

الفصل الرابع

أهم وسائل الاتصال الجماهيري

تمهيد

بعدما عرضنا -فيما سبق- مفهوم وسائل الاتصال ووظائفها وتصنيفاتها، كان من الطبيعي أن نخرج في الفصل الحالي على أهم وسائل الاتصال الجماهيري. وجدير هنا أن يفرد كل واحد منها ببحث مستقل لأنها تمثل أهم محاور هذا العمل. ولكننا، كما سبقنا الإشارة إلى ذلك، لن نأتي إلا على عينة منها، لأن وسائل الاتصال -كما هو معروف- أكثر من أن تحصى، فقد رافقت الإنسان منذ فجر التاريخ، باعتبارها ضرورة اجتماعية لا بد منها "لاجتماعية" الإنسان نفسه. كما أن تعددها وتنوعها رافق تاريخ البشرية (حديث النفس، المناجاة، التخاطب، قرع الطبول، الدخان، الحمام الزاجل، المخطوطات، الكتب، الراديو، التلفزة...)، حيث استعان بها الإنسان لقضاء حاجاته وتنفيذ مآربه الخيرة والشريرة، على حد سواء.

ولكن طبيعة ونوعية هذه الوسائل من جهة، وتطور الإنسان وحاجاته من جهة أخرى، هما اللذان حددا وثيرة استعمال هذه الوسائل واستمراريتها أو استحداثها عبر تساريخ البشرية الطويل.

ولأنه لا يمكننا الإلمام بمعظمها، ارتأينا الاختصار على أفراد نماذج منها بشيء من التغطية المعرفية المركزة. وتجدر الإشارة هنا إلى أننا لم نأخذ بعين الاعتبار الاختلاف الواضح الموجود بين طبيعة ونمط هذه الوسائل، الأدوات، الأساليب، الطرق أو الوسائط عند تصنيفنا لها ضمن "الوسائل": فالكتاب غير اللافتة الإعلامية، والأقمار الصناعية غير الإنترنت، الخ. كما أننا لن نتعرض إلى وسائل الاتصال القديمة، والتي هي على العموم إما مقروءة أو مسموعة. ومن أهمها: القصيدة الشعرية، الخطبة، المناظرة، المنادي، الننوات (المتخصصة والعامة)، البعثات، الملتصقات والمعلقات... ويمكن الرجوع أساسا، إلى مؤلفات: عبد اللطيف حمزة (1978)، رؤوف شلبي (1982)، محمد عجاج الخطيب (1985) وعلي جريشة (1990)... ومن ثم فسنعصر حديثنا على وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة.

وفيما يلي أهمها: الصحافة، الكتاب، وكالة الأنباء، السينما، الإذاعة، التلفزة، الأقمار الصناعية، اللافتة الإعلامية، الحاسوب، شبكة الإنترنت...

1.4- الصحافة (الجريدة والمجلة)

(أ) تعريفها

عادة ما تعرف الصحافة بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها. ويكون ذلك عن طريق مساحات من الورق المطبوع بأعداد كبيرة وبغرض التوزيع.

أما فيما يخص استعمال كلمة "الصحافة" بنوعها (الجريدة والمجلة) في البلاد العربية، فقد تنوع في بداية الأمر لياخذ تسميات نموذجية مختلفة تشير إلى مضمونها، الهدف منها أو إلى مانتها، مثل: "الحوادث" أو "الفوائد" (في لبنان)، "القرطاس" (في مصر)، "رسائل خبرية" أو "ورقة خبرية" (في الجزائر)... ثم استقر الأمر في الأخير على كلمتي "صحيفة" و"مجلة": فالأولى (صحيفة أو جريدة) تشير إلى الدعم المادي الحامل للكلمات (الصفحة الورقية أو جرائد النخل)، ونلك على غرار التعبير الإنجليزي (Newspaper) وبخلاف التعبير الفرنسي (Journal) الذي يشير إلى "اليومية" من حيث التوقيت الزمني للصدور.

والثانية، أي "المجلة" (المقابلة للكلمة الإنجليزية 'Magazine' أو 'Review' والفرنسية 'Revue')، فتشير إلى إبراز قيمة مضمونها، فكلمة "مجلة" مشتقة من الثلاثي "جلى" الذي يعني "ظهر وعلى وسما" (Elias Hanna, E.: 1993, 23-24).

ومن الناحية التاريخية، فإن الصحافة انقسمت مع مرور الزمن إلى نوعين: نوع يعتمد أساسا على "المقال" ويدعى "صحافة الرأي" ونوع آخر يعتمد على "الخبر" ويدعى "صحافة الخبر". مع العلم أن صحافة الرأي غالبا ما تكون "يومية" (أسبوعية، نصف شهرية، شهرية، فصلية...) وتتميز بالمقالات التحليلية العامة والمتخصصة، تاركة المجال الإخباري العام للصحافة اليومية.

وإذا كان يفترض في الصحافة عموما الإعلام، فإن مهمتها تختلف باختلاف الأنظمة الإعلامية والدول. فبالإضافة إلى قيامها بالدعاية الصريحة في الدول الشيوعية مثلا، فإن وظيفتها تختلف حتى داخل دول الديمقراطيات الغربية حيث نجد تصورين على الأقل: اللاتينسي والأمريكي. يعتبر النوع الأول وريث تقاليد صحافية كان دورها يقتصر على التعليق على الإعلام الرسمي، فهي تتميز بصعوبة التفرقة بين الأخبار والتعليق، وبسهولة الفهم والإثارة؛ أما النوع الثاني فيركز على الدقة الحديثة، الموضوعية، التفرقة بين الوقائع والآراء وأسلوبه بارد.

وعلى العموم يؤاخذ الأول على ارتباطه المفرط بالدولة أو الأحزاب السياسية، والثاني على صبغته التجارية المفرطة وخضوعه الكبير للمعلنين.

ب) أهميتها

معروف اليوم أن الصحف والمجلات أصبحت، من حيث نسبة مقروئيتها وتوجيهها للرأي العام، من أهم وسائل الاتصال التي لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمعات الحديثة، فهي تعتبر بحق من مقومات الحياة الفكرية والسياسية المعاصرة.

والصحافة كوسيلة اتصال تقرأ لعدة أغراض، منها:

- الإطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على أحوال محيطها الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي.

- معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام أول بأول.

- مجرد التسلية والإمتاع بما فيها من طرائف خبرية ونوادر أدبية وتسلية...

أما الحكومات والسلطات الرسمية في جميع بلدان العالم فتستعملها كسلاح قوي للدفاع عن أفكارها السياسية خاصة وخصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها.

وفي هذا الصدد يقول "خرويتشوف"، وكان أحد زعماء الحزب الشيوعي السوفييتي سابقاً، "الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيس، ونحن نوجب عليها أن تتكل بخصوم الطبقة العاملة وأعداء العاملين جميعاً في المجتمع الشيوعي. وهذا ما يقره "هارولد لاسكي"، فيلسوف حزب العمال البريطاني، حينما يقول بأنه لا وجود لأي حكومة في العالم لا تعمل على توجيه الأنبياء الوجهة التي تخدم مصالحها (عبد اللطيف حمزة: 1978، 88-89).

ومن هنا ندرك أن أهم مشكلة تواجه الصحافة هي ما يسمى بـ "حرية الصحافة"، إذ أنها وفي أي بقعة من العالم تواجه ضغوط سياسية واقتصادية غالباً ما تجعلها تتعلّق باللون الذي تمليه عليها مراكز القرار السياسي والاقتصادي.

ولذلك تتعرض الصحافة لارتجاجات عنيفة في مصداقيتها... وسنكتفي في هذا الصدد بذكر مثالين يفصل بينهما نصف قرن من الزمن، يدلان دلالة واضحة عن ضعف مصداقيتها.

إن نجاح الرئيس الأمريكي "روزفيلت" في الانتخابات الرئاسية بين عامي 1932-1944 كان قد تم رغم أنف الصحف الأمريكية التي جاهر 80 % منها بعدائه له، فكانت الصحافة بذلك غير معبرة عن اتجاهات الرأي العام للشعب الأمريكي الذي أصر على انتخاب "روزفيلت".

نفس الشيء يمكن قوله عن نتائج أول انتخابات تشريعية حرة جرت في الجزائر في نهاية 1991، والتي أكدت في دورها الأول فوز المعارضة رغم أنف معظم وسائل الإعلام، المكتوبة منها والسمعية البصرية.

ولكن هل معنى ذلك أن الصحافة لا تعتبر وسيلة اتصال وتأثير ناجحة في الرأي العام؟ كلا، ولكن الأمور في هذا المجال نسبية ومعقدة جدا بحيث أنها تخضع لمعطيات عديدة ومؤثرات إعلامية وثقافية واجتماعية ونفسية مختلفة يصعب التحكم فيها، بدليل وجود عدة أمثلة داخل نفس البلدين وخارجهما نتائجها معاكسة للمثالين السابقين.

ومن ثم تبقى الصحافة منبرا مهما للرأي العام ومن أقدر الوسائل على بلورته والتأثير فيه، مع ملاحظة أنها وليدة زمانها. فمن الحقائق التي نؤمن بها تلك التي تقول بأن لكل مجتمع حكماءه الذين يستحقهم وصافته التي يستحقها، قياسا على القول الإسلامي المأثور "كما تكونوا يولى عليكم".

فالصحافة، إذن، تبقى جزءا هاما في الجهاز السياسي لكل دولة، وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إذا أحسن استعمالها. كما أن لها أهميتها في توجيه الرأي العام وهيبته الخاصة في جميع المجتمعات... تلك الهيبة التي عبر عنها قديما "تابليون" بقوله: "إنني أرهب صرير الأقلام أكثر مما أرهب نوي المدافع" (عبد اللطيف حمزة: 1978، 91-92)، فماذا نقول نحن اليوم عنها مع زيادة نفوذها وسلطانها؟

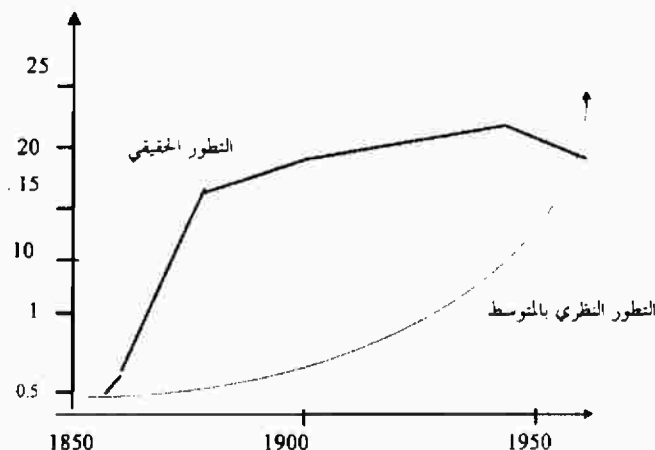
كما أنها، بالإضافة إلى هذه الهيبة، تمتاز بسعة الانتشار وكثرته. وخير مثال على ذلك ما يحدث في اليابان، حيث توزع 122 جريدة مجتمعة أكثر من 72 مليون نسخة يومية: إن أشهر يومية يابانية: "يوميوري" (Yomiuri) توزع لوحدها أكثر من 14 مليون نسخة يوميا (في طبعتين: صباحية ومساءلية). أما المجلات والتي يبلغ عددها 3000 عنوانا، فتوزع أزيد من مليار نسخة. وكل ذلك، مع العلم أن عدد سكان اليابان يبلغ حوالي 120 مليون نسمة فقط، مما يجعلها تتميز بأكبر نسبة من القراء في العالم (581 نسخة/1000 ساكن).

أما على المستوى العالمي، فقد وزعت عام 1975، مثلا، ما يقارب 400 مليون نسخة و8000 جريدة. وقد تفوق الآن نصف المليار نسخة يوميا مع زيادة نسبية محسوسة في نصف الكرة الجنوبي.

وفيما يلي شكل توضيحي يعكس تطور المتوسط النظري والحققي للصحافة اليومية في الغرب. وهو مبني على معطيات مرجعية تتعلق خاصة بحجم الإشهار والمقروئية التي طبعنت

تاريخ الصحافة بدورات متوسطة لا ترسم في اتجاه أفقي بل شبه عمودي محددة للتواصل بين مراحل الركود ومراحل التطور:

الشكل (5) تطور المتوسط النظري والحققي بالملايين للصحافة اليومية في الغرب



المصدر: Timoteo Alvarez, J.: 1992, 49

ومن جهة أخرى، فإنه بالرغم مما للصحافة من هيبة وانتشار، فإنها أصبحت تعاني من منافسة الوسائل الإلكترونية الحديثة (الشبكات المعلوماتية). كما أن خبراء الاتصال لا يستطيعون الاعتماد عليها كلية لأن هناك الكثير من الناس لا يقرؤون في الصحيفة إلا العناوين وبعض المقدمات الصغيرة أو الصفحة الرياضية و/أو مساحات التسلية الفكرية (بالرغم مما لهذه الأمور البسيطة ظاهريا من تأثير قوي نسبيا). أما عامة الناس فلا يقبلون في الغالب على قراءتها. ولذلك يلجأ الخبراء ومستخدموهم إلى وسائل أخرى، وخاصة إذا كان الجمهور المعني أميا أو شبه أمي ومن ثم تكون وسائل الاتصال السمعية البصرية أنسب له.

ومع ذلك، تبقى "الجريدة اليومية"، في مجال الاتصال المطبوع الذي هو محور هذا المبحث، هي الوسيلة التي فرضت نفسها على المستثمرين والسياسيين والقراء على حد سواء. إن شبكة توزيعها سواء كانت مبنية على نظام المراسلات، الوكلاء، التوزيع المباشر أو الاشتراك هي أكثر كثافة وانتظام من غيرها من وسائل الاتصال المطبوعة، كالكتاب مثلا. ولكن ما تعريف الجريدة، وكيف تتم هيكلتها إنتاجها، وما مضمونها اليومي ؟

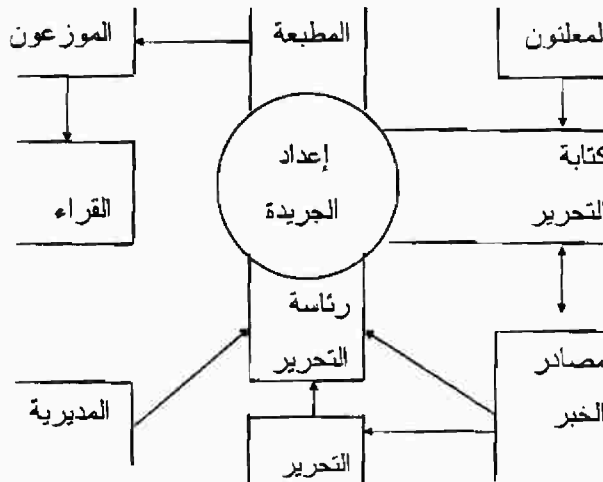
ج) الجرائد: مادة تحريرها وهيكله إنتاجها

هي يوميات إخبارية تطبع عادة على ورق ذي نوعية رديئة. تصدر من خمس إلى سبع مرات في الأسبوع، وتغطي مساحات مختلفة حسب طبيعتها المحلية، الجهوية، الوطنية أو الدولية.

إن هيكل إنتاج الجريدة اليومية عبارة عن عمل جماعي بوظائفه التوثيقية، الفنية والتحريرية، إلا أنه قد يفرض اختيار تعسفي على المستوى الإخباري، حيث يلعب رئيس التحرير دور المراقب أو "حارس البوابة" (Gate-keeper) متأثراً بالضغوط السياسية والاقتصادية لمدير الجريدة الذي يعبر بدوره عن آراء إحدى المجموعات الضاغطة داخل أو خارج السلطة السياسية، داخل أو خارج الوطن. ومع ذلك، فإن مادة التحرير هي في معظمها نتاج عمل جماعي لفريق يفترض فيه أن يكون متكاملًا ومتضامنًا. فالعناصر التي تأتي من خارج الجريدة، مثل برقيات وكالات الأنباء تعالج جماعياً، نفس الشيء بالنسبة لنص الجريدة من رسائل القراء، استجابات، تحقيقات... إذ يلاحظ رد فعل (Feedback) دائم للقراء الفعليين نحو هيئة التحرير وليس نحو الصحفي صاحب التقرير أو التحقيق. وفي بعض الأحيان قد يرتبط القراء بعنوان الجريدة بغض النظر عن طاقمها البشري.

أما أنموذج إنتاج الجريدة، فالرسم التقريبي الموالي يوضح ذلك:

الشكل (6): هيكل إنتاج الجريدة



أما عن مادتها الإعلامية، فـ"الخبر" هو محورها الأساسي. مع العلم أن الصحف قديما (المجلات آنذاك) كانت تعتمد أساسا على "المقال"، حيث يذكر أنه حين عرض مؤسس وكالة الأنباء "هافاس"، في منتصف القرن 19 على أصحابها إمدادهم بالأخبار، قابلوه بالرفض التام لمدة سنة، مفضلين "المقال" الذي كانت له السيادة آنذاك. ولكن ميل القراء للأخبار أوقف هذه المقاطعة حيث تجاوب أصحاب الصحف مع ميولات القراء من أجل المحافظة على مقروئية صحفهم.

ومعلوم أن أول صحيفة يومية في العالم استجابت لرغبات عامة الناس وحقت فعلا مفهوم الاتصال الجماهيري هي صحيفة "الصن" (Sun) النيويوركية (1933) وذلك لأنها تبنت: الإنتاج المكثف للمعلومات، السعر المنخفض (سنت واحد)، أسلوب فعال في التوزيع وفي إغراء الشركات بالإعلان، مخاطبة القراء بلغة غير معقدة وبمواضيع تهمهم..

وتعتمد الصحيفة اليومية، بالإضافة إلى الخبر طبعاً، على القوالب الصحافية العامة مثل التعليق، العمود، الاستجوابات، التحقيقات القصيرة، الصور، الرسوم الكاريكاتورية... مع اعتماد مقال افتتاحي في الصفحة الأولى أو التي تليها، تتبنى فيه خطاً سياسياً أو فكرياً يميزها عن غيرها من الصحف، ويكون هو بمثابة الواجهة التي تعمل باقي محتوياتها على تدعيمه وتعميقه. ولإرضاء جمهورها ورفع مقروئيتها فإن أهم مقاييس النشر المعتمدة هي: الجودة والسبق الإخباري، قرب الحدث وتوقيته المناسب وأهمية الفاعلين المعنيين به وأثره المحتمل، الغرابة (كلب عض إنساناً/إنسان عض كلباً)، إثارة المشاعر...

وإذا كانت اليوميات تنقسم من حيث مواعيد صدورها إلى يوميات صباحية وأخرى مسائية، فإنه يمكن تقسيمها من حيث مدى انتشارها وكيفية توزيعها إلى يوميات عامة (دولية، وطنية) وخاصة (محلية، متخصصة: موضوعاً أو فئة...)، ومن حيث ملكيتها إلى عمومية (تابعة للدولة) وخاصة (تابعة للخواص)... ومن حيث أسلوبها إلى: "صحافة النوعية" (The Guardian, Le Figaro...) التي غالباً ما توجه إلى النخبة ومن ثم فمقروئيتها ضعيفة (بالآلاف) ولكن تأثيرها كبير لأنه يمس أصحاب القرار؛ و"الصحافة الشعبية" (The Sun, Bild Zeitung, New York Post...) ذات العناوين الضخمة والمقالات القصيرة والصور الجذابة والمواضيع المثيرة (الجريمة، الجنس، الرياضة...)، ومن ثم قد تكون مبيعاتها ضخمة (بالملايين) ولكن تأثيرها ضعيف؛ و"الصحافة المتوسطة" (كبرى الصحف اليابانية، بعض الصحف الجهوية في أوروبا...) التي تعمل على تلبية رغبات الطرفين (النخبة والعامة).

(د) المجلة

وتعني هي أيضا مطبوعا دوريا لكنه مغلف ودوريته لا تقل عن أسبوع (إلا نادرا) ونوعية ورق طباعته جيدة وثمنه أغلى. إن ما اصطلح على تسميته بالعربية بـ"المجلة" هو ما يعرف بالإنجليزية باسم (Magazine) وهي كلمة من أصل عربي وتعني المخزن الذي تخزن فيه السلع أو المحل الذي يباع فيه كل شيء-. وقد استعمل الإنجليز في بداية الأمر مصطلح (Museums) قبل (Magazine) لتعيين هذا النوع من المنشورات الدورية غير اليومية، وذلك مقابل مصطلح (Newspaper). لقد ظهر هذا النوع من المجلات في مطلع القرن الثامن عشر حيث كانت عبارة عن سلسلة مواضيع ذات اهتمام عام ضمت في إرهاباتها الأولى مجموعة مقالات متنوعة تخص الأدب والعلوم. ومع مرور الزمن أصبحت محتوياتها أكثر تنوعا. هذا بالإضافة طبعا إلى ميزاتها الأصلية المتمثلة أساسا في كثرة استعمالها للصور الملونة، في العدد الواحد الذي قد يتصفح عدة مرات ومن طرف عدة أشخاص، مما جعل المعلنين يعتبرونها أحسن حامل لإشهاراتهم.

ولقد ساهم أول إصدار إنجليزي يحمل اسم هذا النوع من الصحف عام 1731 (The Gentleman's Magazine) في تحديد خصائص المجلة وطبيعة محتوياتها، فقد ضمنها مؤسسها (Edward Cave) ثلاثة ملفات متفاوتة الحجم: التقرير السياسي، التقرير الاجتماعي والتسليية. وهذا هو النوع الذي سيعرف لاحقا باسم المجلات العامة مع تميزه بشكل محدود وحجم كثيف. وفي الثمانينات من نفس القرن عرفت المجلة بعض التطور بقيادة الأمريكيين الذين عملوا على جعلها وطنية (بعد أن كانت محلية وقبل أن تصبح دولية)، متخصصة (لنطاقات جماهيرية مختلفة: الفلاحين، الأطفال، النساء)، جماهيرية (بلغ عددها في أمريكا عام 1900 أكثر من 3000 مجلة وعلى رأسها: Ladies Home Journal، التي بلغ سحبها مليون نسخة دورية) ومثيرة (تهتم أكثر فأكثر بالجرائم، الفساد السياسي، الاحتكارات، المظالم، الفضائح...).

بعد 1920 ظهر نوع جديد من المجلات تميز عموما باختصاصه في قسم واحد أو قسمين من الثلاثية الكلاسيكية لـ"إدوارد كايف"، فانتقل التخصص حينها من الجمهور إلى المواضيع مرة ثانية، وظهرت مجلات شهيرة لا يزال معظمها يصدر حتى اليوم: Time, Reader's Digest, Life, Fortune, Newsweek, L'Express, Der Spiegel, TV Guide, Paris Match وهي تختلف من حيث دورية الصدور (من ثلاث مرات في الأسبوع إلى مرة في الثلاثي)، التسميات (أسبوعيات، مجلات، أحييات: صحافة يوم عطلة الأسبوع، صحافة متخصصة...) ونوعية القراء (العامة والمتخصصة).

فالمجلات إذن عدة أنواع: فمنها المجلات المتخصصة التي تركز على مجال محدود من الدراسة (اقتصاد، سياسة، رياضة، صحة...)، تماشيا مع روح العصر واهتمامات الإنسان المتزايدة في التعقيد والتخصص. ومنها المجلات العامة التي تهتم بنشر الثقافة العامة في شتى المجالات، وهي أكثر رواجاً، وتأتي على رأسها حالياً المجلة الأمريكية (Readers Digest). ومنها المجلات المهنية التي تقتصر على بحث وعرض الموضوعات الخاصة بمختلف الحرف المهنية (الزراعة، الميكانيكا، الخياطة...). ومنها المجلات المحلية والمجلات الدولية، الخ.

وهي عادة ما تسمى وتصنف تبعاً للبلد الذي تصدر فيه:

يصنفها الأمريكيون إلى عامة ومتخصصة ليشمل النوع الأول: المجلات النسائية، الرجالية، الإخبارية، الرياضية، الساخرة، العائلية... والنوع الثاني: المجلات الشبانية، المدرسية، الأدبية، التربوية، الدينية، العلمية، التجارية...

وفي بريطانيا تفضل مؤسسة (Press Council, 1980) تسميات أخرى: الأسبوعيات، صحافة الأحد والصحافة المتخصصة. بينما يفرق الألمان بين الأسبوعيات والصحافة المدعمة بالصور (Illustrated) والعامة، الصحافة الحزبية والصحافة المتخصصة. أما في فرنسا فقد قسم (P. Albert, 1983) صحافتها غير اليومية إلى صحافة الإعلام العام: الأسبوعيات أو الأخذيات، المدعمة بالصور (Paris Match)، الخيرية (L'Express)، السياسية، العائلية... صحافة متخصصة في: الاقتصاد والمال (La Vie Française)، الراديو والتلفزيون (Télé 7 Jours)، الرياضة (France-Football)، النساء (Elle)، الشباب (Le Journal de Mickey)...؛ صحافة الهروب من الواقع ومنها: المثيرة (France Dimanche)، الأدبية (Reader's Digest)، الخفيفة أو الخليعة (Lui)... صحافة توثيقية: إدارية (Journal Officiel)، مهنية وتقنية، ثقافية، أدبية وفنية، علمية...

أما أهم المجلات من حيث التوزيع فأهمها في أمريكا (عام 1992): (Reader's Digest) بحوالي 16 مليون نسخة (في 40 طبعة وبـ17 لغة)، و (TV Guide) بقرابة 15 مليون نسخة. وفي بريطانيا يوزع أفضلها (News of the World) حوالي 5 ملايين نسخة. وفي فرنسا (عام 1993) مجلة (Télé 7 Jours) بقرابة 3 ملايين نسخة. وفي مصر: أخبار اليوم بأكثر من مليون نسخة. وفي الصين (7000 مجلة و2000 يومية: توزع كلها 184 مليون نسخة). وتبقى اليابان أكبر موزع لهذا النوع من الصحف بـ 3000 عنواناً وأزيد من مليار نسخة.

لكن المجلات الكبرى عرفت في السنوات الأخيرة تراجعاً كبيراً وشاملاً في مقروئيتها نتيجة المنافسة الشديدة لليوميات الوطنية الشاملة ووسائل الاتصال السمعية البصرية، فعادت

لمحتنتها التي رافقتها في بداياتها الأولى، حيث كانت تعاني من مشاكل التمويل والتوزيع والرقابة. لذلك لم يعمر الكثير منها طويلا، ثم تغلب الكثير منها على هذه المشكلات وعاد إلى الظهور بانتظام مستفيدا من نظام الإعلان ومداخله الكبيرة ابتداء من منتصف القرن التاسع عشر. فكان من أهم عوامل نجاحها آنذاك بالإضافة إلى موارد الإشهار، اعتمادها على التصوير المتطور وفن طباعة الألوان وطبيعة موضوعاتها المتخصصة وخاصة تلك التي تهتم بالشخصيات السياسية والتاريخية والرياضية والاجتماعية المشهورة.

هـ) أهم الفروق بين المجلة والصحيفة اليومية

يمكن حصر أهم مظاهر الفرق بين المجلة والجريدة اليومية فيما يلي:

- أولا في كون المجلة لديها غلاف خاص ونوعية ورق جيدة وتعتمد أكثر على الصور وخاصة الملونة منها وكذا على كثرة المقالات والبحوث السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتحقيقات الصحفية،

- ثانيا في كون محرريها أكثر أناة وأعمق تفكير من محرري الجريدة، وذلك لتمتعهم بهامش أو متسع زمني أكبر (اسبوع أو بضعة أيام على الأقل) للإطلاع على ما تنشره الجرائد نفسها والاستماع إلى مختلف ردود الأفعال عبر وسائل الاتصال الأخرى قبل معالجة الأحداث معالجة متكاملة وشاملة في غالب الأوقات.

- ثالثا، يمكن اعتبار أن حياة الصحف اليومية قصيرة جدا تتطلب موضوعاتها الإطلاع عليها في الحال وتقلل من احتمال تعدد الأفراد الذين يطلعون عليها، كما أن لورقها الأقل جودة أثر نفسي سلبي على القارئ، وذلك بخلاف المجلة التي عادة ما تكون أطول عمر وأحسن إخراجا وأكثر تداولاً.

وفي الأخير يمكن تدعيم ذلك ببعض الآراء المتخصصة: فقد تحدث "هرمان ديبز" (Herman Diez) عن الفرق بين الصحيفة والمجلة فقال "أن كليهما يحتوي على أحداث الساعة، بيد أن الصحف تتبعها بانتظام وبالتفصيل. فبينما يظهر المقال في الصحيفة، تظهر في المجلة سلسلة من المقالات تهدف إلى شرح الأتباء بتعمق" (الجردي، نبيل عارف: 1985، 151). أما "ج. جبران كرم" (1986، 27) فقد أضاف من جهته بأن شكل مساحة صفحة الجريدة يميل إلى الاتساع وعدد صفحاتها إلى القليل النسبي على عكس المجلة، قبل أن يقر بنسبية الفروق بينهما، إذ الملاحظ اليوم أن التسابق على إرضاء الجمهور الواسع من القراء جعل هذه الفروق تنقلص إلى حد بات

من المتعذر عدم نقض فارق ما. فالجرائد مثلا، أصبحت في بعض البلدان: تستعمل الألوان والورق ذي النوعية الرفيعة، تكثر من عدد صفحاتها، وقد تفرد موضوع معين بالتحليل الواسع...

وفي الأخير يمكن القول أن الصحافة المكتوبة (يوميّات ومجلات) عرفت منذ الحرب العالمية الثانية تحولات كبيرة، تشكل منافسة الوسائل السمعية البصرية والخدمات الإلكترونية الحديثة أهم تحدياتها. وأما فيما يخص توجهاتها العامة فيمكن اليوم ملاحظة اتجاهات مختلفة حسب الدول ومؤشرات التقييم. فإذا اعتمدنا مؤشر المقرئية مثلا يمكن ملاحظة: تراجع نسبي للصحافة اليومية العامة مقابل صمود اليوميّات الجهوية، وديناميكية متواصلة للصحافة المتخصصة وخاصة الاقتصادية منها، وأخيرا تجزئة متزايدة للقراء (حسب السن، المداخيل، نمط الحياة...) نتيجة حركة "السلعنة" التجارية التي مست الصحافة عموما والكثير من مناحي الحياة في عصر العولمة.

2.4- الصحافة في الدول العربية

سنحاول فيما يلي إلقاء الضوء على وسائل الاتصال المكتوبة في الوطن العربي والتعرف على أبرز الرجال الأوائل الذين أشرفوا عليها وأنشؤوها، وارتباط هذه الوسائل مباشرة أو من خلال المشرفين عليها بالدول المستعمرة قديما أو بدول الشمال عموما حديثا.

كما هو معروف ينتمي العالم العربي من المحيط إلى الخليج إلى الدول النامية التي وجدت نفسها بعد موجة الاستعمار الأوروبي، تعاني تخلفا شاملا في جميع مجالات حياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومنها وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والسمعة البصرية، حيث يلاحظ تدفق إعلامي كاسح باتجاه واحد من الشمال إلى الجنوب.

أما من الناحية التاريخية، فالملاحظة الأساسية التي يمكن إبدائها هي أن الصحافة في معظم دول العالم العربي وليدة التواجد "الاستعماري" الذي عمل على التحكم في الرأي العام المحلي وتوجيهه لخدمة الأهداف الاستعمارية عن طريق إنشاء صحف ومجلات بأكثر من لغة. كما عمل على تكوين صحفيين محليين سلم لهم الشاهد بعد رحيله الاضطرابي. وكان للمدارس المسيحية دور هام في هذا التوجه: "إن أشهر هذه المدارس وأقدمها هي مدرسة "عين ورقة" التي أسست عام 1789 في معبد ماروني بجبل لبنان. هناك تكون الجيل الأول من الكتاب الصحفيين الذي سمح فيما بعد بانطلاق ملحمة الصحافة العربية" (Elias Hanna, E.: 1993, 20).

وقد كانت بعض العناصر من الحركة القومية في البلاد العربية (وخاصة المسيحيين منهم) أول من تعامل مع المدرسة الإعلامية الاستعمارية وتمكن من إصدار الصحافة في هذه البلاد. ثم تمكن من إحكام سيطرته على وسائل الإعلام والاتصال بها، حيث كان روادها الأوائل في المشرق العربي والمغرب الأقصى فريق من مشاهير الصحفيين اللبنانيين المسيحيين.

وقد تخرج معظم هؤلاء الرواد على يد المبشر الأمريكي المعروف الدكتور كورنيليوس الذي كان يتولى إدارة المطبعة الأمريكية التي جلبت إلى لبنان عام 1834، ومن مشاهير أرباب الصحافة العربية والمحررين الذي تتلمذوا على يد هذا المبشر الدكاترة يعقوب صروف، فارس نمر، شبلي شمیل، بشارة زلزل، إسكندر بارودي، نقولا نمر، خليل سعادة، فارس صهيون، لويس الخازن، والصيدلي مراد بارودي وجرجي زيدان.

وقام هؤلاء الصحفيون بإصدار الصحف والمجلات في بيروت والقاهرة والإسكندرية ومراكش... في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وما زالت بعض هذه الصحف تصدر إلى يومنا هذا، مثل الأهرام المصرية.

وتعتبر هذه الصحف والمجلات مدارس صحفية تخرج عليها معظم الصحفيين في البلاد العربية فيما بعد، هذا بالإضافة إلى أنها أنتجت العديد من الصحف، والمجلات وسلاسل الكتب الدورية والكتيبات بعد أن تحولت إلى دور كبيرة للصحافة والنشر، كما حصل مثلاً بالنسبة للأهرام والهلال في مصر.

وفيما يلي لمحة تاريخية عن أهم هذه الصحف والمجلات التي صدرت في تلك الفترة وعن غيرها من الصحف في بعض أقطار العالم العربي (مصر، لبنان، العراق، السعودية)، وهي نماذج تمثيلية صالحة للتعميم على باقي دول العالم العربي بأهم تجمعاته (الشام والخليج العربي) وفي كبرى معطياتها وخطوطها العريضة. هذا بالطبع، إذا استثنينا دول المغرب العربي التي سنخصص لها مبحثاً خاصاً من خلال الجزائر لمعرفة أفضل بصحاتها:

أ - الصحافة في مصر

عرفت مصر الصحافة مع حملة "نابليون بونابرت" سنة 1798 حيث أصدرت جريدتان بالفرنسية هما: (courrier de l'Egypte) و (la décade égyptienne) وجريدة بالعربية (بعد إحضار آلة الطباعة العربية) هي جريدة "المنبه" وذلك في عام 1800. وبخروج نابليون من مصر عام 1801 توقفت هذه الصحف عن الصدور إلى غاية ظهور "محمد علي الكبير" الذي أنشأ عام 1821 "المطبعة الوطنية للبلاط" التي سلم إدارتها للمسيحي اللبناني "تقولا مسابكي". وهي التي سمحت له بإصدار أول صحيفة رسمية لمصر باسم "الوقائع المصرية" عام 1828. ثم تلت هذه الصحيفة عشر صحف أخرى باللغات التركية واليونانية والفرنسية في كل من القاهرة والإسكندرية على أيدي مصريين وفرنسيين، ولكنها لم تعمر طويلاً.

وفي صيف 1876 أنشأ الأخوان سليم وبشارة نقلا إحدى أقدم الصحف العربية وأطولها عمراً، ألا وهي أسبوعية "الأهرام" (دعماها في نفس السنة بيومية "صدى الأهرام" قبل أن يحولها إلى يومية عام 1881). وكان ذلك بالإسكندرية، قبل أن تنتقل إلى القاهرة عام 1898، حيث لا زالت تصدر حتى الآن.

والمعروف أن صاحبها "سليم نقلا" من أصل لبناني درس في مدرسة "بطرس البستاني" ثم في البطريركية التبشيرية في بيروت، وبعدها هاجر إلى مصر، أما أخوه "بشارة" فقد تلقى علومه في مدرسة "عينطور" الفرنسية ثم صحبه إلى مصر ليشاركه في إصدار "الأهرام" والدعوة لفرنسا وسياستها.

أما موزعو الأهرام ووكلاؤها في مصر والبلاد العربية: فلسطين، لبنان، سوريا والعراق فكانوا نصارى... (فقد ورثت أسماؤهم وعناوينهم في العدد الأول ص.4 وعندهم 24). إن هذا التوافق النصراني في بلاد ذات أغلبية مسلمة لا يمكن أن يكون وليد صدفة عابرة، وإنما هو مظهر من مظاهر المخطط الذي وضعه الأوروبيون آنذاك لأغراض إستثمارية وتبشيرية. ونفذه أنصارهم وحلفاؤهم في البلاد العربية (ضياء الدين أحمد: 1986، 54-52). أما الأقباط فقد أصدروا أول أسبوعية لهم عام 1877 تحت اسم "الوطن"، وذلك بعدما جلبوا مطبعة خاصة بهم من أوروبا (Elias Hanna, E.:1993, 34).

