

الإعلام

في ظل التطورات العالمية

تأليف

الأستاذ الدكتور
عبدالرزاق الدليمي



اليازوجي

المقدمة

شهد العالم بشكل عام والإعلام بشكل خاص تغيراً ملحوظاً في العالم بحلول القرن الواحد والعشرين. فقد غيرت أحداث الحادي عشر من سبتمبر نظرة العالم للعلاقات الدولية وللإعلام الذي اطلعنا بدوره على شعوب ووجهات نظر أخرى مهمة.

من الصعب تتبع التطور الذي طرأ على الإعلام في ظل التطورات العالمية الهائلة. لذا ما حاولناه في هذا الكتاب هو القاء نظرة عامة من الممكن أن تغير النظرة الغربية (أمريكية في الغالب) التي غزت الأدبيات. ومن هذه التغييرات الثورة التكنولوجية بعد عام ١٩٩٠، والإنترنت الذي غير طرق الاتصالات البشرية للأبد. بالإضافة إلى انهيار الإتحاد السوفياتي الذي اضفى بعداً جديداً على الصحافة مع نهاية القرن العشرين.

لقد بدأ العهد الجديد أو عهد التغييرات في ستينيات القرن الماضي حيث ظهرت الجريمة والإنحلال الاجتماعي والانجاب خارج اطار الزواج والبيروقراطية، كما تفاقم الصراع الفلسطيني الصهيوني وحروب البلقان والابادة الجماعية والمجاعات في افريقيا والتوتر في اسيا وأمريكا اللاتينية والتهديدات العسكرية في الشرق الاوسط خاصة احتلال العراق وما سمي بالربيع العربي واحتدام الصراعات في منطقتنا العربية وتدويلها لغير مصلحة شعوبها.. وبذلك ازداد التركيز على هذه الأخبار وخصوصا الحرب العالمية المصطنعة على الارهاب والصراع العربي الصهيوني وما ترتب من نتائج كارثية من عدوان على العراق ومن ثم احتلاله.

مع أن مهمة الاعلام الرئيسية أن تقدم كل ما يهم المجتمع من الفن وحتى السياسة الا انه وبعد عام ١٩٩٠ سيطر الشر بكل ألوانه على الإعلام حتى امتلاً بالسياسة والدعاية العسكرية والعنف. لذا فقد يطلق على عصر المعلومات هذا عصر الأزمات. فإن «التمزق

فهرس المحتويات

٥	المقدمة
٧	المفاهيم العامة للاتصال والإعلام
٧	مدخل
٨	في الاتصال والإعلام
٩	الإتصال لغةً واصطلاحاً
١١	التعريف الاصطلاحي للاتصال
١٣	تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً
١٧	المصطلحات المقاربة للاتصال والإعلام
١٧	المعلومات
١٨	العلاقات العامة
٢٠	الإعلان
٢٠	ثانياً: أنواع الاتصال
٢١	(أ) الاتصال المباشر (الشخصي)
٢١	خصائص الاتصال المباشر
٢٢	(ب) الاتصال الجماهيري
٢٢	خصائص الاتصال الجماهيري
٢٤	وظائف الاتصال الجماهيري
٢٤	(٣) الاتصال على مرحلتين
٢٥	مقومات العملية الإعلامية والاتصالية

- ٢٥ (أ) المُرسِل (Sender)
- ٢٥ (ب) المُستقبِل أو المتلقِي (Receiver)
- ٢٧ (ج) الرسالة (Message)
- ٢٨ (د) الوسيلة أو القناة (Channel)
- ٣٠ (هـ) التشويش (Noise)
- ٣٠ (و) رجوع الصدى (Feedback)
- ٣١ عوامل نجاح العمليات الإعلامية والاتصالية.
- ٣٣ وظائف الاتصال والإعلام.
- ٣٤ (أ) التوجيه وتكوين المواقف السياسية والاتجاهات
- ٣٤ (ب) زيادة الثقافة والمعلومات
- ٣٥ (ج) تنمية العلاقات وزيادة التماسك الاجتماعي.
- ٣٥ (د) الترفيه وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ
- ٣٦ (هـ) الإعلان والدعاية.
- ٣٦ (و) الإستراتيجية السياسية الشاملة.
- ٣٧ (ز) الوظائف العسكرية والحربية.
- ٣٧ (ح) تنمية المجتمع.
- ٣٩ وسائل الاتصال والإعلام
- ٣٩ (أ) وسائل الإعلام المسموعة والمرئية
- ٤١ (ب) الوسائل المقروءة.
- ٤٣ (ج) الإعلام الإلكتروني
- ٤٦ مفهوم الإنترنت

