

Media Coverage of the Events of Sinnar, the Capital of Islamic Culture: An analytical descriptive study of a sample of the opinions of the media professionals participating in the events from 2016 to 2017)

Ikhlas Mahadi Mohamed Ahamed and Hana Mamoon Mostafa

Abstract: The importance of this study lies in the role played by the media in raising the cultural, economic and knowledge level of the masses, as it is a means of exchanging cultures, experiences and civilizations between peoples at the time of their occurrence due to the depth of their impact on the individual and society. The study problem is represented in the following main question: How successful is the media coverage of the events of Sinnar, the capital of Islamic culture? The study aimed to recognize media means that were used by the media to cover the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017, and to identify the methods and forms of media coverage of the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017, in addition to determine the extent of the success of media coverage of the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017. The study used the descriptive analytical method. The study used multiple tools to collect information, including: questionnaire and observation. A random sample of media professionals (press - radio - television) was selected for the purpose of conducting statistical data processing. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program was used to analyze the data. The study reached a number of findings, the most important of which are: that the media's mission does not stop at covering the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017, but goes beyond it to evaluate the event. The media has a large and important role in creating an appropriate social environment and reflecting a positive image of the event. Both traditional and modern media were used to deliver its message to the public. The study reached several of recommendations, the most important of which are: Work to build a complete Arab media system that is concerned with raising awareness of common national issues, and the necessity of upgrading the various media means in Sudan by establishing media institutions that reflect the bright face of Sudan. As well as appointing qualified cadres in the field of media.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية (دراسة وصفية تحليلية لعينة من آراء الإعلاميين المشاركين في الفترة 2016 إلى 2017)

١_ اخلاص مهدي محمد احمد كرسني

٢_ هناء مامون شمس الدين مصطفى

ملخص

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في رفع المستوى الثقافي والاقتصادي والمعرفي للجماهير إذ انها تعد وسيلة لتبادل الثقافات والخبرات والحضارات بين الشعوب وقت حدوثها نظرا لعمق تأثيرها على الفرد والمجتمع. وتتمثل مشكلة الدراسة في معرفة مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، هدفت الدراسة إلى التعرف على الوسائل الإعلامية التي تم استخدامها في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، والتعرف على أساليبها وأشكالها، إظهار مدى نجاحها في تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. اعتمدت الدراسة على مصادر متعددة لجمع المعلومات الاستباني، الملاحظة، وقد تم اختيار عينة عشوائية من الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام (صحافة - إذاعة - تلفزيون) بغرض إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات. توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج أهمها: أنّ مهمة وسائل الاعلام لا تتوقف عند تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 وإنما تتعداها لتقييم الحدث، أنّ لوسائل الاعلام دور كبير ومهم في خلق بيئة اجتماعية مناسبة وعكس صورة ذهنية ايجابية عن الفعالية. استُخدمت وسائل الاعلام التقليدية والحديثة لتوصيل رسالتها للجمهور. واوصت الدراسة العمل على بناء نظام إعلامي عربي كلي يهتم بالتوعية بالقضايا القومية المشتركة. ضرورة ترقية وسائل الاعلام المختلفة في السودان وذلك بإنشاء مؤسسات إعلامية تعكس وجه السودان المشرق. تعيين كوادر مؤهلة في مجال الاعلام.

المبحث الاول: الإطار المنهجي للدراسة:

مقدمة:

التغطية الإعلامية هي تزويد المتلقي بابعاد الحدث بمختلف الأساليب والوسائل وبالتعرض لتغطية فعاليات سنار عاصمة للثقافة الإسلامية عام ٢٠١٧م فأنا نقف على مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية التي رسخت هذا الحدث التاريخي وساهمت في المشاركة الجماهيرية لإنتاج كل المناشط عن طريق الاعلام المحلي والقومي والعالمي عبر الكوادر التي ساهمت في انجاز المهمة بأسلوب واضح وجازب واخاذ وبالوسائل المتعددة الاجتماعية منها والروتنينية بدراسة واضحة وخطط اعلامية اسخه تكتيكية وتنفيذية تعالج كل الاشكليات في التغطية تقوم على الانجاز ومعرفة الاخفاقات والمشاكل ولحلها بأسلوب علمي وانتهجت الدراسة ذات المسار العلمي رغم شح الدراسات المتماثلة وانعدامها وتتبعت الدراسة التوثيق الواضح للارث الحضاري والتاريخي لكي يكون منارة لاجيال الاعلام القادمة

مشكلة الدراسة:

تعتبر وسائل الاعلام القديمة والحديثة من الوسائل التي تساهم في تشكيل الوعي للامم والشعوب وفي ذات الوقت تشكل المادة التاريخية بمختلف انواعها وأنماطها مادة دسمة لإثراء البرامج الاعلامية عليا تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي: ما مدى نجاح تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2016-2017م؟

تساؤلات البحث:

- 1- ما الوسائل الاعلامية التي تم استخدامها الإعلاميون في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟
- 2- ما الاشكال البرمجية التي استخدمت في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟
- 3- ما وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمها الاعلاميون كوسائل مساعدة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟
- 4- مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام في بيان أهمية برنامج عواصم الثقافة الإسلامية وتحقيق أهدافها؟
- 5- إلي أي مدى اسهمت تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في اظهار التراث السناري؟
- 6- ما المشكلات التي واجهت وسائل الاعلام في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟

أهداف الدراسة:

- 1- التعرف علي الوسائل الاعلامية التي تم استخدامها الإعلاميون في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م
- 2- التعرف علي اساليب واشكال تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.
- 3- الوقوف علي وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمت كوسائل مساعدة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.
- 4- الوقوف علي مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.في بيان أهمية برنامج عواصم الثقافة الإسلامية وتحقيق اهدافها
- 5- التعرف على مدى اسهام تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في اظهار التراث السناري؟
- 6- الوقوف علي الاخفاقات والمشكلات التي واجهت تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في رفع المستوي الثقافي والاقتصادي والمعرفي للجماهير إذ انها تعد وسيلة لتبادل الثقافات والخبرات والحضارات بين الشعوب وقت حدوثها نظرا لعمق تأثيرها علي الفرد والمجتمع. تتمثل أهمية الدراسة في الآتي:

- 1- التبصير بالأسس العلمية للتغطية الإعلامية.

- 2- قلة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الموضوع.
- 3- كشف اهمية استخدام التغطية الإعلامية في ابراز الارث الاسلامي والحضارة الاسلامية لسنار كعاصمة تاريخية للحضارة الإسلامية في السودان.
- 4- ابراز اهمية وسائل الإعلام في تغطية المناسبات القومية والاسلامية.
- 5- الوقوف علي المشكلات التي تعترض الإعلاميين في التغطية الاعلامية.
- 6- اثراء المكتبة بالدراسات والاستفادة من البحث في وضع ضوابط التغطية العلمية بمختلف أوجهها.

منهج الدراسة :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في رصد وحصص وتصنيف وجمع البيانات والمعلومات حول موضوع البحث وتحليلها للوصول الي النتائج.

أدوات البحث :

١_ الملاحظة:

٢_ المقابلة

٣_ الاستبيان

مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع البحث احد أهم الركائز المهمة والمكاملة لبقية عناصر البحث الاخرى وبما أن هذا البحث يتحدث عن تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الاسلامية 2017م فان مجتمع البحث الإعلاميين المشاركين في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

عينة الدراسة:

تم استخدام العينة العشوائية البسيطة .