ومما دعم هذا التوجه في مصر استصدار أول قانون للمطبوعات في مصر على غرار القانون الفرنسي الخاص بالصحافة عام 1881. ولكن ذلك لم يمنع: جمال الدين والأفغاني ومحمد عبدو من إصدار "العروة الوثقى" عام 1884 ولا "رشيد رضا" من إصدار "المنار" عام 1898. وقد ظهرت في مصر عدة صحف أخرى: (روضة الأخبار، نزعة الأفكار، مصر، التجارة للسوري "أنيب إسحاق"، أبوظارة وهي أول جريدة كاثوليكية في الشرق العربي أصدرها "يعقوب صنوع" عام 1877، -مرآة الشرق، البرهان، المؤيد، اللواء، الجزيرة-) (سيف الإسلام، الزبير: 1986، 17)، ولكن أهمها كان:

المقطم: أصدرها عام 1889 في القاهرة كل من "يعقوب صروف، فارس نمر وشاهين مكاربوس". وتولى إدارتها وتوجيه سياستها "فارس نمر" على خطة مناصرة الاحتلال البريطاني وبت الدعاية للإنجليز -كما صرح بذلك في افتتاحية عدده الأول (Elias Hanna, E.: 1993, 40)-، وذلك على عكس "الأهرام" التي تدافع عن المصالح الفرنسية في المنطقة. واستمرت هذه اليومية السياسية في الصدور حتى بعد الحرب العالمية الثانية عام (1952).

المقتطف: وهي -كما تصف نفسها- "مجلة علمية أدبية، فنية، تربوية، تقدمية" صدرت في بيروت عام 1876 من طرف "يعقوب صروف وفارس نمر" الذين نقلها فيما بعد (عام 1884) إلى القاهرة حيث استمرت في الصدور مثل سابقتها حتى عام 1952.

الهلال: وهي مجلة تاريخية، أدبية، روائية شهرية. أصدرها في القاهرة جرجي زيدان عام 1892. وقد تولى الإشراف عليها بعد وفاته ولده "شكري وأمين زيدان"، وهي لا تزال مستمرة حتى الآن.

و"جرجي زيدان"، نصراني لبناني معروف درس في "الكلية السورية الإنجيلية" (التي تحولت فيما بعد إلى الجامعة الأمريكية في بيروت)، ثم سافر إلى القاهرة ليؤسس مجلة "الهلال" ثم "دار الهلال للطباعة والنشر" التي أصبحت فيما بعد من أكبر دور النشر في المشرق ولفترة طويلة. صدر عنها الكثير من الصحف والمجلات مثل: المصور (1924)، الكواكب، حواء وكتيبات الهلال الشهيرة...

"كانت هذه الصحف دائبة على تعريف المذاهب الغربية في الفلسفة والأدب وسائر ضروب الثقافة، ولا تكاد تشير إلى شيء من قديم الشرق وتراثه الفكري، وكانت تترجم لعظماء الرجال من الغربيين. ولا تكاد تجد فيها ترجمة لرجال من أبطال الإسلام أو الشرق أو مصر في تاريخها الحافل الطويل، كما كانت تعمل من طريق خفي على؛ إضعاف للنصرة الدينية والوطنية بما تنشر من آراء تشكك في العقيدة" (ضياء الدين أحمد: 1986، 56-57).

ومن الصحف التي ظهرت بعد الحرب العالمية الأولى (ومعظمها كان منتما أو متعاطفا مع حزب الوفد): نذكر السياسة لـ"حسنين هيكل" (1922)، الاستقلال والبلاغ (1923)، كوكب الشرق والمصور (1924)، الجهاد (1931)، جريدة الإخوان المسلمين (1933)، روز اليوسف (1935)، المصري (1936).. وهي صحف تكيفت مع الوضع السياسي الجديد ولكنها كانت في معظمها سلبية سابقاتها مع بعض الاستثناءات التي حاولت أن تشق عباب الهيمنة الإعلامية النصرانية التغريبية.

وبعد الحرب العالمية الثانية اختفت بعض الصحف وصدرت صحفا أخرى صوّر بعضها وأمم بعضها الآخر سنة 1960 وكان أهمها: أخبار اليوم (في بدايتها كانت معارضة لحزب الوفد)، مصر الفتاة (اشتراكية)، اللواء الجديد (الحزب الوطني والإخوان)، الزمان (مسيحية-فرنسية)، الأخبار (1952)، الجمهورية (1953)..

ومع الانفتاح الإعلامي الذي شهدته مصر في الثمانينات عاودت صحف قديمة الصدور كما صدرت صحف جديدة لتدعم الساحة الإعلامية المصرية التي أصبح سحبها يفوق حاليا (2001) أربعة ملايين نسخة. من أهم عناوينها: يوميات الأهرام (1876: 980 ألف نسخة)، الأخبار (1952: 789 ألف)، الجمهورية (1953: 650 ألف)، الوفد - التي عاودت الصدور عام 1984 - (200 ألف)،

العربي -ناصري- (150 ألف)، الأهالي -اشتراكي- (140 ألف)، المساء (100 ألف)، روز اليوسف، صوت الأمة، الأحرار (60 ألف)، الشروق، القاهرة، العالم اليوم؛ ومجلات: أخبار اليوم (مليون و150 ألف)، المصور (130 ألف)، أكتوبر (120 ألف)، آخر ساعة (110 ألف)، سطور، حريتي.. ويمكن تصنيفها، على العموم، إلى صحف قومية ومعارضة ومستقلة، أو إلى صحف حكومية وحزبية وخاصة.

ب - الصحافة في لبنان

ظهرت الصحافة في لبنان في وقت مبكر مقارنة مع باقي الدول العربية وعلى أيدي الأفراد وليس الحكام، وقد لاحظنا أن معظم الصحف التي تأسست في مصر كان وراءها نصاري لبنانيون هاجروا إلى مصر بعد أن تخرجوا على يد المبشرين الفرنسيين والأمريكيين، كما أن أول صحيفة صدرت بمراكش بالمغرب الأقصى (عام 1889) كان مؤسسوها لبنانيون وهي صحيفة "المغرب"، وأن أول يومية معربة صدرت بالجزائر المستقلة شارك في تأطيرها لبنانيون.

ومن جهة أخرى، فقد ذكر "أ. حنا" (E. Hanna Elias: 1993, 18) أنه من بين 47 عنواناً عربياً صدر حتى عام 1875، كان نصيب بيروت منها 20 عنواناً. كما ذكر "فيليب طرازي" في كتابه "تاريخ الصحافة العربية"، أنه صدر في لبنان حتى نهاية 1929 ما مجموعه 179 جريدة، كان كل مؤسسها من نصاري بلاد الشام إلا عدد قليل منهم لا يتعدى أصابع اليد من غير النصاري.

صدرت أول صحيفة في لبنان باسم "حديقة الأخبار" فاتح عام 1858 لصاحبها خليل الخوري تبعها صحيفة "نفيير سوريا" لبطرس البستاني -خريج "عين وقّة"- في أكتوبر 1860، ثم صحف "الإنجيل" (1863) "كوكب الصبح المنير" (1871) و"النشرة الأسبوعية" (1871) لأصحابها "المرسلون الأمريكيون"، كما أصدر سليم البستاني بالاشتراك مع أبيه بطرس، صحيفتي "الجنة" و"الجنة" في منتصف 1870، والآباء اليسوعيون "البشير" عام 1780. أما "يعقوب صاروف و فارس نمر" فقد أصدرنا عام 1891 يومية "الأحوال". ثم تلتها "المقتطف، البرق، الحوادث..." لصحافيين آخرين من نفس الصنف. أما أول مجلة لبنانية فهي مجلة "أعمال الجمعية السورية" التي أصدرها عام 1852 "المرسلون الأمريكيون"، وكان يديرها "بطرس البستاني وناصف

اليازجي" -أستاذ خليل الخوري-. تلتها مجلة: النشرة الشهرية" أنثى أصدرها "كرنيليوس فاندك" عام 1866.

ويلاحظ على الصحف اللبنانية منشؤها وتوجهها المسيحي الطائفي المعادي للخلافة العثمانية خصوصاً والفكر والحضارة الإسلاميين عموماً. كما يلاحظ في هذه الفترة (نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين) أنه من بين أربع وعشرين صحيفة صدرت في لبنان، لا توجد سوى إثنين مؤسسهما مسلمان، وهما: "بيروت" لمحمد رشيد الدنا (1886) و"ثمرات الفنون" لعبد القادر قباني (1875). ولم يكن هذا الأمر صدفة بل نتيجة مخطط مسيحي تغريبي وضع لفرض وإحكام سيطرة الدول الغربية على مناطق نفوذها في العالم العربي الإسلامي، واستمر هذا الأمر داخل لبنان حتى بعد الحرب العالمية الأولى، حيث تابع مسيرة الخط التغريبي (الفرنسي/ الأمريكي) خلف وفي نفس مبادئ وتوجهات سلفه، ولا تزال "النهار"، مثلاً، التي أسسها "جبران تويني" عام 1933 وتعهدها ولده "عسان" من أكبر الصحف اللبنانية وأوسعها انتشاراً، بل من أكبر دور النشر في لبنان. وكان من ثمرات هذا العمل المنظم السباق والمكثف أن تخرج عدد كبير من الصحفيين الذين توزعوا في البلاد العربية لإنشاء صحف تنهج نفس خط الصحافة التي تتلمذوا عليها (ضياء الدين أحمد: 1986، 61-59).

أما في الربع الأخير من هذا القرن، فقد أصبحت الساحة الصحفية في لبنان أكثر تنوعاً ويغلب عليها الطابع الطائفي السائد في لبنان (الأمل-1939 مسيحية-، اللواء-1963 سنية-، الحقيقة-1987 شيعية..). لكن التوجه التغريبي لا يزال غالباً وخاصة في الصحافة التي هاجرت إلى أوروبا (باريس ولندن) أثناء الحرب الأهلية (1975-1991)، وكذا صحافة المهجر التي نشأت هناك (مع ملاحظة أن جل الإعلام العربي في المهجر يشرف على تحريره لبنانيون من نفس الطراز، بينما تتراوح نسبة طاقمه البشري -حسب E. Hanna Elias (1993، 123) - بين 30 و 50 %).

ج - الصحافة في العراق

تعتبر العراق من الدول القلائل التي كانت تتوفر على مطابع قبل الاحتلال الأوروبي لمالكيها ونظراً لأهمية المطابع ومن خلالها الصحف في توجيه الرأي العام والدعاية لمالكيها، فلم تكد تطأ أقدام المحتل الإنجليزي مدينة البصرة ربيع 1914 حتى قام بالاستيلاء على مطبعة الولاية وباقي المطابع البصرية، ثم بدأ بإصدار نشرات إخبارية باللغتين العربية والإنجليزية، تحولات فيما بعد إلى جريدة سياسية يومية تحت اسم "الأوقات البصرية" تصدر بأربع لغات

(عربية، إنجليزية، فارسية، تركية) وبعد احتلال بغداد أصدرت السلطات الإنجليزية باقتراح من الأب انستاس الكرمللي "جريدة العرب" عام 1917 كتمويه أسمى لخدمة نفس الأغراض الاستدمارية.

والجدير بالذكر أن هذا العمل الإعلامي، وكذا الاحتلال نفسه، كانت قد مهدت له طائفة من النصاري وعلى رأسها مدير المدرسة الكرملية في بغداد: الأب انستاس الكرمللي، الذي اعتمدت عليه سلطات الاحتلال فيما بعد في تدعيم وجودها. وكان هذا القسيس أول المسيحيين الذين اقتحموا العمل الصحفي بإصداره ثم إشرافه على عدد من الصحف قبل وأثناء الاحتلال البريطاني. وكانت أهم الصحف والمجلات التي يادر بإصدارها نصاري العراق هي كما يلي:

— "الإيمان والعمل" (بغداد: 1905) وكاننا تبشيرييتين طائفيتين أصدرهما الأب انستاس الكرمللي.

— "إكليل الورد" (الموصل: 1905) وهي جريدة تبشيرية طائفية أصدرها الآباء الدومنيكان.

— "زهرة بغداد" (بغداد: 1905) وهي مجلة من نفس النمط أصدرها الآباء الكرمليون.

— جريدة "صدى بابل": وهي الجريدة التي أصدرها المعلم داود.

— مجلة "لغة العرب": أصدرها الأب انستاس الكرمللي في بغداد عام 1911.

أما الأغلبية المسلمة، التي كانت السبابة في هذا المجال حيث تمكن "مدحت باشا" من إصدار أول جريدة عراقية: "الزوراء" عام 1869 بالعربية والتركية، تلتها جريدة "الموصل" (1885) و"البصرة" (1895) و"بغداد" (1908)، فإن نشاطها هذا لم يعمر طويلا وضح المجال أمام العمل المنظم وطويل النفس للمسيحيين، ومن ورائهم قوى الاحتلال، الذين سيطروا فيما بعد وبدون منازع على الساحة الإعلامية في العراق. واستمر الوضع على هذه الحال حتى نهاية الاحتلال البريطاني (1930) وتوسعت السيطرة النصرانية على الإعلام المكتوب، فكانت الصحف التي صدرت أثناء الاحتلال خاضعة للنصاري واستمرت في الصدور دون سواها من الصحف عشرات السنين، وكان من أهمها:

البلاد: وهي يومية أصدرها جبران ملكون ورفائيل بطي عام 1929 وكانت من أكثر

الصحف العراقية انتشارا وتعميرا حيث استمرت حتى الستينيات.

الأخبار: وهي يومية سياسية تقرد بإصدارها جبران ملكون في بغداد عام 1937، وكانت

من الصحف الإخبارية المهمة أيضا. وعندما توفي صاحبها عام 1960 تولى رئاسة تحريرها جوزيف ملكون إلى حين احتجاجها مطلع 1963. ثم عاوبت الصدور لمدة عامين (1965-1967).

ولم يأتي التخلص من الاحتلال الإنجليزي على السيطرة الإعلامية النصرانية في العراق،

حيث عمل روادها وتلامذتهم، عن طريق التنظيمات الجماهيرية والسياسية التي تغلفوا فيها

بقوة، على المحافظة على هذا المكسب بطرق بعضها ظاهر ومعظمها مقنع. أما الصحف الإسلامية فكان أهمها: الثقافة الإسلامية (1955-1961)، البلاغ (1966-1969)، صوت الإسلام (1964-1969) ..

وتجدر الإشارة في الأخير إلى صدور بعض الصحف الفلسطينية (فلسطين، إننا عائدون...)، الشيعية (الإيمان، التوحيد، الحوزة...) والكردية (برروا، خاه بات، روناهاي...)، بالإضافة طبعا إلى الصحف الحزبية التي ظهرت بعد ثورة 1957 (التي ألغت معظم الصحف) وعلى رأسها: "الجمهورية" عام 1957 (التي خلفتها بعد أربع سنوات "الجمهورية" ثم الجمهورية (الثانية)، الثورة، المواطن عام 1967، دعمت بالعديد من صحف المنظمات الجماهيرية. ومعلوم منذ ذلك الحين أن الحكم في العراق اتجه اتجاهها سلطويا طبع بكل نقله الصحافة العراقية التي أصبحت تابعة للقطاع العام، وذلك بموجب قانون المطبوعات لعام 1969، والذي ألغيت بموجبه امتيازات جميع الصحف. ثم جدد اعتماد بعضها ومنح الاعتماد لصحف جديدة. ومعروف أن الصحافة في العراق تأثرت بعد ذلك بالظروف الاستثنائية التي مرت بها العراق (الحرب العراقية الإيرانية/ حرب الخليج) منذ مطلع الثمانينات.

د- الصحافة في السعودية

تعتبر الصحافة السعودية أبرز صحافة خليجية وإن كانت ليست أقدمها (فقد عرف اليمن الصحافة منذ 1877). إن أول ما عرفت منطقة المملكة العربية السعودية الصحافة كان على أيدي العثمانيين الذين أصدروا عام 1882 جريدة "الحجاز". وفي 1916 أنشئت جريدة "القبلة" ثم "الفلاح". أما المملكة السعودية كدولة حديثة، فقد عرفت الصحافة لأول مرة على يد "عبد العزيز آل سعود" الذي أصدر أول جريدة رسمية للمملكة باسم "أم القرى" عام 1924. ثم تلتها صحف أخرى كان معظمها تابعا لخواص سعوديين -على غرار لبنان وبخلاف معظم الدول العربية-، وتتمثل أهم الجرائد والمجلات التي لا يزال معظمها يصدر إلى حد الآن فيما يلي: البلاد (1932)، المدينة (1937)، مجلة اليمامة (1953)، الندوة (1958)، عكاظ (1960)، الجزيرة (1964)، الرياض (1965) ... وكانت هذه الجرائد تمثل أهم مرحلة في تاريخ الصحافة السعودية تلتها مرحلة نوعية أخرى بدأت مع نهاية السبعينيات وتمثلت في التوسع الإعلامي العربي والدولي بواسطة مؤسسات إعلامية خاصة اتخذت من أوروبا (بريطانيا خاصة) مركزا لها ومن العالم العربي والدولي هدفا لها، معتمدة في ذلك على قوة التمويل المادي الذاتي وعلى بعض الطاقات البشرية العربية

(المصريون واللبنانيون خاصة). وتمثل يومية "الشرق الأوسط" (1968: 90 ألف نسخة) ومجلة "المجلة" (55 ألف نسخة) بعض النماذج الناجحة لهذه الصحافة الدولية.

تعتبر الصحافة السعودية بشقيها المحلي والدولي، التجاري والعلمي (أكثر من 300 دورية محلية في الثمانينات، من بينها 13 يومية توزع حوالي 550 ألف نسخة) من أقوى الصحف العربية من حيث الإخراج والتوزيع، ولا تنافسها في ذلك سوى الصحافة المصرية.

هـ خلاصة

لقد ارتبط ظهور الصحافة في الوطن العربي بالنشاط التنصيري الذي خطط له مسيحيو أوروبا بالتعاون مع من هم على ملتهم من عرب المشرق: "مع اختراع المطبعة، اعتقد رجال الدين المسيحيون بأنهم وجدوا ضالتهم التي ستساعدهم على محاربة الإسلام أو إبعاد المسلمين عن دينهم" (E. Hanna Elias: 1993, 11).

ففي عام 1706 توجه الباتريارك الأورثودوكسي "أثناس دباس الثالث" الشامي إلى "بوخاريس" ليستقدم أول مطبعة عربية إلى المشرق العربي، فاتحاً بذلك عهد الحملة التنصيرية المطبوعة. ثم تلاه الكاثوليكي السوري "عبد الله زاهر" الذي أسس عام 1733 مطبعة عربية أخرى بمعبد شوير، تلتها الكنيسة الأورثودوكسية التي أقامت مطبعتها ببيروت عام 1775 (E. Hanna Elias: 1993, 11).

كل ذلك، بالإضافة إلى النشاط المبكر للمدارس النصرانية بالشام وبوادر الغزو الأوروبي، جعل إصدارات الصحافة العربية:

- تنطلق تحت رعاية رجال الكنيسة بالتعاون أو تحت إشراف الدول الغربية الغازية.
- أن مؤسسيها ومحرريها الأوائل من خريجي مدارس الإرساليات الغربية بالشام.
- تطرح الفكر الصليبي من جهة، والعلماني الغربي من جهة أخرى، وتبشر بفكرة القومية العربية وتحارب الخلافة العثمانية خصوصاً ومقومات الحضارة العربية الإسلامية عموماً.

- تساند الاحتلال أو الحكومات العميلة له وتشجع كل من يدور في فلکهما.
- تعتبر مدارس لمعظم الصحافيين العرب الذين ظهوروا فيما بعد، كما أنها أثرت تأثيراً حاسماً في تاريخ الصحافة العربية لأزيد من قرن من الزمن.
- وفي الأخير يمكن إضافة الملاحظات التالية:

- إن هذه الإصدارات الصحفية عمرت طويلا، ولا يزال بعضها ينشط حتى اليوم، وذلك بعدما تحول إلى دور كبرى للنشر والصحافة.
- أنه بعدما أوكل لها في البداية دور دعم انتشار الكنيسة في الوطن العربي ثم مساندة هيمنة الاحتلال الأوروبي، استعملت في الأخير -ولا زال بعضها يستعمل- لدعم ومساندة الغزو الثقافي الغربي.
- إنها بعد الاستقلال، وبرغم من تطورها الكمي والنوعي، لا زالت تعاني، في الجانب المتعلق بعلاقتها مع السلطة السياسية، بالتبعية لهذه الأخيرة (مع بعض الاستثناءات المؤقتة -سابقا أو حاليا- في بعض الدول العربية... وفي المهجر)، التي غالبا ما لا تحترم كفالة حرية التعبير والصحافة التي تنص عليها دساتير وقوانين معظم الأقطار العربية، وذلك بحجة حماية أمن الدولة، حسن الجوار... كما أنها تعاني من جهة أخرى من ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي ومن منافسة الصحافة الفرنسية في المغرب والإنجليزية في المشرق.
- إنه بعدما كانت انطلاقتها "شامية" (سوريا، لبنان، فلسطين) واستواؤها لبناني-مصري، فإن مركز ثقلها تحول الآن نحو الجزيرة العربية ولكن مع اعتمادها دائما وبنسبة معتبرة على الطاقم البشري اللبناني-المصري خاصة.
- يبقى مستوى الصحافة العربية متواضعا على العموم، فقد قدرت منظمة اليونسكو عام 1990 عدد اليوميات العربية بـ 130 يومية وسحبها الإجمالي بثمانية ملايين نسخة، أي حوالي 38 نسخة فقط لكل 1000 ساكن. بينما بلغ في الدول الأسكندنافية، الرائدة في هذا المجال، أزيد من 1000/500 ساكن.

3.4 - الصحافة في الجزائر

تعتبر الجزائر أول بلد في المغرب العربي عرف الإعلام المكتوب. وكان ذلك مع بداية الاحتلال الفرنسي الذي حمل معه، على غرار ما فعل نابليون في مصر، مطبعة وهيئة تحرير تمكنه من إصدار جريدة تعمل على رفع معنويات جيشه الغازي ودعم احتلاله للجزائر. فأصدر جريدة "بريد الجزائر" (L'Estafette d'Alger) (العدد الأول في يونيو 1830 في شاطئ سيدي فرج) فاتحاً بذلك عهد الصحافة الاحتلالية والتغريبية في الجزائر.

بعد توقف هذه الجريدة (صدرت منها ثلاثة أعداد) عمدت سلطات الاحتلال إلى إصدارات أخرى في شكل منشورات ومعلقات على المستويين القطري والمحلي حتى مطلع 1832، حيث بادرت بإصدار أسبوعية "المرشد الجزائري" بلغة عربية دارجة، ركيكة وفي نطاق ضيق لا يتجاوز مقاطعة الجزائر العاصمة، عملت خاصة على تشويش الرأي العام الجزائري في فترة المقاومة الوطنية الأولى. دعمتها عام 1839 جريدة "الأخبار" غير الحكومية، التي عمرت حتى نهاية القرن. ولكن نظراً لفشل هذه الأخيرة في تحقيق أغراضها الاحتوائية واقتناع السلطات الفرنسية بأهمية اللغة العربية في توجيه الرأي العام الجزائري، عمدت إلى إصدار الصحافة باللغة العربية أيضاً وعلى رأسها جريدة "المبشر" (1847).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن نهاية القرن التاسع عشر عرفت نشاطاً إعلامياً كثيفاً للمستوطنين الذين أصدروا حوالي 150 صحيفة بالإضافة إلى استيراد وتوزيع الصحف التي كانت تصدر في فرنسا. أما عن النشاط الإعلامي المستقل للجزائريين فتذكر بعض المصادر أن أول صحيفة يصدرها "جزائري" كانت "كوكب إفريقيا" عام 1907 بينما تؤكد مراجع أخرى على أسبقية صحف أخرى مثل: الحق، النصيح، فريضة الحج، المنتخب في مصالح العرب، الأخبار، المغرب، الجزائر، ذو الفقار، الإسلام، الصديق.

بعد الحرب العالمية الأولى صدرت صحف أخرى بأسلوب جديد وبمنسج جديد، كان أبرزها صحف رجال جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بقيادة الشيخ عبد الحميد بن باديس (الشهاب، السنة النبوية، الشريعة، الصراط، البصائر) والصحف التابعة لبعض الشخصيات الدينية أو الجمعيات -التي كانت تنشط في الجنوب والشرق خاصة- (الإقدام، الإصلاح، وادي ميزاب...)، بالإضافة

إلى صحف بعض الأحزاب السياسية (الأمة...) (١). ولكنها واجهت جميعها صعوبات كثيرة ناتجة عن الوضع "الاستعماري" الفرنسي المرفق بالقهر والتفجير والتجهيل. وظل أمر الصحافة كذلك إلى أن اندلعت الثورة التحريرية عام 1954 وأصدرت قيادتها جريدة "المجاهد" عام 1956 في طبعتين بالعربية والفرنسية، وكانت بداية تصدر في الخارج لتستقر بالجزائر بعد الاستقلال عام 1962 وتتحول إلى أسبوعية تصدر باللغة العربية فقط، أما طبعتها الصادرة بالفرنسية فقد حولت إلى يومية تحمل نفس الاسم بالفرنسية (El Moudjahid).

ولقد عرفت الصحافة الجزائرية بعد الاستقلال (1962) نقلة نوعية لكنها لم تكن شاملة ولا جزئية نتيجة مخلفات الاستعمار الثقافي: أكثر من 80 % من الأميين مما يعيق تطور الصحافة المكتوبة عموماً، انعدام الخبرة في مجال الإعلام "اليومي"، وبروز بعض المنقسين الاتسماحيين المتفرنسين الذين كانوا متواجدين في بعض مراكز القرار وبمعظم وسائل الاتصال المكتوبة والسمعية البصرية، حيث تركوا بصماتهم واضحة في توجهها الأيديولوجي شكلاً ومضموناً: محاصرة وتهميش الإعلام العربي خاصة وغير العلماني عامة، تركيز الدعم المعنوي، المادي والفني على الصحف الصادرة بالفرنسية: موسوعات، قواميس، منح تكوينية، مسابقة تقنيات الاتصال ووسائله.... تأجيل أو تعطيل القرارات المرتبطة بالتعريب: بداية باليوميات الجهوية في السبعينيات وانتهاء ببعض مواد قانون الإعلام التي تدعم اللغة العربية في مجالي الإعلام والإشهار في العشرية الأخيرة من القرن العشرين.

كل هذه المشاكل، بالإضافة طبعاً إلى آثار ارتباط الصحافة بطبيعة النظام السياسي السائد في البلاد، أثرت كما ونوعاً على مختلف أبعاد تطور الصحافة المكتوبة. وكان ذلك، من جهة لصالح الصحف الخبرية عموماً والصادرة بالفرنسية خصوصاً، وقطاع السعي البصري الذي حظي طيلة فترة 1966-1984 بحوالي 80 % من ميزانية التسيير والتجهيز، من جهة أخرى. فكان أن لا زال معظم الصحافة "خبرياً" يكتب باللغة الفرنسية باستثناء بداية التسعينيات - وبعضها يحمل فكراً علمانياً متطرفاً يخدم مصالح أقلية أيديولوجية بالغة النفوذ ومرتبطة بجماعات ضاغطة "فرانكوفيلية" (موالية لفرنسا لغة وتقليداً). ولكن هذه الصورة، لم تكن موحدة النمط وأحادية الاتجاه ولا تلك السيطرة الإعلامية مستمرة وشاملة، فلقد وجد من وقف في وجه هذا التيار "المفقد

(١) ولذلك يمكن تقسيم الصحافة أثناء الاحتلال الفرنسي للجزائر إلى: صحافة جزائرية (إصلاحية وسياسية)

للمناعة الذاتية" وخاض الصراع الثقافي والمعاركة الإعلامية في الجزائر من داخل أو خارج السلطة السياسية وترك بصماته في الساحة الإعلامية الجزائرية. ولا يزال الصراع قائما إلى الآن في مد وجزر تبعا لنفوذ مراكز القرار في المجتمع الجزائري منذ الاستقلال.

ونظرا لنقص المعطيات في هذا المجال، فسنعتمد في عرض التاريخ الموجز لصحافة الجزائر المستقلة (1962-2002) على بعض المظاهر الخارجية المميزة للساحة الإعلامية وخاصة على تطور النظام السياسي الذي نمط تطورها تباعا. أما من حيث تصنيفها فسنعتمد أساسا على العامل اللغوي الذي يعتبر في الجزائر بخلاف معظم الدول العربية- من أهم المحاور الحاملة والموجهة للصراع السياسي والإعلامي في الجزائر. كما أننا سنركز في ذلك على المراحل الأخيرة منها لأننا عايشنا أهم أحداثها. وفيما يلي تقديرنا لأهم محطاتها:

- المرحلة الأولى: وهي فترة قصيرة نسبيا امتدت من 1962 إلى صيف 1965، تاريخ تنحية الرئيس "أحمد بن بلا"، وتميزت بغياب نصوص جزائرية تنظم هذا القطاع وبإنشاء يومية (Le Peuple) و"الشعب" (عام 1962) ومجلة "الجيش" و(Révolution africaine) (1963). وذلك بالموازاة مع تأميم اليوميات الفرنسية التي كانت تصدر في أهم المدن الجزائرية (La Dépêche de Constantine, La Dépêche d'Alger, L'Echo D'Alger, L'Echo D'Oran)، لتعوض بيوميات جزائرية تصدر باللغة الفرنسية (En Nasr, Oran Républicain, El Djoumhouria, Alger le soir). ومن جهة أخرى سمح ليومية (Alger Républicain)، الناطقة باسم الحزب الشيوعي الجزائري، باستئناف نشاطها في اليوم الأول من الاستقلال، وذلك على عكس صحافة جمعية العلماء المسلمين الجزائريين التي كانت رائدة الإعلام الجزائري إبان الاحتلال الفرنسي.

وكانت هذه اليوميات متشابهة المضمون ومتواضعة النوعية مما جعل سحبها مجتمعة لا يتجاوز 80 ألف نسخة، بينما كانت الصحف الفرنسية المهيمنة على الساحة الإعلامية تسحب مجتمعة 125 ألف نسخة قبل تأميمها عام 1963-. بعد هذا التأميم خلفتها في هيمنتها الصحف الفرنسية الآتية من باريس (Le Monde, Liberation...) قبل أن تمنع بدورها في المرحلة الموالية-. وكان هذا التفوق راجعا أساسا للخبرة الطويلة، الإمكانيات المادية الكبيرة والقراء التقليديين حتى في الوسط الجزائري (Wolfgang S. Freund (ed.): 1989, 124).

- أما المرحلة الثانية التي امتدت من 1965 إلى 1978، تاريخ وفاة الرئيس "هواري بومدين" واستلام الرئيس "الشاذلي بن جديد" السلطة، فقد تميزت بتطور وتوسع معتبرين وبظهور أول لائحة خاصة بالإعلام أوكلت للصحافة دور الخدمة العمومية وفتنت تبعيتها للحكومة. كما

تميزت هذه الفترة بتوقف يومية الحزب الشيوعي الجزائري في إطار صفقة سياسية مع الحزب الحاكم - ويومية (Alger le Soir)، كما تم تحويل يومية (Le Peuple) إلى (El Moudjahid). هذه الأخيرة التي أعطى لها دفع كبير وأصبحت تسيطر على ساحة الإعلام المكتوب في الجزائر إلى حين بداية المرحلة الموالية (203 آلاف نسخة لوحدها مقابل 71 ألف نسخة لباقي الصحف عام 1978). وظلت باقي يوميات المرحلة الأولى على حالها مع ظهور أهم أسبوعية مقرنة عرفتها الجزائر بعد الاستقلال: (Algérie Actualité) في أكتوبر 1965، تأسيس أول أسبوعية رياضية بالفرنسية (El HadeF)، أول مجلة دينية خاصة بالفرنسية: (Que sais-je de l'Islam?) وعدة مجلات وزارية وقطاعية بالعربية: "الثقافة" (عام 1970)، الأصالة، ألوان، الوحدة، منبر الاقتصاد، الفلاح، الجزائرية، الشرطة، أول نوفمبر، الثورة والعمل... بالإضافة إلى ذلك، فقد تميزت هذه المرحلة بإقامة نظام اشتراكي للإعلام ووضع جميع الصحف تحت وصاية وزارة الإعلام وتركيز الاهتمام على الوسائل السمعية البصرية على حساب الإعلام المكتوب. كما عرفت نهاية هذه المرحلة التعريب التدريجي لكل من يومي "النصر" بالشرق الجزائري (ابتداء من 1972) و"الجمهورية" بالغرب الجزائري (ابتداء من 1976 فقط، رغم أن قرار التعريب شمل الاثنين في آن واحد!).

- أما المرحلة الثالثة التي استمرت من 1979 إلى مطلع 1989 فقد تميزت بتوضيح الوضع القانوني للإعلام (قانون رقم 82 الصادر يوم 02/06/1982)، ظهور مجلة دينية رسمية جديدة: "العصر"، بعض المجلات الإسلامية الخاصة مثل "التذكير" (المدى العربي لمجلة: Que sais-je de l'Islam?) و"الإرشاد"، أسبوعيات: "المنتخب"، "أضواء"، "المسار المغربي" باللغتين... ويوميتين مسائيتين عام 1985 هما: "المساء" بالعربية و"آفاق" (Horizons) بالفرنسية... مثلت كلها بعض الانفتاح الإعلامي والتحول المحتشم في المسار السياسي للبلاد، الذي أراد إعطاء الصبغة الثقافية للمؤسسات الإعلامية بدلا من الطابع السياسي ودعم هذا القطاع بتجهيزات عصرية وإمكانيات مادية، مما ساعد على تنشيطه ونشوء نوع من التنافس بين اليوميات الصباحية، الأسبوعيات واليوميات المسائية التي بدأت تفرض نفسها إلى حين بداية المرحلة الموالية. وأما فيما يخص الصحف الجهوية (وكلها صادرة بالعربية)، فلم تتمكن من التطور وتأدية دورها التواصلية التقريبي المنوط بها. وذلك لأن المسؤولين تصوروا هذا التقريب من الزاوية التقنية فقط. لأن ما كان يهمهم هو إيصال الرسالة من القمة إلى القاعدة (وليس العكس) [...] إن أهم إصدارين جهويين:

"النصر" (60-80 ألف نسخة) و"الجمهورية" (30-50 ألف نسخة) لا يخصصان سوى ما يقارب الصفحة الواحدة -من بين 16/14 صفحة- للجهويات والمحليات" (Wolfgang S. Freund (ed.): 1989, 146).

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أن هذه الفترة لم تسلم هي الأخرى -على غير المتوقع مع الانفتاح الجديد- من التمييز في التعامل الإعلامي الرسمي بين الصحف العربية والصحف الصادرة بالفرنسية. فقد حظيت مسائية (Horizons) باهتمام ودفع كبيرين، كما استمر تفضيل يومية (El Moudjahid) على غريمتها "الشعب"، التي لم تزود مثلا، بنظام الطباعة عن بعد (Téléimpression et Fac-similé) إلا في أكتوبر 1988 بينما استعملته (El Moudjahid) منذ منتصف السبعينيات (Wolfgang S. Freund (ed.): 1989, 145). كما ظلت أسبوعية (Algérie Actualité) -على عكس غريمتها "أضواء" المهجورة ماديا، إعلاميا وبشريا- الابن المنال لوزارة إعلام جزائرية أقصيت العربية من قاموس مخاطباتها ومراسلاتها، والصحف العربية من مجال اهتماماتها ودعما إلى مجال تهميشها والضغط عليها... حيث كانت "مديرية الإعلام المعرب" -حسب نائب مديرها آنذاك: حبيب راشدين- تضطر عند الوشاية بها إلى تلخيص محتوى كافة العناوين العربية وترجمتها إلى الفرنسية للميد الوزير" (رسالة الأطلس: 23-29/10/1993).

- أما المرحلة الرابعة والتي امتدت من فبراير 1989 إلى 1991، فهي وإن كانت تتوجها منطقيا للمرحلة السابقة فإنها لم تكن لتظهر للوجود لولا أحداث أكتوبر 1988 الأليمة التي تعتبر منعطفا حاسما في تاريخ الجزائر السياسي وبالتالي في جميع الميادين الأخرى ومنها الإعلام المكتوب.

وكان من أثر هذه الأحداث دستور فبراير 1989 الذي سمح بتأسيس الجمعيات السياسية وبحرية الصحافة وتنوعها (المادة:39)، فتدعم الإعلام العمومي الجهوي بإصدارات جديدة ونشأت الصحف الخاصة والحزبية، لتدعم الإعلام العمومي الذي كان منفردا من قبل بالساحة الإعلامية. وكان ذلك بعدما تم إرجاع أسبوعية "المجاهد" لجبهة التحرير الوطني وحولت معظم الصحف العمومية -بفضل قانون الإعلام لسنة 1990- إلى شركات مساهمة ذات مسئولية محدودة، تراقبها انتقاليا لجان وصاية، فيما تم تحريض أكبر عدد من المهنيين على اختيار طريق الصحافة الخاصة (مرسوم رقم 04-90)، وذلك بدفع مرتبات سنتين مسبقا لتكوين رؤساء، وتقديم مساعدات شتى للتأسيس (ومنها الحصول على مقر مجاني لمدة خمس سنوات والاستفادة من السحب في مطابع الدولة)، وقروض بنكية خاصة لأجل التجهيز مع الاحتفاظ بحق العودة إلى المؤسسات الإعلامية الأصلية في حالة فشل المشروع الجديد. كما تميزت هذه الفترة باستفادة اليسار الشيوعي من يومية

"الجزائر الجمهورية" (Alger Républicain)، التي كانت قد منحت في إطار تحالف انتهازى-لجهاز جبهة التحرير الوطني مع نهاية عهد الرئيس بن بلة، ومن تمثيل مهم في الصحف "الخاصة" (وخاصة الصادرة بالفرنسية: Le Matin, Le Soir d'Algérie, El Watan, Le Nouvel Hebdo...) التي دعمت الحكومة إنشاءها. مما أدى ببعض أحزاب المعارضة المتضررة من ذلك إلى المطالبة بدون جدوى باقتسام الأجهزة الصحفية الموروثة عن الحزب الواحد بين الحركات السياسية بالتساوي (غازي حيدوسي: 1995، 125-126)، فأنشأت صحفا حزبية خاصة بها ظاهرة أو منتكرة في هذه المرحلة أو في التي تلتها (المسبل، المقربة من حزب "النهضة"، الإرشاد والتضامن: المقربتين من حزب "حماس"، البلاغ و-EI Forkane-: المقربتين من "الجبهة الإسلامية للإنقاذ"، EI Haq: المقربة من جبهة القوى الاشتراكية، Liberté: المقربة من "التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية"، L'Eveil: المقربة من حزب "الأمة"... وكانت معظمها ذات مقرونية متواضعة في بدايتها).

