية الأرض كلها والعالم بأسره من الهلاك.

7- الجمهور المستهدف في فيلم بيتنا:

✓ لقد حدد المخرج الجمهور المستهدف قبل إنتاجه للفيلم، وقد اختار الطريقة المناسبة للتأثير في جمهور المتلقين المستهدفين، وهو موجه لكل إنسان - للبشرية جمعاء - الذين يتقاسمون العيش على سطح كوكب الأرض، و دونما ارتباط ببلد معين أو فئة معينة، وهذا ما زاد من صيت الفيلم وشهرته.
✓ وأيضاً من أسباب شهرته سهولة أفكاره وبساطتها، ومعالجة الأمور بطريقة دقيقة، تمكن الجمهور من استيعاب فكرته ورسائله المتضمنة دون حاجة إلى وجود مستوى عالي من المعارف والمعلومات والدراسات،

مما يسهل على الجمهور استيعاب توجهه و سلوك المخرج على ذلك الأساس و النتيجة دائما تكون مما فهمه الجمهور، و حتى ردة الفعل كذلك؛ فالجمهور يعبر عما شاهده بعد انتهائه.

✓ وكخلاصة، فالمخرج قد نجح فيما ذهب إليه، فقد تجاوب الجمهور معه إلى حد كبير، فالمشاهد جزء من الكون و الطبيعة، و ما يحدث فيها بسببه هو، و الحفاظ عليها يكون عن طريقه هو و عن طريق تغيير نمط العيش، لذلك يحس الجمهور بملامسة مضمون الفيلم له، ناهيك عن المتعة في الفيلم، فهي تجعل المتلقي مرتبطا به إلى غاية نهاية مدة عرض الفيلم.

✓ أيضا المعروضات في الفيلم كلها أشياء يعرفها المشاهد، بمعنى أنها ليست جديدة عليه، و إنما هي مأخوذة من عيشه و بيئته، و بالتالي فمضمون الفيلم جعله أسيرا له حتى نهايته.

✓ كما لا ننسى الطريقة التصويرية لمقاطع الفيديو، فهي أخاذة، جميلة، تنم عن حس المخرج الإبداعي في إخراج صور و فيديو هات بهذا الجمال.

✓ إضافة إلى تقنيات تصوير متطورة وظفها المخرج لتصوير الفيلم، لأنه صور من الجو؛ فالمخرج يعد من أشهر المختصين في التصوير الفوتوغرافي من عل، وكذا الحجم الكبير من المعلومات التي تعرضها الصور و الفيديو هات.

✓ نقول أن الفيلم قد أقع الجمهور بفكرته و ذلك عن طريق البراهين المقدمة و الحجج العلمية، من أجل تغيير سلوكياتنا السلبية في البيئة و الطبيعة التي نعيش فيها.

8 - سيناريو فيلم بيتنا:

بما أن للفيلم مجموعة كتاب، فقد تم التنسيق بينهم و بين المخرج لإخراجه في قالب مرضي للجمهور: قام المخرج بتحويل معلومات البحث المعد و النص إلى صور، و سرد القصة بصريا من خلال عرضه لنشأة الإنسان على الأرض ومتى كانت بدايتها الفعلية، وتطور الأحداث في الفيلم تم من خلال المعلومات التي قدمها السيناريو مثل الأحداث التي شملت البحث عن مصادر الطاقة و العيش برحاء و محاربة الجوع، و بعدها بدأت مرحلة تمرير الرسائل المهمة للجمهور المتلقي، و هي رسالة أمل و دعوة للتحرك من أجل إنقاذ الأرض قبل فوات الأوان، و قد حدد مدة 10 سنين القادمة كحد أقصى لذلك، إضافة إلى البناء الفني للفيلم، و قد راعى ترتيب المعلومات، كما وافقت كلمات النص الصورة المقابلة لها و كملتها و أضافت لها المعلومة.

9 - المكونات: الشخصيات والأماكن

✓ **الشخصيات:** فيلم بيتنا لم يركز على مجموعة من الناس أو أشخاص بعينهم، يمثلون أدوارا معينة، و إنما مضمونه كان منصبا على الإنسان أينما كان في الكرة الأرضية؛ في شمالها و جنوبها، شرقها و غربها، و حتى المقابلات مع شخصيات بعينها لكي تثيري الموضوع غائبة كليا في الفيلم.

✓ الأماكن: فيلم بيتنا عبارة عن مقاطع فيديو جوية التقطت من عدة أماكن حول الأرض، حيث تم التصوير في أكثر من خمسين دولة مختلفة منها: شنزن، شنغهاي بالصين، نيويورك، أمريكا، الولايات المتحدة الأمريكية، لوس أنجلوس الصحراء، البحر الميت، نهر الأردن، الهند، لاس فيكاس، نهر الكولورادو، المستنقعات، غابة الأمازون، هيتي (لؤلؤة البحر الكاريبي)، جزيرة إستر، نيجيريا، كندا، غرينلاند (الجبال الجليدية العاتمة)، طوكيو، جبل كليمنجارو في إفريقيا الهملايا، بنغلادش، أستراليا، سيبيريا، قطر، بنغلادش، القارة المتجمدة الجنوبية، كوريا الجنوبية، كوستاريكا، الغابون فرايبور بألمانيا، الدانمارك، اسلندا، إسبانيا، جنوب إفريقيا، ألاسكا، السعودية، الأرجنتين، أستراليا، بوتسوانا، البرازيل الشيلي، الإمارات العربية، فرنسا، أندونيسيا، إسرائيل، اليابان، كازاخستان، كينيا، مدغشقر، المالديف، المغرب، مالي موريطانيا، نيبال، نيجيريا، نيوزيلندا، قطر، روسيا، تشاد، سيبيريا، السنغال، تايلاند، تانزانيا، أوكرانيا، بوركينافاسو.

10- الديكودراما في فيلم بيتنا:

✓ اتسمت أحداث الفيلم بيتنا بمجموعة من الوقائع التي أثرت و تأثرت في بيئة الإنسان منذ بداية وجود الإنسان، و حتى قبله بكثير.

✓ استهل المخرج رحلة الساعة و النصف من الفيديوهات الجوية بالحديث عن وجود حكاية كوكب الأرض منذ 4 مليارات من الأعوام، "فبيتنا" حسب المخرج عبارة عن كتلة نارية مضطربة تكونت من الشمس و انفصلت عنها، لتتكون من جزئيات غبارية تسبح في الفضاء، شأنها شأن جميع المجموعات المماثلة في الكون، و منها كانت معجزة الحياة.

✓ تحدث الراوي عن البراكين الجديدة التي تشكل معالم الأرض الأول، لأنها صخور منصهرة، تفور من باطنها، تصبح صلدة، تتشقق، و تعثرها البثرات، و تنبسط في هيئة قشرة نحيفة ثم تخمد ردها من الزمان.

✓ سحب الدخان تملأ الجو بغاز ثاني أكسيد الكربون، مليء ببخار الماء، ولكن الماء يحدث التوازن في الأرض، و عن طريقه تشكلت الأمطار و الوديان و المحيطات، و انتزعت المعادن المثقلة بالملح.

✓ استمر الفيلم بعرض التغييرات الطبيعية التي عرفتها الأرض حيث: تحدث عن البيكتيريا القديمة، و السيانية منها الدقيقة التي غيرت الحياة إلى حياة جميلة، من جو قاتل إلى جو مليء بالحياة.

✓ و بعدها أصبحت الأرض مليئة بالأكسجين عن طريق النباتات التي ملئت الهواء به و الماء الذي تشرب منه كل الكائنات الحية.

✓ كما تحدث عن الأشجار و معجزتها، لأنها عنصر طبيعي ينمو و يشمخ، و يمتص طاقة الضوء، و التربة لأنها تصنع طبقة صلبة لتشكل الحياة على الأرض، أما الحيوانات التي تجمعها طقوس و عادات، تتأقلم مع مرعاها، و

مرعاها يتأقلم معها- على حد قول المعلق- لأن كل منهما رابح، و لها دور كبير منذ النشأة، و قد تفنن المخرج في توصيله لفكرته بعرضه صورا مذهلة لأنواع كثيرة من الحيوانات، و كيف أن الإنسان استقر بعد تحسن المناخ، في البيئة، من ماء و حياة، و يابسة.

✓ بين المخرج بالصور استئناس الإنسان بالحيوان، بعدما أرهقه العمل المضني، و أصبح يساعده في الزراعة، و ذلك بعد اكتشافه لها، و أصبحت مصدر طعام ثابت أنهى الجوع.

ولكن اكتشف الطاقة من باطن الأرض، و الطاقة الشمسية، الفحم، الغاز، النفط التي حررت الإنسان من كيد الزراعة، ففضله انتقل الملايير من الناس إلى المدن، كشنزن - شنغهاي بالصين، نيويورك، أمريكا... لأن الطاقة قضت على شبح القحط.

✓ كما تحدث عن تحرر الزراعة من المواسم، و ازدياد إنتاج اللحوم و الاهتمام به.

✓ إضافة إلى المعادن التي تحررت كانت عاملا مهما في ازدهار التجارة الدولية، و ذلك من خلال سفر البضائع من البلدان المنتجة إلى المستهلكة و خاصة التي تشحن عن طريق البحر، و مثال ذلك: دبي.

✓ بين المخرج أهمية الصيد في حياة الإنسان لأنه يعد جزء من غذاء العالم، و بسبب الصيد غير العقلاني أدى إلى انقراض حيوانات كبيرة، دون مراعاة لفترة التكاثر.

✓ لم ينس المخرج الحديث عن المياه الجوفية كالأبار في الصحراء، و كذا الأنهار المهمة و خاصة منها نهر الأردن، الذي يصب في البحر الميت، و التغيرات التي طرأت عليه، و كذلك المستنقعات أو الأماكن الرطبة التي حولها الإنسان لمكان الزراعة و رعي الحيوانات.

✓ ثروة الغابات التي كانت تحمي التربة من الانجراف، فبعد قطع الأشجار أصبحت التربة تنجرف إلى البحر مثل جزيرة استر.

✓ في بعض الأحيان يزداد صوت المعلق و يتحدث خاصة عندما يتحدث عن المشاكل و المخلفات التي تركها الإنسان بفعل همجيته في استغلال الثروات الطبيعية.

✓ أشار المخرج إلى عودة الجوع و انتشاره، و إلى طرق البحث اللامتناهي عن مصادر الطاقة، و ازدياد الكربون في الجو، و كذا الاحتباس الحراري، و ذوبان الجليد، و - حسبه - هذا التغير المناخي يعجل البوار و خطر الانقراض، و كذا ذوبان الجليد على جبال الهمالايا، بنغلادش، و أهم الأمور هي حرائق الغابات، و خطورة غاز الميثان على الإنسان، كما تحدث عن مخيمات اللاجئين، و فيها يتوقف نبض الحياة.

✓ و أخيرا سطر الفيلم الوثائقي نهاية جميلة و مقترنة بأمل كبير، و ذلك باستعراضه لبعض المبادرات الإيجابية التي قامت بها بعض الدول في محاولات منها لإنقاذ ما يمكن إنقاذه قبل فوات الأوان، مثل: التعليم و كيف أنه صار

للجميع و متاح لهم، و دليل ذلك: قطر التي تعد من أغنى دول العالم، شرعت لأفضل الجامعات في العالم كنموذج تعليمي متميز، و بنغلادش التي أنشأت بنكا يقرض فقط الفقراء المال لبناء حياتهم .

✓ القارة المتجمدة الجنوبية: كنز محمي بإرادة كل البشر، دليل على مدى انتشار الوعي و إدراك الأخطار المحيطة بنا.
✓ أيضا محاولة الحكومات حماية المنتزهات الطبيعية كنيويورك: طبيعة محمية و كوريا الجنوبية التي وضعت برنامجا للغابات.

✓ أما كوستاريكا: فجرى الإنفاق على البيئة عوضا من الإنفاق على الجيش.

✓ الغابون: شرعت لقوانين تحمي الغابات.

✓ فهامبورغ بألمانيا: تهتم بالطاقة الشمسية، و الدانمارك قامت بإنشاء مزارع الرياح قبالة السواحل.

✓ إيسلاندا: تعتمد على الطاقة الحرارية.

✓ الولايات المتحدة الأمريكية، الصين ، الهند، ألمانيا، إسبانيا، تعتمد على الطاقات المتجددة، لأنها جزء من الأرض المتصلة بالقبس الأصلي الذي تنهل من سماه.

✓ أنهى المخرج فيلمه بصور من دول مختلفة تشترك في بيت واحد و هو الأرض، كما وجه رسائل مبطنة و هامة، تساعد في إيقاظ البشرية من غفلتها العميقة، لأن المهم ما هو آت، و الكف عن تشويه الأرض هو الغاية المنشودة.