- ٤٦ خدمات الانترنت
- ٤٨ ملكية وسائل الإعلام
- ٤٩ مفهوم نظريات الإعلام
- ٤٩ علاقة نظريات الإعلام بفلسفة الإعلام
- ٥٠ (أ) نظرية السلطة
- ٥٠ (ب) نظرية الحرية
- ٥١ (ج) نظرية المسؤولية الاجتماعية
- ٥٢ (د) النظرية السوفيتية - الاشتراكية
- ٥٢ (هـ) النظرية التنموية
- ٥٤ (و) نظرية المشاركة الديمقراطية
- ٥٦ خصائص المادة الإعلامية
- ٥٩ الإعلام الحربي
- ٦٢ الدعاية
- ٦٣ الدعاية الإعلامية
- ٦٥ الدعاية المضادة
- ٦٦ التضليل الإعلامي
- ٦٧ وسائل التضليل الإعلامي
- ٦٩ الاتصال حاجة نفسية واجتماعية
- ٧٢ انتشار الكتابة المسمارية
- ٧٣ فك رموز الكتابة المسمارية
- ٨٠ تاريخ شبكات الاتصال

- الانترنت ٨٠
- الانترنت مفهومه ومراحله وخدماته ٨١
- النظام الاتصالي والإعلام الدولي ٨٤
- تطور النظام الاتصالي الدولي ٨٥
- الإعلام الدولي** ٨٩
- تعريف الإعلام الدولي ٨٩
- تعريف الإعلام الدولي ٩٠
- نشأة الإعلام الدولي ٩١
- سمات وخصائص الإعلام الدولي ٩٢
- الإعلام الدولي في عصر العولمة ٩٣
- سلبيات وإيجابيات العولمة ٩٤
- الإعلام الدولي والقرية الكونية ٩٤
- الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية ٩٥
- الإعلام الأمريكي** ٩٧
- نموذجاً للإعلام المعاصر في القرن الحادي والعشرين ٩٧
- النشأة والتطور ٩٧
- التطور التاريخي لوسائل الإعلام الأمريكي ٩٧
- صناعة الراديو في أمريكا ٩٩
- التلفزيون الدولي** ١٠٢
- مسيرة الصحافة الدولية ١٠٤
- ظهور المجالات ١٠٦

- ١١٠ خارطة الإعلام الأمريكي
- ١١١ الإذاعة (RADIO)
- ١١٢ احتكار الإذاعة
- ١١٤ التلفزيون الأمريكي المحلي
- ١١٥ شبكات التلفزيون القومية
- ١١٥ محطة سي أن أن (CNN) الأمريكية
- ١٢٠ محطة فوكس الإخبارية Fox News
- ١٢٢ محطة بي بي سي (BBC) البريطانية ومنافستها للإعلام الأمريكي
- ١٢٤ التلفزيون الأمريكي: عقول الاحتكارات
- ١٢٦ التلفزيون الأمريكي الدولي
- ١٢٦ شبكات الكابل الإخبارية Cable TV
- ١٢٧ الصحافة الأمريكية وسلطة الاحتكارات
- ١٣٢ الصحف اليومية الأمريكية - انتشار ونفوذ
- ١٣٣ (١) نيويورك تايمز New York Times
- ١٣٥ (٢) واشنطن بوست Washington Post
- ١٣٦ (٣) وول ستريت جورنال Wall Street Journal
- ١٣٧ المجلات الأسبوعية
- ١٣٨ المجلات الإخبارية
- ١٣٩ ظاهرة صحف يوم الأحد في الغرب
- ١٤٠ صحف يوم الأحد الأميركية
- ١٤١ صحيفة - واشنطن بوست