لكن هذا الانفجار الإعلامي الحر: حوالي 140 عنوانا عموميا، خاصا أو حزبيا (النصر: 1991/01/02)، الذي لم يسبق له مثيل في العالم العربي الإسلامي لم يعمر طويلا حيث طفت بواكر انحرافه منذ البداية: ظهور عدة مشاكل مهنية مرتبطة بارتفاع تكاليف السحب، مشاكل الطباعة، الإشهار والتوزيع، عدم كفاية دعم الدولة للحق في الإعلام فيما يخص التوزيع وخاصة في ولايات الجنوب، التمييز المفرط بين الصحف في التعامل الإعلامي. مما ساعد على ارتباط بعض مديري الصحافة الخاصة بالمال ومراكز القرار، فاقتاروا سندا ماليا/ سياسيا أو أكثر في آن واحد. وبدأت تغيب العناوين غير المدعومة، بسبب عدم تنظيم المهنة، احتكار وسائلها، وانعدام قواعد دعم عادلة متعددة وفعالة. ولم يتمكن البعض الآخر (المعارض خاصة) من جهته طيلة هذه المرحلة من الاعتماد سوى على المبيعات والتطوع بعد ما همشت صحفه خبريا ومنع عنها الدعم الحكومي المباشر وغير المباشر اللذان خصت بهما السلطة نوعا آخر من الصحافة والصحافيين: عددا كبيرا من الذين ضمنت طاعتهم من قدامى الصحافيين المشاهير، المعتادين على الرقابة الذاتية، الإذعان والامتيازات: "الذين حصروا مركز اهتمامهم في المحافظة على كراسيهم والامتيازات المرتبطة بها [...] وبرهنوا على قلة مصداقيتهم وعلى قدرتهم على اللف إلى اليمين وإلى اليسار بسهولة" (Wolfgang S. Freund (ed.): 1989, 133, 162)، فرصدت إمكانات مالية ضخمة مباشرة من خلال الإعلانات (فالعائدات الإعلانية لجريدة "El Watan" سنة 1993 مثلا عاينت عائدات بيعها، وذلك على نقيض أهم الصحف العربية الخاصة التي كانت تفوقها سحبا)^(*) وغير

(*) لمزيد من التفصيل أنظر: دليو، فضيل: 2000، 60-61.

مباشرة من خلال مراقبة الرساميل، لترقيتهم وصحفيهم، : هو ما يؤكده الوزير السابق "غازي حيدوسي" (1997: 126، 152). هذا بالإضافة طبعا إلى مساعدات الدولة المالية المباشرة للصحف الخاصة والتي استفادت منها بالدرجة الأولى الصحف الصادرة بالفرنسية وعلى رأسها (Alger Republicain) و (El Watan) ثم صحيفة "الخبر"، كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول (2) مساعدات الدولة للصحف اليومية الخاصة عام 1991

الصحيفة	ثمن المساعدات (دج)
Alger Republicain	6 508 950. 96
El Watan	6 284 947. 60
الخبر	5 216 608. 08
Le Soir d'Algérie	2 565 213. 93

المصدر: المجلة الجزائرية للاتصال: العددان: 7/6، 1991 ص. 120.

والجدير بالملاحظة هنا هو أنه بدلا من وأد دواعي هذا الانحراف وتدعيم حرية الصحافة الناشئة التي سمحت لأول مرة بتعبير إعلامي يعكس إلى حد كبير اهتمامات أغلبية الشعب الجزائري وتطلعاتها لغة وتوجها فكريا، فقد تحول هذا الانحراف إلى شبه انسداد إعلامي مع بؤابر الأزمة السياسية الخطيرة التي طفت على السطح صيف 1991 وتجزرت الشتاء الموالي. وهو ما يمكن اعتباره إيذانا بمرحلة جديدة في تاريخ الصحافة الجزائرية يميزها الحجز، التعليق، التهديد والاعتقال في وسط هيمنة إعلامية فرانكوفيلية-علمانية ومشاكل مهنية كبيرة...

أما أهم صحف هذه الفترة المتميزة من حيث المصادقية (التنوع، المقروئية والهامش الكبير من الحرية) وهيمنة الصحف العربية، التي يمكن تقدير سحب أهمها مجتمعة آنذاك بحوالي مليوني نسخة دوريا -كما تشير إليه الأرقام أناه- (مقابل أقل من نصف مليون نسخة لزميلاتها الصادرة بالفرنسية)، فكانت تتمثل فيما يلي:

- الشروق العربي: وهي أول صحيفة أسبوعية عربية في الجزائر المستقلة تكسر خرافة تفوق الصحف الصادرة بالفرنسية من حيث المقروئية (بلغ أوج سحبها في هذه المرحلة 350 ألف نسخة، وهو رقم قياسي إفريقي) وتفتح نوعا جديدا من الصحافة المثوقة والمثيرة. ولكنها لم تصمد طويلا أمام تحديات شتى اضطررتها إلى التوقف عن الصدور في نوفمبر 1997 قبل أن تعاود الصدور في شكل مجلة (1998) ويومية (2000).

- الصح آفة: تأسست في 1991 وهي تعتبر أول وأنجح صحيفة ساخرة استطاعت أن تعتمد في تغطية تكاليف تسييرها من ثمن مبيعاتها (بلغ سحبها في آخر أيامها حوالي 300 ألف نسخة وبدون مرتجعات). وهي تعتبر بحق رائدة مدرسة إعلامية جديدة في الجزائر استطاعت أن تعطي قوة إعلامية فاعلة للفظ العربي في قالب ساخر عميق. وقد حازت عدة مرات قبل أن تعلق نهائيا بقرار إداري في أغسطس 1992 ولم يسمح لها بالصدور لأسباب سياسية. ولم تسلم المحاولات اللاحقة لبعض صحفييها من ملاقات نفس المصير: "بوزنزل" (أغسطس 1992)، "الوجه الآخر" (بداية 1993)، "رأي" (نوفمبر 1993) "النح لا..."

- الخبر: وهي أول يومية عربية خاصة (صدرت في 1990)، وقد عانت الأمرين طيلة هذه الفترة. فلم تتمكن من الإقلاع -على الأهل كليا وحتى بداية المرحلة الموالية- إلا بعدما اندمجت في السياق الإعلامي العام الذي أصبح غالبا على الساحة الإعلامية في الجزائر.

- الجزائر اليوم: تأسست في أول نوفمبر 1991، وهي اليومية العربية الخاصة الوحيدة التي كانت قريبة من المعارضة وذات سحب معتبر (قارب 100 ألف نسخة). وقد توقفت اضطرارا (في أغسطس 1993).

- المنفذ: وتعتبر أهم صحيفة حزبية، حيث كان متوسط سحبها يقدر بحوالي 500 ألف نسخة أسبوعيا، أشرقت عل توزيعها وبيعها القاعدة النضالية لحزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ الذي كان يشرف عليها. وقد علفت نهائيا بقرار إداري، هي وأخواتها: "البلاغ"، "El Forkane"... التي كانت تعبر عن تيارات حزبية داخلية أو عن اجتهادات قطاعية.

- الإرشاد: تعتبر ثاني دورية حزبية من حيث المقروئية (حوالي 230 ألف نسخة أسبوعيا). وكانت تابعة للحزب الإسلامي "حماس".

- النور: وهي أسبوعية عربية قريبة من التيار الإسلامي المعارض صدرت بقسنطينة في فبراير 1991. وكانت ذات سحب معتبر أيضا (حوالي 80 ألف نسخة) حينما علفت نهائيا بقرار إداري في 17 أكتوبر 1992، هي ومعظم ما صدر على شاكلتها، مثل: الهلال، المستقبل، السمرة... ولقد عاوت الصدور باسم "النور الجديد" عام 2000.

- Le Matin : أنشئت في نهاية 1990 من طرف مجموعة من الصحافيين يغلب عليهم الانتماء لحزب الطليعة الاشتراكية (الحزب الشيوعي الجزائري السابق). وقد حظيت بدفع كبير في البداية (مما جعل سحبها يقارب المائة ألف نسخة) قبل أن تتراجع لصالح جرائد مقترنة أخرى بعد محاربتها للتوجه الجديد للسلطة التنفيذية.

- El Watan : وهي ثاني صحيفة خاصة تصدر بالفرنسية (بعد: Le Soir d'Algérie)، تأسست في 10/10/1990 من طرف عشرين صحفياً من جريدة (El Moudjahid). وهي تعتبر من أهم يوميات هذه المرحلة والتي تليها. وقد أثبتت دراسة تحليلية لمضمونها أجريت خلال فترة الانتخابات الرئاسية الجزائرية (نوفمبر 1995) أن توجهها معاد للتيار العربي الإسلامي ويغلب عليه الطابع العلماني بتياربه المتطرف والمعتدل (دليو، فضيل وآخرون: 1997).

- El Moudjahid: وتعتبر هذه المرحلة بداية التراجع بالنسبة لهذه اليومية الرسمية التي سيطرت على الساحة الصحفية لمدة طويلة. فقد توزع معظم صحفيتها على أغلب الصحف الجديدة الصادرة بالفرنسية ولم تعد صاحبة الامتياز من حيث السبق الإخباري والدعم الإشهاري.
- اليومية الجهورية "النصر" ومسانيتا "المساء" و(Horizons): كان سحبها معتبرا مع نهاية المرحلة السابقة وبداية هذه المرحلة، قبل أن تتراجع مقروئيتها جميعا مع اقتحام الصحف الخاصة الساحة الإعلامية سنتي 91/90.

- المرحلة الخامسة التي تمتد من 1992 إلى 1997، أي تشمل مرحلة حالة الطوارئ والأزمة السياسية، التي لا زال يعاني من آثارها المنمرة الشعب الجزائري بما فيه قطاع الإعلام المكتوب. وتجدر الإشارة هنا إلى أن أكبر متضرر من هذه الأزمة كان ولا يزال صحفيو الجرائد والمجلات العربية وخاصة منها غير العلمانية، الذين لم يسمح لهم حتى بتكوين رابطة مهنية على غرار زملائهم، الذين هيمنوا على أول جمعية نقابية للصحفيين الجزائريين، ليدافعوا عن صحفهم المتداعية تباعا ليس فقط أمام السلطات الرسمية بل حتى أمام زملائهم في الصحافة الصادرة بالفرنسية (الذين كان يفترض فيهم خطأ "الدعم المعنوي والتضامن المهني بدلا من الموقف الحاقط، المضلل والساعي في الكواليس للإبقاء على التعليق" -رسالة الأطلس: 23-29/10/1993)، مما جعل بعضهم يهجر أو يهاجر.

كما تضررت تبعا لذلك صحفهم، إذ لم يصمد منها سوى بعض الأسبوعيات والجرائد الجهورية، بالإضافة طبعا إلى أهم يومية هذه المرحلة: "الخبر"، التي غيرت منذ مدة من خطها الافتتاحي بعدما احتواها التيار الفرانكوفيلي- العلماني، الذي نجح بذلك في اقتحام مجال الصحافة العربية بعد عدة محاولات فاشلة: إصدار نسخة عربية لأسبوعية (Algérie Actualité) وإصدار المشرفين على يومية (El Watan) "جريدة الوقت" (1993)...

ومما دعم هذا التوجه في هذه المرحلة عودة استيراد بعض صحف فرنسا إلى الجزائر وصدور العديد من الصحف "الصفرَاء" (عيون، بانوراما، نصف الدنيا، مشوار Détective, TV ...)

المثيرة للعواطف والغرائز بالألوان والصور الخلية والعبارات المبتذلة التي لا تحترم القيم والأخلاق، والتي تعالج مواضيع شاذة بعضها من نسج خيال صحفييها وبعضها الآخر مترجم من صف أوربية- مثل الإجهاض، زنا المحارم، الأمهات العازبات، الجرائم العاطفية.. معالجة تسويقية وبدون رسائل تربوية ووقائية. ورغم خرقها لقانون الإعلام الجزائري (المواد: 19، 23، 26..) كما اعترف بذلك وزير الاتصال (El Watan: 12/12/2000) فإنها لا زالت سارية المفعول.

إن هذا الوضع الاغترابي والشاذ، لا يعكس تركيبة المجتمع الجزائري الثقافية، بحيث بلغ فيه عم التكافؤ بين الصحف العربية والمفرنسة أوجه وبلغت فيه السيطرة "الفرانكوفيلية" العلمانية" والانحلال الإعلامي حدا لم تشهد الجزائر منذ مطلع استقلالها عام 1962. وهو وضع كان للإثر "الاستعماري" بانتماجييه "الجدد- القدماء" وللأزمة السياسية الحالية الدور الأكبر في استحداثه وتعميقه، وبذلك بتكريس هيمنة ثقافية اغترابية مكشوفة، تقودها قلة يصفها بعض المتعاطفين معها (علي الكنز وعبد الناصر جابي)، بأنها: "فئات مسيطرة اقتصاديا وسياسيا [...] تتحكم بقوة في الوسائل الإعلامية [...] فهي التي تحتل المواقع القيادية في قطاع الدولة كما تحتل مواقع مماثلة في القطاع الخاص، وسياسيا تسيطر هذه الفئات المفرنسة ثقافيا على الإدارة وهياكل الدولة الأخرى (الجيش، الشرطة، الخ.) [...] فهو من زاوية ما مجتمع تنويري مع نزعة نخبوية وتغريبية... (ويمكن الرجوع بسهولة إلى الصحافة الوطنية المفرنسة خاصة لمعرفة أطروحاته والتيارات الفاعلة ضمنه)" (سمير أمين [إشراف]: 1998، 51).

ونحن نعتبر أن هذا الوضع الإعلامي الاغترابي يعكس أحد الأوجه الهامة في الأزمة التي تعرفها الجزائر وأن استمراره سيطيل لا محالة من عمر الأزمة بل قد يساعد على تطور ممارسات اجتماعية أكثر عنفا بعد ما عرف الوضع العام بعض الانفراج. ولذا فإننا نعتقد بأن حرية الصحافة في الجزائر ستظل مطلباً أساسياً بعد انتهاء حالة الطوارئ (وحتى قبل ذلك، إذا سمحت الظروف) لإعادة المياه إلى مجاريها الطبيعية، فتصبح الصحافة الجزائرية تعبر عن تعددية حقيقية للرأي وانعكاس طبيعي للرأي العام الغالب، معبرة بذلك عن اهتمامات الأغلبية الكبرى من الشعب الجزائري وليس عن الانتهازيين النخبويين الذين ينفردون بالساحة الإعلامية معبرين عن أنفسهم من خلال إعلام سياسي دعائي ووسط جو مشحون بالقلق والمعاناة العامة.

والجدول الموالي يوضح طبيعة أحد أوجه هذه المعاناة واتجاهها:

الجدول (3) أهم الصحف الموقوفة أو المتوقفة في هذه الفترة

الصحف الصادرة بالعربية	الصحف الصادرة بالفرنسية
1- الصح آفة(*)، الوجه الآخر(*)، رأي، الجزائر اليوم(*)، الشروق العربي، الشروق الثقافي، النور(*)، المنقذ(*)، البلاغ(*)، الحوار، السبيل، بريد الشرق(*)، الحقيقة، السلام، نبراس الحق، الحياة، الحياة العربية، الإرشاد، النبأ، الحرية، الحدث، البيان، المستقبل، الهلال، السمرّة، السياسة،... 2- كل الصحف الجهورية (المقيدة، العناب، الأوراس... المستحدثة بعد المرحلة الثالثة. 3- الوقت	1- Le Nouvel Hebdo, L'Hebdo Libéré, Le Jeune Indépendant, Alger Républicain, Algérie Actualité, El Manchar, Le Quotidien d'Algérie ... 2- El Haq, La Nation 3- El Manar, El Forkane, L'Eveil....
(*) أهم الصحف التي عُلقت إداريا وعددها الإجمالي يفوق العشرة عناوين، كلها عربية. ولقد شُهرت إعلاميا باسم "المعلقات العشر". - أما التصنيف الرقمي فيشير إلى تعبيرها عن تيارات سياسية مقاربية نسبيا من حيث موقفها من الأزمة الجزائرية.	

وفي نفس هذا السياق الاعترابي تجدر الإشارة إلى أن هذه الفترة تميزت كذلك باقتصار التعليق الإداري النهائي القانوني أو غير القانوني (إذ لم يسمح لبعض الصحف، رغم انتهاء مدة توقيفها القانونية، بمعاودة نشاطها) على الصحف العربية (أما التعليق المؤقت والمخفف فقد شمل المتفرنسة منها كذلك)، بتراجع كبير في حجم السحب والمقرونية (حوالي 600 ألف نسخة دوريا) مقارنة مع سابقتها (حوالي مليونين)، باختفاء عشرات الصحف وبالتوقف الاضطراري لأهم الصحف العربية (الحزبية والخاصة) التي كانت تسيطر على الساحة الإعلامية من حيث المقرونية.

لكن الظاهر أنه يمكن اعتبار نهاية هذه المرحلة بداية تأسيس لمرحلة انتقالية جديدة (1998-2002). فقد شهدت بوادر انفتاح إعلامي تدريجي باتجاه تخفيف الوطء على الصحف العربية المعارضة للعلمانية المتطرفة، مما شجع البعض على إنشاء صحف جديدة من هذا الطراز (صوت الأحرار، اليوم، السفير، البلاد، الشروق اليومي...) وتأسيس نقابة موازية باسم "حركة الصحافيين الأحرار" بغية "الدفاع عن حرية الصحافة وتحرير المهنة من قبضة المجموعات

الخفية [...] التي جعلت من الصحافة واجهة للدفاع عن مصالح اقتصادية مشبوهة وأخرى سياسية ضيقة" (من البيان التأسيسي: السفير، 11-17/6/2001).

كما تميزت هذه الفترة كسابقتها بكون "السحب بالنسبة للقطاع الخاص أكثر أهمية وارتفاعاً منه في القطاع العمومي" (النصر، 1997/12/15)، بعدم احترام المقاييس التجارية في التوزيع والإشهار لصالح الصحف الصادرة بالفرنسية دائماً والعمومية بدرجة أقل بكثير وبغياب مؤسسات سير الآراء وقياس المقروئية، وارتفاع تدريجي في كمية السحب (1.5 مليون، منها 900 ألف تصدر باللغة الفرنسية) وفي عدد اليوميات (أزيد من 40 يومية). وتبقى يومية الخبر في الصدارة بقرابة 400 ألف نسخة تليها "Le Quotidien d'Oran" بقرابة 180 ألف. مع ملاحظة سلبية مؤشر ارتفاع المرتجعات: يمكن تقديره بين 10 و 40 بالمائة.

وفي الأخير تجدر الإشارة إلى أهم الملامح التي ميزت تطور الصحافة الجزائرية المكتوبة منذ الاستقلال. لقد اتضح من خلال عرضنا السابق ما يلي:

- الارتباط الوثيق للصحافة المكتوبة في الجزائر بطبيعة النظام السياسي السائد. مما يؤكد مقولة تبعية النظام الإعلامي للنظام السياسي.

- التطور الكمي، النوعي والكيفي للصحافة المكتوبة خلال المرحلة الرابعة التي تميزت عموماً بحرية إعلامية فريدة ومتميزة، مقابل التطور الكمي في المرحلة التي سبقتها وتراجعها الواضح في التي تلتها مما يدل على تراجع واضح أيضاً في مصداقيتها.

- ارتباط التفوق الإعلامي للصحافة العربية عموماً وغير العلمانية خصوصاً بالحرية الإعلامية، وارتباط تفوق الصحافة الصادرة بالفرنسية بتفضيلها بالدعم السياسي والخبري والمادي بطرق مباشرة وغير مباشرة (توزيع الأخبار، الطبع، التوزيع، الإشهار، المعدات، إعادة التأهيل بالخارج...)، وذلك لأن الوسط الثقافي والاجتماعي الطبيعي لنشرهما أكثر ملائمة للأولى من الثانية.

- قلة وضعف الصحف العربية الخبرية اليومية (بخلاف صحافة الرأي والأسبوعيات) لارتباط ذلك بالتمييز السابق (وخاصة الخبري منه) ولقلة التجربة في الإعلام اليومي الناتج عن ذلك.

- معاناة الممارسة الإعلامية، في المرحلة الخامسة (1992-1997)، من فراغ هيكلي وتمثيلي، من اختفاء شبه كلي للصحافة غير العلمانية، من عدم احترام بعض القوانين الخاصة بالصناعة الإعلامية في الجزائر (التعريب، الحرية الإعلامية، الطباعة، التوزيع...) ومن مشاكل أمنية

قاسية. ولكنه تم تجاوز بعض هذه الصعوبات لاحقا (1998-2002) حيث بدأت تبرز على الساحة بعض الصحف غير العلمانية بقيادة "الشروق اليومي" وأصبح للصحفيين نقابتين.

- اقتصار الصحافة الصادرة بالفرنسية في المراحل الأخيرة على اليومية منها دون الأسبوعية والجهوية، مما جعل توزيعها يتمركز أساسا في المدن الكبرى والحضرية عموما، وذلك بسبب اهتماماتها السياسية ولغتها الفرنسية النخبوية.

- أن سحب صحف القطاع الخاص أهم بكثير من سحب القطاع العمومي في ظل المنافسة بينهما لاعتبارات موضوعية، نفسية وتاريخية.

4.4- الكتاب: مفهومه، تاريخه ووظيفته الاتصالية

الكتاب وعاء معرفي يعمل على تجسيد الذاكرة على دعائم مادية وعلى الربط بين الأجيال ونقل منتجاتها الثقافية. إن له دور كبير في تطور الإنسانية، بصفته وسيلة اتصال نخبوية وجماعية معا لا زالت تستفيد من شهية القراء إلى يومنا هذا.

والكتاب، كنتاج للثقافة الإنسانية، يعكس مصالح الإنسان المادية والمعنوية بعكسه للتطور التقني-المادي من جهة ولتطور الفكر الإنساني وثقافته من جهة أخرى. ولكنه لن يكون كتابا بأتم معنى الكلمة إلا إذا توفرت فيه الخصائص المادية للكتاب وأقام علاقة اتصالية مع القارئ. فلا يوجد كتاب بدون قراءة، لأن هذه الأخيرة هي التي تحقق له فاعليته وتجعل منه وسيلة اتصال.

(أ) مفهوم الكتاب: تعددت التعاريف التي تعرضت للكتاب، بعضها يركز على شكله الخارجي وتكوينه المادي والبعض الآخر يهتم أكثر بمضمونه الفكري وبنيتة العميقة.

فالنوع الأول يرى بأن الكتاب عبارة عن المجموع المنظم من الأوراق المطبوعة التي تخاط، تلصق أو تجلد ثم تغلف.

إن هذا التعريف يفتقد إلى بعد معنوي لتحسين فهمه وإثرائه لأنه يجعل الكتاب عبارة عن مجرد "مجموعة أوراق مطبوعة ومجلدة"، وبالتالي فهو يسوي بين أنواع مختلفة الطبيعة والنمط من المطبوعات مثل الدفتر العائلي ودفتر الحسابات والكتب المدرسية وكتاب "كليلة ودمنة" مثلا.. ويتجاهل القيمة المعنوية والبنية العميقة للكتاب التي قد تميز الكتاب الفعلي (المدرسي، الأبي، العلمي...) عن أشباهه (الدفتر مثلا) من الناحية الشكلية.

وقريب من هذا التعريف نجد من يصف الكتاب بأنه "ذاكرة اصطناعية ودعامة مادية للقراءة" (Ferrero, Juan José : 1975, 421) جاعلا منه عملية اتصالية بين ذاكرة اصطناعية (مطبوعة) وإنسان.

إن التعريف الوصفي للكتاب يجعله يتميز بما يلي:

- سهولة الاستعمال: إنه عبارة عن جسم متوازي السطوح، صلب أو شبه صلب وذو حجم محدود، قابل للاستعمال والنقل دون جهد فيزيقي كبير وسهل التخزين.
- المتانة والاستمرارية، ليطمئن عن الجريدة والمجلة، مثلا.
- الإنتاج بالجملة والسعر المعقول نسبيا.

ومرة ثانية يمكننا الإشارة إلى ما قلناه سابقاً حول التعريف الأول من تركيزه على بنيته الشكلية وغياب الكلام عن القيمة غير المادية للكتاب. ومعروف أن هذا لا يعني إغفال قيمته المادية والصناعية التي تدخل بالضرورة في تشكيل وتحديد قيمة الكتاب الإجمالية لدى القارئ. فالذي يهمنا هنا البنيتان المادية والمعنوية معاً.

وفيما يخص تحديد مفهوم للكتاب الذي يركز على مضمونه الفكري وبنيته العميقة، فيمكننا تطبيق مفهوم "المجموع المنظم للمكونات المادية" الذي عرف به الكتاب في بعده الشكلي والمادي على المجموع المنظم لكل العناصر التي تجعل من هذا الكم المادي مجموعة "عناصر فكرية" معبرة عن لب وجوهر الكتاب وجاعلة من توصيل محتوى الكتاب أمراً ممكناً.

ومن ثم يمكن القول أن الكتاب إبداع منظم ومطبوع لمجموعة من المعلومات وموجه لعدد غير معلوم من القراء. ففي نظر "نوسدا" (Nosedá, R.C.: 1973, 47) لكي يكون الكتاب كتاباً يجب أن يستعمل لغة الفن ويكون فعلاً إبداعياً فنياً يحقق التواصل مع الآخر.

وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى رأي "ألبرتو مورافيا" (Alberto Moravia) الذي نشرته اليونسكو وذكره "دياز بلاخا" (Díaz Plaja, G.: 1973, 25) كما يلي: "هناك كتب تجعل من القراءة مجرد تمرين فيزيقي.. كتبت للاستهلاك بمحتوى وببسر تقليديين. فهي في الحقيقة لا تقرأ، بل تتصفح فقط. إن الشرط الأول لكي يكون الكتاب "مكتوباً" فعلاً (وليس مطبوعاً فقط) هو أن يؤلف ويكتب بشمعة".

وبالفعل فلا كتاب بدون حسن كتابة وقراءة، لأن الكاتب والقارئ هما العاملان الأساسيان في "عملية الاتصال الكتابي". أما الطابع والناشر للكتاب فهما مجرد أداتين وسيطتين، لأن الاتصال يتم فقط بين المؤلف والقارئ عن طريق الوساطة الفيزيائية للكتاب. فالكتاب بدون صالح اتصالي وبدون تحويل إلى الآخر يبقى شيئاً ومجرد عنصر تجميلي، بينما هو في نظر البعض جزء مقتطع من حياة الكاتب يُهدى كطعام مغذي للقارئ، مما يؤدي إلى اعتبار أن الكتابة والقراءة تحققان حرية الكاتب والقارئ معاً وبالتالي تحقيق ذاتيتهما.

والخلاصة أن للكتاب اعتباران:

- سطحي: وصف الكتاب على مستوى مادي من خلال سلسلة من البحوث الثقافية، السوسيولوجية، القانونية، الخ.
- عميق: وصف الكتاب مع الأخذ بعين الاعتبار فوائده، والإشارة إلى بنيته بطريقتها الكاتب والقارئ ومهمته الاتصالية.

ب) التطور التاريخي للكتاب:

إن التطور التاريخي للكتاب شكلا ومضمونا يعكس المراحل المختلفة للتاريخ الثقافي والصناعي للإنسانية ككل. وسوف نحاول فيما يلي عرض بعض مظاهر هذا التطور من خلال المكونات المادية والمضمون المعنوي للكتاب.

إن التأريخ للكتاب لا يمكن أن يتم دون الإشارة إلى سلسلة من العناصر: دعامة الكتابة، مواد الكتابة والكتابة نفسها من جهة. ومن جهة ثانية، عملية إصدار الكتاب وإعادة إنتاجه وزخرفته وتغليفه. وبالطبع لن يكون استعراضنا لهذه العناصر مفصلا بل مركزا على أهم مظاهرها.

● تطور الدعامة المادية للكتاب: يمكن إرجاع البدايات الأولى للكتاب إلى الألواح الطينية الصلصالية للحضارات السامرية البابلية، والألواح المغطاة بالجص وألواح الحجر الجيري والفخاري المصرية، وكذا إلى الألواح الخشبية الصينية، وأوراق النخيل الجافة والملوكة بالزيت في الهند.. وذلك قبل أن يظهر للكتاب في أشكال أكثر تطور متخذاً دعامات ثلاث أجمع حولها المؤرخون هي: ورق البردي (Papyrus- عند اليونان)، الجلد والورق الحالي (من لب الشجر).

كان ورق البردي عبارة عن نبات ينمو في دلتا النيل، حيث شكل أهم مادة دعامية للكتابة بعد الصلصال وأوراق النخيل. إن وفرته واستعمالاته المتعددة أدت إلى تصنيعه وتصديره، حيث وصل إلى اليونان حوالي القرن السابع قبل الميلاد ثم إلى روما بعد ذلك. أما الجلد، فبالرغم من استعماله كمادة للكتابة منذ القدم في مصر وفارس واليونان، فإن اعتماده كدعامة حقيقية يرجع إلى القرون الوسطى وخاصة بعدما أصبح تصدير ورق البردي من مصر إلى جنوب أوروبا أمرا نادرا. بالإضافة طبعا إلى سهولة الحصول على الجلد هناك وصلابة هذا الأخير.

ولكن يبقى الورق الحالي (المستخرج من لب الأشجار) الدعامة الأولى التي أحدثت ثورة حقيقية في تاريخ الكتاب. ومعروف أن اختراع الورق كان من طرف الصينيين (حوالي 105 م. من لحاء شجر التوت) الذين حافظوا على سرية صنعه لمدة طويلة إلى حين فترة الفتوحات الإسلامية التي طالت الصين (حوالي منتصف القرن الثامن الميلادي). بعدها طور المسلمون صناعة الورق فأنتجوا ورقا من ألياف الكتان ثم أنشؤوا أول مصنع له في التاريخ بسمرقند، تلتها مصانع أخرى

بدمشق، مصر، المغرب وجنوب أوروبا (صقلية -إيطاليا- وطيطة -أسبانيا-)؛ لتبدأ في الانتشار بأوروبا حوالي عام 1100 ويعم استعمال الورق العديد من مناطق العالم المعاصر. ويرجع ذلك بالطبع إلى عوامل اقتصادية أساسا: فالورق أرخص ثمنا وأوفر مادة من الجلد.

ونجد الإشارة في الأخير إلى أحدث دعامة للكتاب مشخصة في مشروع اللوح الإلكتروني المحمول الذي أطلق عليه اسم *الكتاب الإلكتروني*. ولهذا الأخير استعمالات قرائية ما كان سلفه الورقي يتيحها: فهو يخفف ثقل حمولة الكتب، ويتميز بقدرات تخزينية هائلة للمضمون في كتاب إلكتروني واحد، ويوفر طرق تربوية جديدة مثل الرجوع إلى أعمال علمية مختلفة في وقت واحد والتدقيق في قاموس لغوي وتحديث المعطيات فورا وتكبير الحروف... فالكتاب الإلكتروني ليس مجرد كتاب، إنه عبارة عن مكتبة متنقلة يمكن ربطها بشبكة الإنترنت العالمية.

● تطور إعداد الكتاب: مر تطور إعداد الكتاب بمرحلتين هامتين فصل بينهما حادث اختراع المطبعة عام 1436. ولكن واقع تطور الكتاب أعقد من ذلك بحيث شخصته عدة متغيرات فنية تحسينية نوجزها فيما يلي:

إن إعداد الكتاب قبل اختراع المطبعة اتخذ أشكالا مختلفة وذلك بالرغم من وجود عناصر مشتركة مثل ترقيم الصفحات، العنونة، التقسيم إلى فقرات أو فصول..

ففي مصر القديمة وعبر المجال الجغرافي الذي شمله استعمال ورق البردي، كان الكتاب يعد على شكل لفات (Roll, Rollo)، تبدأ الكتابة على وحداتها من أقصى اليمين لتتوالى الصفحات من اليمين إلى اليسار. ثم ظهر تباعا تقسيم النصوص إلى فصول وفقرات. وأما العنوان فكان يكتب في نهاية النص وباللون الأحمر، الذي كانت تكتب به الإقتباسات أيضا (Svend Dahl: 1972, 13-15).

وأما الكتاب الجلدي (Pergamino -نسبة لمكتبة رومانية-) فكان في بدايته يطوى هو أيضا في شكل لفات دائرية قبل اللجوء إلى استعمال نظام الدفاتر والكراريس الذي اشتهر في روما القرن الرابع باسم "الكودكس" (Codex). وكان عبارة عن أشكال جلدية منتظمة ومخاطة من الجهة اليسرى ومغلقة بلوحين من الخشب.

استمرت الكتابة على وجه واحد من الصفحة والعنونة في نهاية المؤلف، وذلك حتى القرون الوسطى حيث بدأ يكتب العنوان في البداية أيضا. مع إضافة أحيانا اسم المؤلف وغالبا مكان وتاريخ التأليف في الأخير. وبالطبع كان نظام الاستساخ يدويا يقوم به أفراد متخصصون.

ثم تطورت تقنية زخرفة المخطوطات بالألوان الساطعة، التي ظهرت في مصر القديمة، فازدادت تنوعا وأصبحت تشمل الغلاف أيضا.

أما بعد اختراع المطبعة وتعدد ووفرة الاستنساخ، فقد ظهرت صناعات مهمة تلتها دور نشر جماعية كبيرة لا زال بعضها يعمل حتى وقتنا هذا (Mc Graw Hill, Prentice Hall, Hachette...). وأما الشكل البدائي الذي كان يسوق به الكتاب قبل اختراع المطبعة، فقد تم التخلي عنه تدريجيا وبصعوبة (نتيجة الصراع بين المستمخين والطابعين) لصالح أصحاب الصناعة المطبعية التي تطورت بسرعة في ألمانيا، إيطاليا، فرنسا وهولندا قبل أن تنتقل إلى إنجلترا وأمريكا. ونتيجة لما ترتب عن ذلك من وفرة ظهرت طريقة البيع بالمزاد العلني في القرن السابع عشر ثم توحيد سعر نسخ الكتاب الواحد وذلك بدلا من النظام القديم القائم على المبادلات العينية والأسعار الخاصة. تلاه البيع في المحلات العامة ثم البيع بالمراسلة وأخيرا عبر شبكة الإنترنت.

● تطور مضمون الكتاب: إن عرضه أكثر تعقيد ويتطلب تحليلا أكثر عمق لأنه يعكس جانبا كبيرا من تاريخ الثقافة الإنسانية. إن تتبع موضوعات الكتاب وتصنيفها أمر صعب نظرا لكثرة تنوعها، ومع ذلك سنحاول استعراض أهمها من خلال طبيعة مواضيعها: كتب المواضيع الدينية، الفلسفية، الأدبية، العلمية، السياسية.

وتضم أكبر مجموعة عالمية الكتب الدينية التي صدرت وذلك حتى القرون الوسطى، قبل أن يتراجع عدد الإصدارات المرتبطة بالمواضيع الدينية وخاصة في أوروبا بعدما اقتحم الفكر العلماني أوساط النشر والتوزيع وتخلت الكنيسة عن دورها القيادي للمجتمع. وأما في المجتمعات الإسلامية فلا زال للكتاب الديني رواج معتبر في معظم البلدان التي تسمح بانتشاره الحر.

أما نوع الكتب التي تعالج مواضيع أدبية، فلسفية، سياسية وعلمية فقد زادت أهميته تدريجيا لتبلغ قمتها في الوقت الحالي، عاكسة تطور مختلف مناحي الحياة الثقافية للإنسانية.

وتوجد بالطبع تصنيفات أخرى للكتب خصت الأنواع السائدة الآن، نخص بالذكر منها نموذجا أمريكيا. حسب تيموتيو ألفارز (Timoteo Alvarez, J.: 1992, 176) نقلا عن "ساور" (Dessauer, 1982)، فإن أصناف الكتب الأمريكية الأكثر أهمية مع نهاية القرن العشرين هي:

- الكتب التجارية: الموجهة للاستهلاك العام، وهي تعني خاصة بالأدب، السير، المطبخ، القصص الخيالية..

- الكتب الدينية: وتشمل الكتب السماوية وكتب التراث الديني عموما.

- الكتب المهنية: وهي موجهة أساسا للثقنيين والعلميين والأطباء والمختصين في الاقتصاد، القانون، الاجتماع..