11- دراما الطبيعة، الزمان، المكان:

✓ ابتداء بعرض أهم المشاكل و المسببات للكوارث التي تصل إذا لم تحل قبل فوات الأوان و مثال ذلك: قطع الأشجار بطريقة عشوائية، خطر الصيد غير العقلاني الذي أدى إلى القضاء على أنواع كثيرة من الأسماك الكبيرة، بسبب عدم الاكتراث لمواسم التكاثر و كذا عيش الماشية لعمر سابق لعمرها، بسبب الاستهلاك الواسع للحوم و ضرورة توفير هذه المادة المهمة في حياة الناس، و استنزاف المياه الجوفية، لأنها مورد لا يتجدد، و الأنهار التي توشك على الجفاف، و استغلال المستنقعات و خسارة غابة الأمازون ل 20 بالمئة من مساحتها، و تدمير الأساسيات لأجل الكماليات و مثال ذلك: الاهتمام بإنتاج زيت النخيل.

✓ ازدياد الهوة بين الفقراء و الأغنياء، لأن نصف فقراء العالم يعيشون في بلدان غنية بالثروات الطبيعية، الجوع و تعجيل الانقراض، اختلال التوازن الطبيعي، هجرة الناس إلى أماكن بها الماء، ذوبان الجليد و خطر الأعاصير، جفاف الأراضي الزراعية بسبب تقويض التوازن المناخي، وجود غاز ثاني أكسيد الكربون في الجو بسبب حرائق الغابات.

✓ عرض الفيلم مشاهد متنوعة، ممتعة في طريقة العرض و التشويق التي نستخلص منها العبر على مر الزمن.

✓ جمال المشاهد يكمن في قوة و تأثير المشاهد و ترتيبها زمانيا و مكانيا، و كذا الصراعات و التناقضات المختلفة، و ما زاده جمالا توظيف الكُتّاب لملكاتهم الإبداعية الثقافية لإبراز حكاية الأرض، و صراع عناصر الطبيعة فيها، من مخلوقات تعايشت و تعيش مع الأوضاع، و الرسالة المحددة التي يريد إيصالها إلى الجمهور المستهدف.

12- الصور الفوتوغرافية و مقاطع الفيديو في فيلم بيتنا:

✓ بما أن التصوير الفوتوغرافي هو عملية إنتاج صور و منظر بواسطة تأثيرات ضوئية، فالأشعة المنعكسة من المنظر تكون خيالا داخل مادة حساسة للضوء، ثم تعالج بعد ذلك، فينتج عنها صورة تمثل المنظر و يسمى التصوير الضوئي أو الفوتوغرافي

✓ أغلب الصور في الفيلم ملتقطة من الجو، وبالتالي فالتصوير كان عالي الجودة.

✓ ركز المخرج على أن يقرب الصور و يوضحها جليا للمشاهد حتى يرى عن قرب كل ما هو موجود على أرض الواقع، من مناظر طبيعية، إضافة إلى مشاكل و معترضات مختلفة، يجب حلها.

✓ كما أن مقاطع الفيديو في الفيلم مصورة بتقنية البانوراما، و حتى أن الفيديو الأصلي الذي تم عرضه صور بكاميرات دقيقة، لأن جودة الفيديو الأصلي تجعل منه فيلما يعرض في كل الحالات، و أما إذا صور بجودة متوسطة، فإنه لن يعرض على شاشات كبيرة و بجودة عالية، مما يجعل للفيلم قوة تأثيرية متوسطة على المشاهدين.

13- الصوت في فيلم بيتنا:

✓ توافر الصوت داخل اللقطة الواحدة، و كل لقطات الفيلم، كما أن الصوت كان نقيًا واضحًا من العوائق، و الصوت يعطي الجو العام للّقطة، كما كان للميكروفون و وضعياته دور في إخراج الصوت (قريب، بعيد...)، وفقا لحجم اللّقطة.

✓ غاب الصوت عن بعض اللقطات في الفيلم، و هذا الغياب مقصود، وقد شاهدنا صورا دون تعليق، و إنما اكتفى المخرج باللقطة كما هي ، مع إضافة الموسيقى المؤثرة، و خاصة عند انتقاله من موضوع إلى موضوع آخر مكمل له. ✓ أيضا لا ننسى المؤثرات الداخلية و الخارجية كالضحيج و أصوات الآلات و البحار و غيرها، و الحيوانات و الطبيعة أيضا هي من ضمن ما يسمى بالصوت في اللّقطة.

14- التعليق في فيلم بيتنا:

✓ لقد أدى الفنان محمود سعيد دورا مميّزا ، و ذلك بتعليقه على الفيلم ووضعه صوته عليه، فهو يتميز بحنجرة رخيمة جعلته موهوبا محبوبا، و من خلالها ترك بصمات لا تنسى في أذهان المشاهدين العرب.

✓ انفعل مع الصور و الفيديوهات المعروضة وأضاف إلى النص المقروء، فحفظ المشاهد إلى إكمال الفيلم حتى نهايته؛ إذ كانت قراءته متأنية مسترسلة، و هذا المستوى اكتسبه الفنان من خلال أدائه و تمثيله لمختلف الأفلام و

المسلسلات، فتاريخه الحافل يشهد بذلك، وما لا يخفى أن الدراما تحتاج إلى تدريب على الصوت و الأداء و اللكنة، و كل الأمور المتعلقة بالتمثيل، فالتأني في القراءة يجعل القارئ يميز بين نهايات الكلمات و مخارج الحروف، و الحركات الإعرابية، و الملفت للنظر أنه ركز على اللغة العربية و فصاحتها و مفرداتها البليغة، و ذلك راجع إلى اختصاص المعلق في دراسته للغة و تعمقه فيها.

✓ قراءته كانت موحية بليغة، مؤثرة، لأنه انسجم مع الفيلم و أعطاه من روحه و مشاعره و انفعالاته؛ بمعنى أنه يعتبر النص من أهم النصوص التي يقدمها للمشاهد و تطرق مسامعه.

✓ غابت وجهات النظر و الحوار، و هذا أحد سلبيات الفيلم، فالحوار يعد روح الفيلم، لأنه يعطي قيمة إضافية له، و يتطابق مع الواقع، و يعطي الكلمة للناس ليحكوا قصصهم و مواقفهم، حيث يتفاعل المشاهد مع أحداث الفيلم و يضع نفسه مكان المحاور.

✓ طغيان التعليق بصوت واحد قد يبعث الملل في نفس المشاهد، لكن المعلق انتبه لهذه النقطة؛ فيصمت في بعض الحالات ليترك المجال للصورة هي التي تعبر عن نفسها، إضافة إلى الموسيقى فهي معبرة و مؤثرة و داعمة لها، ناهيك عن الحس الفني و الإبداعي للمخرج.

✓ تناسب صوت المعلق و طبيعة الفيلم، إذ وضع صوته على الصورة المعروضة، أو في الأماكن التي يجد المخرج فيها صعوبة للتعبير عنها فينا، فقد كان على قدر الحاجة، و تجنب الإعادة و التكرار؛ بمعنى أن المعلق توازن في عرضه، فلم يسرع و لم يبطن، حتى يتمكن المشاهد بجميع فئاته التعليمية متابعته و فهم مجريات الأحداث، لأنه موجه للناس أجمعين.

15- المقابلات في فيلم بيتنا

✓ غابت المقابلات مع الشخصيات التي لها علاقة بالموضوع تماما، و التي تشكل جزء حيويًا في عملية البحث عن المعلومات من مصادرها الموثوقة و كذا محاولة إقناع المتلقي بصدقيتها.

✓ و لكن غيابها لم يؤثر على قوة الفيلم و نجاعته و صدقه و أهميته و قيمته، بل غطى غياب الضيوف و المقابلات طريقة العرض و التعليق، و كذا جمال الصور المصورة من عل، فقد قدمت أحلى و أصدق المشاهد التي أقيمت و جذبت و أمتعت المتلقي، و هذا راجع إلى استعمال المخرج لتقنيات عالية في التصوير و هي كاميرات حديثة خاصة بالتصوير السينمائي، إضافة إلى تصويره بانوراميا للمظاهر الطبيعية.

✓ و هذا كله ساعد في انتشار الفيلم على نطاق واسع، و حقق أكبر نسب المشاهدات خلال 12 سنة الماضية.

16- الديكور في فيلم بيتنا:

عادة ما يكون الديكور مرتبط بنوع المكان الذي نشاهده في اللقطة، و الذي يتحرك فيه الممثلون و يسكنون، و تدور فيه الأحداث و الوقائع.

ولكن في فيلم "بيتنا" المخرج لا يحتاج إلى ديكور، فالأصل في الفيلم هو إظهار الطبيعة و مناظرها في أبهى حلة؛ فالديكور الطبيعي الذي وهبه الله و رسمه في هذه الطبيعة تغني عن أي ديكور آخر.

و هذا أيضا برز من خلال المشاهد المصورة من عل، فقد أظهرت لوحات فنية جميلة طبيعية، لا يمكن تخيلها مهما حاولنا، لأنها من بديع خلق الخالق.

إن مصداقية الفيلم و انتشاره كانت راجعة إلى كل هذه الأمور السابقة.

17- الجرافيك في فيلم بيتنا (الوثائق والمستندات):

✓ في بداية الفيلم استعرض المخرج صورة للكرة الأرضية حتى يفتح الكلام عنها وعن بداية تشكيل الحياة على سطحها.

✓ كما نجد مجموعة من الإحصائيات في الفيلم، لكنها لم تعرض في بدايته، بل على مقربة من نهايته، استعرض فيها أهم الإحصائيات المتنوعة التي تعبر عن الأسباب التي أدت إلى موت الناس و رحيلهم و غير ذلك، و الملاحظ على المسؤول عن الجرافيك قد تقيد بمدة بقاءها على الشاشة، إذ لم تتعدى الثواني المعدودة، وقد وضع بين كل إحصائية و أخرى صورة عميقة و حقيقية و دالة و مرتبطة بالطبيعة، و قد نوع في الصور و تجنب التكرار، إضافة إلى أن المعلق قد ترك هذه الإحصائيات هي التي تعبر عن نفسها بنفسها.

✓ إنها نصوص مكتوبة، اختيرت لها خلفية سوداء و كتابة باللون الأبيض، فهذين اللونين ينسجمان مع بعضهما البعض.

✓ إذ أن المشاكل التي خلفتها أيادي الإنسان في الطبيعة من مجاعات و جفاف و انقراض للحيوانات و حرائق للغابات، و غيرها من المشاكل كان الأنسب لها اللون الأسود؛ فليس من المعقول وضع خلفية خضراء التي تدل على الخصوبة، بل اللون الأسود الذي يعبر عن الحالة السيئة التي وصلت إليها الطبيعة و الخطر المحدق الذي يلف بها، كما يرمز الأسود إلى الشر و الحزن، الذي سيلحق بالأرض و أهلها إذا لم نتحرك لحمايتها، لأن تغيير الواقع يبدأ من الآن.

✓ و ما يلي بعض الإحصائيات التي ذكرها الفيلم:

- ✓ 20% des hommes consomment.
- ✓ 80% des ressources de la planète.

- ✓ Les dépenses militaires mondiales sont 12 fois plus élevées que l'aide au développement.
- ✓ 5000 personnes meurent chaque jour à cause de l'eau insalubre.
- ✓ 1 milliard d'homme n'ont pas accès à l'eau potable.
- ✓ 1 milliard de personnes ont faim.
- ✓ Plus de 50% des céréales commercialisées dans le monde sont destinées à l'élevage et aux agrocarburants.
- ✓ 40% des terres cultivables sont dégradées.

18- المؤثرات الصوتية والموسيقية في فيلم بيتنا:

✓ طغى الصوت الطبيعي الذي يرافق الصورة، إذ سمعنا أصوات مختلفة؛ كصوت الشلالات و الرياح و أصوات الناقلات ، الآلات، ضجيج الشوارع، كما وجدت الموسيقى التصويرية أيضا في الفيلم، و خاصة الموسيقى الصينية التي احتلت حيزا كبيرا في الفيلم، و التي توقظ المشاعر في نفسية كل مشاهد، و الموسيقى الأوبرالية الغربية الكلاسيكية، التي أدت حوارا عن طريق الغناء بطبقاته و مجموعاته المختلفة و الحانها التي تعبر عن العصر الذي تميل إليه، بمعنى أنها عبرت بشكل صامت عما يحدث في الطبيعة، من أزمات و مشاكل .

✓ و عموما الصمت في بعض الحالات يكون أبلغ من الكلام.

✓ وظف الموسيقى بصورة مستقلة وواقعية، و لكن بشكل تعبيرى؛ حيث خصص لكل مشهد موسيقى تناسبه، تتطابق مع حجم المشهد و مدته ودلالته، فمثلا في بداية الفيلم كانت الموسيقى هادئة لأن الصورة كانت عبارة عن مناظر طبيعية، و بعد ذلك تسارعت وتيرة الأحداث مع تقدم الإنسان في الطبيعة و المشاكل التي أحدثتها فتصاعدت إيقاعات الموسيقى لتناسب كل جزء من أحداث الفيلم.