- ١٤٣ صحيفة - نيويورك تايمز
- ١٤٦ وكالات الأنباء الدولية وسيطرة كلمة الأقوياء
- ١٥٠ ١ - وكالة الاسوشيتيدبرس *Associated Press AP*
- ١٥٠ ٢ - وكالة اليونائتدبرس انترناشيونال *United press International*
- ١٥١ وكالات الأنباء الفلمية والصورة النمطية للآخر
- ١٥٢ ١ - وكالة الفيزنيوز *Visnews*
- ١٥٤ ٢ - وكالة يونائتدبرس انترناشيونال لأخبار التلفزيون (*PITN*)
- ١٥٤ المؤسسات البرمجية وشبكات التلفزيون الأمريكية والدولية
- ١٥٧ إشكاليات صناعة الأخبار الأمريكية
- ١٧٥ أبرز سمات التحولات الإعلامية
- ١٨٢ المنظور الجديد للإعلام
- ١٨٢ فلسفات الصحافة العالمية
- ١٨٣ الصحافة والمسؤولية
- ١٨٤ هابرماس والرأي العام
- ١٨٤ دلالات الألفاظ
- ١٨٥ فلسفة السلطة
- ١٨٧ العودة إلى المجتمع
- ١٨٩ أهمية الحرية
- ١٨٩ سيطرة الإعلام
- ١٩٠ فلسفة الحرية

- ١٩١ انظمة الإعلام العالمية نظرة شاملة
- ١٩١ مزايا الميكافيلية
- ١٩٢ مستقبل افلاطوني
- ١٩٣ ثقافة الإعلام العالمي
- ١٩٤ الصحافة والديمقراطية
- ١٩٦ محاسبة الإعلام
- ١٩٧ جودة الصحافة
- ٢٠٠ وكالات الأنباء المحلية والعالمية الروابط غير الثابتة
- ٢٠٠ توطئة
- ٢٠١ وكالات الأنباء من النشأة إلى العولمة
- ٢٠٢ تفكيك وتركيب نظام الأخبار العالمي
- ٢٠٣ هيمنة اتحاد الإعلام الأوروبي
- ٢٠٤ حل احتكار الإعلام الأوروبي ١٩١٨ - ١٩٣٤
- ٢٠٥ هيمنة الوكالات الخمس الكبرى ١٩٤٠ - ١٩٨٠
- ٢٠٥ حل الوكالات الخمس الكبرى
- ٢٠٦ الوكالات الثلاث الكبرى
- ٢٠٧ وكالات الأنباء الوطنية
- ٢٠٨ الخاتمة
- ٢٠٩ عوائق تطوير الإعلام
- ٢١٠ العوائق المادية
- ٢١١ العوائق الثقافية

- ٢١٣ العوائق الاقتصادية
- ٢١٤ العوائق الحكومية
- ٢١٧ العوائق الإعلامية
- ٢١٩ العوائق التكنولوجية
- ٢٢٢ أزمة مصطلحات
- ٢٢٢ اعلام السوق
- ٢٢٣ أنصار المجتمع
- ٢٢٤ تقدم الإعلام:
- ٢٢٥ الحريات في عالم متغير
- ٢٢٧ التغييرات الاعلامية
- ٢٢٧ التحديات الحالية
- ٢٢٧ الحريات العالمية
- ٢٢٩ الصحافة العالمية والاخلاقيات
- ٢٣١ الصحافة اليوم
- ٢٣٢ علماء صحفيون
- ٢٣٣ الإعلاميون في مواجهة الخطر
- ٢٣٣ الصحفيون واحتكار المعرفة
- ٢٣٥ المطالبة بأخلاقيات الصحافة
- ٢٣٥ تحديات القرن الواحد والعشرين
- ٢٣٦ أوروبا الشرقية والدول المستقلة حديثاً في آسيا وأوروبا وروسيا

- الإعلام والعولمة ٢٣٨
- الاختلال في التدفق الإعلامي العالمي ٢٣٩
- العولمة والإعلام ٢٤٢
- المكونات الأساسية للعولمة ٢٤٣
- تأثير التكنولوجيا على وسائل الإعلام ٢٤٣
- تأثير التكنولوجيا على وسائل الإعلام ٢٤٤
- الصحافة الإلكترونية ٢٤٤
- حقائق حول الإعلام العربي في التسعينات ٢٤٧
- مقترحات من أجل تفعيل دور التكنولوجيا إيجابيا على الإعلام العربي ٢٤٨
- الدعاية الأمريكية والعدوان على الشعوب ٢٥٠
- في معنى الدعاية ٢٥٠
- عناصر الدعاية ٢٥٠
- أنواع الدعاية ٢٥١
- حدود العملية الدعائية والتأثير الدعائي ٢٥٢
- المواقف المختلفة للآراء نتيجة الدعاية ٢٥٣
- مقدمة تاريخية في الدعاية الأمريكية ٢٥٣
- تكتيك الدعاية الأمريكية ٢٥٤
- فلسفة الدعاية الأمريكية ٢٥٤
- أهداف الدعاية الأمريكية ٢٥٥
- مؤسسات تخطيط العمل الدعائي الأمريكي وتنفيذه ٢٥٥
- الهيمنة الأمريكية على وسائل الإعلام الدولية ٢٥٦