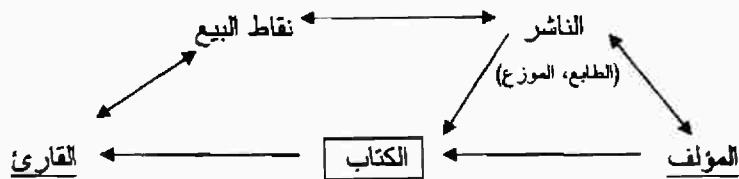
- الكتيبات: وهي الطباعات الموجهة لجمهور واسع من عامة الناس. وهي صغيرة الحجم وبمبسطة المحتوى ومنخفضة السعر.

- الكتب المدرسية: وهي التي تتضمن المواد التعليمية (من التحضيري، الإعدادي.. إلى الجامعي).

ج) كيف يؤدي الكتاب وظيفته الاتصالية:

الكتاب بدون أدنى شك وسيلة اتصال، ولكن الخلاف يكمن في كون اتصالاته جماهيريا أم نخبويا. الظاهر أن الرأي الغالب يجعل منه إحدى وسائل الاتصال الجماهيري ويدعو لاحترام مكانته بينها، مثله في ذلك مثل الصحافة التي تشترك معه في الكثير من الخصائص. فهو نتاج ثقافي يصنع بكميات كبيرة ويوزع على نطاق واسع: وطني، جهوي، عالمي.. كما قد تقف وراء إنتاجه مؤسسات ضخمة. وكلها من الخصائص التي تصبغ وسائل الاتصال بصفة الجماهيرية (راجع مبحث تعريف وسائل الاتصال الجماهيري).

ومن جهة أخرى تجدر الإشارة إلى أن المطبعة هي التي دشنت عصر الكتاب الجماهيري، الذي بلغ ذروته (الكمية خاصة) بعد منتصف القرن العشرين، وذلك بعدما مهدت له الطريق الصحافة (صناعة وجمهورا). مع العلم أن هذه الصفة لا تشمل كل أصناف وأنواع الكتب، فمنها ما لا يتعدى عدد قرائه مؤلفه أو عدد قليل من الناس ومنها ما يسحب بالملايين. ولكي يصل الكتاب إلى القارئ يتبع عموما العملية التالية:



وأما فيما يخص عيوب الكتاب كوسيلة اتصال، فمنها أن مضمونه ثابت وغير قادر على مسايرة التغيرات. وأنه صعب التداول والحركة والحفظ من أثر الاستعمال المتكرر والتأثيرات المناخية المختلفة. كما أنه، وبخلاف الوسائل السمعية البصرية وعلى غرار كل الوسائل المطبوعة لا تصل رسائله إلى الجمهور الأمي من الذين لا يقرؤون.

5.4- وكالات الأنباء: من جريدة الجرائد إلى جريدة كل الوسائل

إن تطور الصحافة وخاصة في بداية القرن التاسع عشر أظهر أهمية تكنولوجيا الطباعة والتوزيع وخاصة الأخبار التي أصبحت فيما بعد عماد المضمون الصحفي. ونظرا لتعقد عملية جمع ونقل وتوزيع الأخبار ظهرت الحاجة إلى وكالات متخصصة. فكانت وكالات الصحافة (أو الأنباء) والتي اتخذت اسمها من طبيعة عملها كوكيل إخباري "تصي". ثم وسعت من ماديها التجارية الموزعة لتصبح ثلاثية: النص، الصورة والصوت؛ ومن زبائنهم لتشمل كل وسائل الإعلام والاتصال، مفتحة بذلك على الجمهور العام. بل قد يصبح اتصالها مباشرا مع هذا الأخير: إن خدمات العديد من الوكالات أصبحت، اليوم وفي العالم أجمع، جزء لا يتجزأ من بنوك للمعلومات المفتوحة للجمهور العام على صفحات بعض مواقع شبكة الإنترنت^(*).

ويمكن إرجاع الأصول التاريخية لوكالات الأنباء إلى زمن الفينيقيين حيث كان تجارهم يقومون بجمع الأخبار الضرورية الخاصة بمهنتهم ويرسلونها إلى زبائنهم، ولكن تأسيس وكالات الأنباء بمعناه الحديث يرجع إلى نهاية عشرينيات القرن التاسع عشر حيث بدأ الفرنسي المجري الأصل -هافاس- (Havas) بالتفكير في الاستغلال التجاري لمجال جمع ونقل الأخبار الذي توقع له مستقبلا زاهرا... وانتهى به الأمر عام 1835 إلى إنشاء أول وكالة أنباء سميت باسمه. وكان ذلك انطلاقا من مكتب لجمع الأنباء بباريس ومراسلين بمعظم العواصم الأوروبية. وكان "شارل لويس هافاس" يعتمد في جمع الأخبار، بالإضافة إلى المراسلين الخاصين، على ترجمة الصحف الأجنبية وعلى البريد والحمام الزجل ثم التلغراف بعد 1837 (تاريخ اختراعه). وبعد عقده لاتفاق سري مع الحكومة عام 1938 أصبحت وكالته تستفيد من دعم مالي يسد له من الأرصدة السرية لوزارة الخارجية لتغطية عجزه المالي في جمع الأخبار، ثم أمتت وكالته

^(*) ولكن مع ملاحظة أن هذه الوكالات لا زالت تتخذ حاليا بعض الاحتياطات لضمان بعض امتيازات وسائل الإعلام والاتصال (زبائنهم التقليديون)، فبنوك المعلومات لا تقدم خدماتها الكاملة للجمهور العام في حينها، بل بعد 24 ساعة على الأقل وبأسعار مرتفعة. أما ما يقدم في حينه فبصورة مركزة ومحدودة. ومع ذلك فالمتوقع أن أخبار الوكالات ستطور تدريجيا نحو الآلية مستفيدة من التمويل الإشهاري المباشر وغير المباشر لبعض مواقع الطرق السريعة للمعلومات.

واستبدلت عام 1944 بـ"المكتب الفرنسي للإعلام" (OFI) ثم بـ"الوكالة الفرنسية للأنباء" (AFP) عام 1957. أما فيما يخص المشتركين الأوائل في وكالة هافاس فقد اقتصرُوا في بداية الأمر على الحكومة الفرنسية ورجال السلك الدبلوماسي وكبار التجار ورجال المال والأعمال، لأن الصحافة التي كانت آنذاك تعتمد على المقال قاطعت أخبار هذه الوكالة. ولكن ميل القراء إلى الأخبار أوقف هذه المقاطعة بعد سنة واحدة فقط، فظهرت الصحف الشعبية التي اتخذت وكالات الأنباء مصدرا رئيسيا لها وتوسع انتشارها بفضلها.

وكانت وكالة هافاس للأنباء نقطة انطلاق لكبر وكالتين أوروبيتين أنشئتا من طرف متربصين ألمانيين كونهما "شارل لويس هافاس" وهما: "برناد وولف" الذي أسس وكالة الأنباء الألمانية بمكتب له بألمانيا عام 1849 "وجوليس رويتر" الذي أنشأ وكالة رويتر (Reuter) للأنباء بلندن عام 1851. وأصبحت هذه الأخيرة أكبر شبكة تلغرافية أوروبية آنذاك والممون الرئيسي للجزر البريطانية وهولندا وأمريكا الشمالية والشرق الأقصى ومناطق الانتداب البريطاني، بينما استحوذت "هافاس" على تغطية فرنسا، جنوب أوروبا، أمريكا الجنوبية والمستعمرات الفرنسية، أما وكالة "وولف" (Wolff) فقد احتفظت بتغطية ألمانيا، النمسا، المجر واسكندنافيا.

وشكلت هذه الوكالات الأوروبية الثلاث قوة إعلامية احتكارية رائدة اقتسمت السوق العالمية للأخبار (بموجب معاهدة 1859) حتى أوائل القرن الموالي، حيث تعددت الوكالات الوطنية وخرجت الوكالات الأمريكية من عزلتها واشتدت بذلك المنافسة... وكانت الوكالات الأمريكية قد دخلت سوق المنافسة في قارتها قبل ذلك (عام 1857) حيث أنشئت وكالة "نيويورك أسوشياتيد بريس" (N.A.P) والتي تحولت عام 1892 إلى "أسوشياتيد بريس" (A.P.) وهي خدمة عمومية مملوكة أساسا للصحف الأمريكية. تلتها عام 1907 وكالة الاتحاد الصحافي (U. P.) ووكالة مصلحة الأخبار العالمية (I.N. S.) عام

(^{١٠}) لقد تحولت إلى "الوكالة الألمانية" (DNB) قبل أن تروى عقب انهزام ألمانيا في الحرب العالمية الثانية، لتعوضها وكالات خاصة وتعاونية بألمانيا الغربية: كان أهمها (DPA) عام 1948 ووكالة حكومية (DDD) بألمانيا الشرقية عام 1957... وبعد توحيد الألمانيتين فشلت هذه الأخيرة في الصمود أمام المنافسة القوية لغريماتها "وكالة الأنباء الألمانية" (DPA) التي تطورت بقوة لتصبح ثاني أكبر وكالة عالمية تعاونية بعد (AP).

1909، ثم اندمجت الوكالتان عام 1958 تحت اسم "الاتحاد الصحافي العالمي" (United Press International) قبل أن يبدأ تفكيكها وبيعها عام 1980، فأصبحت بإفلاسات متتالية بعدما تداولتها أيادي عدة مالكين، ليباع ما تبقى منها في منتصف التسعينيات للمجموعة السعودية (MBC) التي تنيع برامجها الإذاعية والتلفزيونية باللغة العربية من لندن.

أما الاتحاد السوفييتي السابق، فقد حول وكالة التلغراف الروسية (Rosta) التي أنشئت عام 1918 إلى وكالة "تاس" (TASS) السوفييتية الشهيرة عام 1925 ثم دعمها عام 1961 بوكالة "توفوستي". ولقد تأثرت الوكالتان بتفكك الاتحاد السوفييتي فتقلص نشاطهما وقل وزنهما، قبل أن تستبدلا عام 1992 بوكالتين روسيتين حكوميتين: "إيتر-تاس" (Itar-Tass) و"ريا-نوفوستي" (Ria-Novosti) ووكالات خاصة منذ 1993، برزت منها وكالة "إنترفاكس" (Interfax).

وكانت الوكالتان الأمريكيتان (A.P.) و(U. P. I.)، "رويتر" البريطانية، وكالة الأنباء الفرنسية (A.F.P.) و"تاس" سابقا، تعتبر أكبر الوكالات العالمية التي كانت تستقي منها الصحف والإذاعات والتلفزيونات أخبارها. ونظرا لأهمية هذه الوكالات العملاقة ودورها الخطير في توجيه الرأي العام العالمي فقد اشتد التنافس بينها وخاصة بعد أن ألغى نظام التحالف الذي طبع نشاط بعضها حتى بعيد الحرب العالمية الأولى. مما أدى إلى نمو بعضها A.P. و"Reuter" (التي تحولت إلى Reuters) وأقول البعض الآخر (Tass. U.P.I.) وبرزوكالات دولية جديدة منافسة لها، نخص منها بالذكر: الوكالتين اليابانيتين (Kyodo, Jiji Press) والوكالة الصينية (Xin Hua) والوكالة الألمانية (DPA) والوكالة الإسبانية (Efe)...

وفي نفس السياق، تطورت وكالات الأنباء بعد ذلك كما وكيفما حيث ظهرت العشرات من الوكالات الجهوية والمحلية والمتخصصة، ومنها أول وكالة عربية للأنباء وهي "سونا" السودانية التي أنشئت عام 1946. تلتها ثلاث وكالات عربية أخرى في الخمسينيات وعلى رأسها "وكالة أنباء الشرق الأوسط" المصرية (M.E.N.A.) التي أنشئت عام 1956 وهي تعتبر أهم وأكبر وكالة عربية لحد الآن. وتوجد حاليا على مستوى العالم العربي حوالي عشرون وكالة أنباء توالى ظهورها منذ نهاية الحرب العالمية الثانية. وقد عرف العالم العربي في بداية الأمر أشكالا مختلفة من وكالات الأنباء اتسمت بمحدودية خدماتها وتواضع إمكانياتها الفنية والمالية. ففي عام 1959 تأسست كل

من وكالة المغرب العربي بالمغرب (م. ع.) ووكالة الأنباء العراقية (و. أ. ع.) ثم تلتها عام 1961 كل من وكالة الأنباء التونسية ووكالة الأنباء الجزائرية (التي تأسست بتونس قبل أن تنتقل إلى الجزائر بعد الاستقلال عام 1962). وفي عام 1965 ظهرت ثلاث وكالات أنباء عربية في كل من الأردن (بترا)، سوريا (سانا) وليبيا (جانا). وفي العام التالي ظهرت وكالة الأنباء اللبنانية (ن. ن. أ.) ثم تلتها وكالات: موريتانيا، السعودية، فلسطين وبقاى الدول العربية... وتختلف قدرات هذه الوكالات من مختلف النواحي وخاصة بالنسبة إلى تغطية الأنباء غير المحلية، العربية منها والدولية.

أما فيما يخص وكالات الأنباء الجهوية والمحلية الأخرى، فيلاحظ الآن وجود وكالات أنباء وطنية في معظم الدول، لكنها تعاني كلها من آثار التبعية الإخبارية للوكالات العالمية، هذا إن لم تكن مرتبطة مباشرة بواحدة أو أكثر من هذه الوكالات. ولكسر طوق هذه الهيمنة الإخبارية فكرت بعض الوكالات الوطنية في التبادلات الثنائية والجهوية، فاشتركت معظم الوكالات الأوروبية التصويرية عام 1984 في وكالة عامة (European Pressphoto Agency) وشكلت دول أفريقيا عام 1979 "اتحاد وكالات الأنباء الأفريقية" (Pan-African News Agencies) ودول آسيا منظمة وكالاتها للأنباء (Organization of Asian News Agencies)... كما شكلت أيضا وكالة أنباء أمريكا الوسطى (A.c.a.n.) عام 1970، ووكالة الأنباء الإسلامية الدولية (I.N.A.) التي عقد أول مؤتمر لدراسة مشروع إنشائها عام 1950 في كاراتشي، لكنها لم تنشأ رسميا إلا في المؤتمر الإسلامي الثالث لوزراء الخارجية عام 1972 (وهي في الواقع عبارة عن اتحاد وكالات وطنية)، ولم تقم لحد الآن بالدور المنوط بها في مجال الصراع الحضاري القائم نتيجة للإهمال والتهميش. وفي عام 1964 أسس في القاهرة "اتحاد وكالات الأنباء العربية" (FANA) ولكنه لم يكن له أي نشاط حتى عام 1975، تاريخ تنقله إلى بيروت... أين اقتصر نشاطه أساسا على إرسال صحافيين عرب للتكوين بالخارج، تلتته عام 1978 وكالة الأنباء الخليجية (GNA). ولم يكن لمعظم هذه التجمعات الجهوية أثر يذكر على تقليص احتكار الوكالات العالمية للأخبار، مثل ما كان الحال بالنسبة لكل من مجمع وكالات أنباء عدم الانحياز ووكالة الأنباء الكاريبية (Ca.n.a.) اللذين تأسسا عام 1976.

أنواع الوكالات

مما سبق يمكن القول أن وكالات الأنباء أربعة أصناف: الوكالات العالمية، والوكالات الدولية أو الجهوية، والوكالات المحلية أو الوطنية، والوكالات المتخصصة. وتجدر الإشارة هنا إلى صعوبة تضمين هذا التصنيف العديد من الوكالات لاختلاف مؤشرات ذلك: شبكة جمع الأخبار (الدول المغطاة)، شبكة التوزيع (حجم الزبائن)، الخدمات المقدمة، حجم الموظفين، الموارد المالية...

فإذا أخذنا مثلا بحجم النشر الدولي للأخبار الموجهة لوسائل الاتصال كمؤشر للتصنيف فسندج في المراتب الثلاث الأولى: AP و Reuters و AFP، وأما إذا اعتمدنا مؤشر الاتصال عموما فستتقدم Reuters إلى المرتبة الأولى. كما أن الوعاء الديمغرافي المتميز للوكالة الصينية ووضعها الاحتكاري قد يجعلان منها أول وكالة عالمية من حيث الموظفين، الزبائن المحليين، رقم الأعمال...

أ- الوكالات العالمية

تتميز وكالات الأنباء العالمية الرئيسية بكثافة وتنوع الخدمات الإعلامية التي تقدمها، بسعة توزيعها وبضخامة الوسائل البشرية، المادية والتقنية التي تمتلكها. وكان أهمها خمس (A.P., U. P.L., Reuter, A.F.P., TASS)، وذلك قبل انمحاب وكالة (Tass) و (UPI) من القاطرة، وبروز وكالات أخرى واعدة (الصينية، اليابانية، الألمانية، الأسبانية...). وتسيطر على هذا النشاط حاليا وكالة "الأسوشيتدبريس" (A.P.) التعاونية: حوالي مليار شخص يحصلون على خدماتها الإخبارية ويشترك فيها 3060 عميل داخل الولايات المتحدة الأمريكية (1555 جريدة و1505 راديو وتلفزيون) فضلا عن أكثر من 15 ألف صحيفة ومحطة إذاعة وتلفزيون أجنبية في مائة وأثني عشرة دولة (عام 1995). كما لديها 305 مكتبا: منها 186 داخل أمريكا و119 مكتبا خارجيا. توظف 3030 شخص وتتمتع بقدرة فائقة في سرعة نقل الأخبار (بلغت 1200 كلمة في الدقيقة) بفضل شبكة كبيرة من دوائر الأقمار الصناعية والكوابل البحرية ومحطات البث اللاسلكية.

وتنافسها في ذلك وكالة "رويترز" (40 ألف مكتب، 14182 موظف، برصة عالمية افتراضية، رقم أعمال يقارب ثلاث مليار جنيه، أكثر من 300 ألف خط في شبكتها المعلوماتية، دفعات 60 كلمة في الدقيقة...) التي تحولت إلى قوة اقتصادية كبيرة بعدما نوعت نشاطها وركزت

منذ 1981 على الخدمات المالية التفاعلية على حساب التعامل مع وسائل الإعلام لقللة جندواها المالية.

ب- الوكالات الدولية أو الجهوية

وهي وكالات الأنباء التي تتعدى أنشطتها الإخبارية بلدها الأصلي إلى بعض الدول الأجنبية وهي أقل انتشارا وعدة من الوكالات العالمية وتقوم بدور مكمل لها مغطية الأخبار التي تقع في مناطقها وخاصة منها تلك التي تغفلها الوكالات الكبرى. ومن أهمها وكالات أنباء كل من روسيا، اليابان، الصين، ألمانيا، أسبانيا، مصر، وكالة الأنباء الأفريقية، وكالة أنباء الكاريبي (CANA)...

ج- الوكالات المحلية أو الوطنية

ويتمثل نشاطها الأساسي في جمع وتوزيع المعلومات في بلدها الأصلي، وإن كانت تحاول أن تتجمع وتتعاون مع بعضها للتقليص من الهيمنة الإخبارية للوكالات الكبرى. ولكن الكثير منها يعمل على جمع الأخبار وتوزيعها على الوكالات العالمية التي يرتبط بها باتفاقيات تبادل الأخبار. يوجد هذا النوع من الوكالات في أكثر من 100 دولة، مع ملاحظة تكاثرها منذ الثمانينات وقلة شأن بعضها الذي تشخصه مجرد مكاتب إعلام حكومية.

د- الوكالات المتخصصة

بالإضافة إلى هذا النوع من الوكالات (التفرافية الأصل) ظهرت إلى الوجود عدة وكالات متخصصة في تموين وسائل الاتصال الجماهيرية بالرسوم والنصوص اليومية والمقالات الدورية الجاهزة والوثائق الإعلامية في ميادين خاصة: المعلومات الاقتصادية والمالية أساسا، وكذا الرياضية والدينية... ثم بعد تطور التلفزة، بأفلام وأشرطة وثائقية وعلمية سمعية بصرية. إن هذا النوع من الوكالات المتخصصة لا يمكن مصادفته إلا في الدول ذات النشاط الإعلامي الواسع والمستوى الإعلامي المتخصص الناضج. ومن هذه الوكالات: وكالة "فيدس" التابعة للفاثيكان، وكالة الأخبار العربية، وكالة "جويس" تلغرافيك"، بالإضافة إلى وكالات الأنباء المصورة الضخمة: وكالة رويترز للأنباء

المصورة (Visnews سابقاً) ووكالة (WTN) أو (UPI TN سابقاً) ووكالة "الأسوشيتدبريس" (AP Photo)، ووكالة (Bloomberg) الصاعدة...

- ويمكن الإشارة في الأخير إلى بروز منافسين جدد للوكالات الإخبارية السابقة، يتمثلون في بعض الصحف الأمريكية الكبيرة:

New York Times News Service (NYT NS), Washington Post-Los Angeles Times News Service (WPLA NS), CNN...

والمجموعة الصحافية الألمانية: (SAD) Springer ...

ولمعرفة النشاط الهائل لبعض الوكالات الكبيرة نورد الجدول التالي:

الجدول رقم 4 (أ، ب): نشاط بعض الوكالات الكبيرة

الوكالة	عدد البلدان التي تلتقطها	عدد البلدان التي يغطيها مراسلون	عدد الكلمات المبتوثة كل يوم
A P	108	65	17 مليون
U P I	92	81	11 مليون
Reuter	147	153	1.5 مليون
AFP	152	162	3.350 مليون
TASS	80	100	3.350 مليون

المصدر: الجردى، نبيل عارف: 1985، 58.

رقم الأعمال (1995) بملايير ف. الفرنسية	الطاقم البشري	عدد المكاتب
A P (أمريكا)	1,7 (1993)	223
Reuters (المملكة المتحدة)	21,8	240
AFP (فرنسا)	1,2	89
Kyodo (اليابان)	1,9	92
Jiji Press (اليابان)	غير معروف	82
Itar-Tass (روسيا)	غير معروف	134
DPA (ألمانيا)	0,680	107
Ansa (إيطاليا)	0,567	109
EFE (أسبانيا)	0,048	77 (55 في الخارج)
Xin Hua (الصين)	غير معروف	170
PTI (الهند)	غير معروف	102 (14 في الخارج)

المصدر: PIGEAT, Henri: 1997, 10

نماذج تنظيم وكالات الأنباء

يختلف القانون الذي يحكم وكالات الأنباء باختلاف أنظمة الاتصال المتبعة في بلدها الأم. ولكنه، على العموم، يتفق في جميعها بالأخذ بعين الاعتبار المصالح الأساسية للبلاد الأصلي وذلك مهما كانت طبيعة نظامه السياسي:

- ففي أنظمة الاتصال غير التابعة للسلطة الحاكمة، يوجد 03 أنواع من الوكالات:

(أ) وكالات من نوع المؤسسات التجارية الخاصة، هدفها الربح ولها علاقات تجارية محضة مع زبائنها ومنها: (Havas, Stefanj, Fabra, U.P.I...). وجلها أفلس أو انكمش. وما هو موجود منها الآن صغير الحجم، لأن الظاهر أن هذا النموذج لا يصلح مع الوكالات العالمية العامة.

(ب) وكالات من النوع التعاوني وهي "ملكية جماعية" تديرها مؤسسات صحفية وراديونقلزيونية خاصة، وهي غير موجهة أساسا للربح ومنها: (A.P., D.P.A., Reuter...).

(ج) وكالات تعمل بالنظام المختلط يديرها ممثلون عن الصحافة الخاصة بالاشتراك مع ممثلين عن السلطات العمومية التي تساهم بقسط كبير في تمويلها، ومنها (A.F.P., EFE, Mena...).

- أما في الأنظمة التي يوجه فيها الإعلام من طرف السلطة فإن قانونها الأساسي يتميز بخاصيتين هما:

(أ) تكون الوكالة عبارة عن مؤسسة حكومية وبالتالي فهي تخضع للمراقبة اللصيقة للحكومة أو الحزب الحاكم وذلك مثل الوكالة الصينية (Xin Hua) أو وكالة (Tass) السوفييتية التي كانت تابعة لمجلس وزراء الاتحاد السوفييتي، والتي يعتبر مديرها برتبة وزير دولة وهو في نفس الوقت عضو في المكتب السياسي للحزب. فهي في مثل هذه الدول تقوم بدور "مصلحة دعائية" أو "مكتب إعلامي" تحت التصرف.

(ب) تحتكر هذه الوكالات توزيع الأخبار على المؤسسات المحلية، مثلها في ذلك، مثل مختلف مجالات التجارة الخارجية المحنكرة في البلدان التي يفترض نظامها السياسي ذلك (Terrou, F.: 1974, 76-88). ولكن الجديد أن تطوير الشبكات المعلوماتية

والأقمار الصناعية سيقلل من فاعلية هذا الاحتكار، بحيث أصبح الإرسال والاستقبال المباشرين للأخبار عبر الأقمار منتشرا ومتيسرا.

وعلى العموم، ومهما اختلفت الأنظمة السياسية، يمكن تصنيف وكالات الأنباء حسب النماذج الثلاثة التالية: التجاري الخاص، التعاوني (الخالص والمختلط)، العمومي التابع للحكومة. وحسب دراسة أجريت عام 1989 على 172 وكالة، اتضح أن 50 بالمائة منها مراقبة من طرف الدول و5 بالمائة كانت تابعة لتنظيمات دينية، 17 بالمائة منها كانت تعاونية، 28 بالمائة منها كانت مؤسسات تجارية (ثلثها تابع لمجموعات صحافية) (Pigeat, H.: 1997, 47).

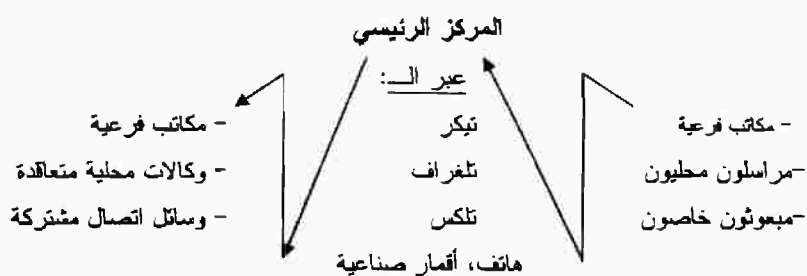
كيفية عمل وكالات الأنباء (التجهيزات ومادة التحرير)

تعتمد وكالات الأنباء في جمع وتوزيع الأخبار على هياكل قاعدية ووسائل تقنية وطواقم بشري متخصص (صحافيون، مصورون، تقنيون، مروجون) وموارد مالية ضخمة وتنظيم متواصل للعمل، ليل نهار بدون انقطاع. أما طريقة عملها فيمكن تلخيصها فيما يلي:

تقوم المكاتب الفرعية والمراسلون المحليون والمبعوثون الخاصون بجمع الأخبار وإرسالها إلى المركز الرئيسي حيث تعاد صياغتها وغربلتها قبل توزيعها لشركائها والمتعاقدين معها وذلك بإحدى الطرق التالية:

- "التيكز" العادي أو اللاسلكي، التلفزيون، التلكس، الكابلات (الأسلاك) الغائصة، الأقمار الصناعية. وفيما يلي رسم بياني لذلك:

الشكل (7) طريقة عمل وكالات الأنباء



ومعلوم أن أسلوب كتابة أخبارها متميز يعتمد على أشكال محددة وقواعد منظمة تعلم في المدارس الصحافية. وتستلزم مبادئه الأساسية أن تجيب المعلومة أو الخبر أولاً بأول على ستة أسئلة تقليدية: من، ماذا، أين، متى، لماذا، كيف، أو على ما يعرف حديثاً في المدارس الأمريكية بـ"الخمسة W" (Who, What, Where, When, Why). في الواقع يجب على الوكالة أن تجيب على سؤال: ماذا جرى؟ أما بنية أخبار الوكالات فنخضع عادة لهيكلية ترتيبية تنازلية من حيث الأهمية. ويطلق على هذه المنهجية التحريرية اسم "الهرم المقلوب"، بحيث تبدأ بالأهم. وذلك بخلاف التحرير أو البناء النصي التقليدي. فمثلاً تأتي الرواية العادية على النحو التالي: 1- انطلقت الطائرة من "س"، 2- انفجرت في السماء، 3- مات جميع ركابها. أما خبر الوكالة فيستعمل الترتيب العكسي مستهلاً بالأحدث والأهم: 1- مات جميع ركاب الطائرة، 2- بعدما انفجرت في السماء، 3- لقد انطلقت من "س". وهو "أسلوب وكالي" يسمح باختزال الخبر من الأخير.

- وفي الأخير لا يمكن إنهاء هذا المبحث دون الإشارة بإيجاز إلى الدور الخطير الذي تلعبه هذه الوكالات وخاصة العالمية منها في توجيه الرأي العام المحلي والعالمي. وذلك راجع أساساً إلى مشكلتي تمويلها (سلعتها عالية التكاليف وقليلة الربح) وحساسيتها الطبيعية لمياسة بلدها الأصلي. فهي تخدم أساساً مصالح ممولّيها وتعمل على الترويج في الميدان الدولي للسياسة التي تتبناها حكوماتها بالنسبة للمشكلات العالمية المختلفة، فتغربل وتوجه الأخبار ثلاث مرات على الأقل، قبل أن ترسلها إلى مستهلكيها: أولاً، عند اختيار المراسلين ساعة توظيفهم بالوكالة، ثانياً، عند اختيار هؤلاء المراسلين للمادة الخام للحدث وطريقة تغطيتهم له، وثالثاً عن طريق مصلحة التحرير بالمركز الرئيسي. ثم إن هذا الأخير، الذي له جميع صلاحيات التصرف مع الأخبار وفرزها بالقبول، الرفض، التحجيم، التعديل، التأجيل أو حتى الابتكار الكاذب لأغراض معينة، قد يتأثر بتوجيهات جماعات أو هيئات اقتصادية أو سياسية ضاغطة أو مالكة. بالإضافة طبعاً إلى أن الموضوعية المطلقة غاية لا تترك حتى لو استهدفت. خلاصة القول أن حيادية البرقيات النصية الصوتية والمرئية لوكالات الأنباء نسبية جداً، وهذا لا ينفي إمكانية تحري الصدق والنقّة في جمع ومعالجة وتوزيع المعلومات. وهذا هو سبب شيوع أن بعض الوكالات أكثر مصداقية من غيرها.

6.4- اللافتة (L' Affiche): فن الأماكن الصومية

بعد اختراع المطبعة (1436 م.) وبروز الصحافة إلى الوجود ظهرت الحاجة إلى "الإعلان"، الذي نشر على صفحاتها في شكل "نصائح" أو "إرشادات" منذ 1625، ثم في شكل ملصقات ولافتات وجداريات في الشوارع.

ومع تطور الثورة الصناعية التي عرفت أوروبا في القرن التاسع عشر، شهدت "اللافتة" أول نقلة كمية ونوعية وذلك تحت ضغط طلبات القطاع الصناعي الذي استعان بشكلها الإعلاني في الترويج لبضائعه وتصريف منتوجاته الصناعية. ونتيجة لذلك أصبحت اللافتة الإعلانية من أهم إيرادات الصحف والمجلات وعنصر أساسي في اقتصاد السوق.

وفي العشرينيات من القرن العشرين دخل الإعلان عالم وسائل الاتصال السمعية (الراديو) باحتشام، كما رافق استعمال وانتشار التلفزة بعد الحرب العالمية الثانية، ثم باقي وسائل الإعلام والاتصال الحديثة.

وإذا كانت الصحف من أقدم الوسائل الإعلانية والتلفزة أهمها، فإن هناك طرق عديدة لنشر الإعلان ووسائل متنوعة لحمل رسائله. ومن أهم هذه الوسائل التي لم يسبق ذكرها: الأفلام السينمائية، البريد وخاصة اللافتة بمختلف أشكالها: الرسم الجداري، الملصقات الورقية بوسائل النقل واللوحات الإعلانية، لافتات المحلات، اللافتات المنقوشة أو المضيئة أو القماشية، الخ.

هذا وتعتبر اللافتة من أقدم وسائل الاتصال، ومع ذلك فهي لا تزال تحتل مكانا هاما في الجهاز الواسع لوسائل التأثير الإعلامي، كما أصبحت جزءا لا يتجزأ من ملامح المدن وميزة أساسية من مميزات الحياة المعاصرة وخاصة في الدول المتطورة أين بلغت حدود الإدمان، فشوهت مظاهر المدن والقرى وأثقلت نفوس وعقول ومحيط الناس كبارا وصغارا، مما أثار حفيظة علماء النفس والاجتماع والبيئة.

وإذا كانت اللافتة غير قادرة بالطبع على منافسة وسائل الاتصال الحديثة وخصوصا الصحافة والتلفزة بسبب ضآلة قابلية قناة اتصالها على الانتقال نسبيا، فإنها ملأت الشوارع ووسائل النقل قبل أن تغزو مثل هذه الوسائل الجماهيرية الحديثة. ثم أنها وفي ظروف عدم توفر الوقت والتوتر الانفعالي والقلق العام المميز لحياتنا المعاصرة، تتغلب اللافتة بسهولة على الكثير من الحواجز النفسية الناتجة عن الإرهاق والأحكام المسبقة المتحاملة وسلبية الانتباه والترفيع. فهي ولتأثيرها على المشاهد بالتعبير الفني العاطفي أكثر منه بالنص المفسر، يتم استيعابها

بصورة أدق وأسرع، وترسخ في الدهن أكثر من كثير من الرسائل المبثوثة والمنشورة في وسائل الاتصال الأخرى، وهذا ما يفسر رواج هذه الوسيلة في الوسط الإعلامي والاتجاه الواضح لتغلغلها الفعال إلى الصحافة والراديو والتلفزة. وتؤيد هذا الرأي النتائج التي توصل إليها علم النفس الاجتماعي وعلم الجمال. وبالفعل -حسب و. لارمان- "حتى أن أبسط الانطباعات الجمالية لا تقتصر أبداً على الانعكاس المجرد، فهي تقويمية، ومصبوغة بالصبغة الانفعالية، منذ "دايتها"، (كوليانوسكي وآخرون: 1978، 117). كما يؤكد صحة هذا الرأي تاريخ الإعلان المصور، وخصوصاً تاريخ اللافتة.

جدول (5) يوضح تاريخ تطور اللافتة (1960-1900)

المرحلة	الخصائص
بداية القرن 19	لافتة ذات طابع ثقافي وبالألوان الأبيض.
نهاية القرن 19 (بعد 1875)	لافتة عروض وإعلانات بالألوان مع استعمال صورة المرأة لجلب الزبائن.
بداية القرن 20	التصور الحديث لللافتة الإعلان. اختزال الشخصيات في أشكال بسيطة ومرفقة باسم علامة تجارية.
1914-1918	اللافتة الدعائية بهدف دعم المجهود الحربي عن طريق إعداد فهرس من الشعارات.
ما بين الحربين	اللافتة العلمية (المعتمدة على بحوث أكاديمية). تهدف إلى تحقيق حد أقصى من الوضوح بعد أقل من الوسائل. تفضل استعمال الطباعة، الهندسة وتركيب الصور.
الخمسينيات	أشكال مبسطة ومطرزة بألوان حية. سخرية بصرية في اللافتات الإعلان.

المصدر: بتصرف عن (Cadet, c. &: 1990, 112).

هذا، وأن اللافتة تصلح أساساً لمخاطبة جمهور عام، وغير موحد الصفات والميول والاهتمامات، وتحمل رسائل ذات طابع عام: إرشادات ونصائح عامة، صحية، زراعية، تربية... الترويج للسلع ذات الاستخدام العام، الحملات السياسية العامة، الخ. كما تستعمل لأغراض متعددة أهمها:

- تجارية: لزيادة المبيعات وخلق تعاطف وجداني واستعداد نفسي لدى المستهلك نحو السلعة أو الخدمة،
- سياسية: لحض الجمهور على الانتخاب أو تأييد برامج معينة،

- اجتماعية: لإرساء بعض قواعد السلوك الاجتماعي مثل النظافة، الحفاظ على الوقت، التضامن، ترشيد الاستهلاك...

- صحية: لتقديم معلومات عن الأمراض ووسائل انتشارها وطرق الوقاية منها ومواجهتها. ويكثر استعمالها في مناسبات معينة وعلى شكل حملات إعلامية مكثفة ومنظمة، وفي حجم كبير وملفت للنظر من بعيد. أما من حيث مضمونها فقد تحتوي على كتابة فقط أو صور شمسية أو رسوم طبيعية أو تخطيطية أو كاريكاتورية... وقد تجمع بين الكتابة والصور والرسوم وقد تحتوي على رسوم متسلسلة أو مقسمة أو مركبة، كما قد تتطرق منها روائح طبية أو قد تكون سمعية أو سمعية بصرية.