✓ توحى الموسيقى التصويرية إلى البيئة المصورة، و تناسب مع سياق الفيلم و زمنه، فلا يكتمل الفيلم بمعزل عن الموسيقى، كما أنها تزيل التوتر و القلق و توفر الاسترخاء و السعادة للمشاهد.

19- المونتاج في فيلم بيتنا:

✓ المونتاج: هو أسلوب الجمع بين لقطتين متعاقبتين أو متزامنتين، لإنتاج معنى أو غرض سينمائي، أو يقوم المركب بالقطع للانتقال إلى محتوى آخر في لقطة موالية، أو الربط بين لقطتين متناقضتين.

✓ يتحصل المركب على المادة الجافة التي صورت، ثم يقوم باختيار اللقطات المناسبة، و يحذف الأجزاء الأخرى و يستبدها.

✓ ويشمل المونتاج الربط بين لقطة الفعل و لقطة رد الفعل، و لقطة المجال و لقطة ضد المجال، و لقطة رد الفعل و لقطة وجهة النظر(غمشي بن عمر،2019،ص92).

✓ هذا ما قام به المخرج في الفيلم، إذ بعد تصويره لعدة أماكن في أكثر من 50 دولة، و لمدة 500 ساعة، قام بقطع و مزج بين الفيديوهات و الصور التي قام بتصويرها، فقد اختار الأجل و الأجود و الأنفع، لأنه يميل إلى الغريزة التي تقتضي القطع و الانتقال.

✓ لقد أراد أن يقدم صورة حية للبيئة التي يراها، إذ راعى المخرج المونتاج المتوازي؛ توازن الصوت و الصورة معا، لا يسبق أحدهما الآخر، وللمعلق دور في ذلك ربط بين اللقطات فيما بينها ليحس المشاهد بتناسق جميل، لا يتخلله أي خطأ، و منه نستنتج أن المخرج قد وضع لمسائه الفنية في عملية المونتاج مع المركب، و قد أثبت قدرته على ربط الصور مع الصوت و مضمون الرسالة.

دراسة الجزء الثاني: فيلم تحديات البيئة الخضراء

20- بطاقة تقنية لقناة الجزيرة الوثائقية:

✓ تأسست قناة الجزيرة عام 1996م، على أساس الوعي المعرفي بالإعلام، لديها ما يزيد عن 700 مراسل صحفي في كل أنحاء العالم.

✓ تعتمد قناة الجزيرة على خواص التغطية الإعلامية و الإخبارية الدقيقة السريعة. (علاء هاشم مناف، 2011، ص 80، 81)

✓ تعمل تحت شبكة قناة الجزيرة عدة قنوات ، من بينها قناة الجزيرة الوثائقية.

✓ و التي تعتبر من القنوات الأوائل التي تبحث في المجال الثقافي، ظهرت إلى النور في الفاتح من يناير عام ألفين و سبعة للميلاد، أطلقت موقعها الإلكتروني الخاص بها بعد عامين أي في الفاتح من يناير عام ألفين و تسعة للميلاد، تهتم و تبث مواضيع وثائقية بشكل متنوع ، كما تعد من أكبر المكتبات الوثائقية المرئية على مستوى العالم.

✓ اللغة المستخدمة في قناة الجزيرة الوثائقية: العربية.

✓ المالك: شبكة الجزيرة الإعلامية.

✓ المدير للقناة: أحمد محفوظ.

✓ البلد: قطر .

✓ المقر الرسمي: الدوحة - قطر.

✓ الموقع الرسمي: [http:// doc.aljazeera.net](http://doc.aljazeera.net)

✓ صفحة تويتر: aljazeeraDoc

✓ عبر الساتل: نايل سات، عرب سات، هوتبيرد.

✓ تتضمن قناة الجزيرة الوثائقية أربعة مجالات و هي: المعلوماتية، التوعوية، الثقافية، الفنية، والعمق أو الإمتاع.

✓ ترددات القناة الجزيرة الوثائقية الجديدة:

| hotbird هوتبيرد | nilesat نايل سات | satellite الساتل |
|-----------------|------------------|-------------------|
| 12111 | 10971 | التردد |
| عمودي | عمودي | الاستقطاب |
| 27500 | 27500 | معدل الترميز |
| 4/3 | 4/3 | معامل تصحيح الخطأ |

عن موسوعة ويكيبيديا: بتصرف.

21- جينيريك فيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ بدأ الفيلم بجينيريك لخص أهم عناصر الفيلم، و لم يتضمن ذكر أي شخص أو شركة إنتاج تكفلت بالفيلم أبداً، أو شخصيات بعينها، أو من قام بتقديم المساعدات المادية لتصوير الفيلم.

✓ كل ما هو معروف، أنه من إنتاج قناة الجزيرة الوثائقية، فيبدو أنها من تكفلت بإنتاجه وإخراجه لوحدها.

رافق الجينيريك مجموعة من الصور الحية التي تعبر عن حال الناس اليوم و هو يصارع الاحتباس الحراري، و التلوث البيئي و المشاكل الأخرى التي تتخبط فيها.

✓ يأتي عنوان الفيلم في نهاية الجينيريك، و لم يكن في بدايته، و ذلك مقصود، بهدف أن يلفت انتباه المشاهد إلى الفيلم، لتحديد اسم و هوية الفيلم، ناهيك عن الصور الملتقطة التي تعبر عن مدى فضاة و كبر المشاكل التي يتخبط فيها الإنسان في هذا العصر بسبب الملوثات التي يعيش في وسطها.

✓ كتب العنوان باللغة العربية بخط كبير، ووضعه في إطار، دلالة على الأهمية الكبيرة له، كل هذه التفاصيل أنجزت في مدة لا تتعدى 13 ثانية.

✓ المعروف على جينيريك النهاية تكون مدته أطول، يعرض فيه كل القائمين على العمل و المساهمين فيه من قريب أو من بعيد.

✓ الملاحظ على هذا الفيلم أن منتجه و مخرجه استعمل نفس جينيريك البداية و بنفس الصور و بنفس المدة الزمنية، و لم يتغير من لقطاته شيئاً.

✓ موسيقى جينيريك الفيلم أقرب إلى موسيقى جينيريك الأخبار، و الملموس فيها أنها تبدو حماسية جاذبة للمتلقي حتى يتابع مجريات الفيلم، مدته لا تتعدى 13 ثانية، و قد كان الانتقال بين الصور المعروضة على طريقة شريط الصور الفوتوغرافية؛ بحيث يختار فيه الصور المعبرة عن الموضوع.

22- نوع فيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ هو فيلم وثائقي بيئي، يتحدث عن مواضيع تم حياة البشرية و منها، تغير المناخ، الملوثات الصناعية، خطر السيارات الكهربائية، سلبيات طاقة الشمس و الريح على الغلاف الجوي، المعادن النادرة حالها حال النفط و الغاز والفحم، الصراعات بين كبريات الشركات الصناعية الكبرى، و همجيتها و همها الأكبر هو النماء على حساب الطبيعة.

✓ أيضا أظهر الفيلم اهتمامات بالبيئة العمرانية خاصة في النرويج و اهتمامها بصفاء الطبيعة هناك، و لا يهملها تلوث الجهة الأخرى من العالم.

✓ لقد أخذ الفيلم بعض العينات لمشاكل كبيرة تعاني منها البيئة و كذلك الإنسان، فرغم التطور الهائل في مختلف المجالات، إلا أنه لم يستطع أن يجد حلا لحماية البيئة من الأخطار التي تحدى بها.

23- الفكرة الأساسية لفيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ اختار المخرج أفكاره الموائمة للجمهور المستهدف، و المتمثلة في أن الفيلم يظهر قلق الناس من التغير المناخي و مطالبة الجمهور من ولاء أمورهم إيجاد حلول له، لأنه غير من نظام الطبيعة، وبحث الشركات على بدائل للبتترول و تمثلت في الطاقة الخضراء، و التي هي الأخرى مصدر أكبر للملوثات البيئية، لأنها تعمل بالمعادن النادرة الموجودة في الأرض، و تحويلها يحتاج إلى الماء و بالتالي زيادة خطر الأمراض و الإشعاعات في حياتنا، و الالتهابات الأخرى كانت لصناعة السيارات الكهربائية التي تحد من انبعاث الكربون في الجو كبديل عن السيارات التي تسيير بالغاز و الذي يولد الكربون في الجو.

✓ و رغم هذه البدائل، فإننا محاصرون بملوثات أكبر و أخطر مما كنا عليه، فطمع الإنسان و جشعه وراء كل هذه المشاكل، و إذا لم يتوقف عن هذه السلوكيات، فالنهاية ستكون أسوأ مما هو متوقع اليوم.

24- البرنامج الوثائقي: تحديات البيئة الخضراء: رسالة داخلية و خارجية:

✓ هو وسيلة للاتصال، قدم رسالة واضحة، موجهة لكل الناس في العالم، عند العرب أو في العالم، و قد قامت قناة الجزيرة الوثائقية بعرضه و هو موجه للعرب أولا، و للعالم ثانيا، إذ استضافت عدة شخصيات من مختلف أنحاء العالم، و لا يوجد منهم أي شخص عربي، لأن أصل المشكل عالمي، و حتى أن المتسبب في التلوث البيئي الطبيعي و الصناعي هم كبريات الدول في العالم المنتجة، و ليست الدول العربية التي تعرف نماء بسيطا.

- ✓ تعددت الآراء في الفيلم حول حقيقة تكنولوجيا الخضراء: الريح و الشمس و أهميتهما و دورها في الحد من انتشار الكربون في الجو، و من ناحية أخرى تلويث المياه و التربة بسموم المعادن النادرة.
- ✓ حاول الضيوف تمرير رسائل مختلفة عن طبيعة هذه المعادن النادرة، و حقيقتها و فصلوا في موضوع السيارات الكهربائية، و إيجابياتها، و لكن في نفس الوقت علينا أن ندرك أن عدم انتشار خطر المعادن النادرة متوقف على كبريات الشركات، و عليها إيجاد البديل الذي ينقص من أخطار هذه المواد في البيئة و يحافظ على سلامة مائها و هوائها و تربتها، و ذلك باتباع سياسات جديدة أكثر حنكة و ذكاء.

25- الجمهور المستهدف في فيلم: تحديات البيئة الخضراء:

- ✓ يحاول المعد و المحرر للسيناريو أن يقدم لقرائه مضامين ذات مستوى أعمق مما يريده الجمهور، لذلك يميل إلى التنوع في استعمالاته لكسبه.
- ✓ و هذا الفيلم موجه لكل شخص عربي أولاً باعتباره عرض على قناة عربية و موجه لكل لعامة الناس، لكي يعرفهم بمدى خطورة الملوثات التي تفرزها همجية الشركات المنقبة عن الطاقات البديلة في العالم.
- ✓ و الغرض من ذلك فهم الرسائل المتضمنة، عن طريق تقريب الصور إليه و هو في عقر داره، إضافة إلى أن المخرج و الصحفية و كاتب سيناريو الفيلم، قد ابتعدوا عن جماليات اللفظ في هذا العصر، يفهمها العام و الخاص حتى يلقي صدى أكبر.
- ✓ فالجمهور أحد مكونات الطبيعة، و الحفاظ عليها يتوجب عليه معرفة المسببات و النتائج و تفاديها في القريب العاجل و إلا فالمشاكل ستتفاقم و الأزمات بكل أنواعها ستزيد كذلك.

26- السيناريو في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

- ✓ يعتبر السيناريو: كقصة أو دراما تقدم للجمهور في قالب فني إبداعي متميز، يتفنن فيه الكاتب، فيظهر تفاصيل القصة بطريقة احترافية و متقنة.
- ✓ و سيناريو الفيلم يبدأ من الفكرة الأساسية له، و بعدها يتم تطويرها خلال عدة مراحل، وفقاً لطبيعة الفيلم.
- ✓ و السيناريو يركز على الحدث و المواقف الرئيسية و المحتملة حتى يصل في النهاية إلى خاتمة مقنعة.
- ✓ و قد انطلق الفيلم من فكرة التغير المناخي ، و بعدها انتقل إلى مسببات التغير المناخي و انتهاء عصرها، ليأتي عصر البدائل التي تحد من ظاهرة التلوث البيئي، و لكن هذه البدائل مثل البحث عن المعادن النادرة الداخلة في تكوين السيارات الكهربائية و ثوربينات الريح و الألواح الشمسية، هي الأخرى تلوث البيئة بشكل آخر، ربما أعمق من سابقاتها و هي البترول و الغاز و الفحم، و بالتالي الوصول إلى النهاية، و هي محاولة العدول عن الاستمرار في هذه الفكرة و البحث عن بدائل أخرى لا تضر بالبيئة.

27- مكونات فيلم تحديات البيئة الخضراء

الشخصيات:

✓ فيلم تحديات البيئة الخضراء تناول موضوعا عاما يتعلق بكل الناس، و لكنه خصص بالحديث عن التغير المناخي في العالم، و من هي أكثر فئة تسببت فيه، و مشكل الكربون و غاز الميثان و سلبات السيارات الكهربائية، و لم يركز الفيلم على شخصيات بعينها، يدور حولها الفيلم، بل تميز بالتعميم.