المصطلحات والمفاهيم والتعريفات الإجرائية:

- تغطية:

تعني غطي كما جاء في معجم الصحاح بمعنى حاول تغطية الحقيقة اي سترها وحضر الصحفي لتغطية اشغال المؤتمر بمعنى لنقل اخباره ونتائجه واعماله لنشرها (1).

- وسائل الاعلام:

هي الوسائل والطرق والادوات التي تنقل عبرها المعلومات والاخبار وقد تطورت وسائل الاعلام عبر التاريخ حتي شهدت اوج تطورها في عالمنا اليوم حيث اصبح العالم قرية صغيرة حيث ساهمت التكنولوجيا الحديثة في نقل المعلومات عبر العالم في جزء من الثانية(2).

- التغطية الاعلامية:

هي عملية الحصول بيانات وتفاصيل عن حدث معين والمعلومات المتعلقة به والاحاطة بأسبابه ومكان وقوعه واسماء المشتركين فيه وكيف وقع واين وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمعلومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر(3).

- **فعالية:** هي النشاط التلقائي المؤثر على النوع الطبيعي لاثبات الافعال، تقول فاعلية الشخص ما يُبديه من نشاط والفاعلية في علم النفس هي جملة سلوكيات أو مجال إتصالي وتفعالي وتعنى مدى نجاح القائم بالإتصال في ممارسة مهنته وتُقاس بمدى نجاح تأثيره بالجمهور الذى يتوجه إليه إلي باقي عناصر العملية افتصالية بنقائية عالية(4).

- سنار:

تعددت وتنوعت الروايات حول معنى لفظ سنار منها المعني الذي يقول ان الاسم مركب من (سن) (نار) وأدغمت النون فاصبح سنار ويعني اللهب نسبة الي السنة النيران التي كانت تضيئ حلقات تعلم القرآن في القرية ليلا.
- عاصمة:

الجمع عواصم عاصم الجماعة حاميتها ومانعها.
وهي المدينة التي يدار حكم البلاد منها وتقع فيها اهم مؤسسات الدولة ومقر إقامة الرئيس او الملك وكذلك سفارات الدول الاجنبية وغالبا ما تكون العاصمة من اكبر المدن من حيث السكان (5).
- الرواق السناري:

هو المكان المخصص في الأزهر الشريف للطلاب السودانيين القادمين من مملكة سنار (6).

تعريف الثقافة في الاصطلاح:

الثقافة هي المعرفة التي يحصل عليها بغير طريقة البحث العلمي المباشر والمحدد بمناهج البحث العلمي فنحن نتلقي المعارف من المطالعة في الكتب أو من حضور الندوات أو برامج الاذاعة المرئية والمسموعة والثقافة تشمل العادات والتقاليد التي يتلقاها الفرد أو الإنسان من المجتمع ثم يستفيد من هذه المعلومات للتكيف مع مجتمعة وصولا لإشباع حاجاته المختلفة (6)
- ثقافة اسلامية:

يتضمن مفهوم الثقافة الاسلامية المعارف الشرعية، والعلمية، والفلسفية، واللغوية، والادبية، والفنية التي نشأت وتطورت في الاقطار الاسلامية التي من شأنها الانفتاح علي الثقافات الأخرى والتفاعل معها اخذا وعطاء.7
حدود الدراسة:

الحدود المكانية: هو مكان إجراء الدراسة الميدانية، قامت الباحثة بأختيار الإعلاميين المشاركين في تغطية فعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

الحدود الزمانية: يشمل حدود البحث الزمانية من يناير 2016م إلى نوفمبر 2017م، حيث كان التنفيذ الفعلي للفعالية.

المبحث الثاني : مفهوم الاعلام ،اهميته ،وظائفه،أهدافه

أصبح الإعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها ما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي تشهدها وسائله المختلفة حيث مع الظروف والتحديات التي يفرضها الواقع الإعلامي الذي بات مفتوحاً على الاحتمالات في ظل ما تشهد أدواته ووسائله المختلفة من تطورات وابتكارات نوعية فالتنافس بين وسائل الإعلام بدأ يتحول إلى صراع نحو وسائل أخرى في القرن الحادي والعشرين الذي يشهد ثورة تكنولوجية ضخمة وتدفع معلومات هائل وحر بكل الاتجاهات فمثلاً تجد الصحافة الورقية احجمتها الصحافة الالكترونية وبذلك يكون الإعلام الالكتروني سلطان على الوسائل التقليدية الأخرى كما ساعدت هذه الثورة إلى الانتقال بالعملية الإعلامية إلى مرحلة جديدة ومتطورة ومختلفة. من الإعلام التقليدي من خلال ظهور أدوات جديدة للتعامل مع الأخبار المطبوعة والمرئية من خلال منظومات متخصصة كأنظمة التوثيق الرقمي والترجمة والمعالجة الآلية والإنتاج الآلي لنصوص إضافة إلى نظم إدارة المحتوى الرقمي.

أولاً: مفهوم الإعلام:

الإعلام معناه الإخبار والأخبار يقتضي انتقال خبر من طرف لطرف آخر بوسيلة ما وقد يكون الوسيلة رمزاً وإشارة كلفظ العين، وإشارة باليد وعلامة المرور، وقد ينتقل الخبر بواسطة الصورة والشكل، وينتقل الخبر كذلك باللفظ المعبر والكلام المفيد (7).

1. الإعلام اصطلاحاً: اتسع مفهوم الإعلام في العصر الحاضر وذلك لأنه أصبح علماً قائماً بذاته وله أهدافه ومناهجه ونظمه مما أدى إلى تعاريفه وتوسعها.

عرف الإعلام الدكتور إبراهيم الإمام بأنه (هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم).

ونجد أن هذا التعريف يبين أهمية الصدق وتوضيح الحقائق والموضوعية في العملية الإعلامية. نشر المعلومات الصادقة والرأي السديد من غير تضخم أو تشويه أو القوة التي تشكل الآراء فتؤدي إلى التحريك في اتجاه مرغوب (9)

الإعلام عملية تعتمد على الإقناع باستخدام المعلومات والحقائق والإحصائيات وإنه تعبير موضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها. إذ أنه لا يعد من جانب الإعلام الممثل القائم بعملية الإعلام وبذلك تؤكد جيهان رشدي على أن الإعلام يعد في المقام الأول عملية إقناعية والمتخصص للتعريف السابق يجد أنه ركز على عنصر الإقناع في العملية الإعلامية بمعنى أن هدف الإعلام هو إقناع المتلقي أو المستقبل لمحتوى الرسالة الإعلامية (10)

ثانياً: أهمية الإعلام:

أصبح الإعلام اليوم من أهم الوسائل المستخدمة للتخاطب بين الأفراد والحكومات وكافة طبقات المجتمع على حد سواء والذي يسهم في إيصال القضايا المختلفة في المجتمع وفي كافة المجالات وهو يعبر عن ضعف الأمة أو قوتها وله تأثير كبير في أفراد الأمة وحياتهم ويمكن إبراز أهم نقاط أهمية الإعلام بالنسبة للمجتمع على النحو التالي:

1. العمل على توفير معلومات واحدة لجميع أفراد الشعب لما لذلك من أهمية في خلق رأي عام تجاه مختلف المسائل سواء المتفق عليها أو غير المتفق عليها بالإضافة إلى إيجاد اهتمامات مشتركة لدى الجميع، وبالذات في المسائل العامة التي تخص حياة الجميع داخل المجتمع.
2. نشر الإحساس بالشخصية القومية بين الجماهير بدلاً من التركيز على الولاء للجماعة والمجتمع المحلي لأن المبالغة في الولاء للمجتمعات المحلية والعشيرة والقبيلة من شأنه أن يكرس الأقلية والطائفية وبالتالي التعصب والانفلات.
3. تتبع أهمية الإعلام من كونه حاجة اجتماعية ونفسية لا غنى عنها ولا بد من إتباع هذه الحاجة من خلال التعرض لمختلف وسائل الإعلام وخاصة الجماهيرية منها
4. وسيلة من وسائل الكسب الحديثة، وعن طريقه يقوم الأفراد وتقوم الشركات بعمل الدعاية والإعلان لمنتجاتهم وسلعهم وخدماتهم التي يقدمها للمجتمع.
5. يقوم الإعلام باكتشاف كل مكنون البيئة التي فيها ويسخرها لصالح الإنسان وخدمته.
6. يعمل الإعلام على حشد التأييد للمواقف والأغراض السياسية التي تتعلق بالحكم والمعارضة ومحاولة التوفيق بين الاتجاهات المتعارضة وخلافها من المسائل.
7. يساهم الإعلام بمختلف وسائله وأدواته في التعبئة العامة وخاصة في وقت الحروب والأزمات.
8. التفاعل: تكمن أهمية وسائل تكمن أهمية وسائل الإعلام في بناء التفاعل الاجتماعي والمؤسسات الاجتماعية والبناء الاجتماعي ليكون متكاملًا ومترابطًا بجميع جوانبه واتجاهاته (11)

ثالثاً: وظائف الإعلام:

ليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم من إن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام رئيسياً في بقاء بعض الدول وخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة.

(ولا شك بأن للإعلام وظائف شتى: منها بث المعلومات والأخبار مع تفسيرها والتعليق عليها، ومنها التنقيف والتنشئة الاجتماعية، ومنها الترويج عن النفس والغاية الأساسية لكل هذا هي إقناع الجماهير بالتغيير نحو الأفضل، واستمالة إليها) ذكر محمد سيد محمد: (في معظم الدراسات الإعلامية حتى بداية الربع الأخير من القرن العشرين يذكر الباحثون وظائف الصحافة بأنها الإبلاغ، أي نشر الأخبار ثم الشرح، أي: تفسير الخبر والتعليق عليه وإبداء الرأي فيه وحوله، ثم التنقيف، ثم التسلية والإمتاع ثم الإعلان، وظل مفهوم الصحافة في الدراسات الإعلامية يعني الإعلام بمعنى الصحافة المقروءة

والمسموعة والمرئية واتساع حقول الدراسات والبحوث الإعلامية لم تعد تتنوع وتعدد وتختلف، لذلك نستطيع القول إن وظائف الإعلام على تطور الخدمة الإعلامية في المجتمعات المعاصرة (١٢) ويرى (وليام ريفرز ثيودور بيترسون، وجاي دجنسن) أن وظائف وسائل الإعلام تتركز في وظيفتين هم (١٣):
- الوظيفة الاخبارية.

(غير أن هنالك من وظائف الإعلام ما قد تم التعارف عليها في مجالات دراسات وبحوث الإعلام فالوظيفة تحدد بالقدرة على التأثير، والتأثير يقياس في ضوء الوظائف المحددة، ويطلع الإعلام بوظائف أساسية باعتباره نشاطاً فردياً وجماعياً يشمل كافة الأفكار والحقائق والبيانات والمشاركة فيها ويمكن تحديد الوظيفة الرئيسية التي يؤديها الإعلام في أي نظام اجتماعي في الوظائف التالية:

أ. **الوظيفة الإخبارية:** الوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام لتأدية وظائفه الأخرى انطلاقاً من المعلومات التي تتيح وتضمن تحولاً في المجتمع تركز معطياته في ممارسة عمليات التأثير والإقناع ١٤ (والوظيفة الإخبارية اليوم من أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في كل الأنظمة الإعلامية على اختلاف فلسفاتها ففي كل المجتمعات نجد مؤسسة بديلة يمكنها الوفاء باحتياجات الناس من التعليم والتثقيف والترفيه والإقناع بدرجة أو بأخرى، ولكن كل المجتمعات البشرية في العالم اليوم تفتقر إلى مؤسسات بديلة يمكنها القيام بالوظيفة الإخبارية بالشكل الذي يفي باحتياجات الإنسان للأخبار في عالم اليوم) ١٥.

(فالأخبار لا تنطوي على كثير من الحقائق التي تؤثر على حياتنا وتبنى عليها القرارات التي يتعين علينا اتخاذها درءاً للأخطار أو تجنباً لكوارث أو جلباً لمنفعة هذا مع الأخذ في الاعتبار أن حاجة الإنسان للمعلومات أساسية في كل زمان ومكان، إلا أنه كان للمجتمعات الأولى وسائلها للحصول على المعلومات حيث كان الإنسان يهتم بالمحيط المكاني الواقع في مجال حواسه، ولكن التغيرات التي أصابت حياة الإنسان ومجتمعه فرضت أنماطاً جديدة وأساليب أكثر كفاءة في الحصول على المعلومات، ومنذ أن تغير مفهوم المكان عند الإنسان مادياً ونفسياً فإن حاجته للمعلومات تزايدت بشكل حاد، والخبر فرع من فروع المعلومات وأحد أشكالها وإن اختلف عنها نسبياً فالمعلومات لا تصبح أخباراً، إلا إذا اختارها رجل إعلام ليقدّمها عبر وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية على أنها أخبار وليست معلومات، ومن هنا تنبع حيوية وأهمية الوظيفة الإخبارية للإعلام في المجتمع ١٦

والوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام تكتسب قوتها من الإنسان - خاصة إنسان اليوم شديد الاهتمام بما يجري حوله لذا (أصبح الخبر العمود الفقري في الخدمة الإعلامية وأصبح البحث عن الأخبار والتقاطها والسبق إليها ونشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصرة والنظرة البسيطة لواقعنا العالمي المعاصر تؤكد أن الخبر اليوم أساس المعرفة ومن غير الأخبار لا نستطيع أن نفهم ما يجري حولنا في عالمنا المعاصر) ١٧

ب. **وظيفة التربية:** لم يصل الباحثون إلى تسمية محددة من علماء الاتصال لهذه الوظيفة غير أن إطلاعاً معقولاً تحوي هذه الوظيفة تحت مسميات (التربية - التعليم - التوجيه) ويوجد أن هناك تشابه وتقارب في تحوي الوظيفة تحت المسميات المختلفة مما يعطي إمكانية إدراجها جميعاً تحت هذا الاسم، أو في وظيفة واحدة، مع التداخل، وتعتبر وسائل الإعلام من وسائل التربية والتنشئة الاجتماعية.