إن اللافتة تدعى بحق "فن الشوارع"، فقد أصبحت مظاهرها -كما مر معنا- من أهم ملامح ومحطات التجول في المدن الحديثة. فهي تلبي حاجة الإنسان التسويقية والإرشادية، كما تلبي حاجته الطبيعية إلى الاستمتاع الجمالي وإلى العواطف الجياشة التي يقدمها له استيعابه لرسائل اللافتات ومعالجته العقلية لها. ولكنه قد يعاب عليها تشويهاها للمحيط والبيئة والطبيعة، وأن رسائلها تتأثر في معظم الحالات بجهل المعرضين لها للقراءة، وأن جمهورها محدود بالحيثز المكاني الذي تعرض فيه. لذلك وجب توخي تكرار نشرها في أماكن متعددة ومناسبة وضمن وسائل الاتصال الأخرى وكذا قوة تعبيرها، تركيزه واختصاره لتتلافى عدم الفهم أو إساءته. وهذا يؤدي بنا إلى الحديث عن شروط فعاليتها:

إن من شروط فعالية اللافتات وقوة تأثيرها التي تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى ما يلي:

- الاقتران العضوي بين عمق الموضوع ونضوجه الفكري وبين الروح الفنية العالية للوسائل المستخدمة في التعبير عن هذا الموضوع.

- ضبط توقيت ظهور محتواها، إذ لا يحق لل لافتة أن تتأخر بل يجب أن تظهر قبل أو مع ظهور الحدث أو بعده مباشرة (ممهدة أو مفسرة أو مقومة).

- ضرورة أن تكون لغتها مختصرة وبليغة و"اصطلاحية" تصل حد المفاجأة وعدم التوقع، لأن محدودية وإيجاز الوسائل التصويرية في اللافتة تقتضي ذلك.

- ضرورة أن تكون رسالة اللافتة مؤثرة وفعالة كطلقة نارية وأن تكون قابلة للقراءة والاستيعاب من النظرة الأولى (كوليانوسكي وآخرون: 1978، 228 - 224).

وترتبط هذه الشروط، طبعا، بكيفية عرض خاصة بكل نوع من أنواع اللافتات (الإعلانية، السياسية، السينمائية..). وفيما يلي تعريف عام لنماذج منها:

- اللافتة الإعلانية: تهدف إلى لفت انتباه الجمهور (المستهدف). تعتمد فاعلية رسالتها على قوة الصورة بالإضافة إلى عناصر أخرى مثل الإخراج، النص، العنوان، الشعار..

• الإخراج: ويتضمن تأطير الموضوع داخل محيط معتبر، مغري، مدهش، رائع، دبالغ فيه.. لإبراز خصائص السلعة (أو الخدمة) أو لتوليد الإحساس بأن استعمالها سييسر المعيشة؛ أو داخل إطار مهيب يتميز بالفراغ والتحفظ ودون أدنى تطبيق وذلك لتقييم المنتج وإعطائه طابع التفرد مقابل منافسيه؛ أو في سياق مفاجئ ومخالف للمعتاد بغية تسهيل تذكره.

• النص: يفسر ويقنع بأسلوب حيوي. يستعمل المقارنة التي تربط بين موضوعه وأشباهه بغية تحويل خصائص هذه الأخيرة عليه، وذلك من خلال جمل تقريرية (للحكم، الوصف، التفسير والرواية)، استفهامية (للتعبير عن افتراض نريد تحويله إلى حقيقة بالاعتماد على خبرة القارئ)، تعجبية (للتعبير عن شعور بغية دفع القارئ إلى تقبل الشراء).

• الشعار: يلخص أهم الحجج الإعلانية ويلفت الانتباه في صيغ موجزة، سهلة التذكر وقريبة من الغالب من التوقيع.

• العنوان والتوقيع: العنوان يشد بسرعة انتباه القارئ ويعلق اهتمامه، بالمخالفة، المبالغة.. وأما التوقيع فيذكر باسم العلامة التجارية وتشخيص المنتج، وهو يقع عادة في أسفل يمين اللافتة على غرار التوقيع العادي.

- اللافتة السياسية: وهي عادة جدلية ترد على الخصم وتحاول التمييز عن لافتاته محاولة:

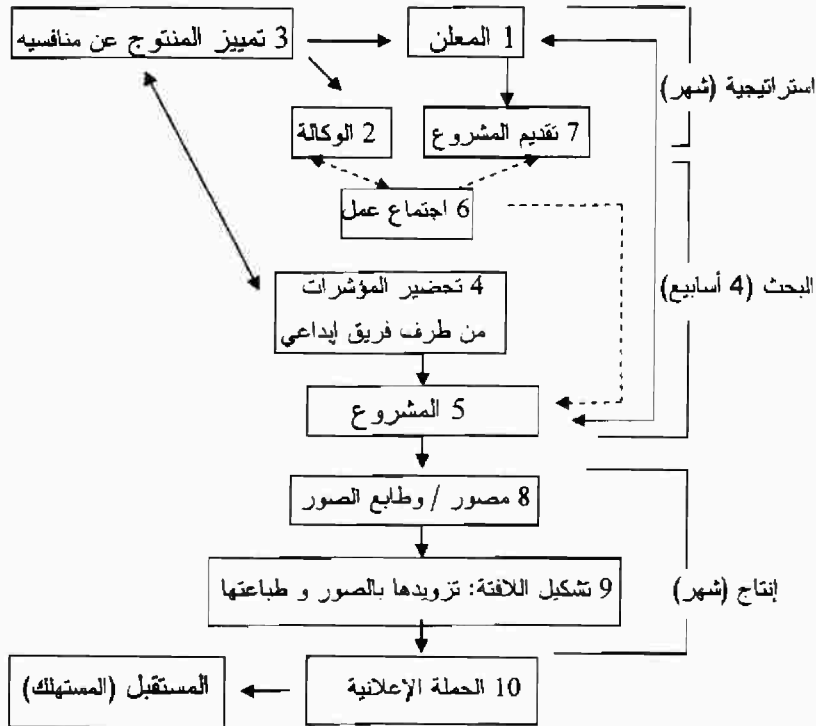
• إشراك الناخب، فتمثله من خلال صور لجمهور، أو فئات اجتماعية، عمرية، مهنية.. ونص يستعمل الصيغ المتأدبة، الأمر الجماعي، التعجب..

• تشخيص المرشح: من خلال صورة له تتم عن صلاحيته للمنصب وصلاحية برنامجه (إذا لم يكن مشهورا قد ترقق صورته بصورة زعيم الحزب مثلا)، ونص يتضمن اسم المرشح، رمز الحزب وشعاره.

• الإشارة إلى الحدث، من قلب الحياة السياسية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة: المهمة المتنافس عليها، المسؤوليات المترتبة عنها وأحيانا تاريخ الحدث.

- رسالة متميزة: تتضمن مواضيع مهمة مثل: المستقبل، التجديد، التغيير، الإصلاح، الأمل.. وقيم ثابتة مثل: الحقيقة، العدالة، الجود، الجهد، الحرية، الأخوة..
- رموز خاصة، بالصورة: اللباس، الموقف، الإطار، الديكور..؛ بالألوان: الأحمر (يوحي عادة بالتمرد)، الأزرق (الهدوء، المعرفة، الأهمية)، الأبيض (الصفاء)، الأخضر (الأمل)..؛ بالطباعة: توهي بالانسجام مع صورة المرشح (الجذ، الحيوية..); بموقع النص: فوق الصورة، تحتها، محيط بها.. زيادة في تجاوبه مع انتظارات القارئ.
- اللافتة السينمائية: وهي أنواع: كاريكاتورية، شخصية (تركز على الممثل النجم)، واقعية (تركز على مشهد من الفيلم) ورمزية (Cadet, c. &: 1990, 114-118).
- وأما فيما يخص مراحل إعداد اللافتات، بمختلف أنواعها: إعلامية، إعلانية، سياسية، سينمائية... فتجدر الإشارة إلى أنها متشابهة تقريبا. وفيما يلي نموذجي توضيحي لأحد أنواعها:

الشكل (8) نموذج بياني لأهم مراحل إعداد اللافتة الإعلانية



المصدر: Cadet, c. &: 1990, 113

7.4- السينما (فاتحة السمعى البصرى)

من المخترعات التى تولدت عن الثورة الإلكترونية، بعد الإذاعة المسموعة (الرادىو)، السينما. وتعتبر السينما فاتحة عالم الوسائل السمعية البصرية الساحر، وذلك بعد السيطرة الطويلة للوسائل المطبوعة والبروز المتزامن تقريبا للرادىو إلى الساحة الإعلامية كمنافس قوى.

كانت بدايات الفن السابع (السينما) صامتة عن طريق عرض صور متحركة فى نهاية عام 1895 ببباريس. وذلك بعد سنة تقريبا من ظهور أول آلة للعرض السينمائى. وكان هذا العرض الأول عبارة عن شريط سينمائى دام حوالى ثلاث دقائق قام به المخترعان الأخوان "لوميير" (Lumière). وقد تم عرض هذا الفيلم فى مسارح عادية مجهزة بشاشة فى عدة عواصم أوروبية قبل أن يعرض فى أمريكا.

ثم توالى عملية تحسين آلة التصوير وآلة العرض بعد فترة الانبهار هذه التى شهدت سيطرة فرنسية. بعد ذلك، بدأ تفوق السينما الأمريكية ولا يزال حتى الآن. ولكن السينما ظلت صامتة وغير ملونة، حيث اقتصرت كلمات أفلامها على العناوين المطبوعة ثم على التعليق أو الشرح المكتوبين ولمدة طويلة نسبيا (1927: أول جريدة سينمائية ناطقة و 1926: تسجيل أول فيلم ملون). إلا أن ذلك لم يمنع من تطوير تقنيات الفيلم السينمائى والابتعاد عن مجرد تسجيل حركات الممثلين. فبدأ الفيلم السينمائى باستخدام رصيد الفنون المسرحية والخزان الهائل للنصوص الأدبية العالمية. أما تقنيات تصويره، فكانت فى بداية الأمر متأثرة بتقنيات المسرح... حيث بدأ بتصويب كاميرا ثابتة أمام ممثلين يتحركون وكأنهم فوق خشبة المسرح. واستمرت السينما على هذه الوضعية حتى عام 1903، حيث قام المخرج الأمريكى "إدوين بورتر" (Porter. E) بتصوير أول فيلم بكاميرا متحركة، وذلك لاهتدائه بأن لحجم اللقطة السينمائية تأثير بالغ على الجمهور. ثم تلاه التطوير النوعى الذى أحدثه الفنان الأمريكى "د. و. غريفت" (Griffith W. D.) عام 1915، عندما صور فيلمه الأول مستعملا الكاميرا استعمالا حرا وفى حركة متتابعة. كما استخدم أحجام اللقطة التصويرية المختلفة ومن زوايا متعددة فى إيصال بعض اللقطات ببعض لتغيير المدلول، فاتحا بذلك عهد "المونتاج السينمائى" الذى مازال مستعملا حتى الآن. ولم يكتفى هذا المخرج الملقب بـ "أبى السينما" فى أمريكا بذلك، حيث ابتكر فى فيلمه الأول طريقة التشويق المستمر للمشاهد بجعل بطله يتخطى فى مشاكل

ليتم إنقاذه في النهاية. ومن هنا بدأ الاهتمام البالغ بتقنيات التصوير والأسلوب الذي تعالج به المواضيع بغية إمتاع الجمهور والتأثير عليه... فظهرت الأفلام الإخبارية ثم الأفلام الروائية صاحبها لاحقاً تطورات تقنية جديدة (Technicolor, Vistavision, Projections spectrographiques, à dioptries multiples, à reliefs, etc.). وفي روسيا أصبحت السينما أهم الفنون التي تستعين بها الدولة في نشر مذهبها الشيوعي. وهناك ظهر ما يسمى بالجريدة السينمائية التي كانت تعتبر ملحقاً لصحيفة "البرافدا" السوفييتية. وفي هذه الفترة بالذات، أي بين الحربين العالميتين، بدأت المنافسة الشديدة بين السينما في أوروبا وأمريكا لتفرض هذه الأخيرة سيطرتها منذ ذلك الحين حتى أصبحت توجه وتتحكم في أذواق الناس وفي القارات الخمس انطلاقاً من هوليوود.

وإذا علمنا الأثر البالغ للسينما في تكوين الرأي العام ونشر الثقافة المسيطرة أدركنّا وتبين لنا مدى خطورة هذه الوضعية الشادة التي تهدد الكيان والهوية الحضارية للمجتمعات التابعة في هذا المجال مثل مجتمعاتنا. وبالرغم من شعور معظم الدول بذلك إلا أنها لم تتمكن من صد السيل الجارف للإنتاج السينمائي الأمريكي الذي لا يتورع - كما لاحظ ذلك اللورد نيوتن - في استعمال وسيلة الاتصال هذه في عملية دعائية ضخمة لبلدهم، لأنفسهم، لأفكارهم ولمنتوجاتهم" (Terrou, F.: 1974, 101).

هذا، وإن هذا الإنتاج السينمائي الضخم الذي أصبح يستعين اليوم بالكمبيوتر ومؤثراته المرئية والصوتية وقدراته التركيبية (منذ 1969) وإمكانات الرمامة والتجسيم (Prosthesis) والتجميل غير المحدودة، بالإضافة إلى الإمكانيات المالية والتنظيمية والبشرية الهائلة - لتنفذ التأليف، الإخراج، التصوير، الموسيقى، التمثيل، كتابة السيناريو، هندسة الديكور، التركيب، التجميل، الخداع البصري، التسويق... - جعل نجاحه في دول الجنوب ووقوفه أمام التدفق السينمائي الأمريكي أمراً مستحيلاً في إطار التبادل الإعلامي الحر والمواجهة المتفرقة له... فلا بد، إذن، من وضع حدود جمركية له أولاً ثم التكتل ثانياً. وهو ما تحاول أوروبا القيام به حالياً للمحافظة على الثقافة اللاتينية خاصة، ولكن بدون جدوى لحد الآن.

ولقد كثر الكلام في هذا المجال عن وجود مدرستين للسينما: الأمريكية والإيطالية. ترى الأولى أن السينما صناعة كاملة قوامها مادي (صناعة وإنتاجاً وتوزيعاً) يهدف أساساً إلى كسب أكبر عدد ممكن من الجمهور بشتى أنواع الخدع البصرية والصوتية، بينما تفهمها الثانية على أنها ن تيسر له الصناعة وسائل التعبير والظهور. ولكن الظاهر أن الغلبة الآن وفي معظم البلدان للواقعية الاقتصادية.

أما عن وضع السينما في الوطن العربي فهي لا تختلف كثيرا عن وضعية وسائل الاتصال من حيث مركزها المتواضع على المستوى العالمي وتبعية ساحتها السينمائية للإنتاج الأمريكي على الخصوص. سواء كان ذلك بالنسبة لكمية الإنتاج ونوعيته أو لعدد دور السينما الثابتة وقدرتها الاستيعابية أو لنسبة التردد السنوي. على هذه الأخيرة. والملاحظ في هذا المجال أن الدول العربية تعتمد بنسبة كبيرة على استيراد الأفلام من أمريكا أساسا ثم الهند وإيطاليا وفرنسا، ولكن بدرجة وكيفية لا تتناسبان والعلاقة التاريخية الثقافية (الاستعمارية) التي تربط الدول العربية المستوردة والدول المصدرة.

أما فيما يخص الإنتاج السينمائي العربي الذي تنصده مصر، فلا نجد إلا تسعة بلدان عربية فقط تنتج الأفلام السينمائية الطويلة (راسم محمد الجمل: 1991، 117-122). وبالرغم من أن عمر السينما العربية تجاوز نصف القرن^(*)، فإنها لم تستطع أن تخرج من نطاقها المحلي الجهوي المحدود إلا نادرا وفي المهرجانات الدولية. وذلك راجع قبل كل شيء إلى افتقارها للأصالة وروح الإبداع وللنص السينمائي الجيد ولسياسة سينمائية واضحة. هذا بالإضافة طبعا إلى قوة ونوعية السينما الأمريكية المنافسة الأولى لها.

وختاما لهذا المبحث نوجز الكلام عن أنواع الفيلم السينمائي بذكر أهمها: فبالإضافة إلى الفيلم الدعائي والتجاري من جهة والإخباري والروائي من جهة أخرى، هناك نوع آخر من الأفلام وهو "الجريدة السينمائية"، وهي عبارة عن جريدة أو نشرة مصورة سينمائية، تتضمن في غالب الأحيان الأحداث الهامة الخاصة بالدولة كدعاية لها.

كما أن هناك ما يسمى بأفلام المعرفة أو الأفلام العلمية. وهي نوع غير روائي فعال جدا، حيث أصبح واسع الانتشار ومستهلك بكثرة، لأنه يشمل عدة مجالات، أهمها: المجال التعليمي (صحة، تكنولوجيا، زراعة، لغات...) والمجال الوثائقي (تاريخ، جغرافيا...) والمجال التسجيلي (أحداث خاصة مثلا).

والجدير بالذكر هنا، أن هذا النوع من الأفلام والبرامج أصبح الآن يستعمل ضمن المناهج التعليمية في المدارس والجامعات والمراكز كدعم بيداغوجي للكتب والمطبوعات التعليمية وجهود المعلمين والأساتذة.

(*) لقد تم إخراج وتصوير وتمثيل أول فيلم عربي صامت عام 1926 (عرض في مصر من طرف فلسطينيين وافقين: إبراهيم وبدر لاما)، وأول فيلم عربي روائي طويل بمصر عام 1927. أما أول شركة للتمثيل والسينما (استديو مصر) فقد أُنشئت عام 1934 (غريب سيد أحمد: 2001، 222).

8.4- الراديو: الآتية والاستمرارية

ويقصد بالراديو (الإذاعة المسموعة) ما يثبت عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية، بإمكانها اجتياز حاجز الأمية (الملازم للوسائل المطبوعة) والحوازر الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها المتباعدين برباط مباشر وسريع. ومن ثم فقد شاركت، مع التلفزيون خاصة ووسائل الاتصال الأخرى، في تقريب الثقافات وتكوين رأي عام عالمي تحاول دول الشمال الإبقاء على سيطرتها عليه.

نشأة الراديو

بعد ثورة الطباعة وسيطرة وسائلها لمدة طويلة، بدأت ثورة الإلكترونيات نتيجة أبحاث مكثفة ومستمرة في حقل الكهرباء والمغناطيس، والراديو كان أحد ثمار تراكم هذه الجهودات العلمية النظرية والتطبيقية. لذلك لا يمكن نسبة اختراعه لأحد بعينه، رغم ادعاء بعض المؤرخين نسبة الاختراع لأحد مواطنيهم، كل حسب جنسيته: فالموسوعة الألمانية تنسبه لـ"هرتز"، والروسية لـ"بوبوف"، والإيطالية لـ"ماركوني"، والبريطانية لـ"لودج"..

وعلى العموم يمكن القول أن رحلة ظهور الإذاعة المسموعة بدأت عام 1860 مع تنبأ عالم رياضي اسكتلندي (ماكسويل) بوجود موجات كهرومغناطيسية. وفي عام 1887 أثبتت الأبحاث والتجارب المخبرية للفيزيائي الألماني (هــ. هرتز) صحة نظرية ماكسويل، لتفسح المجال أمام المخترعين وعلى رأسهم التقني الإيطالي (جـ. ماركوني) الذي تمكن فعلا من إرسال واستقبال إشارات إذاعية في ومن إيطاليا عام 1895. ثم أتبع ذلك بإرسال أول إشارة لاسلكية عبر "المانش" عام 1899، وعبر المحيط الأطلسي عام 1900. وفي نفس الوقت تقريبا (1895) ودون التنسيق مع "ماركوني" تمكن مهندس روسي (بوبوف) من تركيب جهاز مستقبل للموجات الهertzية، ليجري بعد ذلك عدة تجارب إرسال تلغرافي. ومعروف أن أول استعمال اجتماعي للبريد التلغرافي كان بين السفن المجهزة بالراديو، وأن تمويله في البداية كان في أغلبه عسكريا.

وفي عام 1906 اخترع (دي فورست) مصباح "الديور" (ذي الثلاثة إلكترونات) فاسحا المجال لتطور المذياع التلغرافي بسرعة وانتقاله إلى المرحلة الراديوفونية (مرحلة المذياع الهاتفي). ثم استمر البحث في مجال اللاسلكي والبث الإذاعي لتحسين النوعية والمدى حتى بداية العشرينيات.

وكانت سنة 1920 موعدا هاما في تاريخ الإذاعة، حيث ظهرت أول محطة إذاعية في موسكو وأول برامج يومية مذاعة من محطة (ديترويت نيوز) في الولايات المتحدة الأمريكية وكذا أول حملة انتخابية إعلامية عن طريق محطة (K.D.K.A) الأمريكية ولصالح مرشح جمهوري بمدينة بنسبورغ، تبعتها في العام الموالي أول محطة إذاعية تجارية (W.B.Z) في ماساشوسيتس. ثم توالى محطات الإرسال وتضاعف عددها حتى بلغ عام 1925: 578 محطة. وفاق عدد أجهزة الاستقبال ثلاثة ملايين جهازا، ليصل عام 1929 عشرة ملايين جهاز استقبال.

وبعد الحرب العالمية الثانية عمت المحطات الإذاعية العديد من بلدان العالم، ومنها العالم العربي الذي عرفها في فترات مختلفة وفي ظروف متباينة. وذلك بدءا من المبادرات الفردية لبعض المهندسين العرب ومرورا بالقوى الإستعمارية المحتلة التي أوجدتها أساسا لخدمة تواجدها، وانتهاء بالظهور العادي في فترة الاستقلال. وتعتبر الجزائر ومصر أولى الأقطار العربية التي عرفت الإذاعة في منتصف العشرينيات عن طريق المبادرات الفردية لبعض المستوطنين الفرنسيين (باللغة الفرنسية) وبعض المصريين على التوالي. ثم توالى ظهورها تدريجيا في باقي الأقطار العربية حتى عمتها سنة 1970. وكانت الإذاعة في الوطن العربي منذ نشأتها ولمدة طويلة (إلى حد نبوع التلفزة والبارابول)، أهم أدوات مخاطبة الجماهير وناقضتها الأساسية على الأحداث المحلية والدولية وذلك بسبب انتشار الأمية التي ساهمت في جعل مجتمعاتنا يغلب عليها طابع الثقافة السمعية.

وإذا نظرنا إلى البرنامج العام لمعظم الإذاعات العربية نجده لا يكاد يختلف في خطوطه الكبرى من محطة لأخرى (كثرة الأغاني -الإغراق في أحلام اليقظة والإبعاد عن المشاكل اليومية أو لملء فراغ برامجي- قلة التحليل والنقد والسبق الإذاعي، فشل البرامج الثقافية -خبرية، رتيبة وجافة-...). وفيما يلي الهيكل العامة لمعظم البرامج العربية العامة مقتبسة بتصرف من (خالد أبو خالد: 1980، 128):

الجدول (6) أهم مكونات البرنامج العام للإذاعة العربية

1- النشيد الوطني و/أو القرآن الكريم	7- البرامج الشعبية
2- برنامج صباحي يشتمل بعض القراءات والأغاني	8- البرامج الدينية
3- الأغاني	9- البرامج السياسية (تعليقات وبرامج خاصة بالمناسبات)
4- الأخبار	10- بعض البرامج الخاصة (المرأة، العمال، الفلاحين، الشباب، الطب...)
5- التمثيليات	
6- البرامج الثقافية	

ومن جهة أخرى وبصفة أعم، ظلت الإذاعة المسموعة حتى الستينيات تعتبر المصدر الأساسي للإعلام والسلاح الأول في الحروب النفسية والباردة، وخاصة بعد التطور التكنولوجي الذي طرأ، أولاً، على محطات الإرسال التي أصبحت تستعمل الموجات المتوسطة والقصيرة وترددات الإرسال فوق العالي، وثانياً، على أجهزة الاستقبال التي أصبحت أقل وزناً وحجماً وأقوى صوتاً. فبعدما كانت العائلة في الأربعينيات تجتمع حول جهاز الراديو الكبير في البيت، أصبح يستعمل هذا الجهاز بعد تصغيره استعمالاً فردياً داخل وخارج البيت (وخاصة بعد اختراع "الجوال - Baladeur" في اليابان عام 1979).

وفي الأخير تجدر الإشارة إلى أن العامل الأساسي الذي ساعد الإذاعة على تحقيق هذه المكانة هو عامل الترفيه. وكان ذلك على حساب المواد الإخبارية التي لم تعرف نفس التطور لأسباب داخلية وخارجية، كان أهمها منع الصحف ووكالات الأنباء بيع الأخبار لمحطات الإذاعة. إضافة إلى هذا المشكل الإخباري، أضيف، بعد الحرب العالمية الثانية، مشكل ثلثان تمثل في ظهور التلفزيون بشبكاته العالمية كوسيلة اتصال جماهيرية بالغة التأثير، وخاصة مجال الترفيه ثم في مجال توجيه الرأي العام.

ومع ذلك لازالت الإذاعة تلعب دوراً معتبراً (خاصة في الدول التي تنتشر فيها الأمية والثقافة السمية) رغم المنافسة الشديدة لوسائل الاتصال السمعية البصرية، ولأجل ذلك استعانت في السبعينيات بالتطور الذي طرأ على الاتصالات اللاسلكية الحاملة للصوت والتي أصبحت متناهية في القصر (الموجات السنتيمترية) وبعيدة المدى تنقل الإرسال عبر الأقمار الصناعية. وأدى هذا التطور الأخير إلى تدعيم ما يسمى بالإذاعات الدولية وتقويتها.

الإذاعة الدولية

ويقصد بها تلك المحطات الإذاعية التي يتجاوز بثها حدود الدولة الواحدة، وهي بذلك "موجهة للغير" قصد التأثير عليه، كما قد توجه للمغتربين من البلد الأم.

وقد تطورت الإذاعة الدولية منذ العشرينيات من القرن الماضي عبر مراحل أربع، هي على التوالي:

1- مرحلة تبادل البرامج والخدمات الإذاعية: وقد تم ذلك لأول مرة عام 1923 بين المحطة الأمريكية (K.D.K.A) ومحطة بريطانية على الموجة القصيرة.

2- مرحلة بث الإذاعات الموجهة من الدولة الأم إلى مستعمراتها أو البلدان الدائرة في فلكها: وقد بدت بهذا النوع من البث الإذاعة الهولندية عام 1929.

3- مرحلة الإذاعات الموجهة من دولة إلى مواطنيها أو من كانوا مواطنيها: وقد بدأ ذلك عام 1935 عندما خاطبت الإذاعات السويسرية هذه الفئة على الموجة القصيرة بلغات متعددة.

4- مرحلة الإذاعات الموجهة مباشرة إلى مواطني دولة أو دول أخرى أجنبية: وكان الاتحاد السوفييتي السابق أول من استخدم هذا البث ووظف الإذاعة الدولية في التوجيه السياسي الأجنبي والحرب النفسية، وذلك بخمسين لغة تقريبا. ثم تلتها ألمانيا عام 1933، وكان ذلك في اتجاه أمريكا الشمالية وباللغتين الألمانية والإنجليزية. وأعقبها إيطاليا باللغة العربية في اتجاه شمال إفريقيا عام 1935، ثم اليابان تجاه محيطها الآسيوي، فبريطانيا، فرنسا... ولقد شجع قرار الأمم المتحدة الذي أدين عام 1950 التشويش على برامج الإذاعة القادمة من الخارج الدثير من الدول على إنشاء أو تدعيم إذاعتها الدولية التي أصبحت تبث بلغات متعددة وتغطي معظم أرجاء المعمورة. ومن أهمها: صوت موسكو، صوت أمريكا، إذاعة الصين الشعبية، هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، إذاعة ألمانيا الموحدة (Die Deutsche Welle)، إذاعة فرنسا الدولية (RFI)... وصوت القاهرة.

وتستعمل هذه المحطات الكبرى إمكانيات مالية، بشرية وعلمية ضخمة تفوق عند أهمها: ثمانين لغة، أربعين ألف ساعة بث، مائة مليون دولار سنويا، أربعة آلاف موظف... ومن جهتها تنصرف الدول المتقدمة في قرابة 90% من الإمكانيات التي توفرها رقعة الذبذبات الإذاعية (سجاد الغازي: 1980، 68).

وتوجد بالإضافة إلى هذا النوع من المحطات الدولية: المحطات العامة (الوطنية والتي قد يتجاوز إرسالها حدود الوطن الواحد) والمحطات المحلية أو الإقليمية أو الجهوية.

كيفية عمل الإذاعة

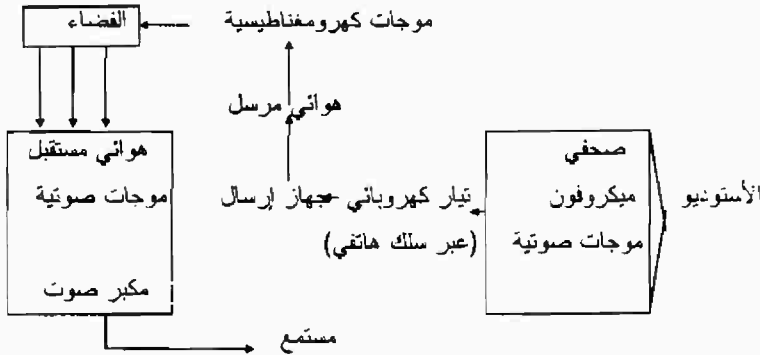
يتوقف البث الإذاعي على عدة عوامل بشرية، مالية، مادية، تقنية وتنظيمية. فالإذاعة، مثلها مثل باقي وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة، تعتمد في وصولها إلى جمهورها على طاقم بشري متخصص (إداريين، صحفيين، تقنيين، متعاونين) وإمكانيات مالية ضخمة لتغطية تكاليف الإنتاج الإذاعي اليومي، بالإضافة إلى أجهزة وأدوات خاصة تعمل على تجميع وإرسال الأصوات الإذاعية إلى أجهزة الاستقبال الموجودة لدى المستمعين.

وفيما يلي سنحاول تقديم عرض موجز لكيفية العمل هذه:

تبدأ عملية البث داخل قاعة مجهزة تجهيزا خاصا تسمى "الاستوديو"، أين يتحدث الصحفي أمام "ميكروفون" لتنتقل أصواته إلى طاولة كبيرة تسمى طاولة التجميع (Table de mixage)، وذلك بعد أن تكون قد تحولت إلى تيار كهربائي يعمل على إنتاج أمواج إلكترومغناطيسية عن طريق جهاز إرسال. ثم تنتشر هذه الأمواج في الفضاء في شكل تيار مضخم لتلتقطه أجهزة الاستقبال وتشتق منه تيارا ضئيل الشدة يكون مطابقا للتيار المنتج من قبل الميكروفون، الذي يضخمه بدوره ليمر بعد ذلك عبر مكبر الصوت.

وفيما يلي مخطط توضيحي لكيفية وصول البث الإذاعي من المحطة الإذاعية إلى جهاز الاستقبال:

الشكل (9) مخطط تقريبي لكيفية عمل الإذاعة



البرامج الإذاعية

أما فيما يخص مادة هذا الإرسال نفسه، أو ما يسمى بالبرامج الإذاعية فسنعرضها فيما يلي:

يلي:

يقصد بالبرنامج الإذاعي مختلف الحصص الإذاعية التي تتناول مواضيع متنوعة (سياسية، ثقافية، اقتصادية، اجتماعية، تربية، ترفيهية) سواء في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة.

ويتوقف نجاح هذه البرامج في مراحلها المختلفة (البرمجة، الإعداد، الصياغة، الإلقاء، الإخراج) على عدة عوامل أهمها:

- للبرمجة المناسبة من حيث الترتيب والتوقيت والحجم المساعي والتنويع.
- حسن إلقاء المذيع وتنشيطه للبرنامج بحيوية وغوية بعد التحضير الجيد لموضوعه.
- الدقة في الإخراج وجعله مناسباً لطبيعة البرنامج وموافقاً لرغبة المستمع مع استخدام المؤثرات الصوتية المثيرة للاهتمام.
- الصياغة المناسبة للمادة الإعلامية التي يفضل أن تكون قصيرة ومباشرة وبأسلوب طبيعي وقريب من المحادثة الشخصية.
- هذا بالإضافة طبعاً إلى حسن الإرسال والاستقبال الخاصين بالجانبين المادي والتقني.

نظام تنظيم الإذاعات:

يسود حالياً في العالم نظامان إذاعيان أساسيان قوامهما العلاقة التي تربط الدولة بالهيئة التي تتولى إدارة الراديو:

- 1- نظام تملكه وتديره الدولة،
 - 2- نظام ترخصه الدولة ويدار على أساس تجاري.
- ولكن الشائع الآن أن معظم البلدان تبنت الجمع بينهما، وهذا الأمر ينطبق أيضاً على أنظمة التلفزيون الذي هو موضوع مبحثنا اللاحق.
- وختاماً لهذا المبحث، يمكن القول بأنه كان لظهور البث الإذاعي تأثير كبير على مصير الثقافة العالمية، كما أثر على نفسية الناس فعزز عواطفهم وعمقها. وتشير الأبحاث النظرية والتطبيقية التي أجريت في بلدان مختلفة، حول تجربة البث الإذاعي، بأن للإذاعة الصوتية تأثير نفسي-اجتماعي كبير على مستمعيها، وذلك في مجالات مختلفة. ورغم المنافسة الشديدة للتلفزيون فقد أظهرت مقاومة كبيرة، معلنة عن نفسها كأكثر الوسائل تداولاً في العالم (حوالي مليار مستمع) وأكثرها تواجداً بالبيوت (قراءة 10 بالمائة في بعض دول الشمال: أمريكا، فرنسا...).

9.4- التلفزيون: وسيلة مهيمنة

إن التلفزيون (Télévision)، من الناحية اللغوية، كلمة مركبة من مقطعين (Télé) ومعناه "عن بعد" و (Vision) ومعناه "الرؤية". وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو "الرؤية عن بعد". أما من الناحية العلمية فيمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه: طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والكابلات (الأياب البصرية مؤخرا) والأقمار الصناعية بمحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة.

إن التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أساسا على الصورة. والصورة في التلفزيون ليست كالصورة الفوتوغرافية أو الصورة السينمائية، فهي، كما هو معروف، تتكون من مجموعة مرسومة من النقاط الضوئية تظهر على الشاشة بواسطة شعاع إلكتروني. وكلما زاد عدد النقاط زادت الصورة وضوحا والعكس صحيح، لأن الصورة في التلفزيون، على خلاف الصورة الفنية الثابتة، في تكون وتغير مستمرين، تفصل بقدر تزايد عدد النقاط الراسمة بفضل مشط إلكتروني ناعم جدا. ومعلوم أن عدد الأسطر بنقاطها الضوئية (625 سطرا في النموذج الأوروبي و525 في النموذج الأمريكي) ونسبة تكرارات الصور (25 صورة في الثانية) يحددان نوعية ودقة الصورة. هذا في النظام التماثلي الكلاسيكي الذي يعمل منذ أكثر من قرن من الزمان على تحويل الإشارة الصوتية إلى إشارة كهربائية منظار (Analog) لشدة الصوت في الارتفاع والانخفاض، أما في النظام الرقمي (Digital) الحديث الذي ظهر في الثمانينات، فلقد عوضت النقاط بالأساس الرقمي للنظام المعلوماتي الثنائي (0، 1)، حيث تتخذ كل الحروف والأرقام والصور والأصوات شكل رقمين ترمز بواسطتهما إلكترونيا من خلال قوائم وأنظمة متكاملة^(*). ومعروف أن من مزايا استخدام هذا النظام (الذي أصبح مؤخرا يستخدم في البث الأرضي أيضا) مقاومة التشويش والتداخل بين الموجات، والحفاظ على قوة الإشارة طوال مسافة الاتصال (مما يزيد من دقة الصوت ووضوح الصورة)، ومرونة الاتصال وسريته، وزيادة إمكانيات حجم البث والتخزين.. ولكن ظهور التلفزيون على هذا الشكل لم يكن فجأة بل كان تدريجيا، تضافرت جهود وعوامل كثيرة وفرت له جميع متطلباته. ومع ذلك فقد كان التطور التكنولوجي في مجال

(*) معروف أن أكثر نظم الترميز الرقمي شيوعا لحد الآن النظام الأمريكي المعياري لتمثيل البيانات في شكل

أرقام (-ASCII American Standard Code of Information Interchange).

التلفزيون أكثر سرعة مما كان عليه الراديو، مثلاً، الذي عمل في الواقع على تهيئة الجو وتدليل الصعوبات التقنية المالية والسياسية أمامه.

والجدير بالذكر هنا أن أول تجارب لإرسال الصور عن بعد كانت انطلاقاً من الصور الثابتة في منتصف القرن التاسع عشر، بينما استعملت "الفوتوتغرافيا" (الصورة التفرغرافية) في سنة 1905 من طرف الألماني "دي كورن".

ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال العالم الألماني "بول نيبكوف" (P.Nipkow) الذي اخترع عام 1884 أسطوانة متقوية (تقريباً لولبية) لتركيبة الصورة، يمكن للضوء الذي يمر من خلالها أن يقسم الأجسام المصورة كهربائياً إلى عناصر خطية تكون في مجموعها صورة من الصور. ثم طور الباحث الأمريكي "تشارلز ف. جنكنز" (Ch. F. Jenkins) مبدأ "نبيكو" عام 1890، ولكنه لم يتمكن من ترجمة أبحاثه وأفكاره غيره من أمثال "ماركوني، سنالك..." حتى عام 1925 حيث قدم الإثباتات الميكانيكية على قدرة البث التلفزيوني.