الأماكن:

✓ التقط الفيلم صورا حية و فيديوها من عدة أماكن في العالم، فقد صور في كل من فرنسا، أمريكا، أمريكا الشمالية، و تحدث عن مصادر للمعادن النادرة في كل من الكونغو الديمقراطية - أستراليا - الشيلي - بوليفيا - الصين التي تستخرج 70% من معدن الغرافيت.

✓ كما صور في كل من منغوليا، أوصلو، النرويج، جنوب الصين (ميناء الصيد في شينزاه)، أوروبا، بوليفيا(مسطح أربوني ملحي) على ارتفاع 6400 متر عن سطح الأرض.

28- الديكودراما في فيلم: تحديات البيئة الخضراء:

✓ يتحدث الفيلم عن التغير المناخي الذي أحدثه الإنسان و تسبب فيه، بفعل تنقيبه عن مصادر الطاقة كالنفط و الغاز و الفحم، و قد استهل المخرج الفيلم بمقولة لأحدهم: " بسبب التغير المناخي تَعَيَّبُ عن مقاعد الدراسة".

✓ أصبح الوضع مقلق للعالم؛ إذ راح المواطنون يطالبون مسؤوليهم بإيجاد حلول ملموسة لمكافحة التلوث و ارتفاع درجات الحرارة.

✓ وقد أثبتت ذلك "غريتا تونبرغ" الناشطة البيئية ذلك بقولها: ما الجدوى من الدراسة لمستقبل يسلب منا؟ بين الفيلم أن أهمية البترول قد انتهت، وأخذت التكنولوجيات الخضراء مثل: ثوربينات الرياح، و الألواح الشمسية تنبؤاً مكانها، و كل هذا لغرض حماية البيئة من التلوث و إعطاء فرص الحياة و الاستمرار فيها؛ إذ أظهر العالم كله إعجابا بهذه الثورة الجديدة و دليل ذلك انخفاض أسعار البترول في الأسواق العالمية.

✓ إن طرق حماية البيئة كثيرة، و قد خصص الفيلم التركيز على استخدام السيارات الكهربائية كبديل للغاز لحل المشاكل المتعلقة بالكربون، و كذلك طاقة الشمس و الرياح، و موارد الوقود الأحفوري الذي يولد كوارث للبيئة.

✓ ولكن بقيت تخوفات من هذه الطاقة البديلة، لأنها هي الأخرى لها شرور أكثر من الوقود الأحفوري.

✓ أكد الفيلم على ذلك و أبرز أن التحول البيئي قبل كل شيء هو تحول اقتصادي، و مثال ذلك: معرض السيارات في جنيف، فالكهرباء هي الطاقة البديلة باعتبارها لا تضر بالبيئة، و بالتالي ينقص انبعاث غاز الكربون في الجو بكثير، و بعدها ستنشر في الأرض، و تفتح مجالا لفرص عمل كثيرة للناس.

بما أن لها إيجابيات لها سلبيات، فالمواد التي تدخل في صناعتها قد حلت محلها معادن نادرة، غير معروفة مثل: الأروبيوم، السماري، البثولونيوم...، و بدون النيودميوم لا يمكن للسيارة الكهربائية أن تتحرك، لأن البطارية هي قلب السيارة الكهربائية، و هي تشكل نصف وزنها، و من مكوناتها الكوبلت و الغرافيت.

هذه المعادن تستعمل أيضا في معظم تكنولوجيات الخضراء، و فيم بعد ستصبح ضرورية لتوفير الإضاءة و التدفئة و المواصلات، و حتى ميكانيكا و آليا.

✓ إن المعادن النادرة تستخرج من الكونغو كالكوبلت و الليفيوم من أستراليا، بوليفيا، الشيلي و إندونيسيا يستخرج منها التانتال و القصدير، و على رأس هذه الدول الصين التي تستخرج الغرافيت و خاصة من إقليم لونغ شيانغ في أقصى شمال الصين، و تنقيته في معامل قديمة، و للغرافيت ترسبات تتناثر في الريف ما دفع بالصينيين للهجرة من قراهم لأنه يلوث البيئة و يعرض الناس لمخاطر كبيرة.

✓ كما أن المراكز الصناعية الضخمة تلوث المياه الصالحة للشرب و ذلك بسبب تنقية الفضائل المحددة النادرة، فهي تترك مياه غير معالجة و تكون بحيرات صناعية هائلة تصب فيها مياه سوداء مشبعة بالأحماض و المواد الثقيلة كالفلورين و الزئبق، و بالتالي يسبب الأمراض الكثيرة للإنسان كهشاشة العظام.

✓ لا ننسى أن ثورينات الريح تعمل عن طريق مصادر الطاقة التي تلوث الجو، و هي أيضا تفاقم الغلاف الجوي أيضا، و التي تصنع من الفولاذ و الألومينيوم.

✓ لكن في النرويج شيء آخر، شوارع و هواء نظيف، لأن سلطاتها تحتسب لغاز الكربون في الجو، و بالتالي فإن السيارات الكهربائية تساهم في إنقاذ الكوكب من غاز الكربون، و في شينزاه بالصين، أصبحت مركزا اقتصاديا مزدهرا بسبب نمو الشركات مثل: "بي واي دي"، و بالتالي تعرض الصناعة للخطر في العالم.

✓ و قد تزايد الطلب على الليفيوم في العالم و خاصة في بوليفيا، إذ على ارتفاع 6400 متر على سطح الأرض توجد مسطح أروبي ملح، بحر من الملح، مساحته 10 آلاف كيلومتر مربع، أرض غير معمورة، لها أكبر مخزونات الليفيوم على وجه الأرض.

✓ إن إنقاذ تكنولوجيات الخضراء يتم بالتوصل إلى اكتشافات جديدة، و تعتبر مؤامرة لأرباب الصناعة.

✓ بالرغم من بحث الجميع على التطور و الازدهار، إلا أنهم في الحقيقة يتجهون إلى تغيير السياسة و العيش في جو مختلف، يحد من انتشار الضرر بالكرة الأرضية، و ذلك عن طريق الحد من استهلاك المواد المنتجة للطاقة و غيرها من الموارد.

29- دراما الطبيعة – المكان،الزمان، في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ أظهر الفيلم مشاهد متنوعة لنستفيد منها في حياتنا، و كذا أهم الصراعات بين كبريات الشركات العالمية و البلدان لأجل حدوث أكبر نماء على حساب الآخر، دون اهتمام للمخاطر التي تحدثها على البيئة و الإنسان.

✓ وقد أحسن المخرج في ترتيب الأحداث و تنقيحها و ربطها بمجموعة من الشخصيات التي لها علاقة بالمواضيع الشائكة المطروحة.

✓ فقد بدأ بعرض مشكلة التغير المناخي ، و تأثيرها على الجميع، و محاولة إيجاد حلول بديلة و هي طاقة الرياح و الشمس، و التي بدورها تهلك البيئة من نواحي مختلفة أخرى، و خطر المعادن النادرة التي تستعمل في ثورينات الرياح و الألواح الشمسية، و هي نفسها المستعملة في تحريك السيارات الكهربائية.

✓ هذه الأخيرة التي تساعد في الحد من انتشار الكربون في الجو، و لكن تلوث البيئة بإفرازات المصانع بغير هذه المعادن كما تلوث تركيبة المياه و تجعلها غير صالحة للشرب.

✓ فالمتتبع لأحداث الفيلم يدرك أن المخرج قد ربط أحداثه زمانيا و مكانيا في السنوات الأخيرة، و قد ركز على كل هذه الأحداث عن طريق الحوار الذي دار مع الضيوف من أنحاء مختلفة من العالم، و كذلك جودة الصورة، و طرق و نواحي التقاطها، و كذا تعليق الصحفية الذي تناسب مع تقرير الأخبار الواردة.

30- الصور الفوتوغرافية ومقاطع الفيديو في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ أظهر الفيلم جودة عالية في التصوير، إذ استعمل تقنيات جديدة، توضح الصور بشكل جيد، إضافة إلى أنه اعتمد على التصوير عن قرب، و من عل(البانوراما)، و التصوير البعيد، و القريب جدا، حتى تتماشى الصور الملتقطة مع حيثيات الموضوع و عناصره.

✓ للتصوير أهمية خاصة في الفيلم، إذ يجب أن يكون المصور على دراية بالتكوين و التنسيق اليدوي المتفوق.

✓ فالصور الفوتوغرافية في الفيلم بدت واضحة و جلية، إذ حرص المصور على الاهتمام بالرؤية و تناسقها من حيث الألوان و غيرها.

✓ و تجنب استخدام الأسطح العاكسة للإضاءة، و ذلك عندما قدم حوارات مع الضيوف و حرص على تقديمها في قالبها و شكلها الطبيعي، خاصة عندما يرى المشاهد الأحداث و كأنه يراها أول مرة.

✓ كما نلمس في الصور نظاما شديدا في تحديد حركة الكاميرا و رؤية الصورة من مختلف الزوايا، و بالتالي تبرز الصفات التعبيرية للحركة في الشاشة؛ لأنها حركة مبررة و منظمة و محددة من قبل المخرج، حتى تريح المشاهد، وتعرض في وقتها المناسب، و حتى أنها تناسبت مع فكرة اللقطة و الموضوع المعروض.

✓ و الملاحظ من الفيلم أن الكاميرا قد لعبت دورا كبيرا في الحركة، فتارة نرى التصوير من عل و تارة من الأسفل أو اليمين أو اليسار، و ذلك للوصول إلى لقطة عامة أو قريبة أو متوسطة، لتحول انتباه المشاهد إليها، و تركز على الموضوع و الإيقاع الدرامي فيه.

31- الصوت في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ المقصود بالصوت في الفيلم : الأصوات المصاحبة للصور التي نراها، كالأصوات البشرية التي تصدر عن الإنسان و حركته مثل: الكلام، و مختلف الانفعالات المختلفة.

✓ و كذلك المؤثرات الصوتية: كأصوات ناتجة عن حركة الأشياء، مثل أصوات ضجيج الشارع، و حركة الناس، أصوات الحفلات، الشاحنات، و قد تكون صناعية مثل: صوت فتح الباب الكبيرة و دخول السيارة ، و الآلات في المصانع.

✓ و كذلك الموسيقى: الناتجة عن العزف على آلات مخصصة لهذا الغرض مثل: آلة الكمان و البيانو و غيرها

✓ فالصوت عموما يوفر للصورة قدرة الإقناع و التفسير و الشرح و تقديم المعلومات و الإحساس بالموضوع و الإيحاء به.

✓ و هذا لا يكتمل إلا إذا كانت الصورة و الصوت متناسبان و متناسقان و مترامنان مع بعضهما البعض، و معرفة المخرج و درايته متى يقوم بالمزج بين المؤثرات الصوتية و الموسيقى داخل الفيلم.

والملاحظ اختفاء الصمت كوسيلة تعبيرية في الفيلم.

32- التعليق في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

✓ وضعت الصحفية صوتها على الصور الموجودة في الفيلم، فقد كان صوتا صحفيا جيدا، إلا أن الانفعال قد غاب في النص المقروء، و مع مضامين الصور، و بذلك يحس المشاهد وكأنه يستمع لنشرة الأخبار ليس فيها انفعال أو تأثر بمحتواها؛ إذ لا فرق بين خبر مفرح و آخر محزن، و هذا يبعث على الملل في نفوس المشاهدين و ينفهم منه، و القراءة الصحفية عموما لا تهتم لنهايات الحروف و الحركات الإعرابية، و تميل دائما إلى تسكين أواخرها هروبا من قواعد اللغة العربية، و هذا يدل على عدم التركيز على المصطلحات اللغة العربية الفصيحة.

✓ قراءة التعليق يجب أن تكون مؤثرة، فتعطي للفيلم اتساقا و انسجاما لا نظير لهما لأن السمع يتأثر قبل البصر.

- ✓ و رغم ذلك، فإن الحوار و ظهور الشخصيات أدى إلى كسر هذه الحواجز و التعديل منها في الفيلم، فوجهات النظر أعطت للفيلم جوا من التفاعل، لأن الشخصيات تعبر بأسلوبها و بعفويتها، فتعطي رأيها و مواقفها و تطابقها مع أحداث الواقع، فيتفاعل المشاهد و يعطي هو بدوره رأيا معينا يخالف أو يؤيد الشخص المحاور.
- ✓ الملاحظ أن الصحفية ربطت بين أقوال الضيوف و ما تعلق عليه ، فجعلته مرتبا ترتيبا تصاعديا يتلاءم و معطيات النص المقروء، و بتوجيه من مخرج الفيلم و كاتب السيناريو و معده.

- ✓ اعتمدت الصحفية في قراءتها على السرعة و الدقة في نفس الوقت، فلم تعطي من روحها للفيلم و تتأثر به، بل كانت قراءتها سردا و تقريرا لأحداثه و أجزاءه فقط، و ابتعدت عن العاطفة، و هذا ما يجعل الفيلم مملا نوعا ما.