فوسائل الإعلام تعمل على تأصيل الأخلاق وتعميق القيم وإعداد الإنسان طفلاً، فشباباً فناضجاً ليتحمل مسؤوليته ويؤدي رسالته، وهي تؤدي هذه الوظيفة مع وسائل ومؤسسات التربية والتنشئة وتأتي مساهمة الإعلام بوسائله القوية والمؤثرة، المنتشرة والمتعمقة بالحيوية والقبول من الجمهور، يعمل مع المدرسة والأسرة وبقية وسائل التنشئة في تربية النشء ونشر الفضائل ومحاربة الرذائل. والوظيفة التربوية لوسائل الإعلام تتمثل بالمعنى الشامل لمفهوم التربية من تعليم وتهذيب وتوجيه لجماعة وغرس السلوك المثالي المهذب والمحافظة على الإرث الثقافي ونقله عبر الأجيال حيث تساعد العملية الإعلامية في ذاتها على تحقيق ذلك.

ورغم اختلاف وسائل الإعلام عن وسائل التربية إلا أن أهداف التربية وأهداف الإعلام تتقارب في معظم الوجوه، لذلك يسهل تقدم كل منهما تقدم الآخر، ويحقق النجاح في وظائف كل منهما النجاح في وظائف الآخر.

ج. وظيفة التسويق: والإعلام عنصر رئيس في ترويج التجارة، أدت إليه الحياة الإنسانية والتقدم والاختراعات وازدياد السكان واتساع الرقعة المسكونة من الأرض، وبالتالي ازدادت الحاجة إلى الإعلان عن السلع وقد أدت المدنية الحديثة إلى زيادة ملحوظة في عدد السلع وإلى زيادة أنواعها أيضاً، وبهذه الزيادة المزدوجة تزداد الحاجة إلى الإعلام التجاري. وتعتبر وسائل الإعلام الأداة الرئيسية للاتصال بالجمهور وتعريفهم بهذه السلع وحثهم على شرائها، وقد أدى استخدامها في ذلك إلى ظهور وظيفتين رئيسيتين للإعلان بالإضافة إلى ترويج التجارة.

د. الوظيفة الأولى: تعليم الجماهير ذلك إن الإعلان تضيف حصيلة الجماهير المعرفية أو تعدل في اتجاهاتهم القائمة، وتثبيت هذا التعليم بالخبرة المجزية التي ينالها الجمهور المصدق لهذه الإعلانات عند التفاعل مع السلعة.

خفض تكاليف وسائل الإعلان على الجمهور فالإعلانات المدفوعة الثمن والتي تشكل نسب تتراوح ما بين (80-20) من دخل وسائل الإعلام تخفض السعر للمستهلك لأن عائد الإعلانات يدخل في تكاليف الإنتاج والتوزيع.

نجد أن بعض الهيئات التجارية تحيد عن جانب الحق فتضلل الجمهور سعياً وراء استمالة الجمهور لشراء سلعها وهذا الجانب السيئ في الإعلان يلقي بظلال من النظرة السالبة على وسائل الإعلام.

هـ. وظيفة التفسير: (كانت الوظيفة الإخبارية للإعلام هي أساس الوظائف إذ كانت مهمة وسائل الإعلام الرئيسية هي الصياغة المباشرة الواضحة للأخبار بالإجابة على من؟ وماذا؟ ومتى؟ وأين؟ وكيف؟ بالنسبة للحدث من أول الخبر إلى نهايته مع ترتيب تفاصيل الوقائع ترتيباً تنازلياً من حيث الفائدة والأهمية، أما البحث عن سبب وقوع الأحداث أو التفكير فيما يجب عمله إزاء ذلك الحادث يترك أمره ويحذر إلى كتاب المقالات والأعمدة حيث يعتبر ذلك من الآراء الخاصة والشخصية لكتاب الأعمدة والمقالات) (8).

(ثم بعد ذلك وبتطور المجتمع وفي فترة الحرب الباردة أصبح من الصعب أن تقتصر تغطية الأخبار على الوقائع المجردة بدون شرح، فظهرت الوظيفة التفسيرية لوسائل الإعلام التي تنطوي على شرح لماذا وقعت الأحداث؟ وما هو مغزى الوقائع؟ وما هي العلاقة الترابطية بين وقائع الحدث الواحد، وبين الأحداث المختلفة؟ وما هي التوقعات المستقبلية للأحداث والوقائع استناداً على استقرار الوقائع الحاضرة والخلفيات التاريخية عن الحدث، مع الاستعانة بالوقائع والحوادث التي حدثت في ظروف مماثلة).

و. وظيفة التنقيف: يسعى الاتصال والإعلام إلى نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث، والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله، وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدرته على الإبداع، التنقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة ١٨

(وتقوم الشركات المتعددة الجنسية بالدور الرئيس في نقل المنتجات الثقافية والكتب والأفلام والمواد التعليمية، وتحرص من خلال ذلك على فرض الأذواق الاجتماعية الثقافية الأجنبية على شعوب العالم المستهدفة خلق نمط ثقافي عالمي الجنسية لا يمكن أن تتحمل المسؤولية بمفردها في مجال الغزو الثقافي، إذ أنه ليس بوسعها أن تمارس نفوذها ما لم تكن الصفوة السياسية والثقافية في الدول النامية على استعداد لمعاونتها واقتسام الفوائد معها) ١٩

والتنقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، وهذه المواجهة تقدم له – بدون أن يكون هو المقصود بالذات – معلومات وأفكار وصور وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعه فيفاجأ بجريد حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء تتخزن في ذاكرته.

أما التنقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التنقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعو إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

ز. وظيفة الترويج: كانت تسمى هذه الوظيفة بالتسلية والإمتاع، وكانت أمثلتها الشائعة الطرائف وال نوادر، ثم أصبحت في العصر الحديث واسعة النطاق. وتقوم وسائل الإعلام بما تقوم به من وظائف مهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه؛ وهذا يتوقف بواسطة الأبواب المسلية في الصحف والبرامج الكوميديية في التلفزيون، ظلها على الكثير من الوظائف الأخرى، وذلك في عبر وسائل الإعلام التي تعتمد في بقائها على الإعلانات حجراً للزاوية في كثير منها. وهذه الوظيفة الإعلامية تمتد من وسائل الإعلام التقليدي والبسيط إلى وسائل الإعلام الإلكترونية والحديثة، فكل مجتمع طريقته

في الترفيه والتسلية، ولكل ظرف من ظروف الزمان والتحضير المستوى المناسب له من مستويات الترفيه والتسلية في الحالتين تأخذ وسائل الإعلام باعتبارها مبدأ واضحاً وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها ؛ وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجه ويمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام والإعلام يقوم بدور التسلية والترفيه للمتلقين فإن الهدف من ذلك ليس الفكاهة أو الترفيه والتسلية ليس هدفاً بحد ذاتها بل يجب أن توجه إلى تحقيق أهداف نافعة ٢٠ .