إن ظهور تكنولوجيا الإلكترونيات في العشرينيات هو الذي مكن من حل المشاكل التي كانت تقترض تطبيق أعمال الباحثين في المجال التلفزيوني. وتعتبر سنة 1927 موعد ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن. وقبل ذلك بسنة استطاع العالم الغالي (بريطانيا) "جون بارد" (Jhon Baird) وضع أول تصميم عملي للتلفزيون (معتمداً النظام الميكانيكي) استخدمته عدة دول، كما استطاع فيما بعد أن يخرج لـ B.B.C في سنة 1936 برامج تجريبية يومية (بـ 30 خط).

وكانت فترة 1929-1931، بمثابة نقلة نوعية للتلفزيون عندما اخترع "فلانيمير زوريكين" (Zworykin)، معتمداً على النظام الإلكتروني، أنبوب الصورة المستقبل (Picture Tube) أو (Kinescope) خلفاً للأسطوانة المتقوية ثم أنبوب الكاميرا التحليلي (Iconoscope) (أكثر من 400 خط)، تبعه تطور نوعي آخر في أواخر الأربعينيات مع اكتشاف "أرثيكون"، الذي يتميز بحاجته العملية إلى كمية أقل من الضوء... إلى أن استغني مؤخراً عن الأنابيب وأصبحت الصورة رقمية والشاشة مسطحة مع نهاية القرن العشرين (الاستعمال المحدود منذ 1978).

أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم فقد بدأ، كما هو معروف، سنة 1939، حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربع ساعات يومية للبث. ثم جاءت الحرب العالمية الثانية لتضع حداً مؤقتاً لتطوره ولتفسح المجال للولايات المتحدة الأمريكية البعيدة عن هذه الحرب، لتواصل

التطور الكبير للتلفزيون. وكانت قد بدأت الإذاعات التلفزيونية بالولايات المتحدة الأمريكية في نفس الفترة تقريبا، ولكن الانتشار الجماهيري لأجهزة التلفزيون هناك لم يتم إلا بعدما سمحت لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية باستخدام التلفزيون في المنازل. ومع ذلك فإن الإرسال الواسع للتلفزيون لم يبدأ إلا في الخمسينيات حيث طورت صناعة التلفزيون وارتفع عدد أجهزة الاستقبال... ففي عام 1952 ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكي (بعدما اكتشفها الأمريكي "جولدمارك" في مخبر "C.B.S") وتعددت القنوات التلفزيونية، بينما لم تتعد في بلدان أوروبا الرائدة قناتين حتى بداية الستينيات. ولم يحل عام 1970 حتى عمت أجهزة الاستقبال 90 % من البيوت الأمريكية وعم الإرسال التلفزيوني معظم بلاد العالم. فامتد نطاقه في القارات الخمس ولم يعد حكرا للدول الشمالية المتقدمة، حيث أنشئت عدة شبكات جهوية ودولية، كانت أهمها:

- الشبكة الأوروبية المعروفة باسم "أوروفيزيون: Eurovision" والتي ترتبط بها أكثر من ألف محطة.

- شبكة أوروبا الشرقية سابقا "إنترفيزيون: Intervision" والتي تربط بين محطات سبع دول من أوروبا الشرقية.

- أما في الشرق الأقصى فقد أنشأ اليابانيون شبكة آسيوية تحت اسم "آسيافيزيون" (Asiavision) تربط البلاد الواقعة ما بين طوكيو وكاراتشي.

ولقد تضاعلت فعاليتها جميعا نتيجة المنافسة القوية للشبكات والقنوات الخاصة العالمية والمرتبطة برجال أعمال أغنياء أو شركات عالمية (CNN, NHK, Skynews, CANAL+, Art, Al-) (Jazeera...).

أما في البلاد العربية، فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان قبل استقلالها ومنها الجزائر التي عرفته عام 1956 وفي السنة الموالية دخل التلفزيون العراق، ثم لبنان عام 1959، ومصر وسوريا عام 1960، والكويت عام 1961 والمغرب والسودان عام 1962، ثم اليمن، السعودية، تونس وباقي البلدان العربية الأخرى. والملاحظ حسب بعض البيانات المتوفرة لحد الآن أن قدرات الإرسال التلفزيوني بين الدول العربية متفاوتة جدا... من عدة قنوات وتغطية محلية وجهوية ودولية واسعة إلى العجز عن تغطية الوطن الواحد تلفزيونيا. ولكنها على العموم، في تزايد مستمر: فقد تضاعف عدد محطات الإرسال التلفزيوني خمس مرات (من 120 محطة سنة 1970 إلى 610 محطات سنة 1988). ونفس الشيء يمكن قوله عن أجهزة الاستقبال التي تضاعفت في نفس

الفترة عشر مرات، حيث بلغت سنة 1988 تسعة عشر مليون جهازاً، أو ما يعادل تسعين جهازاً لكل ألف ساكن (وهي نسبة تفوق نظيرتها في كل من آسيا وأفريقيا) (Elias Hanna, E.: 1993, 101).

أهمية التلفزيون:

ولكن نمو التلفزيون الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره والزيادة المطردة لعدد أجهزة استقبال إرساله، بل تعدى ذلك إلى نوعية وكمية إنتاجه وإرساله ومتابعته. وكان ذلك بفضل تتابع الاختراعات التكنولوجية التي ساهمت في تطويره، من أقمار صناعية و"كابلات" (أو حبل الأسلاك) وكومبيوتر وفيديوكاسيت والتقنيات المتطورة لتحسين الصورة والصوت والمادة الإعلامية... بفضل كثافة الدراسات النفسية الاجتماعية وأبحاث الاتصال الجماهيري المكرسة للتلفزيون.

وفي الأعوام الأخيرة ازداد حجم الدراسات الخاصة بالتلفزيون ضمن أبحاث "سوسيولوجية الاتصال الجماهيري، وأجريت قياسات إحصائية لنمو جمهور التلفزيون وأجهزته ولأوقات الإرسال المخصصة لمختلف فئات الجمهور، واستقصيت العوامل المؤثرة على فعالية البرامج التلفزيونية... وتحديد طرق تكوين الأنواق والنظرات والميول لدى مشاهدي التلفزيون. ولكنها كثيراً ما تتناقض وتختلف نتائج هذه الأبحاث التطبيقية التي أجريت في الغرب والشرق على السواء. ومع ذلك فقد ساهمت في تحسين أداء التلفزيون وزيادة هيمنته على الرأي العام... وهذا ما دفع ببلاد مثل الولايات المتحدة الأمريكية أن تجري بصورة دورية دراسات لجمهور التلفزيون لتحسين من فعالية أدائه.

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة لنقل الأخبار المصورة، مسجلة أو مباشرة، عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة: لقد أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال... فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية. فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها لأنها تمكن ببساطة من هيكلة خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام، إلى درجة جعل "مارشال ماكلوهان" يرى أن التلفزيون -كأداة- أهم من مضمونها: "قالناس سيشاهدون التلفزيون مهما كانت البرامج (المذاعة) بحكم أنه يفرض سيطرته على البشر"، الذين قد يفضلونه على التلحاة والغسالة مثلاً. وهذا ما أثبتته دراسة أجراها "ف. ج. كازانوف" و"ج. أوليف"، كان من بين نتائجها: أن الجمهور الفرنسي في بداية الستينيات عندما يعرض

التلفزيون ما لا يعجبه، فإن أربعين بالمائة منه يتابعون المشاهدة، وأن نفس الجمهور إذا خير بين حرمانه من ثلاثة أشياء، أيها تنقصه أكثر، كانت إجابته على التوالي: التلفزيون بنسبة 44%، الثلاجة 33% والغسالة 16%. وحققت دراسة أمريكية أجراها "ج. ستينر" نفس النتائج في الفترة ذاتها في سبر وطني لأراء المشاهدين أجري في أمريكا (ماكبرايد، ش.: 1981، 635). كما أن دراسة أخرى أجريت حديثاً في أسبانيا (1989) على 2668 شخصاً (15 سنة) أكدت أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر تأثيراً، فهما وتسلية، في رأي المستجوبين من كل من الراديو، اليوميات، المجالات العامة والمتخصصة (Callejo Gallego, J.: 1995, xvi). وقد توصل تحقيق صحفي حديث (1996) أجري في اليابان إلى نتائج مشابهة، حيث كشف أن نظام الاتصال في اليابان يسيطر عليه التلفزيون بأكثر من 120 قناة تشاهد بمعدل 8 ساعات و20 دقيقة يومياً في الأسبوع (مقابل حوالي 3 ساعات ونصف في فرنسا مثلاً). وأما فيما يخص البرامج فللحصول الترفيهية حصة الأسد (بحوالي 40 بالمائة من مجموع البرامج) تليها الثقافية بمعناها الواسع (± 25%) ثم الإخبارية (20%) والفترية (13%) وأخيراً الإشهار (1.2% فقط لكن 86% من البرامج تبث برعاية إخبارية) (Le Monde Diplomatique, Mars 1996, 28).

ورغم هيمنة التلفزيون كوسيلة جماهيرية فقد عرف عدة مخاطر: فبعد أن بدأت علاقته بالجمهور تضعف نتيجة تزايد وتنوع العرض التلفزيوني نفسه، فهو يعاني منذ الثمانينات من سلبيات استعمال "جهاز التحكم عن بعد": لقد تسبب هذا الأخير في ممارسة جديدة في الاستهلاك التلفزيوني، "التغيير المتكرر للقنوات" (Zapping)، مما أدى إلى عملية "هدم وبناء" متواصلة للخطاب التلفزيوني ومن ثم إلى عدم استقرار المشاهدة وإلى تجزئة متنامية لاستهلاكه التلفزيوني. ومن جهة ثالثة فإن الاندماج الرقمي لمختلف الوسائل قد يؤدي إلى زحزحة التلفزيون من مكانته فاسحا المجال لوسيلة رقمية تفاعلية موحدة تسمح بالجمع بين وظائف الفيديو والحاسوب والهاتف والتلفزيون.

وأما فيما يخص المشاركة العامة للجمهور فقد تكون بالصيغ التالية:

- في الحصة المباشرة: يبقى المشاهد بعيداً لكنه يتابع الأحداث في نفس الوقت الذي تحدث فيه، فيتسع إدراكه ويشعر باتصاله المباشر أو بتواجده الفعلي في مكان الحدث.
- الحضور المباشر للجمهور داخل أستوديو التسجيل والبث في إطار مسرحي مدعم للحصة وممتع للحضور.

- أنظمة الاتصال المباشر من أكثر من مكان (Duplex, Triplex...): تسمح بالاتصال المسجل عن بعد وفي نفس الوقت للأشخاص. وهي عادة ما تستعمل في الحصص الرياضية، السياسية والمنوعات.

- المكالمات الهاتفية: تتيح الفرصة للمشاهدين للمشاركة في حصص مختلفة (العاب، نقاشات، منوعات...) بالصوت غالبا وبالصوت والصورة (الهاتف المرئي: Visiophone) مؤخرا وفي عدد محدود من الحصص.

- سبر الآراء: وهي مشاركة غير مرئية للجمهور ولكنها مهمة في تحديد محتوى برامج التلفزيون، لأن المنتجين والمخرجين يعتمدون عليها في الإبقاء على الحصص، تعديلها أو حذفها. ويتم قياس شعبية البرامج والقنوات عن طريق أنظمة اتصال (علبة إلكترونية) تجهز بها تلفزيونات عينة من الجمهور (الف مسكن في فرنسا مثلا).

وفي الأخير، نشير بإيجاز إلى كيفية حدوث البث التلفزيوني:

إن هيكلية الإرسال التلفزيوني تشابه مخطط البث الإذاعي الذي سبق رسمه في المبحث السابق. تبدأ عملية البث من الاستوديو، حيث تحول كاميرا إلكترونية الصورة التي تلتقطها إلى تيار كهربائي ضعيف الشدة يدعى "تيار فيديو" ليحول هذا التيار بواسطة أسلاك إلى "جهاز إرسال"، الذي ينتج بدوره تيارا عالي الشدة وأمواجا مشعة عبر السلك الجوي لتنتشر في الفضاء، ثم تلتقطها أجهزة الاستقبال (بعد ما تعكسها مرايا الأعمار الصناعية عندما تكون المسافة كبيرة بين مصدر البث ومكان الاستقبال). بعد التقاط التيار من طرف جهاز الاستقبال (جهاز التلفزيون) يشتق من التيار العالي الشدة المعدل تيار فيديو، وذلك بفضل أنبوب المسرى السالب (الذي يقابل مكبر الصوت في جهاز الراديو)، ثم تعكس الصور تباعا على الشاشة الصغيرة أمام المشاهد.

10.4- الأقمار الصناعية: وسيلة الوسائل

إنها في الحقيقة ليست وسيلة اتصال عادية مثل باقي الوسائل، بل تعتبر وسيلة لهذه الوسائل ومن أهمها. فالبرامج التلفزيونية والإذاعية والمكالمات الهاتفية والتنقيب عن الثروات المعدنية، الخ... لم تبلغ ما بلغته من سرعة ووضوح وسعة انتشار إلا بفضل الأقمار الصناعية. إن الوظيفة الأساسية للأقمار الصناعية هي استلام الإشارة أو الموجات الصاعدة (تلكس، برنامج تلفزيوني أو إذاعي، مكالمات هاتفية..). من المحطات الأرضية، ثم تغيير تردداتها وتضخيمها (حوالي عشرة ملايين مرة بفضل محطة تقوية داخلية تسمى المحول: Transponder) قبل إرسالها مرة ثانية إلى المحطات الأرضية (التي تعتبر التجهيز الضروري الأساسي المكمل لها). هذه الشارات التي تأخذ أشكالاً عديدة تتميز بعدم انحائها مع تغيرات الطبقات الجوية ونقوس الأرض ولا تتأثر قوتها إلا بمدى ارتفاع القمر الصناعي نفسه عن الأرض واقتربه من القطبين الشمالي والجنوبي نتيجة قوة الجاذبية الأرضية، ولذلك تكيف قوة دفعه تبعاً لقوة الجاذبية حتى يحافظ على مداره: فالأقمار التي تكون في مدار قريب من سطح الأرض يجب أن تتحرك بسرعة أكبر من التي تكون على مدارات أبعد. وتستخدم بعض الأقمار هوائيات مركزة لتخصيص منطقة صغيرة بشاراتها النازلة بينما يستخدم البعض الآخر هوائيات تسمح بتغطية جغرافية واسعة تصل إلى ثلث مساحة الكرة الأرضية.

بدأت الأبحاث عن الأقمار الصناعية عام 1953 في الاتحاد السوفييتي (السابق)، حيث ناقش علماءه إمكانية استخدام أقمار صناعية معلقة في ارتفاع كبير فوق خط الاستواء لاستقبال البرامج التلفزيونية وتقويتها. وتمكنوا أربع سنوات بعد ذلك (1957/10/4) من إطلاق القمر الصناعي "سبوتنيك رقم واحد"، الذي كان نقطة الانطلاق لكشف الطاقات في الغطاء الخارجي والسباق السوفييتي الأمريكي لغزو الفضاء. تبعاً لذلك حاولت الولايات المتحدة الأمريكية رفع التحدي الفضائي الجديد فكشفت جهودها في مجال البحوث الاتصالية في استخدام القمر الصناعي، حيث تمكن معمل السلاح البحري من نقل الاتصالات من "واشنطن إلى جزر هاواي" مستخدماً القمر الحقيقي كعكس لموجات الراديو. ومن إطلاق أول قمر صناعي (Explorer) في نهاية يناير 1958. ولكنها لم تتدارك تفوق الاتحاد السوفييتي في مجال الفضاء إلا بعد عشرية كاملة من الزمن. بعدها اشتدت المنافسة وتوالى إرسال الأقمار الصناعية بوتيرة أكبر لتستغل في

أغراض شتى إلى حد تحقيق البث المباشر إلى المنازل الفردية (في منتصف الثمانينات) وتوفير خدمات شخصية للمستخدمين تشمل التلكس، الفاكس، الهاتف النقال، الإنترنت..

إن قوة الأقمار الصناعية الأولى كانت ضعيفة جدا (20-50 واط) وتتطلب أجهزة استقبال ذات هوائيات عريضة جدا (طول قطرها عدة أمتار) ومكلفة. أما الأقمار الصناعية القوية (200 واط) فقد ظهرت في الثمانينات لتجعل إشارتها قابلة للاستقبال من طرف هوائيات صغيرة (60-90 سم) يمكن وضعها فوق أسطح المنازل أو على شرفاتها. ولقد تم مؤخرا اختراع أجهزة استقبال يدوية مجهزة بهوائيات مقعرة صغيرة جدا يبلغ قطرها 10 سم. ولكن التطور التقني (عند أكبر من القنوات، البث الرقمي، هوائيات صغيرة جدا...) وضرورة الجدوى الاقتصادية (تكلفة التسويق ونسبة الاشتراك) أدّا إلى ظهور جيل عملي من الأقمار الصناعية متوسطة القوة (50-100 واط): Telecom2, Astra, Eutelsat..

أما بالنسبة للاستخدام الإذاعي ثم التلفزيوني للأقمار، فقد بدأ في وقت مبكر واكب تقريبا استعمال الأقمار الصناعية نفسها التي نشطت في الستينيات. ثم توالى الأبحاث عن إمكانية استخدام هذه الأقمار في أغراض متعددة، ومنها التعليمية والاقتصادية والعسكرية والتجارية... ولكن هذه الأبحاث لم تكن محصورة هذه المرة بين الاتحاد السوفييتي السابق والولايات المتحدة الأمريكية، بل تعدتها إلى كندا، اليابان، الصين، الهند، فرنسا، ألمانيا وإنجلترا. كما شاركت في هذه الأبحاث هيئات دولية مثل "المجلس الدولي للاتحادات الدولية" ولجنته الخاصة بأبحاث الفضاء و"اتحاد الراديو الدولي".. ولقد أفضت مؤخرا الجهود المشتركة لأمريكا، روسيا، أوروبا الغربية.. إلى العمل على بناء محطة فضائية دولية مؤهلة للسكن (International Space Station). هناك عدة مجمعات اتصالية عالمية للأقمار الصناعية، أهمها:

- "مجمع انترسبوتنيك أو أوربيتا"

بذل الاتحاد السوفييتي ودول المعسكر الاشتراكي السابق مجهودات معتبرة في مجال الفضاء الذي كانوا فيه سابقين، وذلك بإنشائهم شبكة اتصال خاصة بهم هي "الانترسبوتنيك" (Intersputnik) عام 1968 (دخلت حيز التنفيذ عام 1971). وبخلاف مجموعة "إنتلسات"، التي تعتمد على الأقمار المدارية المتزامنة مع دوران الأرض، يعمد نظام "الانترسبوتنيك" إلى استعمال الأقمار الصناعية التابعة جغرافيا، أي بإطلاق مجموعة من الأقمار غير المتزامنة مع دورة الكرة الأرضية. وتتكون شبكته أساسا من قمرين سوفيتيين (ستاسيوستار أربعة وخمسة)، يقعان في

المدار الثابت، أحدهما فوق المحيط الأطلسي والآخر فوق المحيط الهندي، وكلاهما أكثر قوة من أقمار الجيل الخامس لشبكة الانتلسات، ومن ثم فالمحطات الأرضية المتصلة بها أقل تكلفة وأصغر حجماً. ولكن الملاحظ مؤخراً تفهقر هذا المجمع مقابل التفوق العددي والتقني للانتلسات.

- المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية (إنتلستات: Intelsat)

تأسست هذه المنظمة عام 1971 ولم تخرج إلى حيز الوجود الفعلي إلا عام 1973 بواشنطن. وقد اعتمدت في عملها على ثمانية أقمار صناعية موجودة في ثلاث مجموعات تعمل على توصيل الشارات وعلى مائة وخمسين محطة أرضية موجودة في ثمانين دولة. وتتكون المجموعة الأولى من أربعة أقمار صناعية فوق المحيط الأطلسي والمجموعة الثانية من قمرين فوق المحيط الهادي، ومجموعة ثالثة تحتوي على قمرين صناعيين فوق المحيط الهندي. وكلها تسبح في مدار متزامن مع دورة الكرة الأرضية، مما يجعلها في نظر الملاحظ على الأرض تبدو مستقرة في نقطة من الفضاء لأنها تدور بسرعة متزامنة مع سرعة دوران الكرة الأرضية (Geostationnaire).

أما عن طبيعة ونوعية هذه الأقمار، فهي مصنفة إلى خمسة أجيال:

كان أول استخدام للقمر الصناعي الأول (Early Bird) في المجال التجاري (الهاتف والتلفزيون) عام 1965 تحت اسم "إنتلستات الأول". عمل هذا القمر الذي، يمثل الجيل الأول، حوالي ثمانية عشر شهراً في إرسال واستقبال الشارات بين الولايات المتحدة وفرنسا وإنجلترا حتى عام 1967، حيث دعمه "إنتلستات الثاني" الذي أرسل فوق المحيط الهادي ليربط أمريكا الشمالية بآسيا وأوروبا. وفي هذه الفترة دعم عمل هذه الأقمار الصناعية بالجيل الثاني من المحطات الأرضية التي طرأ عليها الكثير من التحسينات التقنية (حركيتها - كانت ثابتة - وصغر حجمها).

أما الجيل الثالث من الأقمار الصناعية "إنتلستات الثالث"، فقد بدأ العمل عام 1968 وتحمل العبء الأكبر عن سابقه حيث كان يتمتع بطاقة أكبر (1200 دائرة صوتية، أي ما يعادل أربع شارات تلفزيونية، وتغطية واسعة شملت كل الكرة الأرضية). ثم تلاه الجيل الرابع من 1971 إلى 1980 ليزيد من قدرتها على نقل المعلومات. وفي عام 1981 أطلق الجيل الخامس الذي كان يتكون من خمسة أقمار صناعية. وبعد عامين أطلق الجيل الخامس المعدل الذي كان يضم ستة أقمار صناعية أكثر تطوراً من سابقتها.

والملاحظ هنا، هو التطور الهائل في المجال التقني والتكنولوجي الذي يحدث من جيل إلى جيل، والتمثل في زيادة قدرة البث، تعدد الدوائر الصوتية، تحسين العمر المتوقع، زيادة التيارات التلفزيونية وانخفاض تكلفتها السنوية.

هناك مجموعات اتصالية أخرى تعمل على مستوى إقليمي، أهمها: المجمع الأوروبي (Eutelsat) (باريس: 1977) الذي يعتبر حالياً ثاني أهم مجمع بعد إنتلسات، الأقمار الفرنسية والألمانية (1986)، اليابانية (1987)، الأقمار الأمريكية المحلية، الهندية، الكندية...

والدول العربية مجعها أيضاً، وهو عبارة عن قمر صناعي شبيه بالمظلة، يدعى "عربسات" (Arabsat)، تشرف عليه "المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية" منذ تأسيسها عام 1976 في إطار جامعة الدول العربية. يتكون هذا المجمع الاتصالي العربي من ثلاثة أقمار صناعية يبلغ العمر الافتراضي لكل منها سبع سنوات: وضع قمران منها في المدار عام 1985، أما الثالث فقد أعد ووضع في الاحتياط منذ عام 1987 لدى الشركة الفرنسية المصنعة له (Aerospatiale). إن "عربسات" يغطي العالم العربي من المحيط إلى المحيط ويتمتع بإمكانية البث لمدة ستة عشرة ساعة في اليوم. كما أن له قناتان تلفزيونيتان، مصلحة هاتفية، خدمات متحركة ونظام لنقل المعطيات. وتوجد محطة التحكم فيه الرئيسية في العربية السعودية بمدينة الرياض إلى جانب مركز تحكم مساند في تونس. كما تعتبر السعودية الممول الرئيسي له بـ 26,2 % من إجمالي رأس ماله. أما التبادلات العربية "المناسباتية" عبر "عربسات" فيشرف عليها "اتحاد إذاعات الدول العربية" (A.S.B.U) الذي يوجد مقره بتونس. ولـ "عربسات" جيل ثان من الأقمار الصناعية يتضمن ثلاثة أقمار ذات عمر افتراضي يقدر بأثني عشر عاماً، أطلق منها اثنان عام 1996. وهناك جيل ثالث صمم لتقديم خدمات أحسن (سهولة الاستقبال وجودة الصوت والصورة) بفضل التوجيه الإشعاعي القوي والتردد العالي جداً. والملاحظ هنا أن العمر الزمني (سبع سنوات) للجيل الأول انتهى دون أن تستغف من قدراته سوى عشرة بالمائة فقط أو أقل في الاتصالات التقليدية، كالبريد والهاتف والتكس، وذلك بالرغم من تدارك بعض الشيء هذا العجز بتأجير 12 قناة قمرية للهند (96 مليون دولار سنوياً) وتأجير القناة غزيرة الإشعاع، التي ظلت غير مستغلة منذ 1985، لمصر لتبث عليها قناتها التلفزيونية الفضائية الدولية ابتداء من 1990. مما أدى ببعض إلى اعتبار المشروع كله مظهراً من مظاهر هدر الإمكانيات العربية وتبذرها.

أما عهد العرب بالاتصالات الفضائية فيرجع إلى البدايات الأولى لشبكات الفضاء الدولية، إذ شاركت اثنا عشرة دولة عربية في تأسيس "منظمة انتلسات" و"الاتحاد المالي الدولي" المشرف عليها. وقد سمحت لها أسهمها التي بلغت 1.72 % من إجمالي رأس المال من الحصول على مقعد واحد مثلتها فيه لمدة طويلة الجزائر (التي كانت أول دولة في العالم تستأجر من الانتلسات قنوات للاستخدام الداخلي).

والملاحظ الآن، أنه بعد فترة الثمانينات المتميزة بندرة الاحتياجات الاتصالية والإعلامية الفعلية المحلية والجهوية ووضعية غالبية نظم الاتصال الوطنية ذاتها المتخلفة، فقد انتقل العالم العربي في فترة التسعينيات إلى التوجه نحو التضخم والفوضى في هذا المجال (أكثر من 115 قناة فضائية)، حيث أصبحت كل دولة تريد قناة فضائية خاصة بها أو أكثر، منفردة أو حتى بالتعاون مع دول عربية، ودون أن تضمن تغطية رسالية "وطنية" أو "محلية" مقبولة لمانيتها الإعلامية طيلة الأربع والعشرين ساعة من البث اليومي. وهذا ما حدث مع دول شمال إفريقيا والخليج العربي وعلى رأسهما السعودية ومصر (عشرات القنوات وأقمار صناعية وطنية: Nilsat المصري، Alsat الجزائري..)، مما اضطر "اتحاد الإذاعات العربية" للاجتماع عدة مرات (منذ أكتوبر 1994) لبعث التنسيق العربي من جديد وتنظيم المجهودات العربية في استغلال الاتصالات الفضائية.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى سيطرة دول الشمال على هذا النوع من الاتصال وتدفق المعلومات وما ينجر عن ذلك من تبعية تكنولوجية وثقافية بالغة الأثر مادية وفكرية، وخاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار الزيادة الهائلة في عدد الأقمار الصناعية (حوالي 8000) وفي قنوات البث التلفزيوني المباشر المحملة في كل قمر (تفوق 500)، وأن حوالي خمسين قمرا صناعيا أجنبيا يغطي ببرامجه سماء الوطن العربي وكل قمر بإمكانه بث عشرات القنوات التلفزيونية (إياد شاكر البكري: 1999، 21، 37).

استعمال الأقمار الصناعية

إن استعمال الأقمار الصناعية لا يقتصر على الاتصال التلفزيوني بل تعداه إلى مجالات أخرى شملت تطبيقات متنوعة. فالعدد الكبير للأقمار الصناعية وإمكاناتها التكنولوجية العالية مكناها من مسح الكرة الأرضية مرتين يوميا وإرسال إشارات مضخمة أو مركزة ومحددة ومعلومات دقيقة وفورية لأجهزة الاستقبال الأرضية ووسع من دائرة استعمالها. وعلى العموم يمكن تلخيص أهم استعمالاتها فيما يلي:

1- التلفزيون والراديو: يستعمل القمر الصناعي في نقل الأحداث الحية التي لها سمة دولية، كمشي الإنسان فوق سطح القمر، ونقل الدورات الأولمبية، أو الأعياد والشعائر الدينية، الخ. غير أن الملاحظ أن هذا الاستعمال المناسب ينادى يكون اليوم شبه عادي وعاما، بل ملازما لبعض القنوات التلفزيونية: الإرسال المباشر بواسطة الأقمار (D.B.S) وفي الاتجاهين (مما يسر الاتصال التلفزيوني تحت الطلب: T.V. a la carte)، بالإضافة طبعا إلى الاستعمالين الكلاسيكيين: نقل البرامج من مركز إنتاجي إلى آخر، ونقل البرامج إلى مركز إنتاج وبث الذي يوزعها بدوره على المشاهدين. وذلك مقابل الإرسال بواسطة الكابلات (الأقل انتشارا والأكثر كلفة في المناطق النائية خاصة).

ويتم نقل الإشارات التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية لثلاثة أغراض على الأقل (ثلاثة استعمالات): نقل البرامج من مركز إنتاجي إلى آخر، نقل البرامج إلى مركز إنتاج وبث الذي يوزعها بدوره على المشاهدين، البث المباشر دون وسائط مؤسسية. وبالطبع فما قيل عن الأقمار الصناعية كدعامة نقل وبث بالصوت والصورة ينطبق طبعا على الراديو في المجال السمعي.

2- الاتصال الهاتفي: لقد سهل القمر الصناعي الاتصال الهاتفي بين الدول المشتركة وذلك ابتداء من عام 1968، حيث أصبح الاتصال الهاتفي فوريا، قليل التكلفة، عديم الاضطرابات والتشويش، بل ومتقلا أيضا.

3- الخدمات البريدية الإلكترونية والمعلوماتية: فعبر الأقمار الصناعية يمكن تحسين أداء تحويل الحوالات البريدية، تبادل الرسائل الإلكترونية، الفاكسات والتمكسات وجميع الخدمات التي تتيحها شبكة الإنترنت التفاعلية.

4- الخدمة التجارية وإدارة الأعمال والصناعات: سهلت الأقمار الصناعية الخدمات لشركات الطيران الدولية والملاحة البحرية والبرية، وذلك بمدها ببيانات حية عن الأرصاد الجوي وخرائطه وأنبس الطرق السيارة وتسهيل عملية الحجز وغيرها. كما استخدمت لإدارة الأعمال والصناعات بما توفره من سرعة توزيع للوثائق ونقل للبيانات وعقد للمؤتمرات عن بعد...

5- التقيب عن الثروات: تمكن الأقمار الصناعية من تحديد الأماكن الجغرافية للثروات المعدنية الموجودة في باطن الأرض أو في قعر البحار، ومن معرفة الأماكن الأكثر ملائمة للزراعة. فهي تغوص في أعماق الأرض عن طريق الاستشعار عن بعد الذي يستقبل ويسجل

الانعكاسات الإشعاعية (حرارة، ضوء، صوت، ضغط، مغناطيس) المنبعثة من الظواهر الأرضية بواسطة أجهزة حساسة. وينتج هذا التسجيل "متعدد الأطياف" صوراً في الأطياف المرئية وغير المرئية (تحت الحمراء القريبة) للمكان نفسه وفي الوقت ذاته. وبعد إرسال هذه الصور الطيفية إلى الأرض تحول إلى صور رقمية لتحلل وتعالج معلوماتياً.

6- الأهداف العسكرية: يسهل القمر الصناعي عملية التجسس الفضائي بالنقاط الصور وبثها فوراً، قبل وأثناء وبعد العمليات الحربية. كما يستعمل نظم الاستشعار كنظم للإنذار المبكر ضد احتمال هجوم مباغت من طرف العدو.

7- الدراسات البيئية: ترصد الأقمار الصناعية التصحر وتدرس تلوث الهواء والمياه. كما تجمع المعلومات الضرورية عن الموارد الطبيعية والغطاء النباتي والقشرة الأرضية والغلاف الجوي..

8- الدراسات الفلكية: تحمل الأقمار الصناعية على منتهى تلسكوبات (مباركوس، إيراس، هابل..) لرصد ووصف وقياس أبعاد الشمس، السحب بين النجمية، النجوم، المجرات في أعماق الكون وأطرافه البعيدة..

11.4 - الحاسب الإلكتروني (Computer)

لقد أصبح شائعاً اليوم أن أمة القرن الحالي هي أمة من يجهلون استخدام الحاسوب، مما جعل الكثير من الدول تعد أو تتبنى سياسات أو مخططات وطنية لاستعماله.

يتكون الحاسوب (الحاسب الإلكتروني) من تجهيزات فكرية برمجية (Software): حساب، تخزين، معالجة.. وأخرى مادية صلبة (Hardware): وحدة مركزية بمكوناتها الإلكترونية، لوحة مفاتيح، شاشة عرض..

وإذا كان في بداياته الأولى يقتصر استعماله على الحكومات والمؤسسات الضخمة نظراً لكلفة تشغيله وصيانتته المرتفعة، فإنه أصبح منذ الثمانينات في متناول عامة الناس وذلك بعدما صغر حجمه وقلت تكلفته وسهل تشغيله وتعددت استعمالاته.

فهو يتيح حالياً خدمة تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة (نصوص، حسابات، صور..). معالجة وتخزين واسترجاعها، وذلك بكفاءة عالية في الأداء من خلال تحقيقه لمزايا السرعة والدقة والثقة والصلاحية. وقد أصبح استعماله أسهل بفضل وسائط جديدة (التعرف على الكتابة اليدوية والصوت الشخصي وتحويلهما إلى نص قابل للقراءة..). وتشخيص متزايد لتطبيقاته عن طريق برامج مجزأة ومتعددة الخدمات تجمع وتركب حسب الطلب.

ومعروف أنه كان في البداية مجرد آلة حسابية تستعمل في التطبيقات العلمية، قبل أن يستعان به مع نهاية الستينيات في تسيير المؤسسات (أجور العمال، الحسابات البنكية، إنتاج المصانع، مخزوناتها..). وفي الثمانينات، وبعد اختراع الحاسب الشخصي، تحول إلى أداة مكتبية فعالة في ثلاثة مجالات أساسية: معالجة النصوص، إدارة الملفات والجدولة. وأما في العشرية الموالية فقد فرض الحاسب الشخصي نفسه كوسيلة إعلام واتصال تعالج الصورة والصوت أيضاً وتتصل بحاسبات أخرى ويقواعد بيانات من خلال شبكات معلوماتية خاصة أو عامة.

وفيما يلي تصنيف تاريخي لهذا التطور:

تطور الحاسبات الإلكترونية:

لقد مرت الحاسبات الإلكترونية خلال تطورها التاريخي بالمراحل التالية:

- ظهر الجيل الأول من الحاسبات في الأربعينيات في خضم الصراع الذي كان يدور آنذاك (1930-1950) بين نموذجين من الحاسبات الرقمية: الحاسبات الإلكترونية وميكانيكية والحاسبات

الإلكترونية، والذي حسم بعدها لصالح هذه الأخيرة نتيجة سرعتها وتكيفها اللاحق مع معالجة النصوص.

أنتجت مخابر "بل" أول جهاز إلكتروميكانيكي: "Complex calculator" عام 1940، تلاه جهاز "ASCC" (بالتعاون بين IBM و Harvard) عام 1944.. أما أول حاسب إلكتروني "ENIAC" (Electronic Numerical Integrator And Computer) فقد اخترع عام 1946 وتم تسويقه تجارياً. ومعروف أن هذه الأجهزة، التي أنتجت في إطار عسكري، كانت تعتمد على النظام الرقمي الثنائي (0، 1)، وتتخذ لوحدة تحكم داخلية وتقتصر على العمليات الحسابية دون معالجة النصوص.

- أدى استخدام العناصر الإلكترونية "شبه الموصلة" لـ "الترانزستور"^(*) في بناء دوائر الأجهزة الحاسبة كبديل لاستخدام الصمامات المفرغة (Vacuum Tube) إلى ظهور الجيل الثاني من الحاسبات الإلكترونية في أوائل الستينيات.

- ظهر الجيل الثالث من الحاسبات الإلكترونية خلال عشرية السبعينيات بعدما استخدمت الدوائر الإلكترونية المتكاملة (Integrated circuits) وبعد تطوير المواد فوق الموصلة (Supraconductor) وأشباه الموصلات الحرارية (Semiconductor)، مما سمح بتفعيل مردودية وأداء هذه الحاسبات.

- يمثل الحاسب الشخصي (Personal Computer) للجيل الرابع الذي ظهر في بداية الثمانينات. وهو يتمتع بصغر الحجم وسهولة التشغيل وقابلية الربط مع حاسبات أخرى أو وسائل اتصال مغايرة مثل الهاتف والتلفزيون والفاكس.

بعد ذلك تطورت صناعة الحاسبات لتنتج لنا أجيالا أرقى وأنواعا أخرى حسب الحاجة مثل المعالجات الصغيرة جدا (Micro Processors) والحاسب الكبير والحاسب العملاق (أزيد من ثلاثة ملايين عملية في الثانية) وحاسب المعوقين..

(*) إن كلمة (transistor) عبارة عن اختزال لكلمة (transconductance resistor) تطلق على جهاز إلكتروني مكون عادة من أجسام نصف موصلة لها آثار مضخمة. ومعروف أنه سمح بإنتاج أجهزة الراديو الصغيرة التي خصت باسمه (Radio transistor).