33- المقابلات في فيلم تحديات البيئة الخضراء

- ✓ اتسم الفيلم بغناه بالمقابلات مع أشخاص لهم علاقة كبيرة بالموضوع المطروح، و قد أجريت معهم حوارات، تختلف المدة الزمنية لكل شخصية، منها ما جزئت حواراته، و منها ما قدمت دفعة واحدة، بحسب ترتيب مواضيع محاور الفيلم.

- ✓ هذه الشخصيات أجريت معها الحوارات كل في مكان عمله، و هذا بارز من خلال ديكور مكان العمل، و بالتالي نفهم بأن هذه الشخصيات لها قيمتها و فاعليتها في الموضوع.

- ✓ حتى أن التصوير ركز عليهم، بشكل مختلف، منهم ما ركز على وجهه، أو اللقطة إلى غاية الخصر، أو لقطة إلى الكتف أو القريبة، أما زوايا التصوير فمنهم من كانت مقابلة عادية و منها الجانبية و منها الزاوية العادية، و المقابلات التي أجريت في الفيلم جرت كما يلي:

- ✓ في بداية الفيلم ظهرت شخصية "غريتا تونبرغ" و هي ناشطة بيئية، و بعدها ظهرت شخصية: "لوران فاييوس" وهو وزير خارجية فرنسا ، و ذلك في ختام مؤتمر المناخ 21.

- ✓ الوجه الآخر هو "آل غور": نائب الرئيس الأمريكي الأسبق وبعدها ظهرت شخصية "نيكولا ميلون": خبير علمي في استراتيجيات فرنسا(2017-2021).

- ✓ الضيف الآخر كان "راندي هيز" رئيس منظمة حماية الغابات الاستوائية، وتلاه من حيث الظهور "شين جانينغ" و هو مساعد السكرتير العام لشركة المعادن النادرة الصينية، و بعدها بمدة ظهرت " ناتالي باوترز" و هي مديرة الاتصالات بشركة "بي إم ديليو" في أمريكا الشمالية.

- ✓ بعدها ظهرت شخصية "فيليب بيويكس" - مهندس - عضو في معهد القوة الدفاعية، وتلته "كارين صامويل": و هي بروفييسورة في معهد "غرينويل" للعلوم الصناعية.

- ✓ وشخصية "كريستينا بو" و هي السكرتيرة العامة لرابطة السيارات الكهربائية،

- ✓ وبعدها ظهر " هنري شلرأب": و هو مدير المواد المعدنية بالمفوضية الجيولوجية النرويجية.
- ✓ "تومي سكيير فولد": و هو وزير المواصلات و الاتصالات في النرويج.
- ✓ و شخصية " ماتيانجي": منظمة الحوار الصيني، و " ريتشارد لي": مدير الاتصالات بشركة " بي واي دي" الصينية للسيارات .
- ✓ "إندرا أوفلاند": نرويجي مختص في سياسة الطاقة.
- ✓ "أوسكار ماماني كوينونز": مدير الإنتاج بشركة" ياسيمينتوس دي ليتيو بوليفيانو"
- ✓ شخصية" لويس ألبيرثو إتشازو أفرادو": وهو مساعد وزير التكنولوجيات المتقدمة للطاقة، بوليفيا(2017-2019).
- ✓ "غونيل أفييس أوي": النائب التنفيذي لرئيس شركة وحدات الهيدروجين التجارية المتجددة.

34- الديكور في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

- ✓ يثير الديكور في أذهاننا بعض الصور الجمالية التي ترتب بها الشركات و المؤسسات و البيوت، و لكن الديكور في الأفلام الوثائقية له دلالات أخرى، إذ يصبح من الكماليات، لأن تصوير اللقطات يكون خارج الاستوديو، في الطبيعة الخلابة أو من قلب المكان الذي يوجد به المشكلة أو الموضوع المدروس، فهو لا يحتاج إلى أثاث أو أشكال مصنوعة من الأخشاب، فالطبيعة الربانية تغني عن كل ديكور، و حتى تظهر الواقعية أكثر في الأماكن، فهي تكون أكثر إقناعا و تأثيرا في الناس.
- ✓ والديكور الوحيد الموجود في الفيلم، هو عندما تظهر الشخصيات في الفيلم، فمنها من نجدها تجلس على أريكة جميلة في غرفة من غرف الشركة الضخمة، و منها من يجلس على كرسي مرموق في مكان عال جدا، و منها من يلبس ثياب العمل في المصنع، و غيرها من الشخصيات التي ظهرت في الفيلم، عبر دول مختلفة في العالم.
- ✓ عموما، إن الديكور في الفيلم قد ناسب الموضوع و الأحداث، إذ اتسم بوجود ألوان طبيعية و خاصة داخل أماكن التصوير المختلفة مع الشخصيات.

35- المؤثرات الصوتية والموسيقى في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

- ✓ استعمال موسيقى حماسية مؤثرة، و لكنها نوعا ما خفيفة و ليست طاغية على لقطات الفيلم.
- ✓ رافقت الموسيقى التعليق و حتى الحوارات مع الضيوف و لكن ليسوا كلهم، ولم تكن بارزة بشكل كبير.
- ✓ توظيف موسيقى استعراضية تتماشى مع لقطات الفيلم و معبرة عنه(الانتقال من فقرة إلى أخرى).
- ✓ صوت الباب الكبير عند فتحه، و هي لقطة دخول السيارة الكهربائية، منذرة بدخولها إلى مكانها.

- ✓ موسيقى تعرض فيها مزايا السيارة الكهربائية(البيانو)
- ✓ استخدام الموسيقى في الفيلم و كأنها منبه.
- ✓ استخدام موسيقى حماسية دافعة تبرز أكثر كلما سكتت الصحفية عن التعليق.
- ✓ و في بعض الأحيان يعلو صوتها في الفيلم و يبرز و كأنه صوت ينذر بالخطر، أو عمل غير مقبول، و أغلبها أصوات رقيقة ، أما الموسيقى الفخمة تميل إلى الاستقرار في التفكير على شيء معين.
- ✓ كما رافقت الموسيقى المؤثرة عندما ركزت على الخريطة.
- ✓ موسيقى تعبر عن حجم الكوارث، و الأهوال التي تقع و مخلفات المعادن.
- ✓ موسيقى كلاسيكية، و موسيقى إنذارية.
- ✓ على مقربة من نهاية الفيلم لاحظنا وجود موسيقى هادئة.
- ✓ أصوات السيارات و الضجيج و الناس في الشوارع، و أصوات سير الشاحنات و الغبار يتصاعد.
- ✓ أصوات الحافلات و السيارات و هي تسير في الشوارع(السيارة الكهربائية).
- ✓ أصوات ثوربينات الرياح.
- ✓ موسيقى النهاية: و هي موسيقى معبرة عن أمل في إيجاد حلول للمشاكل العالقة.

36- المونتاج في فيلم تحديات البيئة الخضراء:

- ✓ رتب المخرج لقطات الفيلم و مشاهده بأسلوب مميز، حتى ينتقل المشاهد من لقطة إلى أخرى بشكل فني جميل، و هي تعبر عن الحس الفني الذي يتمتع به المخرج و الأسلوب الذي اختاره لإخراج الفيلم بهذا الشكل.
- ✓ الملاحظ أن المخرج قد أدرك متى يتم الانتقال من لقطة إلى أخرى، و طريقته و مدة عرض كل لقطة، و اللقطة التي تليها و تكملها، إضافة إلى الإبقاء على جودة الصورة و الصوت معا، و ذلك راجع إلى أدوات التصوير المستخدمة.
- ✓ فالمونتاج الجيد، يرتب و يركب الأحداث التي جرت في أوقات و أماكن مختلفة فتبدو متصلة مترابطة، و تبين عناصر الموضوع كله، و نرى ذلك عندما يصل الفيلم إلى لقطات الحوار مع الشخصيات.

✓ وقد اعتمد المخرج على القطع و المزج حتى يتجنب التكرار و الإطالة ، و يتم تسويق الفيلم دون مشاكل.

37- الغرافيك في فيلم: تحديات البيئة الخضراء:

✓ استعمل المخرج الخريطة في الفيلم ، و هي الخاصة بالتغير المناخي في العالم، كما عرض صورة لجهاز كمبيوتر عليه صورة لسيارة تحتوي على مجموعة من المعادن، و هذه الصورة تعتبر كرسم تخطيطي لسيارة يعبر عن المعادن و مكان وجودها في السيارة، و هي كالتالي: هيكل السيارة- تنغستن، مصابيح أمامية - نيوديميوم، مرايا - لانتانوم، رؤية ليلية - جرمانيوم، مكونات إلكترونية - بزموث - تانتال، عاكس للأشعة فوق البنفسجية عن زجاج السيارة الأمامي - سيريوم، شاشات - أوروبيوم، مجسات - إتريوم.

✓ و الأروبيوم - تراييوم (هيكل متحرك للسيارة) لشاشات أروبيوم، إنديوم، مع شكل توضيحي لهدين المعدنين.

و بعدها ركزت على دور هذه المعادن النادرة في السيارة الكهربائية، و كيفية تأثيرها في الوظائف الحيوية للسيارة

✓ شكل آخر توضيحي لهيكل السيارة، و يوضح شكل أسطواني كبير داخل السيارة الكهربائية الذي بواسطة معدن النيوديميوم يمكنها أن تتحرك كما وضح شكل محرك نيوديميوم فيها.

✓ بعدها وضحت رسماً تخطيطياً لبطارية السيارة التي تساوي نصف وزنها التي هي عبارة عن صفائح ملتصقة مع بعضها البعض، و عددها 14، كما وضح رسم آخر لبطارية كوبلت و غرافيت.

✓ كما بينت صورة لمعادن خام أخرى تستخدم في معظم تكنولوجيات الخضراء.

وظف خريطة العالم بحجم كبير، و بعدها ركز على جمهورية الكونغو الديمقراطية، أستراليا، الشيلي، بوليفيا، إندونيسيا، الصين.

شكل آخر توضيحي للسيارة يبين فيه مقاعد مغنيسيوم - مع شكله - و مرايا لانتانوم.

38- أوجه التشابه والإختلاف في فيلمي بيتنا وتحديات البيئة الخضراء:

يشترك الفيلمان في نقاط كما يختلفان في أخرى، و يمكن تحديدها كما يلي:

❖ أوجه التشابه:

✓ يصور الفيلمان موضوعاً بيئياً، و هو تغير نظام البيئة و المناخ، التلوث البيئي، أسبابهما، نتائجهما، و بعض الحلول المقترحة لتغيير الأوضاع.

✓ اعتمد الفيلمان على الدقة في التعليق، و أبرزوا الهدف من صناعتهم، و ترتيب فحوى اللقطات و مضمونها، و تراطبت صوت المعلق مع الصورة ولمسته الخاصة فيها ، باعتبار أن الفيلم الأول يصنف ضمن الإعلام التقليدي، و الثاني يصنف ضمن الإعلام الجديد.

- ✓ وُجه الفيلمان للإنسان و للبشرية في كل أنحاء العالم، لأن موضوعه يلمس كل شخص، بغض النظر عن مكانه و بلده و عرقه و دينه.
- ✓ من ناحية الديكور، الفيلمان مصوران في الطبيعة ، إذ لم يعتمد المخرج على الديكورات الصناعية لتصوير الفيلم؛ لأن الأصل و الهدف هو تصوير ما حصل في البيئة من مشاكل و أزمات؛ و ذلك كان بسبب طمع الإنسان و جشعه، فالصور و الفيديوهات مأخوذة من الواقع و ليست متخيلة، وما ظهر من ديكور عند لقاء الضيوف فلم يكن من صنع المخرج، و إنما من مكان عمل هؤلاء.
- ✓ وظف كلا الفيلمين الخريطة كمستند جرافيكي للتوضيح عن مكان بلد معين، أو مجموعة بلدان، ولم تكن مدة عرضها طويلة؛ بل حددت ببعض الثواني وتقيد كل مخرج بذلك، إضافة إلى تجنبهما تكرار نفس الصورة .
- ✓ اعتماد اللون الأسود للخلفيات في كليهما، وهذا ما يدل على أن اللون الأسود هو الأنسب لعرض البيانات.
- ✓ اشترك الفيلمان في نفس الفكرة الأساسية؛ وهي التغير المناخي، الملوثات الصناعية، ذوبان الجليد، ارتفاع درجات الحرارة... وغيرها، و كذا الآمال المعلقة ببعض الحلول المقدمة للحفاظ على البيئة و ترميم ما مسه التلوث.
- ✓ ربط الفيلمان بشكل جيد بين اللقطات المتعاقبة و المتزامنة بأسلوب مميز، و هو ما ينم عن قدرة المخرجان في ذلك، و إدراكهما متى يتم الانتقال من لقطة إلى أخرى، وما هي أفضل لقطة و أنسبها، بمعنى أنهما اعتمدا على تقنية القطع و المزج حتى تتشكل المضامين بطريقة أوضح للرسالة.
- ✓ استخدام كلا المخرجين للمؤثرات الصوتية كضجيج السيارات و الحافلات و أصواتهما و هما تسييران في الطريق، و أصوات الأبواب التي تفتح ، والآلات، و الموسيقى المناسبة للفيلمين.
- ✓ استعمال كلا المخرجين للآلات المتطورة و الأجهزة اللازمة لتصوير لقطات الفيلمين، و الكوادر المتخصصة و الفنية ، إضافة إلى استخدامهما لعناصر اللغة السينمائية ذاتها كالكاميرا و العدسات و الإضاءة و تقنيات المونتاج التي يستخدمها المخرجون في أفلامهم.
- ✓ صورت لقطات الفيلمين على أفلام ملونة، و ذلك تماشيا مع موضوع المناخ و الطبيعة و المشاكل المعترضة و توقع الناس داخل الكرة الأرضية، و بالتالي فالمخرجين قد عبرا عن رؤيتهما بحسب إمكانياتهما المالية و الميزانية المخصصة لإنتاج الفيلمين، إضافة إلى كفاءتهما في تنظيم و إدارة عملهما.
- ✓ توافر الصوت داخل اللقطة الواحدة، و قد لعب الميكروفون دورا في ذلك، فقد أبرزه بشكل جيد، مثل صوت حديث الناس، مؤثرات صوتية، موسيقى.

