

# الإعلام البديل

تأليف

الدكتور/ أحمد توفيق محمد الأنصاري



اليازوري

## المقدمة

الإعلام البديل ليس إعلاماً مستحدثاً، بل هو إعلام متطوّر ومتجدّد في تجربة الشعوب والأمم، ويتميّز بجملة من الخصائص التي من بينها: القدرة على التكيّف مع تطوّر وسائل الاتصال وتطوّر أدوات الرقابة والضغوطات الاجتماعية والسياسية، فالمتعمّن في الحياة اليومية للشعوب والجماعات يلاحظ تزامنه مع ظهور الإعلام الرسمي. وأيضاً القدرة على التشكّل فكثيراً ما يظهر الإعلام البديل في الساحة الإعلامية في أشكال مختلفة وذلك حسب المرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع ونوعية الفاعلين الذين يستعملون الإعلام البديل، ومن أبرز تلك الأشكال الإشاعات والنكت الشعبية والسياسية والتي تعتمد عليها بعض الفئات الاجتماعية عندما تشعر أن الإعلام الرسمي لا يمنحها فرص التعبير عن مواقفها وتطلّعاتها، أو لا تستجيب لرغباتها، أو عندما تجرّم القوانين حرية الرأي والتعبير، وتجعل صاحب الرأي الحر عرضة للمساءلة القانونية... فتصبح عبارة عن محاولة لإيجاد مخرج لتلك الضغوطات. لأجل ذلك ترتبط الإشاعات والنكت الشعبية والسياسية بالظروف الاجتماعية والسياسية لمستهلكي ومنتجي تلك النكت والإشاعات ومن بين الأمثلة نذكر ظاهرة بروز وانتشار النكت الشعبية التي اتخذت من البلدية (أهل العاصمة) موضوعاً لها، فبعد التهميش الاجتماعي وعدم تكافؤ الفرص والاحتقار الذي شعرت به فئة «النزوح» في فترة الستينات والسبعينات لم تجد هذه الفئة أمامها سوى النكت التهكمية والاستهزائية من «البلدية» لتدافع عن وجودها. وفي نفس السياق التحليلي نجد النكت الشعبية الحالية والتي تتخذ من أهالي المناطق الراقية (المنزه والمنار...) موضوعاً لها والتي تندرج هي الأخرى ضمن آليات التعبير الرمزي لدى الفئات الفقيرة والمهمشة اجتماعياً وسياسياً.

## الفهرس

٥	..... المقدمة
٧	..... الفصل الأول: ماهية الإعلام الجديد
٩	..... الإعلام الجديد.. النشأة والتطور
١٠	..... العوامل الرئيسية وراء ظهور الإعلام الجديد
١٢	..... تعريفات الإعلام الجديد
١٥	..... خصائص الإعلام الجديد
١٥	..... سمات الإعلام الجديد
١٦	..... مميزات الإعلام الجديد
١٧	..... أهم مميزات الإعلام الجديد
١٨	..... أقسام الإعلام الجديد
١٨	..... أنماط الإعلام الجديد وأشكاله
١٨	..... أهم أنماط الإعلام الجديد
١٩	..... وظائف الإعلام الجديد
١٩	..... مساوىء الإعلام الجديد
١٩	..... سلبيات الإعلام الجديد
٢٠	..... إيجابيات الإعلام الجديد
٢١	..... الفرق بين الإعلام التقليدي والجديد

الفصل الثاني: أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع - المتديات - المدونات) على تشكيل