رابعاً: أهداف الإعلام:

في الحديث عن أهداف الإعلام يمكن القول أن للإعلام مجموعة من الأهداف الهامة التي أصبحت من مقومات الحياة في العالم الحديث فالإعلام هو الذي يكون الرأي العام وهو سبب من أسباب إقامة مجتمع قويم وذلك لأنه يساعد في تحقيق حيادية النقد في مجتمع ويساهم في فتح عيون الرقابة العامة على ما ساءت من وضع المجتمعات، كما انه ينشر الاخبار والمعلومات ويجعل العالم كله قرية صغيرة يعرف سكانها ما يدور في كل انحاءها وحواريها ولعل ابرز أهداف الاعلام المعروفة في هذا العصر ما يلي:

1. تأكيد الالتزام الخلقى في محتوى وسائل الإعلام، وذلك من خلال الرقابة الفعالة على وسائل الإعلام لوسائل الإعلام العامة.
2. إرشاد أفراد المجتمع إلى التمسك بالقيم السليمة ونبذ القيم الهدامة من خلال عرض نماذج لذلك، سواء ما يتصل بالجرائم وعواقبها على أمنه واستقراره، وكذلك المشكلات التي قد تهدد القيم الأخلاقية والدينية للمجتمع.
3. الاتجاه إلى تحقيق الضبط الاجتماعي عن طريق الإقناع، من خلال إدارك وسائل الإعلام العامة والخاصة لوظيفتها التربوية.
4. الإسهام في عملية التنمية الشاملة من خلال التركيز على الجانب الإنساني فيما يتعلق بإعداد الفرد إعداداً تربوياً جيداً في مختلف المجالات ليكون وسيلة هامة من وسائل التنمية، بالإضافة لكونه غاية لها.
5. الارتقاء بمستوى برامج الترفيه والتسلية في وسائل الإعلام المختلفة والتي تتحدراً أحياناً إلى الدرك الأسفل من الإسفاف والسطحية، مما يؤثر على مستوى الثقافة العامة في المجتمع كما يؤثر في نظرة الجماهير إلى وسائل الإعلام.
6. الارتقاء بجميع مجالات المعرفة لان ذلك يعتبر ضرورة لمواكبة مسيرة الحضارة العالمية في عصر أصبح الصراع فيه بين الأمم صراعاً حضارياً وعلمياً.
7. تبني برامج جادة فيما يتعلق بالأنشطة العامة والاستفادة من نتائج الأبحاث العلمية، والدراسات الهامة العديدة التي أشارت إلى أهمية توظيف وسائل الإعلام العامة في خدمة العملية التعليمية.
8. الأخبار: أي إخبار الناس وإعلامهم بالوقائع والأحداث على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.
9. التحليل والتفسير: إن الوسائل الإعلامية لم يعد هدفها جمع الأخبار وصناعتها ونشرها للناس وحسب، بل أصبح هنالك وسائل إعلامية عدة تقوم على التحليل والأخبار والتفسير، إما من خلال نشرات الأخبار أو برامج متخصصة في تلك الموضوعات، أو من خلال الانترنت وما يتضمنه من إعلام إلكتروني.
10. المعلومات والرأي المعتمد تقوم وسائل الإعلام على نقل المعلومات من خلال اعتمادها على الوثائق والبراهين والأدلة والحقائق، أما عن طريق المحللين السياسيين والاقتصاديين أو الخبراء والمستشارين أو ذوي المناصب العليا أصحاب الثقة والشخصيات البارزة في المجتمع، أو المعلقين أو شهود عيان في شتى المواضيع ٢١ .
11. تقوم وسائل الإعلام اليوم بخلف الرأي العام حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع، وبخاصة التي تتعلق بقرب المكان⁽⁹⁾. وما يحمله من مشاكل وقضايا تتعلق بالفقر أو بتظاهرات معينة أو بالثورات التي حدثت مؤخراً في بعض الدول العربية والتي أطلق عليها الربيع العربي، أو ما يخص قضايا المياه والاتصالات والخدمات العامة والسياحة.. الخ
12. التنقيف والوعي: يسعى الإعلام إلى تنقيف الناس والمجتمعات عبر الوسائل المختلفة لربث برامج تنقيفية تتعلق بالتغذية الصحيحة بالأمور الطبية والتجميلية أو فئة المعوقين، والمرأة والطفل وإدارة السير كما يهتم الإعلام بقضايا جرائم

الشرف والانحراف وقضايا المخدرات وظاهرة التسول.. إلخ حيث يساعد ذلك على عملية تطوير التنشئة الاجتماعية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

13. الأمن والسلامة: من أهم أهداف الإعلام هو المحافظة على نظام البلد وأمنه واستقراره واستقرار مجتمعه وحماية أفراد من خلال كشف الفساد والغش كما تسعى وسائل الإعلام إلى رصد المؤامرات الخارجية وعلى أي أفة تحاول النيل منه، عن طريق كشفها والرد عليها ومواجهتها كما يسعى للمحافظة على التراث الثقافي والحضاري والاجتماعي والعمل على حمايته وتطويره.

14. التأثير: تسعى وسائل الإعلام بمختلف أشكالها لتأثير على الأفراد والجماعات والمجتمع ككل، وقد تسعى أيضاً لتأثير على مجتمع آخر ودولة أخرى ٢٢٠

المبحث الثالث : وسائل الاعلام

اولاً:تعريف وسائل الاعلام

التعريف الاعلامي للوسيلة: تطلق الوسيلة في الدراسات الاعلامية علي (القناة التي تحمل الرسالة الي المتلقي ٢٣. وهي بهذا تشمل الوسائل المادية مثل الصحافة والاذاعة والتلفاز والمجال الجوي ايضاً وذلك(باعتباره الوسيلة التي تحمل الموجات الصوتية خلال الاتصال الشفهي⁽¹⁰⁾).

كما تشمل أيضاً وسيلة التعبير كاللغة والحركات والاشارات، ومن هنا يمكن الخروج بتقسيم الوسيلة الاعلامية علي النحو التالي:

1. وسيلة: وتتمثل في الرموز التعبيرية والتي هي نوعان:

- النوع الاول: رموز لفظية ذات دلالة لغوية وقاموسيه محددة

- النوع الثاني: رموز غير لفظية ذات دلالة تعبيرية يعبر عنها بحركات الجسد وبالايماءات وغيرها.

2. وسيلة النقل: وهي وسائل الاتصال الإذاعة، الصحافة، والتلفزيون وما يتبع كل منها من مبانى واجهزة ومكاتب،

وما تستلزمه ملكيتها من تملك للاعيان والمنافع وقدرة على التصرف فيها وفي منافعه ٢٤

ثانياً: انواع وسائل الاعلام:

النوع الاول: الإعلام المسموع: تتخذ الكلمة المسموعة (المقولة) أشكالاً متعددة تضم الأحاديث والمناقشات والخطب والمحاضرات والمناظرات والمكالمات التلفونية وغيرها من وسائل الاتصال الشفهي.

والكلمة المسموعة (المنطوقة) من أقدم وسائل الاتصال وأقلها تكلفة في نقل المعلومات وهي أداة ذات تأثير كبير في مجالات عديدة وتحقق مزايا أهمها:

- تتيح فرصة كافية للاستفسارات والإيضاحات بين أطراف الاتصال حول المحتوى الرئيسي للاتصال مما يعطي فرصة أكبر لوحدة الفهم.

- تمكن من استخدام بعض صيغ التعبير الرمزية إلي جانب الكلمات عن مضمون الرسالة كحركات اليد والجسم والإشارات والايماءات وتعبيرات الوجه ونبرات الصوت بالشكل الذي يعطي معان تعجز في كثير من الأحيان اية كلمات في التعبير عنها.