كيفية تشغيل الحاسب الإلكتروني:

يعتمد في تشغيله على نظام إلكتروني يستعمل أدوات إدخال (لوحة مفاتيح، أشرطة مغناطيسية، أقراص صلبة، أقراص لينة، أدوات صوتية...) لتحميل البيانات عن طريق الذاكرة الرئيسية، ووحدة معالجة مركزية (للتحكم في تدفق البيانات، تخزينها وحسابها وذلك بكفاءة عالية تصل إلى معالجة مئات الملايين من التعليمات في الثانية الواحدة)، وأدوات إخراج (شاشة العرض، الطابعة، الرسام البياني القلمي -Plotter-، السماعات، حاسبات أخرى-عن طريق "مودم" وعبر خطوط الهاتف-،...).

استخدامات الكمبيوتر في الاتصال الشخصي والجماعي:

يستعمل الكمبيوتر في مجال الاتصال الشخصي والجماعي كوسيلة للشبكات المعلوماتية من خلال العديد من التطبيقات الإلكترونية، نوجزها فيما يلي:

- معالجة الكلمات والنصوص مع إتاحة متابعة مرئية مباشرة وواضحة لها وإمكانية التعديل والتصحيح وإعادة الترتيب الجزئي أو الكلي للمادة وكذا تخزينها بسهولة كبيرة.

- النشر المكتبي النمذجي للكلمات والنصوص والرسوم على شاشة المراقبة قبل الطباعة على الورق، مما يوفر علينا الكثير من الجهد والوقت اللذين قد ينتجان عن تصحيحات ما بعد الطباعة في الحالات العادية.

- تصميم الرسوم وتحسين أدائها باستخدام نظم معلوماتية تسمح بتخزين رسوم جاهزة وتعديلها وسهولة معالجتها والتصرف فيها.

- البريد الإلكتروني لتوزيع واستقبال الرسائل بكمية كبيرة وسرعة فائقة عبر الحاسب.

- الاتصال والدراسة عبر شبكات المعلومات: "الإنترنت" و"الإكسترانت" (داخل المؤسسات أو بينها وبين محيطها الخارجي) والإنترنت العالمية.

- أعمال التركيب والتشغيل الذاتيين لبرامج وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى: سينما، تنزة... (حسن عماد مكاي: 1997، 71-74).

كما تستعمل الحواسيب العملاقة في تحسين:

- تحديد موقع ومسار وحجم وطبيعة الثروات الباطنية،

- دقة توقعات الرصد الجوي،

- دقة وسرعة إنجاز معظم البحوث العلمية في المجال الصحي، البيئي، الفلكي...

12.4- الإنترنت (الشبكة العنكبوتية)

يعتبر الحاسب الآلي وسيلة مهمة لتفعيل ممارسة الاتصال العالمي وخاصة بواسطة شبكة الإنترنت والإمكانات الهائلة التي تتيحها المعلوماتية بعد المزاوجة بينها وبين وسائل الإعلام السمعية البصرية والاتصالات السلكية واللاسلكية عن بعد.

لقد جعلت المعلوماتية من وسائل الاتصال الجماهيري سألغة الذكر وسائل "تقليدية" وخاصة بعدما أدت إلى شخصنة الاتصال مجردة إياه تدريجيا من صفته الجماهيرية بفضل ازدياد وتيرة وحجم التفاعل المباشر وتنوع وتخصيص وكثرة الخيارات والخدمات الاتصالية. ومعروف أن الإنترنت، كاشهر وسيلة معلوماتية تفاعلية، عبارة عن شبكة ضخمة تضم بداخلها مجموعة كبيرة من الشبكات المعلوماتية العمومية والخاصة والمتصلة ببعضها البعض. وهي التي تتكون أساسا من:

- المعدات: أجهزة مقدمة للخدمات وأخرى مستخدمة لها وخطوط اتصال عبر الكابلات (الأسلاك) أو الألياف البصرية أو الأقمار الصناعية،

- البرمجيات التواصلية: الويب (www)، البريد الإلكتروني...

- والطاخم البشري: مديرو الشبكة، منتجو الخدمات ومستخدموها.

أما فيما يخص المنشأ التاريخي لشبكة الإنترنت^(*) فالشائع أن مولدها الرسمي كان ذا طابع عسكري، حيث ارتبط اسمها الأول "الآرنت" (A.R.P.A.NET: Advanced Research Project Agency Network) (حرفيا: شبكة وكالة الأبحاث حول المشاريع المتقدمة) بوزارة الدفاع الأمريكية التي كانت تبحث عن استعمالها في الحرب لضمان استمرار الاتصال حتى في حالة تدمير أو تعطل أحد عناصر شبكة الاتصال. وقد بدأ المشروع في سبتمبر 1969 بحاسوبين ثم بأربعة مع نهاية نفس السنة، لتعمم التجارب بعد ذلك من خلال شبكة متعددة الآلات تربط بين الحواسيب الموجودة بمراكز أبحاث متباعدة بغرض تبادل البريد الإلكتروني والمعلومات.

وفي عام 1973 قدمت مجموعة من الباحثين الخطوط العريضة لمحرك الإنترنت الحالي، وهو ما عرف لاحقا باسم "بروتوكولات الاتصال" (TCP/IP)^(*)، لأن البرامج السابقة لم تكن تسمح بربط "آرنت" بالشبكات التي لا تستعمل الكابل، مثل الشبكات التي تتصل بموجات الراديو أو

(*) ومعنى IP (Internet Protocol). أما TCP فمعناه (Transmission Control Protocol). ومعلوم أن الثاني قد يستعمل الأول وهو أكثر مصداقية منه.

الأقمار الصناعية. ومعلوم إن تبادل المعلومات داخل الشبكة يتم من خلال "لغة" واحدة تدعى "بروتوكول"، أي مجموعة قواعد وأوامر تسمح بنقل المعلومات. وهي في الحقيقة عبارة عن "عائلة من البروتوكولات"، لأن إنترنت الحالية تستعمل العديد منها. ولقد تقرر في نفس السنة منح رقم مميز يدعى "عنوان (IP)" لكل آلة مرتبطة بالشبكة، وشاع مع ذلك استعمال مصطلح الاتصال المضمون.

وبعد تبني شبكة "الأرنبت" بروتوكولات الاتصال عام 1983 انقسمت إلى شبكتين: "الأرنبت" للاستخدامات المدنية و"الميلنت" (Milnet) للاستخدامات العسكرية.

ومعلوم أن عشرية السبعينيات عرفت شبكات أخرى طورتها منظمات حكومية أمريكية مثل وكالة الفضاء الأمريكية (NASA) والمؤسسة الوطنية للعلوم (National Foundation of Science). ولقد لاقت شبكة هذه المؤسسة الأخيرة (N.F.S.NET)، التي كانت تتوفر على إمكانات مالية ضخمة، نجاحا كبيرا نتيجة حجم وسرعة خدماتها الاتصالية، مما جعلها بعد أقل من عشرية من الزمن رائدة هذا المجال حيث ارتبطت بها معظم الشبكات العاملة آنذاك. وفي أوائل التسعينيات حلت شبكة "الأرنبت" بعدما غادرها معظم مستعمليها لصالح (N.F.S.NET). بعدها اتخذت هذه الأخيرة اسم "إنترنت" (Internet). وهو مصطلح ركب أصلا من كلمتي (Interconnection/ Net) ومعناها: الشبكة المترابطة (وليس كما هو شائع: International/ Net). بعد ذلك قامت العديد من الدول والمؤسسات ببناء شبكات خاصة بها⁽¹⁾ تم ربطها بشبكة إنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، فاكتملت بذلك طابعها العالمي.

وتقدم حاليا هذه الشبكة خدماتها عن طريق العديد من التطبيقات والتقنيات الإلكترونية، أهمها: خدمة الويب (www)، البريد الإلكتروني (e-mail)، مجموعات الأخبار (Newsgroups) أو المؤتمرات، التخاطب والدرشة (Internet Relay Chat) و (ICQ)، وتقرأ "I seek you" (أنت عك)، بروتوكول نقل الملفات (FTP)، تلنت (Telnet)...

لقد لاقت شبكة الإنترنت إقبالا واسعا إذ قدر عدد الحواسيب الشخصية الموصولة بهذه الشبكة العالمية عام 2001 بأكثر من 40 مليون حاسب آلي وأزيد من 544 مليون مستخدم (Nua Internet Surveys: Feb.2002) في أكثر من مائة وعشرين دولة، علما بأن هذا العدد يزداد أسبوعيا

(¹) على مستوى المنطقة العربية أنشئت عام 1996 "الشبكة الجهوية العربية لتقنيات المعلومات".

بحوالي نصف مليون^(١). وقد أدى ارتفاع عدد مستخدمي إنترنت، وازدياد المعدل القياسي لنقل المعلومات (البصل إلى 56 كيلوبت في الثانية)، إلى انخفاض تكلفة الاتصال بإنترنت في معظم مناطق العالم، بل ومجانيته في بعض المناطق.

أما في العالم العربي فرغم ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في بعض الدول مثل "الإمارات العربية"، فإنه على العموم لا يزال متواضعا جدا:

الجدول (7) يبين عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية

البلد	التاريخ	العدد	% السكان	المصدر
الجزائر	2001/03/	120000	0.57	Ajeeb.com
العربية السعودية	//	570000	2.50	//
البحرين	//	105000	10.07	//
جزر القمر	2000/12/	1500	0.26	ITU
جيبوتي	1999/12/	1000	+0.20	//
الإمارات العربية	2000/12/	735000	31.02	//
مصر	2001/03/	560000	0.81	Ajeeb.com
العراق	2000/12/	12500	0.05	ITU
الأردن	2001/03/	210000	4.07	Ajeeb.com
الكويت	//	165000	8.08	//
لبنان	2000/12/	300000	8.38	ITU
ليبيا	//	20000	0.24	Ajeeb.com
المغرب	2001/03/	220000	0.72	//
موريتانيا	1999/12/	2000	0.07	ITU
عمان	2000/12/	90000	3.55	//
فلسطين	2001/03/	60000	غ. م.	Ajeeb.com
قطر	2001/03/	75000	9.75	//
الصومال	1999/12/	200	غ. م.	ITU
المودان	1200/03/	28000	0.08	Ajeeb.com
سوريا	//	32000	0.19	//
تونس	//	280000	2.89	//
اليمن	//	14000	0.08	DIT Group

المصدر: http://www.nua/surveys/how_many_online

(١) ومن جهة أخرى تذكر بعض وسائل الإعلام الغربية أن قرابة ستين بالمائة من الأمريكيين هم "إنترنتيون" (Internauts) ويستعمل معظمهم الشبكة ليل نهار (FRANCE 2 TV, 19/10/2000).

إن شبكة إنترنت كباقي وسائل تكنولوجيا الاتصال الدولي والعالمي تتطوي على سمة مهمة هي التفاعلية وتساهم في تنشيط العولمة حسب معالم الساحة العالمية الجديدة ذات الطابع الأمريكي المهيمن. والمشكلة المطروحة هنا هي في توجهها إلى صياغة ثقافة عالمية قوامها قيم ومعايير غربية-أمريكية، الغرض منها ضبط سلوك الدول والشعوب وقولبتها في ثقافة عالمية واحدة لأنها لا تؤمن بالخصوصيات التاريخية والثقافية للأمم ولا بسيادتها السياسية الكاملة، عاكسة بذلك إرادتها في الهيمنة على العالم.

وإذا كانت إنترنت تعتبر إحدى أهم ثمار الثورة الاتصالية الأخيرة وأحدثها، فإن المقدر حالياً أننا لم نحصد بعد سوى حوالي خمسة بالمائة مما تعدنا به من خدمات اقتصادية، ثقافية واجتماعية... لكن هذا لا يعني أنها خير مطلق.

بل إن لها مخاطر أهمها قدرتها على عولمة توزيع الخدمات غير المادية دون مراقبة لمضامينها التي قد تبث دعايات سياسية مغرضة وبرامج لأخلاقية هدامة، وعلى تسهيل وتوسع تبادل البرامج المقرصنة عبرها. مما حمل البعض على التفكير في محاولة ابتكار تقنيات برمجية ترميزية تمكنه من تصفية أو تشويش الرسائل والصور التي لا تتوافق مع الذوق العام وقيم وعادات بعض الحضارات، ثم تدعيمها بقوانين ردعية، على غرار ما عملت به ألمانيا مثلاً في بعض المجالات وقررت القيام به مجموعة الدول الثمانية الأكثر تصنيعاً (G 8) (أيام 15، 16، 17 مايو 2000) وذلك بإنشاء مركز في باريس لمحاربة الجريمة الإلكترونية (Cybercriminality)، بالتعاون مع كبرى شركات المعلوماتية.

لكن التساؤل الذي يبقى مطروحاً هو: "التشويش على من والتقنين ضد من؟" فالشبكة، وإن كانت أمريكية المنشأ كما هو معروف- شبكة عالمية ناتجة عن عملية تعاون ومشاركة لعدة أطراف ذات مصالح وثقافات مختلفة. ومع ذلك يمكن القول بأن مستقبل الإنترنت مرتبط بهيئة لجان متخصصة (ISOC : Internet SOCIety) أنشئت بأمريكا مطلع 1992، وأهم لجنة تقنية بها هي (Internet Architecture Board) التي يرأسها بصفة شبه دائمة أمريكيون. أما نظام (World Wide Web) فتشرف عليه منذ تاريخ نشأته بأوروبا (1989) هيئات بفرنسا، سويسرا وأمريكا (BOUTIN, 15-17, 1996). وهذا يعني أن مقودها غربي (لاتيني-أنجلوساكسوني) أساساً تتجانب طرفي الصراع عليه أوروبا وأمريكا.

وعلى العموم ومهما كانت طبيعة القوى المهيمنة عليها فعاليتها يحفل بالسلبات وبأنواع الشرور والاختراقات القانونية: القرصنة، "الهاكر"، غسيل الأموال، المخدرات، القمار، بيع وصناعة الممنوعات (السموم والمتجرات والأسلحة...)، الإباحية الجنسية، الإدمان، خرق حرمة خصوصيات الأفراد، جمع معلومات وخصوصيات العائلات من قبل شركات التسويق من خلال مسابقات وجوائز، إضاعة الوقت...^(*)

وتعتبر هذه المحطات غير القانونية الوجه الموازي، السفلي أو المظلم للإنترنت. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الصفة غير القانونية لهذه الأنشطة الاتصالية غير متفق عليها. فالتقوانين المتعلقة بها تختلف من بلد إلى آخر بشكل كبير: فقوانين بعض البلدان الأوروبية، مثل هولندا تسمح بتعاطي المخدرات، فيما تعتبر معظم بلدان العالم هذا الأمر غير قانوني. كما يعتبر عدد كبير من بلدان العالم القمار أمرا مشروعاً فيما تعتبره بلدان أخرى مخالفاً للقانون عموماً وعبر شبكة الإنترنت خصوصاً (الولايات المتحدة الأمريكية، مثلاً). ومعلوم أن قوانين معظم البلدان المسلمة لا تجيز هذا النوع من الأنشطة ولا ذاك.

وإذا كانت هذه البلدان تستطيع فرض قوانينها ضمن حدودها الجغرافية، فإنها لا تستطيع فعل ذلك في فضاء إنترنت العالمي الذي يجمع بمواقع ويب منطلقها بلدان أخرى تسمح قوانينها بالكثير من هذه الأنشطة: فالقانون التايواني مثلاً لا يعاقب من يصمم وينشر الفيروسات المعلوماتية وكذلك الأمر بالنسبة للصور والأفلام الإباحية لأشخاص غير بالغين (في المواقع الروسية، النرويجية والنمساوية مثلاً) وبالغين (في العديد من مواقع بلدان أخرى). ويسري هذا الأمر، أيضاً، على نشاطات أخرى مثل غسيل الأموال وترويج المخدرات والجريمة... لأن شبكة إنترنت لا تعترف بالحدود الجغرافية الدولية ولا يمكن حجبتها بالكامل عن مستخدميها لأسباب عديدة، أهمها تلك التي أفضلت المحاولات التي جرت سابقاً لمنع استقبال القنوات التلفزيونية الفضائية غير المرغوب فيها^(**).

(*) لمزيد من التفصيل أنظر: دليو، فضيل (2001): "عالم إنترنت الموازي".

(**) بالإضافة إلى المرونة والسرعة الإضافيتين التي تتميز بهما إنترنت عن القنوات الفضائية: فالآلاف المواقع الجديدة تظهر يومياً على شبكة ويب ومن الصعب جداً حجبتها مباشرة. كما لا يمكن فعل ذلك مع الكم الهائل من المعلومات المتدفقة يومياً بالمجان أو بأسعار بخسة عبر وسائل الاتصال الفوري (البريد الإلكتروني، التخاطب والردشة المباشرة عبر: IRC, ICQ) ... ولن تجدي نفعا كبرى الفلترات وبرامج التشويش المحلية على مستوى الأجهزة أو مقدمي الخدمات (Provider) بسبب توفر تقنيات تجاوزها معلوماتياً أو بواسطة إمكانية

ولذلك يعتبر الحد الأدنى من القوانين المشتركة بين مختلف دول العالم هو قانون إنترنت الفعلي ويمثله "قانون البلد الأكثر تراخيا مع إنترنت"، أي "الإباحية شبه المطلقة". وهذا يعني أنه لن تستطيع أي دولة تطبيق قوانينها الخاصة بإنترنت. ويبقى أمامها حل مهم يتمثل في تعزيز خط دفاعها الأمتن: جهاز المناعة الذاتية المعتمد على تقوية مؤسسات التنشئة الاجتماعية بغية التمكن من إنشاء أجيال أكثر نضجا وقدرة على التصدي للجوانب السلبية لعصر المعلومات.

ولكن هذا لا يعني التخلي عن مواجهة هذه الجرائم المعلوماتية تكنولوجيا ورفع تحدي المنحرفين عبر إنترنت بمقارعتهم موقع بموقع معلوماتي أو بالعمل على تصفية (لفترة) معلوماتهم ومواقعهم. وذلك بالموازاة مع تنشيط التعاون الدولي (القانوني، المعلوماتي، المادي والبشري) في هذا المجال، وكذا التعاون مع العديد الكبير من المنظمات المتخصصة^(*) في محاربة الجرائم الإنترنتية بمختلف أنواعها.

استقبال أو الاتصال بإنترنت عبر المكالمات الدولية القائمة أو الأقمار الصناعية مباشرة ودون المرور بمقدم الخدمة المحلي...

^(*) من هذه المنظمات: اتحاد صناعة البرمجيات والمعلومات (SIIA: Software & Information Industry Association)، التي تبحث في طرق حماية الملكية الفكرية المعلوماتية، واتحاد برمجيات الأعمال (BSA: Business Software Alliance)، واتحاد صناعة التسجيلات الأمريكي (RIIA: The Recording Industry Association of America)، المعني بمحاربة قرصنة الموسيقى، واتحاد البرمجيات الرقمية التفاعلية (IDSA: The Interactive Digital Software Association)، المهتم بمحاربة أنظمة المحاكاة غير الشرعية (أنظر مواقع الويب التالية: <http://www.siiia.net>، <http://www.riia.net>، <http://www.siiia.net>، <http://www.idsa.net>، <http://www.bsa.net>)... بالإضافة طبعاً إلى منظمة شرطة ويب (<http://www.web-police.org>) التي تستقبل مختلف الشكاوى وتقدم خدمة متابعة جرائم ويب من مختلف الأنواع، وأخذ الإجراءات المناسبة ضد مرتكبيها، لكن تحقيقاتها تستغرق وقتاً طويلاً.

15.4- الهاتف النقال (الرفيق الدائم)

الهاتف النقال عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة. ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية واستقلاليته العملية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف بـ"الخلوي"، أو بـ"النقال" أو "الجوال" أو "المحمول".

ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي "الثابت" أو "الخطي" الذي كانت طرفياته موصولة بشبكة من الخيوط لا تسمح بنقله إلا لمسافات محدودة. وترجع بداياته الأولى إلى ما كان يعرف باسم المذياع الهاتفي (الراديوفونية: Radiotéléphone) الذي نتج عن تطور التلفزيون اللاسلكية في أوائل القرن العشرين. وبعد ظهور أول شبكة اتصالية راديوفونية عام 1928 في إنجلترا استمر البحث في مجال اللاسلكي لتحسين النوعية والمدى حيث تم عام 1948 اكتشاف طريقة جديدة يسرت الاتصال بكل من لديه جهاز خاص. ثم طورت أنظمة هاتفية وطنية تسمح لعدد محدود من المواطنين الأغنياء الاندفاع بخدماته، وذلك قبل أن تنخفض أسعاره وينتشر جماهيريا.

ومن الأنظمة الرائدة في هذا المجال: مجموعة طومسون الفرنسية (1958) ثم النظام الهاتفي الأمريكي (AMPS) عام 1978، تلاهما نموذج دول الشمال الأوروبي (NMT) معتمدا على نظام الهاتف التماثلي المتحرك، والذي أصبح حينها أول خدمة راديوهاتفية عملياتية خلوية في العالم. بعد ذلك ظهر في بريطانيا النظام الخلوي الشامل (TACS) المتفرع عن نظام (AMPS)، تلاه ظهور عدة أنظمة اتصالية هاتفية وطنية مختلفة التقنيات والمعايير الاتصالية ونمط الأجهزة، مما قلل من فاعلية الاتصالات الدولية. وهو ما دفع بمعظم الدول الأوروبية إلى تكوين لجنة مشتركة عام 1982 كلفت بالعمل على إنشاء شبكة جديدة للاتصالات اللاسلكية تسمح باعتماد نظام رقمي مشترك وبمعايرة وتقنين تجهيزاته. وفي أكتوبر 1991 أعلن رسميا عن ظهور النظام الأوروبي الشامل للاتصالات المتحركة (GSM) الذي لاقى رواجاً كبيراً في مختلف أنحاء العالم منذ عام 1998 بعدما جهزت شبكته العالمية بأنظمة راديورسالية بفضل 66 قمرا تغطي جميع مناطق العالم. ونتيجة لذلك انتشرت الهواتف النقالة بكثرة ليتجاوز عددها الحالي المليار وحدة موزعة بشكل متفاوت بين مختلف دول العالم وتأتي في مقدمتها الصين وأمريكا واليابان..

ويتوقع أن خمس سكان العالم سيملكون جهازا للهاتف النقال مع حلول عام 2006 مقابل شخص واحد من كل عشرة في الوقت الحالي. وفي أوروبا قد ترتفع النسبة لتتجاوز 100%، أي أكثر من هاتف نقال واحد لكل شخص.

ومما يساعد على ذلك سهولة وسرعة تبادل البيانات لاسلكيا بين الهواتف النقالة ذات الشاشة الصغيرة وخاصة بعدما طور مقياس أو بروتوكول التطبيقات اللاسلكية "الواب: WAP" (Wireless Application Protocol). وهو شبيه بالبروتوكولات الموجودة في شبكة الانترنت. وللـ"واب" طريقتان للعمل أهمها: (SMS) 'خدمة الرسالة القصيرة' (Short Message Service). وهناك تقنيات أخرى ذات الاستخدام المتعدد، مثل "BlueTooth"، التي تعتمد على تعديل موجات الراديو قصيرة المدى لتبسيط عملية التواصل بين الهواتف النقالة وبينها وبين الإنترنت وبينها وبين الوسائط الاتصالية الأخرى داخل وخارج المنزل؛ وتقنيات أخرى ذات الاستخدام الشامل والسريع، مثل "UMTS"، التي دخلت حيز التطبيق التجاري عام 2002. ويمكن القول في الأخير أن إمكانيات التطبيق العملي لتقنيات انتقال المعلومات ومعالجتها غير بعض التقنيات الجديدة للهاتف النقال تتميز بهامش تطور وبمجال تطبيقي واسع جدا.

مكونات الهاتف النقال:

يتكون الهاتف النقال من مجموعة من المعدات المادية والبرمجيات:
الشاشة: وهي ذات طاقة استيعابية تتراوح ما بين ثلاثة وخمسة أسطر للكتابة والصور والرسوم.

لوحة المفاتيح: متعددة الوظائف (اتصالية ووقائية).

ذاكرة: متعددة الوظائف أيضا (التسجيل، التخزين، الفهرسة..).

البطارية: القابلة للشحن والتغيير ويتراوح عمرها العام ما بين 33 ساعة و450 ساعة، ووقت اتصال فعلي متواصل أقصاه ثماني ساعات.

مجالات استخدام الهاتف النقال:

بعد تطوير الشبكة العالمية للاتصالات اللاسلكية (GSM) أصبح الهاتف النقال كوسيلة اتصال متعدد وسريع يستغل في الكثير من نواحي حياتنا اليومية العامة والخاصة:

المجال التجاري: أصبحت التجارة بواسطة الهاتف النقال متيسرة وذلك في سياق ما يعرف بالتجارة الإلكترونية (e-commerce)، حيث حل محل الكمبيوتر كوسيلة اتصال بالأسواق العالمية وإنجاز العمليات التجارية نون التقيد بالمكان والاستفادة من الخدمات البنكية المصرفية. كما تستخدم الشركات الدولية للطيران في تسجيل الحجزات وفي تقديم خدمة الاستعلام عن الرحلات ومواعيدها..

المجال الأمني: يستخدم الهاتف النقال بعد تجهيزه بنظام جديد صمم خصيصا لدوريات الشرطة في المجالات الأمنية والوقائية.

المجال الصحي: طورت نماذج لتقنيات الاتصال النقال خاصة بالأطباء ونظم الرعاية الصحية وخاصة أثناء تنقلاتهم وزياراتهم الميدانية للمرضى، حيث تتبادل المعلومات ونتائج الفحوصات مع المراكز الصحية وزملاء المهنة.

المجال التعليمي: قد يستعمل الهاتف النقال في الإرشاد والتعليم خارج المدرسة، للصغار والكبار في التعليم الموازي والرسمي..

مخاطر الهاتف النقال وأضراره:

لقد صاحبت انتشار الهواتف النقالة ضجة إعلامية كبيرة حول المخاطر والأضرار الصحية والنفسية والاجتماعية التي قد يلحقها بمستخدميه:

الأضرار الصحية:

تثير الكثير من الشخصيات والمؤسسات والجمعيات الطبية بعض المخاوف حول الأضرار الصحية المحتملة التي يمكن أن يتسبب فيها استعمال أجهزة الهاتف النقال وذلك بسبب الطاقة المشعة من هوائي الهاتف الذي يكون قريبا من رأس الشخص أثناء عملية التحدث. وقد حاولت بعض البحوث الربط بين هذه الإشعاعات وعدد من الأعراض والاضطرابات الفيزيولوجية كالصداع والسخونة وارتفاع ضغط الدم والسرطان.. بل إن بعضها ربط بينها وبين إصابة بعض الأعضاء الداخلية (الكلى، الأعضاء التناسلية..) للقريبة من منطقة تعليق الهاتف النقال (الحزام الذي يتوسط جسم الإنسان). كما أثار بعض الأخصائيين مزيدا من المخاوف حول الهواتف النقالة إذا كان مستعملوها من الأطفال والشيوخ لأن أنظمة مناعتهم أضعف.

ومعروف أن منشأ هذه المخاوف يعود إلى عام 1993 بعدما ادعى أمريكي في مقابلة تلفزيونية أن زوجته ماتت بسبب ورم في المخ نتيجة كثرة استعمالها للهاتف النقال، فانتشرت مخاوف مستعمليها ومنتجها بسرعة فائقة.

ولكن الأوساط العلمية الرسمية تبقى منقسمة لحد الآن وذلك لافتقارها للدليل القاطع بسبب قلة الدراسات وخصوصية حالات دراستها مما يجعل تعميم نتائجها أمراً غير منطقي. هذا بالإضافة إلى بعض التطمينات الصادرة عن بعض اللجان والمعاهد الدولية المتخصصة في موضوع الإنسان والإشعاعات والتي تؤكد أن التعرض لمجالات الترددات اللاسلكية الصادرة عن النقال غير مضر لصحة الإنسان إذا لم يتجاوز حدود ومعدلات معينة.

ونظراً لكون الاشتباه قائماً والخطر محتملاً فالحيطة واجبة لذلك ينصح بتحديد فترة الاستخدام وإغلاقه في حالة عدم الاستخدام.

الأضرار النفسية والاجتماعية:

إن انتشار المفاجئ والسريع للهاتف النقال في كثير من المجتمعات جعلت البعض يهتم به كنوع أو كفاية في حد ذاته وليس كوظيفة. وهو أمر يحدث عادة مع المبتكرات الجديدة الموجهة للاستعمال الجماهيري (الكومبيوتر، الانترنت).

ومعروف أيضاً أن مثل هذه التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أحدثت تغيرات سلبية في طبيعة العلاقات الاجتماعية وفي بعض القيم والمبادئ (العزلة، التشتت الذهني..). نتيجة الاستغناء عن التتقل والتعامل مع أكثر من قناة معرفية في وقت واحد أو في أوقات متقاربة جداً.. ولذلك ينصح بالتقليل من استعماله وإغلاقه عند الانشغال بأمور جدية.. ومنها قيادة السيارات.

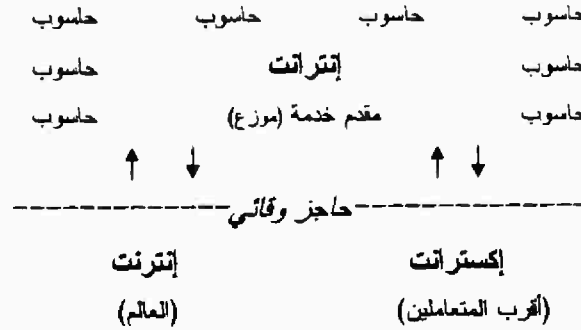
14.4- التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال (الإنترنت، الإكسترانت..)

لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصالات والمعلوماتية إلى ظهور وسائل وتطبيقات وسيلية اتصالية جديدة أطلق عليها البعض اسم "التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال" (NTIC). وهي تعني أساساً تلك الموصولة بالكمبيوتر، ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموماً وتنظيم المؤسسات خصوصاً.

1- المؤسسات: لقد ظهرت في سياق شبكة الأنترنت شبكات معلوماتية خاصة ومحمية تستعملها بعض الجماعات والمؤسسات لمعالجة معلومات توصلها الداخلي. ومن أهمها شبكة الإنترنت (Intranet). وهي تسمح بتبادل المعلومات داخل المؤسسة بصورة أسهل وأسرع وأرخص. ومن أهم وظائفها: البريد الإلكتروني، تسيير مختلف الفهارس (المعلومات، الخدمات ومختلف التطبيقات، المستعملون...)، خدمة إدارة الشبكة (المراقبة والصيانة)، ندوات النقاش (على غرار "جماعات الأخبار" الانترنيتية)، برنامج العمل المشترك، الأسئلة الشائعة بأجوبتها (FAQ)، مختلف أنواع المكتبات، تبادل الملفات، إنشاء صفحات إنترنت خاصة بكل مصلحة، إمكانية الاتصال بمواقع خارجية (الإكسترانت الخاصة بمتعاملها المقربين أو بشبكة إنترنت العالمية).

إن الإكسترانت (Extranet) عبارة عن إنترنت توسعه المؤسسة ليشمل أقرب متعاملها (الزبائن، الموردون، المنتجون الوسطاء، الموزعون، المستشارون...). ولحمايته تضمنه كلمة سر تسمح بالاطلاع على بعض مواقع إنترنت المؤسسة المعنية. وهذه الشبكة عملية جداً وتوفر ديناميكية حقيقية بين المتعاملين كما تقوي روح الانتماء إلى جماعة مصالح واحدة وتوثق من علاقات أعضائها. ولتحويل الإنترنت إلى الإكسترانت، يجب أن تتوفر لدى كل حواسيب الشبكة بطاقة شبكية، تسمح بتواصلها من خلال خطوط خاصة أو عن طريق الإنترنت بالنسبة للذين زدوا بعنوان خاص أو بكلمة سر. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل (10) يوضح هندسة الإنترنت بتوسعاتها المحتملة



لقد أدى استعمال هذه التكنولوجيات المعلوماتية إلى إدخال المؤسسات في حركية شبكية جديدة دعمت انفتاحها على محيطها الخارجي وعززت من تواصلها الداخلي. فبفضل مثل هذه الشبكات تمكنت المؤسسات من تنسيق أنشطتها عن بعد، والمحافظة على التواصل بين مختلف فروعها ومع المتعاملين معها ومورديها وزبائنها. إن تحكمها في التدفق المعلوماتي عن طريق شبكات معلوماتية يضمن لها انسجاما تنظيميا ويحسن من فاعليتها. ولكن تجدر الإشارة إلى أن إدماج مثل هذه التكنولوجيات يتطلب، من جهة ما يناسبها من كفاءة تقنية وتنظيمية، ومن جهة أخرى الحذر من بعض السلبيات: فلقد نبه تقرير "المنظمة الدولية للشغل" الذي نشر في أغسطس 1994 إلى المراقبة المتزايدة التي تفرضها المؤسسات على عمالها بفضل تطور استعمال الاتصال الإلكتروني في المؤسسات: كاميرات المراقبة، الأشرطة التسجيلية، البطاقات المغنطيسية، البرامج المعلوماتية الذكية، الخاصة بالفلتر أو التصفية، الأرشيف الإلكتروني للرسائل... التي تسمح في مجملها بتتبع أثر العمال والتعدي على خصوصيتهم والحد من حريتهم.

2- مصادر المعلومات وأدوات البحث والتواصل المعلوماتية الجديدة: أدت التطورات

الأخيرة للمعلوماتية والاتصالات السلكية واللاسلكية إلى ظهور وسائل تكنولوجية جديدة للإعلام والاتصال يستعملها العام والخاص، وتتمثل أدواتها الأساسية في الكمبيوتر، وأهمها لحد الآن:

- قواعد البيانات المعلوماتية: رصيد معلوماتي منظم تستغل مضامينه عبر الحاسوب

وتحمل عن بعد.

- البريد الإلكتروني: نظام اتصالي يقوم بدور صندوق بريدي فوري للرسائل المعلوماتية.

- المحاضرة المدعمة بالكمبيوتر: نظام تفاعلي يستعمل الحاسوب لهيكلية وتخزين ومعالجة النصوص (الاملات المكتوبة) من طرف مجموعة من الأشخاص. وهو يشكل نوعا خاصا من النشرات العمومية أو نصف العمومية.

- الفيديو تيكس: نظام يسمح بالمعاينة البصرية على موصل للمعلومات الرقمية والبيانات المرسل من طرف شبكة اتصال معلوماتية سلكية ولاسلكية تجدد باستمرار معطياتها.

- المسجل التماثلي والرقمي، الفيديو ديسك (القرص للتسجيلي)، التلفزيون التفاعلي بالكابلات...: تكنولوجيات أخرى تسمح بـ"التفاعل" بين المستعمل والتكنولوجيا، أي الحوار الشخصي بينهما أو الحوار بين عدة أشخاص بواسطة هذه التكنولوجيات.

ويتمثل الاتصال بواسطة هذه التكنولوجيات الجديدة في عنصر أساسي هو الكمبيوتر، الذي يتيح لمستعمله التفاعل معلوماتيا فيما بينهم بواسطة خدمات معلوماتية متنوعة: البريد الإلكتروني، قواعد البيانات..

عادة ما يضطر الراغب في استعمال هذه الخدمات إلى المرور، انطلاقا من حاسوبه، عبر شبكة ناقلة للبيانات المعلوماتية بالحزمة. تقوم الشبكة الناقلة بربط المستعمل بكمبيوتر مركزي يدعى "موزع" (Server)، حيث توجد الخدمات الاتصالية المذكورة سابقا.

وتدعى مثل هذه النماذج من التكنولوجيات: "التطبيقات المعلوماتية عن بعد" (Application télématique)، وهي تعني مجموع التقنيات والخدمات التي تجمع بين استعمال كل من الاتصالات عن بعد (Telecommunication) والمعلوماتية (Informatique).

- هذا ولقد نتج عن المعالجة المعلوماتية للصوت والصورة ما يعرف في مجال السيمي البصري بـ"الواقع الافتراضي أو التخيلي" (Virtual Reality)، والذي يحس فيه الفرد بأنه في بيئة مختلفة وبأنه مندمج اندماجا كاملا مع الآلة، نتيجة رؤيته لصور مركبة توهمه بأنه يشاهد الواقع. إن هذه المشاهد التي تنتجها حواسيب قوية جدا تجعل مشاهداها وكأنه مندمج في المشهد المعنوي الذي يتطور مساره بناء على أوامر المشاهد، الذي يبدو وكأنه مزود بكاميرا تسمح له بالتجول بنظره في مختلف أرجاء محيطه الافتراضي الذي اندمج فيه.

وتجدر الإشارة في الأخير إلى أن هذه الثورة المعلوماتية الجديدة شاملة وحاسمة مجتمعا إلى درجة أصبحت تعتمد كمؤشر لتصنيف وترتيب المجتمعات:

ففي تصنيف حديث (يناير 2001) لمؤشر المجتمعات الإعلامية (Indice des Société de l'Information) الذي عني بأهلية حوالي 150 دولة للمشاركة في الثورة المعلوماتية، اتضح أن 55 دولة فقط تمثل 98 % من حركة المرور العالمية داخل الطرق السريعة للمعلومات: نجد في المقدمة الدول الاسكتندنافية الأربع، فالولايات المتحدة الأمريكية.. ثم الإمارات العربية (المرتبة 28) السعودية (44)، الأردن (50) ومصر (51) (MOWLANA, H.: 2001, 167).