- الرأي العام في المجتمع العربي ..... ٢٣
- مشكلة الدراسة وأهميتها ..... ٣٠
- الهدف العام للدراسة ..... ٣٢
- الأهداف الفرعية للدراسة ..... ٣٢
- الإطار الجغرافي للدراسة ..... ٣٤
- الإطار البشري للدراسة ..... ٣٤
- الإطار الزمني للدراسة ..... ٣٤
- الدراسات السابقة ..... ٣٤
- ١- دراسة رانيا المالكي ٢٠٠٧ ..... ٣٤
- ٢- دراسة حياة بدر وآخرون ٢٠٠٦ ..... ٣٦
- ٣- دراسة جورج ويهان *George Weyman* 2007 ..... ٣٧
- ٤- دراسة دونا واكر *Dona Walker* 2005 ..... ٣٨
- ٥- دراسة مارك لينيش ٢٠٠٧ ..... ٣٩
- ٦- دراسة منى الشيمي ٢٠٠٦ ..... ٤٠
- ٧- دراسة حلمى نعمان ٢٠٠٥ ..... ٤١
- ٨- دراسة شياء اسماعيل ٢٠٠٧ ..... ٤١
- ٩- دراسة ايهاب حمدي ٢٠٠٧ ..... ٤٢
- ١٠- دراسة روبن جودمان *Robbin Goodman* ..... ٤٣
- ١١- دراسة أمنية مهنا ٢٠٠٨ ..... ٤٤

- ٤٤ ..... ١٢- دراسة ستيفاني 2008 Stephanie
- ٤٥ ..... ملاحظات على الدراسات السابقة
- ٤٥ ..... كيفية الاستفادة من الدراسات السابقة
- ٤٥ ..... الإطار النظري للدراسة
- ٤٦ ..... ١- الاحتياجات النفسية والاجتماعية والاتصالية للجمهور
- ٤٦ ..... ٢- الوسائل المتاحة أمام الفرد
- ٥٠ ..... نوع الدراسة
- ٥٠ ..... منهج الدراسة
- ٥٠ ..... حجم وتوزيع عينة الدراسة
- ٥١ ..... فروض الدراسة
- ٥٢ ..... متغيرات الدراسة
- ٥٢ ..... أداة جمع البيانات
- ٥٢ ..... أساليب القياس
- ٥٣ ..... اجراءات الصدق والثبات
- ٥٤ ..... اجراءات ضبط الجودة في الدراسة الميدانية
- ٥٤ ..... حدود الدراسة
- ٥٥ ..... نتائج الدراسة
- ٦٦ ..... الخلاصة
- ٦٧ ..... التوصيات
- ٦٩ ..... الفصل الثالث: الطريق إلى الإعلام الرقمي الجديد

- الجزء الأول: الإعلام وتطوره- دراسة نظرية ..... ٧٢
- المبحث الأول: مفهوم الإعلام ..... ٧٢
- المبحث الثاني: نشأة الإعلام وتطوره ..... ٧٣
- المبحث الثالث: نشأة الإعلام الإلكتروني ..... ٧٤
- المبحث الرابع: وظائف الإعلام ..... ٧٥
- المبحث الخامس: صور إعلامية من حياة المرسلين ..... ٧٥
- المبحث السادس: مفهوم الإعلام الجديد ومرادفاته ..... ٧٦
- المبحث السابع: فلسفة وآفاق ومداخل الإعلام الجديد ..... ٧٧
- المبحث الثامن: خصائص ومميزات الإعلام الجديد ..... ٧٨
- الفرق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي ..... ٧٩
- المبحث التاسع: الإعلام الجديد من وجهة نظر بعض المستخدمين ..... ٧٩
- المبحث العاشر: توظيف الإعلام الجديد في مجال الدعوة ..... ٨٠
- المبحث الحادي عشر: الإعلام الجديد واللغة العربية ..... ٨١
- المبحث الثاني عشر: الإعلام الجديد والتعليم ..... ٨١
- المبحث الثالث عشر: مخاطر وسلبيات الإعلام الجديد ..... ٨٢
- الجزء الثاني: وسائل وأدوات الإعلام الجديد ..... ٨٣
- المبحث الأول: استعراض لبعض أدوات الإعلام الجديد ..... ٨٣
- أولاً: الشبكات الاجتماعية ..... ٨٣
- ثانياً: المفضلات الاجتماعية ..... ٨٣
- ثالثاً: مواقع استضافة المدونات المجانية؛ ومنها ..... ٨٤