✓ حدد المخرجان مواقع الكاميرا و حركتها في الفيلمين لتحديد وجهة نظرهما نحو الشيء المصور، كما حدد كل منهما أحجام اللقطات المناسبة و أنواعها بحسب إمكانيتها في إيصال الرسالة للمشاهد أو المتلقي، كما يشتركان في تنظيم أوقات التصوير، و وجود المصورين و كل فريق العمل.

✓ ارتبط الفيلمان بزمان و مكان معينين للأحداث، و ذلك عن طريق السيناريو و ترتيب الأحداث داخله بشكل منظم.

✓ لم يصور الفيلمين أشخاصا بعينهم، بل كان الخطاب موجها لكل الناس، أما الأماكن المصورة فكانت لتكملة مضامين الفيلمين و توصيلهما إلى المتلقي.

✓ تماثل الفيلمان دراميا في مجموعة من الوقائع التي أثرت و تأثرت في بيئة الإنسان و غيرتها إلى ما هي عليه اليوم مثل: البترول، الغاز، الفحم، وهو ما جعل الدول و الحكومات و أرباب الصناعة في العالم تتحرك لإيجاد بدائل أخرى و هي الطاقة الخضراء، كثورينات الرياح و الألواح الشمسية؛ والتي هي الأخرى تلوث البيئة و تفسد نقاءها.

❖ أوجه الاختلاف:

✓ السيناريو في فيلم بيتنا كان مبنيا على حكاية، و هي حكاية الأرض و نشوء الإنسان و تطور حياته، و المشاكل الناجمة عن هذا التطور، و حلم تغيير هذه الملوثات و تبديلها بما هو أفضل، فهذا السيناريو قد بدا كلاسيكيا حكايا، و ترك فيه لمسات أدبية جميلة، اتفق على كتابته كل من المخرج و شخصين آخرين، ليخرجه في قالبه النهائي.

✓ أما في فيلم تحديات البيئة الخضراء، فالسيناريو فيه ابتدأ بنتيجة الملوثات (البترول، الغاز، الفحم) للمناخ، و بعدها تحدث عن الإتيان بحلول بديلة لها و هي السيارة الكهربائية، و الطاقات البديلة كثورينات الريح و الألواح الشمسية، و اكتشاف ضررها، و محاولة العدول عنها هي الأخرى.

✓ السيناريو لم يكن كلاسيكيا حكايا، و إنما أتى بقالب جديد، حيث تدرج من النتيجة إلى السبب، و البحث عن الحلول للخروج من هذا المشكل.

✓ التعليق في فيلم بيتنا: صوت المعلق كان رخما فخما جميلا، أظهر الموهبة عليه، انفعل مع النص المقروء و أعطاه من روحه، استرسل في قراءته و اهتمامه بنهايات الحروف و حركاتها الإعرابية (فصاحة اللغة) و مفرداتها البليغة، إضافة إلى أنها مؤثرة تجعل القارئ ينسجم معه حتى نهاية الفيلم.

✓ أما فيلم تحديات البيئة الخضراء، فصوت المعلقة كان صحفيا بامتياز، غاب فيه الانفعال و التأثير مع النص المقروء، فيبعث الملل في نفوس المشاهدين، و لم تهتم بنهايات الحروف و ميلها لتسكين أواخرها، و اعتمادها على السرعة و الدقة؛ فهي لم تتأثر بالفيلم، و كأنها تسرد الأخبار فقط، و هذا ما يجعله مملا نوعا ما.

- ✓ غابت البلاغة فيه، واعتمدت الصحفية على لغة سهلة و بسيطة، لغة العصر.
- ✓ غاب الحوار في فيلم بيتنا ووجهات النظر فيه للضيوف، و هي تعتبر إحدى سلبيات الفيلم، لأنها تضيف للفيلم و تدعمه، على عكس فيلم تحديات البيئة الخضراء؛ فقد كان ثريا بالضيوف الذين لهم علاقة بالأحداث و الموضوع المطروق، فقد كانت الصحفية تترك مجالاً للضيوف لإعطاء آرائهم و التعبير عنها، إذ أن شهاداتهم تعتبر توثيقاً لما جاء في الفيلم، كما أنه أغناه بالأفكار، وهذه الشخصيات منها ما أخذ كإشارة لبعض المواضيع في الفيلم ومنها ما أقيم معها لقاء حصري، و هذا ما كسر حاجز الملل في الفيلم، بسبب سرعتها في القراءة و عرض الأفكار.
- ✓ برز الصمت في فيلم "بيتنا" في بعض لقطاته كوسيلة للتعبير و التعليق لكسر الروتين و نمطية التعليق الواحد، مع إضافة موسيقى معبرة يعلو صوتها في اللقطة، و تكون مؤثرة.
- ✓ لكن في فيلم " تحديات البيئة الخضراء " غابت هذه التقنية تقريبا في الفيلم، لأن مدة الفيلم قصيرة، و لأن الضيوف تناوبت عبر مراحل الفيلم في الظهور، فلم يترك مجالاً للصمت لكي يعبر.
- ✓ عرض فيلم "بيتنا" أول مرة على قناة France2 بالاشتراك مع شركة PPR، و هو موجه لكل إنسان على وجه الأرض، أما فيلم "تحديات البيئة الخضراء" فعرض على قناة الجزيرة الوثائقية التابعة لشبكة قنوات الجزيرة الإعلامية التي قامت بإنتاجه، و هذه إحدى ميزات هذه القنوات؛ إذ أنها تنتج أفلامها و لا تقوم باستيرادها، وهو موجه للناس داخل الدول العربية و العالمية.
- ✓ اختلف الفيلمان في عرضهما للإحصائيات، ففيلم "بيتنا" قدم إحصائيات لأناس رحلت و أخرى ماتت ...، وذلك كان في نهاية الفيلم تقريبا، أما فيلم تحديات البيئة الخضراء فقد عرض تخطيطاً يوضح هيكل السيارة و المعادن النادرة الموجودة فيها، سواء السيارة الكهربائية أو العادية، بالإضافة إلى أشكال تخطيطية توضح فيها شكل هذه المعادن النادرة في السيارة.
- ✓ كما سميت هذه المعادن النادرة و حددت مكانها في السيارة، كما رسمت تخطيطاً لبطارية السيارة الكهربائية.
- ✓ اختلف الفيلمان من ناحية أسلوب عرض الأفكار في السيناريو، ففيلم "بيتنا" اتبع ذكر البداية، النشوء، الانتشار، التلوث أسبابه و نتائجه، و الحلول.
- ✓ أما فيلم "تحديات البيئة الخضراء" فبدأ بمحصر النتائج و بعدها ذكر الأسباب، و بعدها اقترح حلولاً اعتمدت على أرض الواقع، و حلولاً أخرى للحفاظ على البيئة.
- ✓ اختلف الفيلمان في شكل و نوع الموسيقى المستخدمة في الفيلم، ففي فيلم "بيتنا"، وظفت الموسيقى الصينية التي تميل إلى الحزن، تأسر المشاهد معها إلى نهاية الفيلم، كما وظفت الموسيقى الأوبرالية .

- ✓ أما فيلم "تحديات البيئة الخضراء"، فموسيقاه كانت متنوعة؛ تارة حماسية دافعة و تارة أخرى مؤثرة خفيفة أحيانا و أحيانا أخرى استعراضية، كما وظف الفيلم موسيقى تنبئ بحجم الكوارث، كما جعل لنهاية الفيلم موسيقى هادئة تدعو إلى التفكير و التأمل في الحلول للحد من ظاهرة التلوث البيئي و كذا التغير المناخي.
- ✓ يختلف الفيلمان من ناحية زوايا التصوير؛ ففيلم "بيتنا"، كانت أغلب لقطاته إن لم تكن كلها مصورة من عل أي جوبا، معتمدا فيها على وسائل تصويرية، و كذا طائرات مروحية و أخرى عادية في ذلك، و كذلك اتبع تقنية البانوراما في التصوير
- ✓ أما فيلم "تحديات البيئة الخضراء"، فاتبع المخرج عدة زوايا تصويرية ، تارة يمينا و يسارا، تارة أخرى من عل، من أسفل لقطه عامة، لقطه قريبة، متوسطة، ولقطات من الخلف، حتى يلم بكل حيثيات الموضوع.
- ✓ اختلف الفيلمان في الجينيريك، ففيلم بيتنا، له جينيريك خاص بالبداية و آخر بالنهاية؛ فالأول تضمن ذكر مجموعة شركات الإنتاج التي ساهمت في العمل و كانت مدته 57 ثانية، و موسيقاه كانت هادئة جميلة.
- ✓ أما الثاني، فذكر فيه أسماء كل القائمين على العمل، و أظهر صورا لمختلف الدول في العالم التي صور فيها الفيلم، و كانت مدته 4 دقائق و بعض الثواني.
- ✓ أما في فيلم "تحديات البيئة الخضراء"، لخص أهم عناصر الفيلم و لم يذكر أي شخص أو من شارك في الفيلم، لا مخرج ولا مقدم، لا مصور، و لا مدير إنتاج...
- ✓ أما جينيريك البداية هو نفسه جينيريك النهاية (موسيقى، صور، مدة زمنية)
- ✓ فيلم بيتنا صنع فرنسي بحت؛ بمعنى أنه مستورد مترجم ، أما فيلم تحديات البيئة الخضراء صنع محلي، بمعنى أنه لم يستورد، ولم يترجم، وهذا لم يمنع من ظهور الإمكانيات الفنية لكلا الفيلمين كل وطريقته.

39- نتائج الدراسة:

بعد عمل دراسة مقارنة للفيلمين خرجنا بالنتائج التالية:

- ✓ الأفلام الوثائقية صنعت للتعريف بفحوى المواضيع الطارئة و الفاعلة في المجتمع، و المشكلات و الأزمات.
- ✓ الأفلام الوثائقية التقليدية و الجديدة تؤدي نفس الوظيفة، الاختلاف فقط يكمن في طريقة و أسلوب المعالجة و هذا يرجع إلى ميول المخرج و حنكته و براعته في تصوير الفيلم الوثائقي.
- ✓ اختلاف الوسائل الإعلامية لا يؤثر في جودة الأفلام الوثائقية و مصداقيتها، و إنما يظهرها بشكل أجمل و أفضل و أبعث، ناهيك عن قيمتها المعرفية.
- ✓ الأفلام الوثائقية تبرز صنيع الله و تصوره حتى يشاهد المتلقي و يتأمل و يتمتع به، و يشكر الله على نعمه.
- ✓ الأفلام الوثائقية صنعت لتخدم المتلقي، رغم تنامي القنوات الفضائية و اختلالها، إلا أنها تسهر على خدمة المشاهد و تعرفه بما هو أفضل له.
- ✓ الجمهور المتلقي يتابع البرامج الوثائقية عبر وسائل الإعلام التقليدية و الحديثة بدون استثناء.
- ✓ تعمل الأفلام الوثائقية البيئية على تعرية الأسباب المؤدية للتلوث في البيئة، و تعرض أهم المحاولات لإنقاذ الوضع و تدعم رأيها عن طريق شخصيات واقعية تحاورها و تستنتج آثارها و سلبياتها، سواء من عامة الناس، أو من مراكز مرموقة في المجتمع.
- ✓ تحاول الأفلام الوثائقية توعية المشاهد للأخطار التي يعيش فيها، و إدراكه لحجمها و خطورتها خاصة الاحتباس الحراري، و التغير المناخي، ناهيك عن تثقيفه و إمتاعه، و تعليمه لأمر جديد لم يكن على دراية بها.
- علاقة وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة علاقة تكامل، فكلاهما يكمل الآخر، لأن الهدف الأسمى من استخدامها هو تقديم الخدمات للمشاهد و تفاعله مع المادة المعروضة، و إبداء رأيه فيها، خاصة في المواضيع المصيرية منها كالحياة و نمط العيش مثلاً.