- يساعد الاتصال الشفهي من تمكين كل طرف من أطراف الاتصال على تلقي رد الفعل الفوري لحديثه لدي الطرف الآخر.

- إن الكثير من الأفراد يمكنهم التعبير عن أنفسهم وما بخلجاتهم مشافهة أكثر من قدراتهم على ذلك بأية وسيلة مكتوبة.

- ان الاتصال الشفهي يتيح فرصة كافية لتبادل المشاعر وتوفير اساس للفهم والثقة المتبادل بين أطراف الاتصال ٢٤ وهناك بعض القواعد الهامة التي يجب أن يضعها المتحدث في اعتباره وهو أن يضع أفكاره في جمل قصيرة ويستخدم وسائل الإيضاح والنماذج المصورة أو الاستعانة بلهجات الصوت التي تقرب المعني وتيسر وصول الفكرة ويمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية:

- ينبغي ان يتجنب المتحدث السرعة في التحدث.
- ينبغي ان يستخدم المتحدث الصور والرسوم التوضيحية والكلمات البسيطة بقدر الإمكان.
- يجب أن يستغل المتحدث تأثير نبرات الصوت في تحقيق الوضوح.

ويمكن تناول بعض أنواع الإعلام المسموع أو المقولة كالاتي: 1. الخطبة:

لا شك أن الخطبة من أقدم وسائل الاتصال، وهي بعد القصيدة وتعتبر من أقدم الفنون الأدبية أيضا وهي كالسوق من أقدم وسائل الإعلام في المجتمعات الإنسانية أو لعلها أقدمها جميعا.^{٢٥} وكانت الخطبة عند (ارسطو) تعبيراً عن الأعلام^(١). كما نطلق لفظ الصحافة علي مختلف وسائل الاتصال الجماهير، فقد عرف الفيلسوف القديم دراسة البلاغة بأنها البحث عن جميع وسائل الألقان المتوفرة، وقد عرفها العرب منذ الجاهلية، وكان لها عندهم شأن عظيم ولعل أسواق العرب أكبر دليل على ذلك، وظهرت اول أمرها في البيئات التي هي أقرب الي البداوة منها إلي الحضارة، وفي هذه البيئات تظهر الموهبة اللسانية وتصبح الزعامة في المجتمعات لأرباب السيف وارباب اللسان، ويظهر ذلك واضحا في تاريخ العرب من جهة وتاريخ الرومان من جهة ثانية والمعروف ان العرب كانوا يحلون مشكلاتهم ويتغلبون علي أعدائهم بالسيف تارة والشعر والخطابة تارة أخرى وتاريخ الادب الجاهلي حافل بالأمثلة العديدة علي صدق ما نقول ومن أوضح الأمثلة علي ذلك سوق بمكة بعكاظة وسوق المربرة بالبصرة.

والخطبة وسيلة اتصال ترتبط بالجماهير ارتباطا مباشرا وتزدهر في المواقف والظروف التي تثير مشاعر الجماهير وتلهب عواطفهم ولا شك أنها من أبرز وسائل الاتصال ارتباطا ويرى النقاد أنه ينبغي أن تكون مادة الخطبة واضحة المعاني سليمة الأفكار يسهل فهمها على عامة الجمهور حتي يتفاعل معها وينبغي أن تكون عباراتها قصيرة الفواصل، قوية التأثير، كما يؤكد النقاد علي شخصية وأثرها في نجاح الخطبة فالخطيب الحاضر البديهة السليم النطق، القوي الشخصية يعتمد علي قوة شخصية أكثر من اعتماده علي قوة كلماته وعباراته.

ولكي تحقق الخطب فاعليتها، يجب أن تعد بكل دقة وعناية فتشتمل علي أفكار لها أهداف معينة، وهناك سبع خطوات اساسية لتجهيز الخطبة وهي ٢٦:

- أ. اختيار وتحديد موضوع الخطبة.
- ب. تحديد الهدف من الخطبة.
- ج. السبب الذي من أجله يلقي الخطيب الخطبة.
- د. وضع النقاط الرئيسية للخطبة.
- هـ. جمع البيانات والحقائق وتوسيع النقاط السابقة.
- و. تجهيز المساعدات الرئيسية.
- ز. استكمال عناصر الخطبة والقيام بعمل التجربة لإلقائها.
- ح. ويجب أن تكون الخطبة حيوية كما ينبغي أن يكون الخطيب حيوياً أثناء القاء الخطبة، ليجذب انتباه المستمعين وعليه تجنب الإشارات المبالغ فيها، وأن يكون حسن المظهر ملماً كل الامام بموضوع الخطبة.

2. المحاضرات:

من أحسن وسائل الاتصال التي تلجأ اليها المؤسسات المختلفة، لشرح وجهة نظرها في المسائل العلمية، وليبيان مدي ما حققته من نجاح، ومدي ما تلاقية من صعوبات، ومع ان الجمهور الذي يحضر المحاضرات يعتبر صغيرا نسبياً إذا قورن مع الجماهير التي تستمع إلي الإذاعة أو تحضر العروض السينمائية، إلا ان الذي يعوض هذا.. ان المحاضرات تتيح فرصة هامة لمواجهة المحاضر (المتحدث) لجمهوره،... إذا كان ماهراً، فيسعي إلي إقناع سامعيه في النقاش، والتعليق والإستزادة في النقاط التي تعين في فهم وتذكر فحوي المحاضرة.

3. الندوات:

ويطلق عليها البعض أسم (المأدبة الفكرية) والندوة من أنجح وسائل الاعلام في معظم الأوقات، ويمكن أن تعتبر (المؤتمرات العلمية) و(المؤتمرات الصحفية) و (المؤتمرات الأدبية) ضوراً للندوة لا أكثر ولا أقل. ٢٧ ومع هذا وذاك فالندوة لم تفقد قيمتها الحقيقية إلي اليوم، فالأصل في الندوات هي عبارة اجتماعات صغيرة أو كبيرة، أقيمت لمناقشة موضوعات هامة وخطيرة، وقد يكون من الخير للندوة أن يكون عدد الحاضرين فيها قليلاً، ومحدوداً، فأن ذلك يتيح الفرصة للمناقشة العميقة المفيدة، أما إذا كان عدد الحاضرين كبيراً، فأن ذلك يكون أدعي لتشويش الأفكار وارهاق الأعصاب، ويرتكب أصحاب الندوة والمشاركين فيها أخطاء دائمة في أنهم يهملون تسجيل الآراء التي نوقشت فيها والنتائج التي وصل المتناقشون اليها، مع أن تسجيل هذه الآراء، على اكبر عدد من الجمهور المثقف، بعد أن حالت ظروف الحياة بينهم وبين الاشتراك بأنفسهم في هذه الندوات، وبذلك يزول الشعور المضاد لهذه الوسيلة الإعلامية الهامة ويعود الناس إلي الأيمان بجوداها والتحقق من فائدتها^(٢٨)

4. الإذاعة:

كانت حاجة الانسان تزداد الحاحاً، الي وسيلة اتصال أكثر سرعه، وأكثر كفاءة في تخطي الحواجز الطبيعية والجغرافية، بدلاً من وسائل النقل مثل السفن والقطارات والسيارات والتي كانت ولا تزال بطيئة في مطلع القرن العشرين بالقياس الي ما هو عليه الان واستمرت جهود الانسان تتصل لابتكار وسائل للاتصال والمواصلات تتغلب على المسافة والزمن واختصارهما بحيث تصل الاخبار والمعلومات وينتقل الانسان من مكان لمكان اخر في وقت قصير وببذل جهد بسيط، وقد بدأت قصة المذياع باكتشاف الموجات الكهرومغناطية عام (1874م) على يد (جيمس كلارك ماكسويل وهيزيش هرنز) وفي عام (1896م) أصبح الاتصال اللاسلكي حقيقة واقعة وذلك بتأسيس شركة (ماركوني) البريطانية وفي عام (1906م) سمع أول صوت إنساني عبر الموجات اللاسلكية وبعد ذلك تطورت معرفة هذه الموجات من طويلة الي متوسطة إلي قصيرة الي أقصر وأقصر^(٢٩)، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الدولة الأولى التي أجريت فيها التجارب للراديو وتبعها من بعد لفترة يسيرة بريطانيا وفرنسا والماني 30، وفي العالم العربي انشئت أول محطة إذاعية في القاهرة عام (1934م) وفي عام (1938م) ظهرت الإذاعة اللبنانية تحت أسم راديو الشرق وكانت تذيع باسم سوريا ولبنان ثم تتابعت الاذاعات العربية فظهر أكثرها بين الاعوام (1938م – 1951) ^{٣١}، وفي السودان بدأت اول محطة للإذاعة الصوتية في إبريل (1940م) وتقدمت برامج الراديو السوداني وازدادت المساحة الي تغطيتها بعد الاستقلال.

تعد الإذاعة من اكثر وسائل الاعلام انتشاراً وشيوعاً في العصر الحديث، حيث كان لاخترعها في عالم الكلمة المسموعة التي كانت قاصرة علي المحافل والاندية ودر العلم والجماعات وصار جهاز الراديو جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية فهو يجتاز البحار والمحيطات والجبال والصحاري وينتقل الي ملايين الناس ويدخل صوته الدور والمنازل بدون استئذان، وملكية الاذاعات في غالبية دول العالم تابعه للدولة نظراً لخطورة وأهمية هذه الوسيلة الاعلامية في العصر الحديث، ولكن لا يمنع من ان بعض الدول الرأسمالية مثل الولايات المتحدة على وجه الخصوص تقوم فيها ملكية الإذاعات على اساس شركات تجارية تمولها الاعلانات، ليس ككل الدول الرأسمالية والتي تدار فيها الإذاعات علي هذا النحو ففي بريطانيا مثلاً تتبع الإذاعة في ملكيتها هيئة خاصة وهي من محطات الإذاعة المتقدمة ولها شهرة عالمية أما في البلدان الاشتراكية فلا مجال بطبيعة الحال لان تكون الإذاعة مملوكة للأفراد أو الشركات وإن كان بعض المحطات في بعض البلدان الاشتراكية تذيع الإعلانات فأنها ينطبق عليها في هذا المجال ما ينطبق علي الإعلانات في صحف البلاد الاشتراكية³².

النوع الثاني: وسائل الإعلام المكتوبة و(المطبوعة):

إن الكتابة فن حضري خالص لا مرأى في ذلك وقد مارست الكتابة تأثيرها القوي في الجماهير وبأشكال مختلفة أولها (الرسائل) ونخص بالذكر منها الرسالة الديوانية وهي الرسالة التي تصدر عن الحاكم أو الملك أو الامير أو كل ذي سلطة قوية في الدول^(٣٣).

ويمارس الفن الكتابي تأثيره في الجماهير على شكل (كتاب) بعد أن مارسه على شكل (رسالة) والكلمة المكتوبة من أهم وسائل الاتصال وعلى وجه الخصوص بين الهيئة أو المؤسسة والجمهور الخارجي الذي تتعامل معه، ففي الكلمة المكتوبة

مجال واسع للتعبير عن المشاعر بدقة كافية ولأن الوقت واسع للتفكير والتأمل ومراجعة ما كتب وتحسين أسلوبه وتبويبه يسهل على القارئ متابعته.

والكتابة تمكث بين يد القارئ وقتاً قد يطول أو يقصر حسب رغبته واهتمامه ويمكنه الرجوع إليها أكثر من مرة، او كلما احتاج إلي ذلك وأن يعيد قراءتها أو ما بين سطورها.

وتضم الكلمة المكتوبة كل الوسائل التي تتكون اساساً من كلمات مكتوبة ومطبوعة وتعد وسائل الإعلام المطبوعة المقروءة والمرئية المرحلة الاولى من التطور الحضاري للإعلام وأن تطور الكتاب والصحيفة والوسائل الإعلامية المطبوعة عموماً مدين لابتكارين هامين وتطورها ايضاً بل وقرين بهذا التطور، هذان الابتكارات هما: ابتكار وتطور أحبار وورق الطباعة وابتكار وتطور الطباعة والات صاف الحروف والتصوير الضوئي 43

وتشير نتائج التجارب التي اجراها لأزرسفيلد ودوب ووايلز وبيرلسدون إلي أن المطبوعات كالكتاب والصحيفة والمجلة واللافتات لها مميزات تجعلها تتفوق على غيرها من الوسائل الأخرى وأهم هذه المميزات أن القارئ يستطيع أن يسيطر على الوسيلة بالطريقة التي تلائمها والسرعة التي تناسبه.

1. **الصحيفة:** الصحيفة أحدي وسائل الإعلام المطبوعة والإعلام الصحفي هو النشر عن طريق الصحف والمجلات، والصحيفة وفق تعريف او توغرت هي: (مطبوعة تنشر بصفة دورية وتنتج الياً (ميكانيكياً) ويمكن لمن يدفع ثمنها ان يحصل عليها، أي متاحه للجميع وأن يتنوع موضوعها فلا تقتصر على موضوع واحد محدد يهتم فئة صغيرة من القراء وأن تكون ملتزمة بموعد صدور ثابت وبشكل مستمر لفترة طويلة دون انقطاع أو توقف وأن تصدر عن مؤسسة مستقرة 44 ويعرف خليل صابات الصحيفة بأنها: (مطبوع دوري ينشر الاخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والتقنية... الخ ويشرحها ويعلق عليه 45

ولا شك أن الصحافة تلعب دوراً هاماً في الحضارات الحديثة وتعتبر في البلاد المتقدمة اقتصادياً واجتماعياً جزءاً جوهرياً من مقومات الحياة الفكرية الإنسانية كما لها قدرة في التأثير على الجماهير وتنوير الرأي العام وهي من أقوى الأدوات المعروفة للتعليق على الرأي، وتعتبر حلقة الوصل بين الفرد والعالم الخارجي ولولاها لعاش الإنسان في عزلة عما يجري من حوله.

ولم تتخلف الصحافة نتيجة ظهور وسائل الاتصال الأخرى كالإذاعة والتلفزيون والسينما بل ظلت في سيرتها وضمت تحت جناحيها اهتمامات متزايدة للراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والكتاب مما أكد انها وسيلة الاتصال الأم. والصحف من أصلح الوسائل لنشر المطبوعات المعقدة والدراسات الصعبة ذات التفاصيل المتشعبة.