- ٨٤ ..... رابعاً: مشاركة الفيديوهاات والصور
- ٨٤ ..... خامساً: مواقع مشاركة الصور
- ٨٤ ..... المبحث الثاني: بعض الإحصائيات عن استخدام الإعلام الرقمي
- ٨٥ ..... المبحث الثالث: فيس بوك *face book* (شرح مفصل)
- ٨٥ ..... المبحث الرابع: تويتر *Twitter* (شرح مفصل)
- ٨٦ ..... المبحث الخامس: يوتيوب *YouTube* (شرح مفصل)
- ٨٦ ..... المبحث السادس: المدونات الإلكترونية (شرح مفصل)
- ٨٧ ..... المبحث السابع: الصحافة الإلكترونية (شرح مفصل)
- ٨٧ ..... المبحث الثامن: تجربتي الشخصية مع الإعلام الجديد "قناتي الخاصة على اليوتيوب" ...
- ٨٩ ..... الفصل الرابع: الإعلام البديل في ظل المجتمع الجديد
- ٩٣ ..... تعريف الإعلام الجديد
- ٩٤ ..... خصائص الإعلام الجديد
- ٩٧ ..... ١- مركزية الإعداد (المصدر)
- ٩٨ ..... ٢- المحتوى (الرسالة)
- ٩٨ ..... ٣- التوزيع (الوسيلة)
- ٩٩ ..... ٤- التلقي
- ٩٩ ..... ٥- الاستجابة
- ١٠٠ ..... شبكات التواصل الاجتماعية الاختراع الذي غير العالم
- ١٠٠ ..... تعريف شبكات التواصل الاجتماعي
- ١٠٢ ..... إحصاءات دالة

- ١٠٤ ..... فيسبوك *Facebook*
- ١٠٦ ..... تويتر *Twitter*
- ١٠٨ ..... العالم العربي وشبكات التواصل الاجتماعي
- ١١٢ ..... تويتر في العالم العربي
- ١١٤ ..... التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي
- ١١٤ ..... المدونات
- ١١٨ ..... حكومات ٢,٠ (*Government 2.0*)
- ١٢١ ..... ثورات العالم العربي الرقمية
- ١٢٥ ..... التأثيرات التجارية لشبكات التواصل الاجتماعي
- ١٢٦ ..... ما هو التسويق عبر الشبكات الاجتماعية *Social Media Marketing* ؟
- ١٢٨ ..... فوائد استخدام الشبكات الاجتماعية
- ١٢٩ ..... بعض التصورات الخاطئة عن الشبكات الاجتماعية
- ١٣٠ ..... أمثلة للتواجد الناجح لبعض الشركات العالمية على الشبكات الاجتماعية
- ١٣٠ ..... ١- شركة ديل *Dell*
- ١٣١ ..... ٢- شركة *IBM*
- ١٣١ ..... ٣- شركة إيكيا *IKEA*
- ١٣١ ..... ٤- شركة فورد *Ford*
- ١٣١ ..... تواجد الشركات العربية على الشبكات الاجتماعية
- ١٣٣ ..... ١- شركة الاتصالات السعودية
- ١٣٣ ..... ٢- شركة موبايلي