خاتمة:

لقد تطور الفيلم الوثائقي منذ ظهور الإمكانيات التكنولوجية الحديثة، خاصة و أن الفيلم الوثائقي التقليدي مكن الفرد من تفعيل الاتصال الجماهيري بدون انتظار لعرضه عبر شاشة التلفزيون و بدون تكاليف تذكر، و جعلت الفرد قادر على مخاطبة الملايين بسهولة و بشكل عصري خال من احتكار وسائل الإعلام التقليدية، بل ساعدت وسائل الإعلام الجديد من توفير كل ما يحتاجه المستخدم من فيسبوك، يوتيوب، تويتر، فليكر، بلوجر بودوكاست، تيك توك، انستغرام و غيرها، مما جعله يتميز بعدة خصائص مقارنة بالإعلام التقليدي، فممكنه من منافسة كبريات الوسائل الإعلامية التقليدية، خاصة مع انتشار الإنترنت في العالم العربي و إدخال التكنولوجيا الرقمية في عمل وسائل الإعلام التقليدي.

فقد أصبح يتصدر مكانة في المشهد الإعلامي العالمي، لأنه غير مكلف، و غير متعب، يستقطب أكبر قدر ممكن من الجمهور الذي يستخدم وسائل الإعلام الجديد، و هو ما جعل التنافس على أشده بين الوسائل التقليدية و الجديدة.

و يبقى لكل منهما خصائصه و سماته و أهدافه، و تبقى العلاقة بينهما علاقة تكامل، فالإعلام الجديد بوسائله و ميزاته ووظائفه يقوي و يعزز من ميزات ووظائف الإعلام التقليدي بدرجة كبيرة، مما جعلها تتطور في مضامينها بتطور الوسائل المستخدمة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أ- القرآن الكريم.

أولاً: الكتب:

- 1- إبراهيم، السيد حسنين. (2015). الاتجاهات الحديثة في الإعلام الصحفي. (ط1). القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع.
- 2- أبو رشيد، نهلة. (2020) كتابة و تحرير الأخبار 1. تدقيق، أحمد الشعراوي- سميرة شيخاني- عربي المصري. (دط). سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- 3- أحمد، العيد أبو السعيد. (2014). الكتابة لوسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون). ترجمة إعلامية. (دط). عمان: دار الباروزي العلمية للنشر و التوزيع.
- 4- أنعام، حسن أيوب و آخرون. (2016). العلاقات العامة و الاتصال في الخدمة الاجتماعية. (ط1). عمان: دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع.
- 5- أوفهاردى باتريسيا. (2013). الفيلم الوثائقي. مقدمة قصيرة جداً. ترجمة شيماء طه الريدي. (ط1). القاهرة: دار هنداوي للتعليم و الثقافة.
- 6- أيمن، عبد الحلیم نصار. (2007). إعداد البرامج الوثائقية. رسالة للباحثين و الأكاديميين للتوجه و الكتابة و التلفزيون. مراجعة مُجد جاسم فلحي. (د.ط). عمان: دار المناهج للنشر و التوزيع.
- 7- بشرى، حسين حمداني. (2014). القرصنة الالكترونية. أسلحة الحرب الحديثة. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 8- بلال، عزيز علي. (2013). الفيلم التسجيلي التلفزيوني. من الفكرة إلى الشاشة. (دط). دمشق: منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب.
- 9- بلقاسم سلاطنية، الجيلاني حسان. (2014). مدخل لمناهج البحوث الاجتماعية. (دط). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 10- جبريل، بن حسن العريشي. سامى بنت عبد الرحمن مُجد الدوسري. (2015). الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية. (دط). عمان: الدار المنهجية للنشر و التوزيع.
- 11- حسن، علي مُجد. (2006). تكنولوجيا الاتصال الحديثة. النشأة. التطور. الوظائف. التأثيرات. (ط2). القاهرة: دار البيان للطباعة و النشر.

- 12- حسنين شفيق.(2015).الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية:التسريبات التحسس.الإرهاب الإلكتروني.(دط).مصر:دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع.
- 13- حسين،محمود الهنيمي.(2015).العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي.(ط1).عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 14- خضرة،عمر المفلح.(2015).الاتصال: المهارات و النظريات وأسس عامة.(ط1).عمان:دار الحامد للنشر و التوزيع.
- 15- الدليمي عبد الرزاق مُجَدّ.(2011).الصحافة الإلكترونية و التكنولوجيا الرقمية.(ط1).عمان:دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- 16- الدليمي عبد الرزاق مُجَدّ.(2011).المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال.(ط1).عمان:دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- 17- الدليمي عبد الرزاق مُجَدّ.(2012).مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد.(ط1).عمان:دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
- 18- الدليمي عصام حسن أحمد.علي عبد الرحيم صالح.(2014).البحث العلمي أسسه و مناهجه.(ط1).عمان:دار الرضوان للنشر و التوزيع.
- 19- ربحي،مصطفى عليان.(2001).البحث العلمي.أسسه.مناهجه.و أساليبه.إجراءاته.(دط).بيت الأفكار الدولية
- 20- ربحي،مصطفى عليان.عثمان مُجَدّ غنيم.(2000).مناهج و أساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق.(ط1).عمان:دار صفاء للنشر و التوزيع.
- 21- رجاء،وحيد دويدري.(2000).البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية.(دط).دمشق:دار الفكر المعاصر.
- 22- الرحية.خديجة.الإجازة في الإعلام و الاتصال: صحافة المواطن، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا 2020م.
- 23- رحيم،يونس كرو العزاوي.(2008).مقدمة في منهج البحث العلمي.(ط1).عمان:دار دجلة للنشر و التوزيع.
- 24- رضا أمين.(2015).الإعلام الجديد.(ط1).القاهرة:دار الفجر للنشر و التوزيع.
- 25- رضا عبد الواحد أمين.(2007).الصحافة الإلكترونية مدارس الصحافة و الإعلام بجامعة الأزهر.(ط1).القاهرة:دار الفجر للنشر و التوزيع.
- 26- رضا،عبد الواحد أمين.(2007).النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني.(دط).

- 27- رفعت، عارف الضبع (2011). الإذاعة النوعية و إنتاج البرامج الإذاعية. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- 28- الزعبي، لؤي (2020). الأفلام الوثائقية. (دط). سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية.
- 29- سامي. مُجَدِّد الصلاحيات. (2006). الإعلام الوقفي: دور وسائل الاتصال الجماهير في دعم و تطوير أداء المؤسسات الوقفية - سلسلة الدراسات الفائزة في مسابقة الكويت الدولية لأبحاث الوقف. الأمانة العامة للأوقاف. (ط1). الكويت.
- 30- الشاري طارق. (2010) الإعلام الإذاعي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 31- شاوي برهان. (2015). مدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته. (ط1). عمان: دار و مكتبة الكندي للنشر و التوزيع.
- 32- الشفيع. عمر حسنين. (2011). الصحافة الإلكترونية: المفهوم و الخصائص و الانعكاسات دراسات استراتيجية. (ط1). أبوظبي: المركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية.
- 33- الضامن منذر. (2007). أساسيات البحث العلمي. (ط1). عمان: دار السيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
- 34- طالب فرحان. (2011). صناعة الإعلام الإذاعي و التلفزيوني: المقومات الفنية و المهنية لرجل الإعلام الإسلامي. (ط1). الأردن: دار النفائس للنشر و التوزيع.
- 35- عباس، ناجي حسن. (2016). الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني. دراسة مقارنة: " العربية نت - محيط - راديو سوا - إذاعة العراق الحر - تلفزيون الشرقية - وكالة فينا أنموذجا. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع.
- 36- عبد الجواد سعيد مُجَدِّد الربيع. (2015). فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية و تطبيقية. (ط1). القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- 37- عبد الرحمن، بن إبراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني (ط1). عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع.
- 38- عبد الستار جواد. (2002). فن كتابة الأخبار. (ط2). عمان: دار مجدلاوي للنشر و التوزيع.
- 39- عبد الفتاح، عبد النبي. (1989). سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء و نشر الأخبار. (دط). القاهرة: دار العربي للنشر و التوزيع.
- 40- عبد القادر، بن عبد الله الفتوح. (1998). الإنترنت للمستخدم العربي. (ط1). الرياض: مكتبة العبيكان.
- 41- عبد الكريم، عبد الله الحربي. (2003). الإنترنت و القنوات الفضائية و دورها في الانحراف و الجنوح. (ط1). الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.

- 42- عبد الله، مُحَمَّد النذير. (2017). ابستمولوجيا علوم الإعلام و الاتصال. (دط). وهران: منشورات دار الأديب.
- 43- عبد الملك، بن عبد العزيز شلهوب. (2004). التحقيق الصحفي، أسسه أساليبه اتجاهاته الحديثة. (ط1). الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض.
- 44- عبود، ريم. (2020). مدخل إلى الإذاعة و التلفزيون. (دط). سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- 45- عوجة علي و آخرون. (1989). مقدمة في وسائل الاتصال. (ط1). المملكة العربية السعودية: مكتبة مصباح.
- 46- عربي، المصري. (2020). الحديث و التحقيق التلفزيوني، تدقيق: مُحَمَّد العمر- نُهلة أبو رشيد- ريم عبود. (دط). سوريا: مجلة من منشورات الجامعة الافتراضية السورية .
- 47- علاء هاشم مناف. (2011). فلسفة الإعلام و الاتصال. دراسة تحليلية في حفريات الإنسان الإعلامية. (ط1). عمان: دار صفاء للنشر و التوزيع.
- 48- علي عاطف. (2006). المنهج المقارن في دراسات تطبيقية. (ط1). بيروت: مؤسسة مجد الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع.
- 49- علي عبد الفتاح. (2015). الإعلام الاجتماعي. (ط1). عمان: دار اليازوري العلمية.
- 50- علي، خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 51- عيسى، نُهلة. (2020). الأفلام الوثائقية. (دط). سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- 52- العيناوي، إلهام. الإجازة في الإعلام و الاتصال : مدخل إلى الصحافة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020م.
- 53- غازي، زين عوض الله. (1996) الأسس الفنية للحديث الصحفي. (دط). مصر: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- 54- غالب، كاظم جواد الدعيمي. (2017). الإعلام الجديد. اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة. (ط1). عمان: دار أمجد للنشر و التوزيع.
- 55- غزالي مُحَمَّد، لامية صابر. (2016). دراسات في الإعلام الجديد. (ط1). عمان: مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع.
- 56- غسان، عبد الوهاب الحسن. (2013). الصحافة التلفزيونية. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 57- فاطمة، حسين عواد. (2015). الاتصال و الإعلام التسويقي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 58- فهد ، بن عبد الرحمن الشميمري. (2010). التربية الإعلامية. كيف نتعامل مع الإعلام؟. (ط1). الرياض: مكتبة فهرسة الملك فهد الوطنية للنشر.

- 59- فواز، منصور الحكيم. (2015). سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري. (ط2). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 60- قنديلجي عامر إبراهيم. (2015). الإعلام الإلكتروني. (ط1). عمان: دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
- 61- لوي خليل. (2014). الإعلام الصحفي. (دط). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 62- مُجّد العمر. (2020). البرامج الإذاعية في الإذاعة و التلفزيون. تدقيق: نُهلة أبو رشيد، سميرة شيخاني، إلهام العيناوي. (دط). سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- 63- مُجّد العمر. (2020). كتابة و تحرير الأخبار 2. (دط). سوريا: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- 64- مُجّد، حمد بن عروس. (2005). الأسس الفنية للإذاعتين المسموعة و المرئية (دط). بنغازي: دار الكتب الوطنية.
- 65- مُجّد، خليل الرفاعي. (2020). كتابة و إعداد التقارير الإخبارية. (دط). سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- 66- مُجّد، مُجّد قاسم. (1999). المدخل إلى مناهج البحث العلمي. (ط1). بيروت: دار النهضة العربية للطباعة و النشر.
- 67- محمود، حسن إسماعيل. (2003). مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير. (ط1). مصر: الدار العالمية للنشر و التوزيع.
- 68- محمود، حسن إسماعيل. (2003). مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير. (ط1). مصر: دار العالمية للنشر و التوزيع.
- 69- مروى، عصام صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني: الأسس و آفاق المستقبل. (ط1). عمان: دار الإعصار للنشر و التوزيع.
- 70- المشهداني سعد سلمان. (2018). منهجية البحث العلمي. (ط1). عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- 71- المشهداني سعد سلمان. فراس حمود العبيدي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي و خصائص البيئة الإعلامية (ط1). المملكة الأردنية الهاشمية: دار المجد للنشر و التوزيع.
- 72- مصطفى حميد كاظم الطائي. (2007). الفنون الإذاعية و التلفزيونية و فلسفة الإقناع. (دط). الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر.
- 73- مقدادي خالد غسان يوسف. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و أبعادها التقنية الاجتماعية. الاقتصادية. الدينية. السياسية على الوطن العربي و العالم. (ط1). الأردن: دار النفائس للنشر و التوزيع.
- 74- مي العبد الله. (2010). البحث في علوم الإعلام و الاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات المنهجية. (ط1). بيروت: دار النهضة العربية.
- 75- وسام، فاضل راضي. مهند حميد التميمي. (2017). الإعلام الجديد تحولات اتصالية و رؤى معاصرة. (ط1). دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي للنشر.