- ٢٥٦ الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة
- ٢٥٧ السيطرة الصهيونية على وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية
- ٢٥٧ أسس ومرتكزات الدعاية الأمريكية ضد العراق منذ ١٩٩١ م
- ٢٥٨ بعض أسس ومرتكزات الدعاية الأمريكية والغربية ضد أفغانستان
- ٢٥٩ الدعاية الأمريكية والحرب على أفغانستان
- ٢٥٩ أمثلة على التسويق الإعلامي للحملة العدوانية الأمريكية على أفغانستان
- ٢٥٩ الضغط على وسائل الإعلام الأمريكي
- ٢٦٠ التغطية الصحفية للحرب الأمريكية على أفغانستان
- ٢٦٢ تقاليد الدعاية الصهيونية وأثرها على سلوك النظام الإيراني زمن الشاه
- ٢٦٢ خلفية التعاون الإيراني الصهيوني
- ٢٦٤ مفهوم اعلام الانترنت
- ٢٦٥ مفهوم إعلام الانترنت
- ٢٦٥ نظرية اعلام الانترنت
- ٢٦٨ نقد نظرية المجال العام
- ٢٦٨ خصائص اعلام الانترنت
- ٢٧١ سمات اعلام الانترنت
- ٢٧٣ العقبات التي تواجه تطور إعلام الانترنت
- ٢٧٥ أخلاقيات الإعلام
- ٢٧٥ مجالات أخلاقيات الإعلام
- ٢٧٥ أخلاقيات الصحافة
- ٢٧٦ أخلاقيات الإعلام الترفيهي

- ٢٧٧ الإعلام والديمقراطية.
- ٢٧٨ سياقات أخلاقيات الإعلام.
- ٢٧٨ أخلاقيات الإعلام واقتصادياته.
- ٢٧٨ أخلاقيات الإعلام والمسؤولون الحكوميون.
- ٢٧٩ أبعاد تباين الثقافات في أخلاقيات الإعلام.
- ٢٧٩ قضايا التعريف في أخلاقيات الإعلام.
- ٢٨١ أخلاقيات الصحافة.
- ٢٨١ رقابة ذاتية.
- ٢٨٢ صحافة ودور النشر والإذاعة.
- ٢٨٢ الفنون التشكيلية والتصوير والفيلم والموسيقى.
- ٢٨٣ الإنترنت والأوساط الإعلامية.
- ٢٨٤ الصحافة الصفراء.
- ٢٨٥ الصحافة الصفراء.
- ٢٨٦ تعريف الصحافة الصفراء.
- ٢٨٩ منشأ تسمية الصحافة الصفراء.
- ٢٩٢ الصحافة الاستقصائية.
- ٢٩٣ البحث.
- ٢٩٥ قناة سي إن إن ووحدة الصحافة الاستقصائية.
- ٢٩٥ الصحافة الاستقصائية ليست صحافة التسيريات.
- ٢٩٥ الصحافة الاستقصائية ليست صحافة التخصص.
- ٢٩٦ الصحافة الاستقصائية ليست صحافة ناقدة.

- ٢٩٦ الصحافة الاستقصائية ليست التغطية الصحفية المختصة بالجرائم والفساد... ٢٩٦
- ٢٩٦ ما هي الصحافة الاستقصائية؟
- ٢٩٧ أهمية الصحافة الاستقصائية
- ٢٩٨ نماذج من التحقيقات الاستقصائية
- ٢٩٩ المصادر والمراجع
- ٢٩٩ المصادر العربية
- ٣٠٤ المصادر الأجنبية
- ٣٠٩ فهرس المحتويات