- ٣- شركة فودافون - مصر ..... ١٣٤
- ٤- الخطوط السعودية ..... ١٣٥
- التأثيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي ..... ١٣٦
- التعليم وشبكات التواصل الاجتماعي ..... ١٣٦
- توظيف الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات متطورة للمكتبات ..... ١٤٠
- أولاً: المراجع ..... ١٤١
- ثانياً: خدمات النقاش ..... ١٤١
- ثالثاً: الإعلانات والتحديثات ..... ١٤١
- الفصل الخامس: دور الإعلام في دعم المجتمع المدني ..... ١٤٣
- أولاً: المجتمع المدني ووسائل الاتصال الجماهيري ..... ١٤٦
- الإعلام ..... ١٤٩
- المجتمع المدني ..... ١٤٩
- ثانياً: العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني ..... ١٥٠
- الحالة المصرية ..... ١٥٠
- أ: السياسة التحريرية وسبل معالجة صحف العينة للمجتمع المدني .... ١٥٣
- ١- اهتمام صحف الدراسة بالمجتمع المدني ..... ١٥٤
- ٢- موقع المادة الصحفية ..... ١٥٤
- ٣- الفنون الصحفية ..... ١٥٤
- ٤- طبيعة المصادر الإخبارية ..... ١٥٥
- آليات توظيف المصادر ..... ١٥٥

- ١٥٦ ..... ٥- منظمات المجتمع المدني موضع الاهتمام
- ١٥٧ ..... طبيعة الجمعيات الأهلية
- ١٥٨ ..... ٦- الأطر الإخبارية
- ١٥٩ ..... ب: رؤى صحف الدراسة للمجتمع المدني في مصر
- ١٥٩ ..... ١- أوضاع منظمات المجتمع المدني بصفة عامة
- ١٦١ ..... ثالثاً: إشكاليات العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والإعلام
- ١٦٣ ..... رابعاً: مقترحات لإيجاد علاقة أكثر إيجابية بين المجتمع المدني والإعلام
- ١٦٧ ..... الفصل السادس: إيجابيات وسائل الإعلام
- ١٦٩ ..... ١- المستوى التواصلي
- ١٧٠ ..... ٢- المستوى المعرفي
- ١٧١ ..... ٣- المستوى الثقافي
- ١٧٢ ..... ٤- المستوى الحقوقي
- ١٧٢ ..... سلبيات الإعلام
- ١٧٣ ..... الجانب العقدي
- ١٧٤ ..... الجانب الاجتماعي الأخلاقي
- ١٧٦ ..... الجانب التربوي
- ١٧٨ ..... الجانب النفسي
- ١٧٩ ..... الجانب الصحي
- ١٨١ ..... الفصل السابع: الهيمنة الإعلامية للإعلام البديل
- ١٨٧ ..... إشكاليات شبكات التواصل الاجتماعي في الدول العربية

- الفصل الثامن: المدونات الالكترونية العربية بين التعبير الحر و الصحافة البديلة ..... ١٩٩
- هل المدونات الالكترونية العربية تعبير حر أم صحافة بديلة؟ ..... ٢٠٣
- ماهية المدونات الالكترونية ..... ٢٠٣
- المعنى اللغوي للتدوين ..... ٢٠٣
- التعريف الاصطلاحي للمدونة ..... ٢٠٤
- التعريف الدلالي ..... ٢٠٥
- مراحل نشأة المدونات الالكترونية ..... ٢٠٨
- عوامل نشأة المدونات الالكترونية ..... ٢١٠
- أ- عولمة الإعلام ..... ٢١٠
- ب- تراجع الثقة في الصحافة التقليدية ..... ٢١٠
- ج- دور الشباب ..... ٢١١
- د- الخلفية التسويقية ..... ٢١٢
- هـ- النكبات ..... ٢١٣
- أنواع المدونات الالكترونية ..... ٢١٤
- ١- المدونات الالكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية ..... ٢١٥
- ٢- المدونات الالكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية ..... ٢١٥
- ٣- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقالات ..... ٢١٥
- ٤- المدونات الالكترونية التي تحتوي على الصور ..... ٢١٥
- ٥- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع البث الإذاعي ..... ٢١٦
- ٦- المدونات الالكترونية التي تحتوي على مقاطع البث المرئي ..... ٢١٦