15.4 - استنتاجات عامة حول المفارقة بين وسائل الاتصال

بعد هذا العرض الموجز لوسائل الاتصال وتطورها، نستطيع أن نؤكد أن هذا التطور المطرد، لم يأت من فراغ، وإنما تأثر بعوامل كثيرة كما أنه في مقابل ذلك أثر في ميادين متعددة أيضا. إن التطور المؤسسي للإعلام والاتصال تزامن مع التطور السياسي في ثلاثة مجالات على الأقل: أحدها طبيعة النظرة المادية للوسائل والتقنيات وكذلك التطور في البنى والهيكل، وثانيها توسع الوظائف، وثالثها اختلاف التصورات حول الحرية وأهداف الإعلام والاتصال وأساليب وأنظمة تطبيق هذه التصورات.

إن ما ميز استعمال وسائل الاتصال في الربع الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحالي توجهاً جديداً: الاستقبال الفردي للرسائل والأجهزة المحمولة (الجوال، النقال، المتحركة...).

ومن جهة أخرى يمكن استخلاص نتيجتين من التطور المستمر والمطرد لوسائل الاتصال: أولهما أن هذه التغيرات تمثل اتجاهاً لا رجعة فيه، والثانية أن العلاقة بين مختلف الوسائل الإعلامية هي أساساً علاقة تكامل وليست علاقة استبدال وإقصاء، فالنول أو المؤسسات التي تختار التركيز على أسلوب فني واحد، ينبغي ألا تفعل ذلك بما يؤدي إلى القضاء على الآخر وإهماله؛ وبينما يقال كثيراً أننا ندخل "العصر الإلكتروني"، فليس ثمة ما يشير إلى اختفاء وسائل الطباعة اختفاء كلياً، وسوف تستمر -مستقبلاً- كمصادر متميزة للإعلام والمعرفة والترويج.

ومع ذلك فالأفضلية ستكون، في الغالب، بالضرورة للسمعي البصري بمختلف مكوناته، وخاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار تطوره التدريجي نحو اندماج مختلف دوائمه. ومن جهة ثانية فإن الاندماج الرقمي لمختلف الوسائل قد يؤدي إلى زحزحة التلفزيون من مكانته المهيمنة ليفسح المجال لوسيلة رقمية تفاعلية موحدة تسمح بتركيب وإعادة تركيب وسائل جديدة أو بالجمع بين وظائف اثنين أو أكثر من وسائل الاتصال الموجودة: الفيديو والحاسوب والهاتف والتلفزيون، مما سيؤدي إلى نهاية التفرقة التقليدية بين هذه الدعامات وكذا بين تطبيقاتها الاجتماعية (الإعلان، الإشهار، التربية والتعليم، الترفيه...). وخير دليل على ذلك ظهور تراكيب لغوية جديدة للتعبير على ذلك، مثل:

Advertorials (advertising+editorials), infomercials (information+commercials), infotainment (information+entertainment), edutainment (education+entertainment)...

خلاصة المقارنة بين وسائل الاتصال

وأما فيما يخص بعض الاستنتاجات العامة التي أمكن استخلاصها بعد المقارنة بين أهم خصائص وسائل الاتصال (السمعية، البصرية، السمعية- البصرية) فتجدر الإشارة إليها فيما يلي:

- إن المقارنة بين مختلف وسائل الاتصال يجب أن تأخذ بعين الاعتبار قيمة الأداء الإعلامي الاتصالي في المستويات المختلفة لعملية الاتصال مثل: الفهم، التعلم، الإقناع، سعة الاستقبال...

- إن الرأي الشائع في مجال المقارنة بين الوسائل، والذي يفترض تفوق الوسائل التي تؤثر في نفس الوقت على أكبر عدد ممكن من حواس الإنسان، أصبح محل اعتراض من طرف عدد معتبر من الباحثين الذين يجمعون على أن الإمكانات النسبية لمختلف وسائل الاتصال تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى، وفقا للجمهور الذي توجه إليه وتبعاً لشكل ومضمون الرسائل الإعلامية. وبصفة عامة، لا يمكن تفضيل أية وسيلة على الأخرى إلا بعد معرفة نوعية المرسل، طبيعة موضوع الرسالة، والجمهور المقصود والظروف والعوامل المختلفة المتعلقة بالموضوع الإعلامي المطلوب.

- بالرغم من كون الوسائل المطبوعة تعد أقدم وسائل الاتصال الحديثة، فإنها تعتبر أقل سرعة من الوسائل السمعية والسمعية البصرية في تقديم الأخبار، وخاصة منها الراديو الذي يعتبر مصدراً متواصلاً للأخبار. وتحاول الآن بعض الشبكات التلفزيونية العالمية منافسته في هذا المجال. وبالطبع فإن بطء تداول المطبوع، مقابل السرعة الإلكترونية لبعض الوسائل الأخرى التي أصبح معظم بثها مباشراً، يجعلها ضعيفة في ميادين الأحاسيس والإثارة والمشاركة والتفاعل، وقوية في ميدان توفير فرص أكثر وقت أطول للتفكير والنقد واستعمال العقل.

- لا تستطيع الوسائل السمعية والسمعية البصرية أن تحتفظ بالمعلومات بالشكل الذي تقوم به وسائل الاتصال المطبوعة رغم توفر المزيد من دعائم للحفظ السمعية البصرية (Videocassette, CD, DVD...) في المدة الأخيرة.

- تسمح الوسائل المطبوعة لقارئها بالسيطرة على ظرف التعرض وبتكرار العرض عليها أكثر من مرة، وذلك أكثر من غيرها.

- يفضل استخدام المواد المطبوعة مع الجمهور المتخصص والمتقف وصغير الحجم لأسباب مادية وبغية فعالية أكبر، ولذلك فمن الأفضل تقديم الرسائل الاتصالية المعقدة عبر

الوسائل المطبوعة وتوجيهها لجمهور متقف. وعلى العكس من ذلك، لا يجد غير المتقنين لذتهم في القراءة بل في الاستماع والمشاهدة، وخاصة إذا كانت المادة الاتصالية مبسطة وخفيفة.

- يؤخذ على صناعة السينما كلفة إنتاجها العالية، تعقد هياكلها (الإنتاج، التوزيع، الاستغلال) وطرق تمويلها، قلة تنوع معروضاتها وعدم تنقلها. وفي مقابل ذلك، فإن كبر شاشة السينما يجعلها تأخذ بلب المشاهد أكثر من التلفزة مثلا.

- تتميز التلفزة -في معظم الدول- بحيازتها على أوسع جمهور ويلبها في ذلك الراديو.
- تساعد سهولة استخدام الراديو وطبيعة برامجه على قلة تركيز واهتمام الجمهور، فهو يستعمل أساسا كمصدر يوفر لجمهوره خلفية ترفيهية أكثر مما يستعمل كهدف للاهتمام المركز.
- وعلى العموم تعتبر الوسائل السمعية البصرية مجالا مفضلا للشعور والعاطفة والغرائز، بينما يلاحظ في الوسائل المطبوعة تأثير أبلغ للحجج والبراهين ومخاطبة العقل على تغيير الاتجاهات.

- إن التأثير السريع تتفوق فيه التلفزة، ولكنه يتلاشى بسهولة أكبر مع مرور الوقت، بينما تتفوق الوسائل المطبوعة في غرس أمتن للأفكار والمعتقدات بعملها في العمق وذلك بالرغم من ضعف تغطيتها مقارنة مع التلفزة.

- يعتبر الخطاب الجماهيري المباشر أكثر الوسائل فعالية في مجال الإقناع وتدعيم الاتجاه أو تغييره، إذ أنه كلما زاد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع. إلا أن الاستعمال المركب لمختلف وسائل الاتصال يعد أشد وأقوى أنواع الاتصال على الإطلاق.

أما عن أفضلية الوسائل في تقدير الجمهور، فهي تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن زمن لآخر. فمثلا قدرت عينة من المجتمع الأمريكي (2498) سنة 1960 بأن الصحافة والتلفزة هما أهم وسيلتي اتصال وذلك بالنسب التالية: الصحافة (38%)، التلفزة (37%)، الراديو (16%)... (كوليانوسكي وآخرون: 1978، 169)، وذلك بخلاف عينة من المجتمع الأسباني (2668 شخصا 15 سنة) أجريت عليها دراسة عام 1989 والتي اعتبرت بأن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر تأثيرا، فهما ونسبية، من كل من الراديو والصحافة بمختلف أنواعها العامة والمتخصصة (Callejo Gallego, 1995, p. xvi).

خاتمة: مستقبل الاتصال بين الجماهير والتخصيص والهيمنة

إن للاتصال بعدا حاسما في الحياة الاجتماعية في مجتمعاتنا المعاصرة. ولذلك نجد أن من أهم التعاريف التي خصت هذه المجتمعات هي تلك التي جعلت منها "قرية عالمية" (ماكلوهان) تتميز بالشمولية والانسجام، وتلعب فيها تكنولوجيات الاتصال الحديثة دورا أساسيا موجها؛ أو "مدينة عالمية" و"مجتمعا تكنولوجيا" -تكنولوجيا/إلكترونيا- (ز. برزسكي) شاملا ولكنه أقل انسجام (مدني ولبس قروي)، تسوده علاقات وظيفية متبادلة؛ أو "عمارة ضخمة" (ر. بلاك) تضم عشرات الشقق السكنية يعيش سكانها في غربة عن بعضهم البعض؛ وقبل ذلك مجتمعا "ما بعد صناعي" أو مجتمعا "إعلاميا"، توقعه "دانييل بل" مع نهاية الستينيات وخصه بـ: الخدمات، التخصص، المعرفة النظرية، تكنولوجيا الذكاء، وتطور تكنولوجيا مستقلة؛ وبعد ذلك عالما "وسيليا" أو "اتصاليا"..^(*)

الملاحظ أن كل هذه المفاهيم تحيل مباشرة إلى مفهوم "الاتصال الشامل" وخاصة منه "الجماهيري"، والذي أصبح يميل تدريجيا نحو "الاتصال الفردي"، العزلة، التخصص والتفاعلية. وذلك راجع في تقديرنا لما شهدته وسائل الاتصال من نقلة نوعية مميزة في السنوات الأخيرة، تمثلت أساسا في الانتقال التدريجي من "جمهرة" وتعميم توزيع الرسائل إلى "فردنتها" وتخصيصها. ولقد رافق ذلك الاستخدام المتزايد والمتنوع لتكنولوجيا الاتصال الحديثة والتي تتيح خدمات كثيرة ومختلفة وتحت الطلب (كما ونوعا وتوقيتا)، لتلبي حاجيات جماعات صغيرة أو فرد بعينه. فإذا كان بإمكان الجميع -حتى الأميين- استقبال الرسائل السمعية البصرية، فالغالبية العظمى لا تستطيع البث بنفس الكمية والنوعية بسبب غلاء وسائله وتعدد بعض تقنياته. ومن هنا يأتي الخوف من التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال التي تعمل في هذا المجال على جعل الاستعمالات ثنائية: فتخصص للبعض أداءات وإنجازات فعالة ومفيدة جدا ولللبعض الآخر الإقصاء.

(*) لمزيد من التفصيل أنظر:

- Mc Luhan, M. (1969), War & peace in the global village.
- Brzezinski, Z. (1969), Between two ages: America's role in the technetronic era.
- Bell, Daniel (1973), The coming of the postindustrial society, Basic books, N.Y.
- Blake, R.A. (1988), « Condominium in the Global Village ».. N.Y.
- Mattelart, A. (1992). La communication-Monde..., Paris, La découverte.

وإذا استمر هذا التوجه الفردي والتخصصي، فإن وسائل الاتصال الجماهيري قد تصبح تقليدية ومعها رؤية "ماكلوهان" الخاصة بـ"القرية العالمية" والخبرات المشتركة وتوحيد الجماهير (Massification) ..

ومعلوم أن من أهم مظاهر هذا التوجه الجديد للاتصال "الفيديسائي"، الذي بدأ في دول الشمال منذ الثمانينات، ظهور التلفزيون الكابلي التفاعلي، انتشار محطات التلفزيون والراديو (FM) ذات القوة المنخفضة ونطاق الإرسال الضيق، اختراع أجهزة سمعية بصرية صغيرة جدا هي أخص بالاستعمال الذاتي، زيادة انتشار ألعاب الفيديو داخل المنزل لتستخدم فرديا، انتشار وسائل تكنولوجية حديثة لنقل المعلومات مثل الفيديو تيكس والتلتيكست وقواعد البيانات والبريد الإلكتروني.. تصل إلى المنازل مباشرة لكي يستخدمها الأفراد بالكمية والكيفية التي تناسبهم.

ونتيجة لذلك يخشى بعض علماء الاجتماع أن يؤدي هذا التوجه الجديد لاستعمال وسائل الاتصال إلى نقصان الاتصال الشخصي المباشر بين الناس وإلى قلة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري التقليدية (صحف، راديو، تلفزيون..)، وقد يسبب ذلك عزلة نفسية واجتماعية لدى الأفراد الذين سيؤدون العديد من مهامهم الاجتماعية بمجرد استخدام الأزرار والمفاتيح من داخل المنازل، ويؤدي إلى انطواء ثقافي، إثم، ديني.. لبعض الجماعات والأفراد الذين قد يحصرون تفاعلهم مع وسائل وبرامج تدعم هويتهم. فكل واحد منهم سيشاهد برامجه التلفزيونية الخاصة وسيستقبل جريدته الخاصة لكي يزيد جهله بعالم الآخرين وتطوير سياجه الثقافي. مما سيكرس الفردية، العزلة و"التفتيت الجماهيري" (Demassification).

وبالطبع هناك ثمن سياسي قد تضطر الدول التي تستخدم هذه التكنولوجيا الجديدة المجزئة إلى دفعه، وهو زيادة تشتت أفراد الأمة بدلا من توحيدهم وإلى "هدم المواطنة". فالفضاء العمومي سيبقى بل قد يتوسع (فهو لا يعترف بـ"التراب الوطني") ولكنه سيكون أكثر فأكثر تفتيتا وتجزئة، وأما سلطة الدولة ومبادئها السياسية والثقافية والإعلامية فقد بدأت تصبح في خبر كان. ومعلوم أن وجهة النظر هذه تعبر عن أحد التصورين المحتملين في القرن الحادي والعشرين.

وأما التصور الثاني للتطور التكنولوجي لوسائل الاتصال فهو يفترض حدوث نوع من التوافق بين التكنولوجيا القديمة والحديثة، حيث تحافظ التكنولوجيا القديمة على تنمية الإحساس بالمشاركة وتحطيم الحواجز بين البشر وتبادل الخبرات، في حين يمكن للتكنولوجيا الجديدة أن

تقوم بسد جوانب النقص والقصور في التكنولوجيا القديمة مدعمة التوجهات الفردية وملبية الرغبات الشخصية.

ونذكر بعض المراجع توجهها ثالثاً، من نمط مغاير، يشير إلى فرض تكريس الهيمنة والانماج المؤسستي من خلال شركات احتكارية عملاقة (ينطلق معظمها من الدول المتطورة) تقوم بفرض شكل الاتصال ومحتواه^(*) في إطار معلوم تسيره قوانين السوق "المسلطنة". فالالاقتصاد المثالي بالنسبة لهذا التوجه يفترض سيطرة مؤسسة عالمية واحدة على شركات إنتاج الأفلام والبرامج والهاتف والأقمار الصناعية والكابلات وأجهزة التلفزيون والحواسيب... أي كل ما له علاقة بعالم الفرجة والإعلام والاتصال. وللتخفيف من حدة ووحشية هذه العملية الانماجية "الابتلاعية" للصغار يستعمل مصطلح (Synergie): "التعاون" أو "التوحد في العمل" بدلاً من مصطلح (Monopole): "الاحتكار"، الذي يفترض طبعاً "المنافسة غير العادلة" و"الهيمنة" و"الأحادية" و"المراقبة"... والمصيبة أن هذا الاحتكار الذي كان يشمل في الماضي وسيلة واحدة أصبح اليوم متعدد الوسائل ويعمل على السيطرة على كل مراحل عملية تصور وإنتاج واستهلاك المطبوع والمسموع والمرئي. فإذا أخذنا مثلاً الكتاب كوسيلة مستهففة، نجد أن المؤسسة الأم تعمل على امتلاك ليس فقط دار النشر التي ستصدره والوكالة التي ستبيعه والصحيفة التي ستشره في أعداد متسلسلة والراديو الذي سيذيعه في حلقات، بل تستملك أيضاً دار السينما التي ستحوله إلى فيلم وموزع هذا الفيلم وسلسلة القاعات التي ستعرضه وشركة التصدير التي ستوزعه في شكل شرائط وأقراص، بل قد يمتد يدها ليطول شركات الكابلات والأقمار الصناعية التي ستوزعه والورشات التي تصنع أجهزة التلفزيون التي سيشاهد عليها في مختلف أنحاء العالم.

وبالطبع فإن هذه العملية تلغي الفروق الموجودة بين مختلف أصناف السلع (وسائل الاتصال): الكتب، الصحف، الإذاعات، الأقمار الصناعية، السينما، التلفزيون... وترسم عملية الإنماج العمودي للوسائل كتنقية جديدة للهيمنة وفرض شمولية تجارية وثقافية. ومعلوم أن التيار الجارف للامبراطوريات الإعلامية بدأ في الثمانينات على يد حيتان كبيرة من أمثال "ر. ماكسويل" و"ر. مورنوك" تلتها في منتصف التسعينيات قروش شابة من أمثال شركات: Viacom, Bell Atlantic, Microsoft, Vivendi... وذلك في ظل غياب صارخ للتقنين الحكومي المفترض فيه

(*) لمزيد من التفصيل انظر:

حسن عماد مكاي: 1997، 263-273،

- BARBER, B. R.: 1996.

تنظيم السوق ومنع الاحتكار وتشجيع التنوع، بل إن الدول التي حاولت إدخال جرعة صغيرة من التقنين في هذا المجال اعتبرت عدوة للتجارة وحوربت بنجاح. ولقد ساعد على ذلك كون مجال الفرجة والإعلام معولما جدا وأن تكنولوجياته عابرة للحدود الوطنية ولا تسمح كثيرا بالمراقبة المحلية للدول الضعيفة.

ولذلك سيكون من الصعب جدا على هذه الأخيرة أن تدافع عن حقوقها المادية والمجالية وعن هويتها الثقافية والحضارية ضد ثنائية امبراطورية المال واحتكارية الثقافة. وبهذا الصدد يشير بعض الملاحظين إلى مخاطر:

- تعميق الفروق في مجال التبادل المعلوماتي والثقافي بين الدول الصناعية المنتجة للبرامج والدول المستهلكة لها، ونفس الشيء يمكن أن يقال في المجال التقني والوسيلي الذي يستعمل في تدعيم التفاوت السابق بل في مراقبة وقمع المبادرات والمنتجات الإعلامية المنافسة والصادرة خصوصا من الدول الضعيفة. وذلك على نحو ما فعلت أمريكا وقناة (CNN) مع قناة "الجزيرة" أثناء الاعتداء الأمريكي على أفغانستان.

- هيمنة ثقافية للدول المنتجة (وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية) التي تفرض على باقي الدول قيمها الثقافية والمعيشية.

- تطوير إعلام "سوقي" موحد النمط ومعلوم، يجتر افتراضات الفكر المهيمن.

وفي مقابل ذلك هناك من يبرز إمكانيات المقاومة التي يتمتع بها بعض الأفراد والثقافات لمواجهة رسائل هذا الإعلام الخارجي، بتكييفها محليا أو إعادة إنتاجها بعيون فاحصة ورؤى نقدية.

ويبقى في الأخير أن نشير إلى أن الأهم والأخطر في الأمر مهما كان التصور المستقبلي الذي سيتحقق أن المحددات الحالية (وفي المستقبل القريب) لبينة الاتصال بيد دول الشمال عموما وأمريكا خصوصا (مباشرة أو عن طريق الشركات الاحتكارية أو المنظمات العالمية). وإذا لم تتحرك دول الجنوب باتجاه التفاعل مع الواقع والتأثير فيه فلن يكون لها أدنى دور في تحديد مسار المستقبل.

المراجع العامة

1- المراجع العربية

1.1- الكتب:

أبو عرقوب، إبراهيم (1993): الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، الأردن، دار محمد لاوي.

الأنيلري فتحي (1985): الإعلام الدولي والدعاية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

أحمد علل راشد (1981): الإعلان، بيروت، دار النهضة العربية.

أحمد السواس، عبد الحليم (1997): "الوقاية من تعاطي المخدرات"، مجلة الأمن، السعودية، العدد الخامس عشر، شعبان/ديسمبر 1997/1418.

إحداث زهير (1991): مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

إدوين واكين (1981): مقدمة إلى وسائل الاتصال، القاهرة، الأهرام.

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

برنت روبين (1991): الاتصال والسلوك الإنساني، السعودية، معهد الإدارة العامة.

بسيوني عبد الحميد، عبد الحميد (1996): دليل استخدام شبكة إنترنت، مصر، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع والتصدير.

جبران كرم، جان (1986): مدخل إلى لغة الإعلام، لبنان، دار الجيل.

جان ستوتزل، ألان جرار (1982): استطلاع الرأي العام، بيروت، منشورات عويدات.

الجردي نبيل عارف (1985): مقدمة في علم الاتصال، العين، مكتبة الإمارات.

جريشة علي (1990): نحو إعلام إسلامي (إعلامنا إلى أين؟)، الجزائر، الإرشاد.

جلال عبد الوهاب (1984): العلاقات الإنسانية والإعلام، الكويت، دار السلاسل.

جيهان أحمد رشتي (1978): الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي.

جورج كلاوس (1977): لغة السياسة، دمشق، وزارة الثقافة.

حامد عبد الله ربيع (د. ت.): مقدمة في العلوم السلوكية، القاهرة، الفكر العربي.

الحسيني، أسامة (1996): الشبكة الكومبيوترية العالمية: إنترنت، القاهرة، مكتبة ابن سينا.

حامد عبد السلام زهران (1992): علم النفس الاجتماعي، ط.4، القاهرة، عالم الكتب.

حجازي، مصطفى (1982): الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية، بيروت، دار الطليعة.

دايل كارنيغي (1995): فن الخطابة، بيروت، الهلال.

دليو فضيل، العطاروي محمد، عبد التوفيق السعيد (2000): الانتخابات الرئاسية الجزائرية (نوفمبر 1995): تحليل مضمون جريدة (El WATAN)، الدفاتر الجزائرية لعلم الاجتماع، جامعة الجزائر، ع 1، 2000، ص. 313-330.

دليو، فضيل (1998): مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

— (1999): "العولمة وإشكالية حياد تكنولوجيا الاتصال الدولي"، ملتقى دولي حول "الجزائر والعولمة" (1999/11/23-22)، جامعة قسنطينة- الجزائر.

— (2001): "عالم إنترنت الموازي"، ملتقى وطني حول "علم اجتماع الاتصال والتحديات المعاصرة" (2001/4/25)، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة- الجزائر.

دايسون، بيتر وآخرون (1998): الإنترنت، ترجمة مركز التعريب والترجمة، لبنان، الدار العربية للعلوم، 1998.

دوفور، أرنولد (1998): إنترنت، بيروت، الدار العربية للعلوم.
راسم محمد الجمال (1991): الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.

سيف الإسلام الزبير (1985): تاريخ الصحافة في الجزائر، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب.
— (1986): علم الإعلام والمؤسسات الإعلامية في العالم الثالث، ط2، الجزائر، مؤسسة الوطنية للكتاب.

— (1981): الإعلام والتنمية في الوطن العربي، دمشق، المركز العربي للدراسات الإعلامية.

سمير أمين (إشراف) (1988): المجتمع والدولة في الوطن العربي (الجزء 4: المغرب العربي)، مصر، دار العالم الثالث.

سيد محمد ساداتي الشنقيطي (1986): أصول الإعلام الإسلامي وأأسسه، الرياض، دار عالم الكتب.

السويدي، محمد (د.ت): دليل استخدام شبكة الإنترنت، القاهرة، مكتبة ابن سينا.
السيد، مصطفى (1997): دليلك الشامل إلى شبكة الإنترنت، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

- شاهين، بهاء (1996): شبكة الإنترنت، ط.2، القاهرة، كمبيوساينس العربية لعلوم الحاسب.
- شلبي رؤوف (1982): سيكولوجية الرأي والدعوة، ط.2، الكويت، دار القلم.
- ضياء الدين أحمد (1986): حركة القومية العربية (ميلادها ووسائل انتشارها)، قم، المركز الإسلامي للأبحاث السياسية.
- عبد اللطيف حمزة (1978): الإعلام والدعاية، ط.2، القاهرة، دار الفكر العربي.
- عبد الملك بن هشام (1937): السيرة النبوية، القاهرة، المكتبة التجارية.
- عبد القادر حاتم (1985): الإعلام في القرآن الكريم، لندن، نادي بريس.
- العديلي، ناصر محمد (1995): السلوك الإنساني والتنظيمي، منظور كلي مقارنة، السعودية، معهد الإدارة العامة للبحوث، 1416 هـ.
- عزي عبد الرحمن (1995): الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، الجزائر، دار الأمة.
- عزي عبد الرحمن وآخرون (1992): عالم الاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- (1994): فضاء الإعلام، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- عواطف عبد الرحمن (1985): الصحافة العربية في الجزائر، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب.
- علي محمد شمو (2002): الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مصر، مكتبة الإشعاع.
- غازي حيدوسي (1997): الجزائر، التحرير الناقص، لبنان، دار الطليعة.
- غريب سيد أحمد وآخرون (2001): علم اجتماع الاتصال والإعلام، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- فرايميس ج. برجين (1995): الإعلام التطبيقي واستخداماته في تطوير الإدارة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- فهمي طلبة، محمد (1997): الإنترنت والاستخدامات المتطورة، القاهرة، مطابع المكتبة المصرية الحديثة.
- كامل مشرف، صلاح الدين (1417هـ): "أساليب ارتكاب جرائم الكمبيوتر وطرق البحث فيها"، ملحق مجلة الأمن، السعودية، ع 44، ص. 45-51.
- كايرول رولان (1984): الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.

- كولياتوسكي وآخرون (1978): علم النفس الاجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية، دار دمشق.
- كيت كينان (1996): أساليب الإقناع الإداري، لبنان، الدار العربية للعلوم.
- لعقاب، محمد (1999): الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد العامري، فاروق (1997): الشبكة العالمية للمعلومات: الإنترنت، القاهرة، الدار العربية للكتاب.
- محمد صفى الدين أبو العز (إشراف) (1991): الوطن العربي والمتغيرات العالمية، القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية.
- محمد سيد محمد (1992): الإعلام واللغة، القاهرة، عالم الكتب.
- _____ (1986): المسئولية الإعلامية في الإسلام، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط.2.
- محمد عبد الحميد (1992): بحوث الصحافة، القاهرة، عالم الكتب.
- _____ (1997): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب.
- محمد عبد القادر حاتم (1973): الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، لبنان.
- محمد علي العويني (1979): دور التكنولوجيا في الإعلام الدولي (دراسة نظرية تطبيقية)، القاهرة، عالم الكتب.
- محمد عجاج الخطيب (1985): أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، بيروت، مؤسسة الرسالة.
- محمد منير حجاب وسحر محمد وهبي (1995): المدخل الأساسية للعلاقات العامة: المدخل الاتصالي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- محمود فهمي (د. ت.): الصوت والصورة، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية.
- محمود عودة، السيد محمد خيرى (1988): أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، بيروت، دار النهضة العربية.
- مختار التهامي (1982): الصحافة والسلام العالمي، مصر، دار المعارف، د.ت.
- المغازي، أحمد (1978): الإعلام والنقد الفني، القاهرة، دار المعارف.
- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (1983): وسائل الإعلام والدول المتطورة، تونس.
- _____ (1984): مؤشرات الخطة الإعلامية في الحملات الشاملة لمحو الأمية، تونس.

- _____ (1985): قضايا البحث الإعلامي، تونس.
- _____ (1986): وسائل الإعلام والدول النامية، تونس.
- مكبريد وآخرون (1981): أصوات متعددة وعالم واحد، الجزائر، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- نوازي فهمي، هيثم (1996): رحلة عبر الشبكة الدولية "الإنترنت"، مدينة نصر، الحسيني للكمبيوتر ونظم المعلومات.
- هربرت أ. شيللر (1986): المتلاعبون بالعقول، الكويت، الرسالة.
- وزارة الإعلام (1972): دليل الصحافة العراقية، بغداد، دار الحرية للطباعة.

2.1- الدوريات والرسائل الجامعية:

- المجلة الجزائرية للاتصال: العددان: 7/6، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 1992.
- مجلة علوم وتكنولوجيا (الكويت): عدد 68، أغسطس/سبتمبر 1999.
- مجلة علوم وتكنولوجيا (الكويت): عدد 73، فبراير 2000.
- "إنترنت العالم العربي"، العدد الثاني، دبي، نوفمبر 1999.
- مجلة "الشاشة الصغيرة"، الجزائر، العدد 47، 1999.
- "أنباء الجامعة"، نشرية جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجزائر، مايو 2000.
- "مجلة التربية"، سلطنة عمان، العدد 30، جويلية 1999.
- "رسالة الأطلس" (أسبوعية جزائرية)، العدد 197، جويلية 1998.
- "الخبر" (يومية جزائرية)، 02 رجب 1401 - 2000/10/12.
- "النصر" (يومية جهوية جزائرية)، العددان: 224/223، 15-16/12/1997.
- إيمان بوصبوعة ومفيدة بوطويل: "إطارات الإدارة الجامعية واستعمال الهاتف النقال"، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2002.
- "السفير" (أسبوعية جزائرية)، 9-25 ربيع الأول 1422 الموافق لـ 11-17/6/2001.

- ALBERT, P. & LETEINTURIER (1999): Les médias dans le monde, Paris, ellipses.
- ANGEL, Nicolas (1998): Comprendre Internet, Paris, Sybex.
- BARBER, B. R. (1996): Djihad versus Mc World, Paris, Hachette.
- BAYLAN, Ch. , MIGNOT, X. (1991): La communication, France, Natan.
- BERTRAND, C-J. (1995): Médias: Introduction à la presse, la radio et la télévision, Paris, Ellipses.
- BETTETINI, Gianfranco & COLOMBO, Fausto (1995): Las nuevas tecnologías de la comunicación, Barcelona, Paidós, Trad. Juan Carlos Gentile Vitale.
- BOUTAIN, Yann: «A la découverte d'Internet», Revue Le guide d'Internet et du Multimedia », France, Continental one, Juillet/Aout 1996, pp.15-17.
- BOUGNOUX, Daniel (1998): Introduction aux sciences de la communication, Paris, La Découverte.
- CADET Ch. & Al. (1990): La communication par l'image, Paris, Nathan, 1990.
- CALLEJO GALLEGO, J. (1995): La audiencia activa: el consumo televisivo, Madrid, C.I.S.
- CASANOVA, Antoine (1992): La Pensée, N° 286, Paris.
- CHALIAND, Gérard (Dr.) (1992): La persuasion de masse, Paris, Robert Laffont.
- COSTA, Joan (1993): Reinventar la publicidad, Madrid, Fundesco.
- CUEVAS AGUSTIN, G. (1972): Teoría de la información, codificación y lenguajes, Madrid, M.E.C.
- De NARBONNE, Aimery (1991): Communication d'entreprise, Paris, Eyrolles.
- DIAZ PLAJA, G. (1973): Consideración del libro, Madrid, Editorial Nacional.
- ELIAS HANNA, E. (1993): La presse arabe, Paris, Ed. Maisonneuve et Larose.
- ESCARPIT, R. (1976): Théorie générale de l'information et de la communication, Paris, Hachette.
- EUDES, Yves (1984): La colonización de las conciencias: las centrales USA de exportación cultural, México, Gustavo Gili.
- FERRERO, Juan José (1975): La comunicación y los Mass-media, Bilbao, Mensajero.
- FLICHY, P. (1997): Une histoire de la communication moderne, Paris, La Découverte.
- GLOVER, D. (1986): "The Sociology of the Mass Media" in Haralambos, M. (Ed.) (1986): Sociology, New Directions, England, Causeway Books. pp. 369-442, translated by Filali Salah.
- HABERMAS, J. (1985): Conciencia moral y acción comunicativa, Barcelona, Peninsula.
- KELLY REARDON, K. (1981): La persuasión en la comunicación, Barcelona, Paidós.
- LARAMEE A. & VALLEE B. (1991): La recherche en communication: éléments de méthodologie, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- LARCHER, Eric (1998): Internet, Historique et utilisation ..
- LAZAR, J. (1992): La science de la communication, Paris, PUF.
- LEON, J-L (1989): Persuasion de las masas, Madrid, Deusto.
- LESGARDS, Roger (1995): « L'Empire des techniques », Revue Manière de voir. n°28, Paris, pp. 29-31.
- LOCHARD, G. & BOYER, H. (1998): La communication médiatique, Paris, Seuil
- McCOMBS, M.E. (1992): "Explorers and surveyors: Expanding strategies Agenda-Setting Research", Journalism Quarterly.
- McQUAIL Denis (1972): Sociología de los medios masivos de comunicación, Buenos Aires, Paidós.

- McQUAIL Denis (1988): Mass Communication theory: An introduction, London, Sage Publications.
- MIEGE, Bernard (1995): La pensée communicationnelle, Paris, PUG.
- MORAGAS, M. (Ed.) (1985): Sociología de la comunicación de masas, Barcelona, G. Gili.
- MUÑOZ ALONSO, Mariano. (1998): El libro y los Mass-media en la comunicación, Madrid, Fragua.
- MOWLANA, Hamid (2001): "Du moyen-âge à nos jours: la production de l'information dans le monde arabe " in PNUD: Coopération Sud, pp. 161-175.
- NORA, Dominique (1995): Les conquérants du cybermonde, Paris, Calman Levy.
- NOSEDA, R. C. (1973): El libro y la comunicación social, Buenos Aires, Troquel.
- NÚÑEZ LADAVEZE, Luis (1983): « Para un tratamiento autonómico de la noción y las funciones del medio de comunicación social », Madrid, REIS, N°22.
- O.N.T.I. (1998): L'Etat des nouvelles technologies de l'information en 1998, Paris, A.D.B.S.
- PIGEAT, Henri (1997): Les agences de presse, Paris, La documentation française.
- PIQUET, S. (1981): Publicité, Paris, Vuibert.
- PORCHER, Louis (1985): Vers la dictature des medias?, Paris, Hatier.
- QUIROS FERNANDEZ, F. (1991): Curso de estructura de la información, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- REGOUBY, Christian (1988): La communication globale, Paris, Editions d'Organisation.
- RODA FERNANDEZ, R. (1989): Medios de comunicación de masas, Madrid, C.I.S.
- ROGERS, E. & SHOAMAKER, F.F. (1971): Communication of innovations, A cross cultural approach, N.Y., Free Press.
- SCHRAMM, W. (1973): Men, Messages, and Media: A look at human communication, N. Y., Harper & Row.
- SFEZ, Lucien (1991): La communication, Paris, P.U.F.
- SHAW, D. L. & MARTIN, S. E. (1992): "The function of Mass Media Agenda Setting", *Journalism Quarterly*, Vol. 69, N. 4.
- SIDHOUM, Nabila: « La démonopolisation du secteur audiovisuel des pays du Maghreb: étude de cas: l'Algérie, la Tunisie, le Maroc », *Revue Naqd*, n° 8/9, pp.7-15.
- SVEND, Dahl (1972): Historia del libro, Madrid, Alianza.
- TIMOTEO ALVAREZ, Jesús (1992): Historia y modelos de la comunicación en el siglo xx: el nuevo orden informativo, Barcelona, Ariel.
- TERROU, F. (1991): L'information, Paris, P.U.F.
- VASSEUR, F. (1993): Les Médias du futur, Paris, PUF, 2 Ed..
- WIMMER, R. D. & DOMINICK, J. R. (1992): La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos, Barcelona, Bosch.
- WOLFGANG S. Freund (ed.) (1989): La presse écrite au Maghreb: réalités et perspectives, Hamburg, Deutsches Orient- Institut.
- WOLTON, Dominique (1999): Internet et après: une théorie critique des nouveaux médias, Paris, Flammarion.
- WRIGHT, Charles (1972): Comunicación de masas, Buenos Aires, Paidós.
- ZACCARIE, P-L. (1993): Audit de la communication globale, Paris, Ed. d'Organization.

2.2- الدوريات

- C.I.S.: *Revista Española de Investigaciones sociológicas*, N° 57, Madrid, 1992.
- El Watan, Alger : 31/01/2000, 02/6/1999.
- Demain l'Algérie: Alger, 15/3/1998.
- Le Monde Diplomatique, Paris, Mars 1996.

3- مواقع على شبكة الإنترنت:

<http://www.altavista.cybercafé.com>,
<http://www.bsa.net>, <http://www.idsa.net>,
http://www.nua/surveys/how_many_online,
<http://www.neelwafurat.com>,

<http://www.siiia.net>, <http://www.riia.net>,
<http://www.web-police.org>,
<http://www.postelecom.dz>,
http://www.writers@alryad_np.com.

مصطفي الدار الهندسي

موبايل: ٠١٢٢٢١٩٠٠٠ تليفون: ٢٩٧٠٢٢٦٦