76- ياس، خضير البياتي.(2004).الاتصال الرقمي:أمم صاعدة و أمم مندهشة.(ط1).عمان:دار البداية ناشرون و موزعون.

ثانيا: الأطروحات و الرسائل:

66- آكلي،فضيلة.(2007). استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية-دراسة ميدانية حول تأثير القنوات الرقمية الغربية على مراهقي كل من حي باب الواد، الأبيار، حيدرة، رسالة الماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،جامعة الجزائر.

67- إلهام بوثلجي،إلهام.(2011). الصحافة الإلكترونية الجزائرية و اتجاهات القراء، دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أونلاين، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر.

68- بداني،فؤاد.(2016). سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية، دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم، أطروحة لنيل الدكتوراه العلوم،قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران2.

69- بلوطي،ريحانة.(2015). دوافع استخدام الهوية الافتراضية في الشبكات الاجتماعية و أثرها على الفرد،دراسة استكشافية لعينة من مستخدمي الفيسبوك أتمودجا،مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال قسم العلوم الإنسانية- شعبة علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2015،2014م.

70- بن زروق،جمال.(2011). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم العلوم الإنسانية،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،جامعة مُجّد خيضر،بسكرة.

71- بن عمر،سامية.(2013). تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية على أطفال مدارس بلدية بسكرة كنموذج-أطروحة الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة مُجّد خيضر،بسكرة.

72- بن عمر،غمشي.(2019). واقع التقنيات السينمائية في الفيلم الجزائري،دراسة تطبيقية ميدانية أطروحة دكتوراه علوم ، قسم الفنون، كلية الآداب و الفنون، جامعة أحمد بن بلة،وهران.

73- بوعزة،اسمهان.(2017). إشكالية دبلجة الأفلام الوثائقية السياحية،L'ALGERIE VUE DU CIEL، أتمودجا، مذكرة الماستر،قسم اللغة الإنجليزية،كلية الآداب واللغات، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان.

- 74- بوغرزة، رضا. (2017). شبكة الإنترنت و علاقتها باكتساب السلوك الإنحراقي لدى الشباب المراهق- دراسة ميدانية بثنانويات مدينة جيجل، أطروحة الدكتوراه العلوم في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد ملين دباغين، سطيف 2.
- 75- بومليخة، خلاف. (2007). جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري، قسنطينة، الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة.
- 76- تواتي، خديجة. (2015). سترجة الأفلام الوثائقية حول تراث تلمسان وثائقي: " سيدي بومدين شعيب الغوث " ، أنموذجا، مذكرة الماستر، قسم اللغة الإنجليزية، كلية الآداب واللغات، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان.
- 77- حداد، ناريمان. (2019). الحركة النسوية العربية عبر الشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في المحتوى و الأثر على عينة من صفحات المرأة على الفيسبوك و استخداماتها، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الطور الثالث ل.م.د في علوم الإعلام و الاتصال، قسم العلوم الإنسانية ، شعبة علوم إعلام و اتصال، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 78- حيدور حاج بشير. (2017). أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية، دراسة مقارنة، أطروحة الدكتوراه في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 79- خليصة حريش، خليصة. (2015). دور الصحافة المكتوبة في معالجة المشكلات الاجتماعية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية لجمهور صحيفة الشروق اليومي، مذكرة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الإتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
- 80- دلول، كمال. (2011). دور الإذاعة المحلية في التنمية الاجتماعية، دراسة ميدانية بمدينة تبسة، حي البساتين أنموذجا- مذكرة الماجستير في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 81- زودة، مبارك. (2021). بناء الرأي العام و تشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، موقعي الفاييسبوك و تويتر أنموذجا، أطروحة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة.

- 82- سحر، بسام الروابدة. (2014). دور العلاقات العامة في خدمة الجمهور الداخلي في المؤسسات الحكومية الأردنية، المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي أنموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الإعلام قسم الصحافة و علاقات عامة، جامعة اليرموك، الأردن.
- 83- الشاطري، أديب أحمد ، تأثير تكنولوجيا الاتصال في الأنواع الصحفية للصحافة الإلكترونية، دراسة حال للصحف اليمنية "26 سبتمبر نث" و " التغيير نث" و " الأيام نث"، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر.
- 84- صباح بن معمر، صباح. (2013). جمهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة- قناة الشروق أنموذجاً، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- 77- علال، دونيا. (2017). الشخصية التاريخية في الفيلم الوثائقي، دراسة تحليلية تاريخية- " نثر بيني دولة- هوارى يومدين، مذكرة ماستر، قسم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.
- 85- فرحات مهدي. (2010). دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر- جريدة الشروق اليومي أنموذجاً، مذكرة الماجستير، تخصص علوم الإعلام و الاتصال، المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة وهران.
- 86- قابوش، فهيمة. (2019). معالجة الإذاعة المحلية للمشاكل الأسرية من وجهة نظر المستمعين، دراسة ميدانية على عينة من مستمعي الإذاعة المحلية لولاية أم البواقي، أطروحة الدكتوراه الطور الثالث، قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 87- قوراري، صونية. (2011). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، دراسة ميدانية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين للإنترنت في جامعة بسكرة، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة مُجَّد خيضر بسكرة.
- 88- ماضوي، مريم. (2013). تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي - طلبة جامعة قسنطينة أنموذجاً، مذكرة الماجستير، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 89- مُجَّد طيبي، مُجَّد. (2010). ثقافة الإنترنت Cyberculture: دراسة ميدانية لاستعمالات الشبكة بمدينة تيهرت - رسالة ماجستير، قسم علم المكتبات و العلوم الوثائقية، كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، جامعة وهران.

- 90- مرزوقي حسام الدين.(2012).توظيف مواقع المؤسسات الإعلامية الإخبارية على شبكة الإنترنت لأدوات الإعلام الاجتماعي، مذكرة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص الإعلام و تكنولوجيا،قسم العلوم الإنسانية،شعبة علوم الإعلام و الاتصال،جامعة الحاج لخضر،باتنة.
- 91- مرواني،مُجَّد.(2019). أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم، أطروحة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع،كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- 92- مروءة،عبد الرحمن مُجَّد الطاهر.دور الإذاعات المتخصصة في نشر المعلومات،دراسة حالة الإذاعة الطبية السودانيةfm99.3،بحث مقدم لنيل درجة البكالوريوس في علوم المعلومات و المكتبات،قسم علوم المعلومات والمكتبات،كلية الآداب،جامعة الخرطوم،السودان،2011.
- 93- نومار،مريم ناريمان.(2012).استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية- دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر- مذكرة الماجستير ،قسم العلوم الإنسانية،شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- 94- هبة،عبد الرحيم منير علي إبراهيم.(2010).الفيلم الوثائقي و دوره في تعزيز السياحة في السودان دراسة على عينة من الأفلام الوثائقية السودانية، بحث الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال،قسم الإذاعة و التلفزيون،كلية الدراسات العليا و البحث العلمي، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا.

ثالثا: المجلات:

- 95- بن نجمة،رمضان. مقال حول شبكات التواصل الاجتماعي و تشكيل الوعي السياسي: مقارنة نظرية، مجلة رؤى للدراسات المعرفية و الحضارية.
- 96- عبد العزيز،بن عبد الرحمن الضامر.القرآن الكريم و علومه في الأفلام الوثائقية، بحث مقدم للمؤتمر الدولي لتطوير الدراسات القرآنية.(2013). (دط).
- 97- علاوة.مُجَّد.(2017).الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص، العوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، و طبيعة العلاقة بينهما.مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية.المجلد الأول.العدد الأول و الثاني.
- 98- لطاد.ليندة و آخرون.(2019).مجلة منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الاجتماعية.إصدار المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية و السياسية و الاقتصادية.
- 99- نحلة،عبد الرزاق عبد الخالق. دراسة تحليل مضمون للأفلام التسجيلية الوثائقية في قناة الجزيرة الوثائقية الفضائية للمدة من 2011/4/1 و لغاية 2011/04/30، مجلة كلية الآداب، العدد 98،

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الأفلام الوثائقية وتحديد هويتها، فهي تخلو من الهزل، تحاول إعلام المتلقي بأمر ما، إذ أن صناعة الأفلام تحتاج إلى قاصٍ و ليس صحفي فقط.

تستخدم الأفلام الوثائقية الواقع كمادة خام لها، وتعالج مختلف المواضيع بواقعية، فتطرق قلب المشاهد وتأسر عقله، بفضل الملكات الإبداعية والفنية للمخرج، وتسييره للعمل مع باقي فريق التصوير والإنتاج. تتفاعل الأفلام الوثائقية مع الواقع، و تحكيه، و تتناقش مع أطراف عدة لها علاقة بالموضوع المصور، كما تعتبر الجمهور أحد الأطراف المشاركة في الأفلام، و ذلك عن طريق مشاهدتها و الاهتمام بمحتواها؛ فهذا النوع من الأفلام لا يعرف الكذب أو الخيال.

إن أهمية الأفلام الوثائقية مرتبطة بالجمهور المتلقي، و قد انصب اهتمام صنّاع الأفلام على هذا الجمهور، كونه مصدر شعبيتها و انتشارها.

تتماشى الأفلام الوثائقية مع تطورات العصر، فمنذ ظهورها وإلى اليوم حدثت تغيرات حمة في شكلها ومحتواها وانقسمت إلى أفلام وثائقية تقليدية وأخرى حديثة، وذلك تماشياً مع الوسائل الإعلامية التقليدية و الجديدة. فالفيلم الوثائقي التقليدي هو الفيلم الذي يسرد و يروي بصوت جهوري عميق، و مناقشة أعمق، وصور توضح مضامينه و موسيقى تناسب و الموضوع، كما يعتمد على المؤثرات الصوتية، فينجذب اهتمام المشاهد و يتأثر به. أما الفيلم الوثائقي الجديد، فقد تطور بتطور وسائل الإعلام ومتطلبات العصر وظهور الإنترنت، فأصبح يسرد بشكل بسيط بعيد عن العمق، و يحمل على شكل فيديوهات تأخذ مساحة معينة على شبكة الإنترنت، و على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك و يوتيوب، و عبر الهواتف الخلوية، كما تشاهد هذه الأفلام أيضا على شاشة التلفزيون الرقمي والتفاعلي.

تنوعت أشكال الأفلام الوثائقية وتعددت، منها التاريخية التعليمية والبيئية، هذه الأخيرة التي تطورت حالها حال بقية الأنواع الأخرى مع تطور وسائل الإعلام عبر الزمن، فقد برزت أكثر عبر التلفزيون منذ القدم، وإلى غاية اليوم فهي تتحدث عن أنظمة الحياة والطبيعة و دور البشر في هذا النظام وتأثيره عليه، وهكذا توسع نطاق المشاهدات لهذا النوع من الأفلام وانتشر عبر العالم.

الكلمات المفتاحية: الفيلم الوثائقي، الإعلام التقليدي، الإعلام الجديد.

Résumé:

Cette étude vise à faire connaître le film documentaire et le définir.

En effet, le film documentaire ou documentaire est un genre cinématographique à part entière et opposé au cinéma, de fiction.

On appelle documentaire un film qui a un caractère d'un document, un film qui s'appuie sur des documents pour décrire une certaine réalité.

Le documentaire traite des sujets de la réalité, il s'adresse directement au public et vise à montrer l'apparence de la réalité. Il s'appuie souvent sur un narrateur « objectif » faisant autorité au sur des titres pour guider le téléspectateur et interpréter ce qu'il regarde.

Le reporter réalisant un documentaire doit savoir offrir un regard singulier et original au sujet qu'il traite pour émerveiller le public visé par sa production audio-visuelle. Le scénariste conçoit un scénario éveillant l'intérêt et comblant le besoin d'information de personnes ciblées.

Le film documentaire a connu de nombreuses transformations depuis son apparition notamment le son synchronique ont permis à ce genre cinématographique de se dégager de sa forme classique dominée par la présence d'un commentateur à voix et des effets sonores qui captent l'attention du spectateur et un débat approfondi.

Le nouveau documentaire s'est développé avec l'apparition des TIC.

Les mots clés : le film documentaire, la médias traditionnel, la nouveau médias.