- ٢١٦ ..... ٧- المدونات الالكترونية المنوعة
- ٢١٦ ..... ٨- المدونات الالكترونية الجماعية
- ٢١٦ ..... خصائص المدونات الالكترونية
- ٢١٧ ..... أ- إيجابيات التدوين
- ٢١٨ ..... ب- سلبيات التدوين
- ٢١٩ ..... دوافع وأسباب المدونات الالكترونية العربية
- ٢٢٠ ..... أ- حرية التعبير
- ٢٢١ ..... ب- سهولة النشر الإلكتروني
- ٢٢١ ..... ج- قضايا الشأن العام
- ٢٢٢ ..... د- إظهار القيم الفردية
- ٢٢٥ ..... محتوى المدونات الالكترونية العربية المكتوبة
- ٢٢٥ ..... مميزات المدونات الالكترونية العربية المكتوبة
- ٢٢٦ ..... الاستعارة والهوية الافتراضية في المدونات العربية
- ٢٢٦ ..... هوية المدونة العربية
- ٢٢٧ ..... الاستعارة والهوية الافتراضية
- ٢٢٨ ..... مقارنة بين المدونات الالكترونية العربية والأجنبية
- ٢٢٩ ..... تحديات التدوين في البلدان العربية
- ٢٣٥ ..... هل المدونات صحافة الكترونية؟
- ٢٣٦ ..... المدونات العربية بين محضنة الديمقراطية وثقافة الرأي الآخر
- ٢٣٨ ..... المدونات العربية كإعلام بديل

- ٢٣٩ ..... تعريف الإعلام البديل
- ٢٣٩ ..... المدونات العربية كإعلام بديل .
- ٢٤٢ ..... التقييدات الرسمية والمدونات العربية الالكترونية .
- ٢٤٦ ..... المدونات والسياسة .
- ٢٤٧ ..... هل المدونات العربية الالكترونية تعبير حر أم صحافة بديلة؟
- ٢٥١ ..... -المدونات العربية واستشراف المستقبل .
- ٢٥٣ ..... مستقبل المدونات العربية الالكترونية .
- ٢٥٥ ..... الفصل التاسع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير حول الإعلام البديل .
- ٢٥٩ ..... أهمية البحث .
- ٢٦٠ ..... مشكلة البحث .
- ٢٦١ ..... مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي .
- ٢٦٢ ..... مداخل نظرية لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .
- ٢٦٦ ..... النموذج الاول: الاتصال الشخصي .
- ٢٦٧ ..... النموذج الثاني: الاعلام الجديد .
- ٢٦٨ ..... مواقع التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي .
- ٢٧٢ ..... مقارنة مواقع التواصل الاجتماعي بالاعلام البديل .
- ٢٧٧ ..... ثقافة التغيير والثورات العربية .
- ٢٨٠ ..... خاتمة في سوسيولوجيا المجتمع الرقمي .
- ٢٨٢ ..... النتائج .
- ٢٨٥ ..... الفصل العاشر: الإعلام غير التقليدي وأثره على الأنظمة والمجتمعات .

- ٢٨٩ ..... ١- الرغبة الإعلامية عند الكثير من الشباب
- ٢٨٩ ..... ٢- سهولة إنشاء المادة الإعلامية
- ٢٩٠ ..... ٣- سهولة النشر والانتشار للمادة الإعلامية التي صنعوها
- ٢٩٣ ..... الفصل الحادي عشر: الاعلام الجديد والرهانات التنموية
- ٢٩٦ ..... أولا الاعلام الجديد المفهوم والنشأة
- ٢٩٩ ..... ثانيا الاعلام الجديد ورهاناته التنموية
- ٣٠٠ ..... الاعلام الجديد والتنمية السياسية
- ٣٠٢ ..... الاعلام الجديد والتنمية الاقتصادية
- ٣٠٣ ..... الاعلام الجديد والتنمية الاجتماعية
- ٣٠٥ ..... الفصل الثاني عشر: الإعلام البديل التوجهات والتمويل
- ٣٠٩ ..... الإعلام البديل ما هو؟
- ٣١٧ ..... المراجع
- ٣٢٣ ..... الفهرس