خصائص الصحافة كوسيلة اتصال جماهيري:

الصحافة لها كثير من الخصائص التي تتميز بها كوسيلة إعلام واتصال جماهيرية وأهمها الاحتفاظ بها وقراءتها في الوقت المناسب. فهي تمكن المتلقي من قراءتها متى ما يشاء وفي اي وضع يريد وتسمح بحرية أكبر، من التخيل والتحليل والتفسير، كما أنها أقدر على مخاطبة الجماهير النوعية من خلال الإصدارات المتخصصة التي تتوجه إلي مختلف الفئات والاعمار 46(14).

كما يمكن الاحتفاظ بها كوثيقة ومرجع وهي بذلك تتفق مع الكتاب والعكس صحيح فالكتاب يتفوق الصحيفة في انه الوسيلة المثلى للتنقيف والتعليم ونشر المعرفة الموثقة، مع ان الصحيفة قد تؤدي هذه الوظيفة ايضاً ولكن بدرجة أقل، والصحيفة تتفوق في متابعة المعلومات وتجديدها على الكتاب، نظراً لأنها تصدر بشكل دوري منتظم أسرع من الكتاب، والكتاب يتفوق على الصحيفة والمجلة في إمكانية معالجة الموضوعات بتفضيل وعمق أكثر من الصحيفة والمجلة ايضاً، ولكن بدرجة أقل من الكتاب كما يمكن الاحتفاظ بالكتاب والمجلة مدة أطول من التي يمكن أن تعيشها الصحيفة 47-2.

2- المجلة:

وتعود البدايات للمجلات الحديثة إلي نهاية القرن السابع عشر فقد كان الناشر الإنجليز يصرون كتباً تحتوي على عدة موضوعات، وأحد هذا الكتب كان يسمى (تاريخ اعمال المتعلمين) ويعد هذا الكتاب البداية المبكرة للمجلة في إنجلترا عام(1699)48

وتعرف الموسوعة الثقافية للمجلة بانها: (مطبوع دوري مصور أو غير مصور يحوي موضوعات متنوعة) 49.

وهذا تعريف بسيط وواضح للمجلة، يميزها عن الصحيفة فالمجلة تحتوي على موضوعات متنوعة، بصفة أساسية، وليس الاخبار هي الاساسية كالصحيفة، وأن محاولة وضع تعريف يفصل الصحيفة عن المجلة محاولة غير مأمونة وأهم ما يفرق الصحيفة عن المجلة هو ان الصحيفة تصدر يومياً وفي أكثر من طبعة وتصدر بدون غلاف وصفحاتها غير مجنّدة او مساحة صفحات المجلة والصحيفة تطبع عادة علي ورق أقل جودة من ورق المجلات، وأما المجلة فهي تصدر دورية بانتظام أسبوعياً أو شهرياً أو ربع سنوية أو سنوياً.

وتتفاوت المجالات في طبيعتها بين ما هو عام وموجه إلي الجمهور بصفة عامة وهي تتناول موضوعات تتفق ورغبات الجمهور العام ومنها ما هو موجه إلي فئات معينة وهي ما تسمى بالمجلات الخاصة وهي تتناول موضوعات تهم نوعاً واحداً من القراء مثل المرأة ورجال الأعمال والطبقة العاملة وأهل الدين.

خصائص المجلة كوسيلة إعلام واتصال جماهيرية:

إذا تأملنا واقع الكتاب والصحيفة والمجلة نجد أن كثيراً من خصائص الكتاب كوسيلة اتصال جماهيرية، هي نفسها خصائص كل من الصحيفة والمجلة، تجمع بين دسامة الكتاب وخفة الصحيفة وتمتاز المجلة بالاتي:

أ. أن المجلة أطول عمراً من الصحيفة اليومية يرجع إليها أكثر من مرة وتمر المجلة من شخص لأخر والمجلة الواحدة يقرأها خمسة أو أكثر من الناس بينما الصحيفة اليومية يقرأها في الغالب شخص واحد، كذلك فإن قارئ الصحيفة اليومية يطرّحها بمجرد تلاوتها وإمعان النظر إليها ٤٠.

ب. عادة ما تتم قراءة المجلة في وقت الراحة وفي جود من الهدوء وهذا يجعل الشخص أكثر استعداداً للقراءة والوقوف عند كل صفحة من الصفحات.

ج. الإمكانيات الفنية للمجلة أكبر مما هو متاح للصحف سواء كان ذلك من حيث نوع الورق أو استخدام الالوان والرسوم والصور.

د. تعدد الصفحات وعدم ضغط عنصر الوقت يسمحان بتغطية الموضوعات بشكل أشمل وأدق.

2. **الكتاب:** تعرف القواميس الكتاب بأنه: اوراق مطبوعة في مجلد 50 (15).

وتعرفه اليونسكو بأنه: مطبوعة غير دورية تتكون من صفحة علي الأقل عدا صفحات الغلاف.

وأما النشرة فهي مطبوعة غير دورية لا يقل عدد صفحاتها عن خمس ولا يزيد عن ثمان واربعين صفحة فيما عدا صفحة الغلاف وقد وضعت اليونسكو هذا التعريف عام (1946م) لخدمة أغراض الاحصاءات عن الكتاب في العالم 51 وللكتب دور أساسي في حياتنا اليومية فعليها يعتمد نظامنا التعليمي كما ان التعليم والتثقيف الشخصي ايضاً يعتمد في جزء كبير منه على الكتب.

ويحظى الكتاب بكثير من الاحترام كوسيلة من وسائل الاتصال وهو يمتاز بخصائص تجمع بين فضائل الاتصال المباشر لأن القارئ لا يد وأن يخلو به ويعد نفسه وتهيأ للقراءة ولأن الكتاب يمتاز بالعمق والدراسة فهو وسيلة مفضلة للباحثين عن المضمون الجاد.

ويرتبط انتشار الكتاب بالمستوي التعليمي في المجتمع فكما أرتفع مستوي التعليم زاد توزيع الكتب وكلما انخفض مستوي التعليم تقل قراءة الكتب والمدينة هي بيئة الكتاب فهو يقل او يكاد يندم في القرية. غير ان وسائل الاعلام الاخرى تقلل تدفق توزيع الكتاب في العواصم الكبرى بمغرياتها جدد طاقات التطلع للمعرفة لدي الراشدين من الشباب، ولان جمهور وسائل الاعلام متداخل الظروف التي تمنع بعض الوسائل من الاستحواذ على جمهورها تتيح الفرصة لوسائل الاتصال من الاستحواذ على نفس الجمهور.

وليست هناك علاقة ثابتة بين ارتفاع المستوى الاقتصادي وزيادة توزيع الكتب، فقد تزهد المجتمعات المترفة في الكتاب وتلجأ إلي وسائل أكثر ترفيهاً وقد تكون هناك سمات خاصة للثقافة الوطنية في مجتمع من المجتمعات تجعل للكتاب أو لنوع من الكتب وضعا أكثر انتشارا 52.

خصائص الكتاب كوسيلة اتصال جماهيرية: 53

أ. إمكانية معالجة الموضوعات بتفصيل وعمق أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى مثل الصحافة المكتوبة الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما.

ب. يمكن الاحتفاظ به كوثيقة ومرجع.
ج. الاستفادة من إمكانات الطباعة الحديثة في توظيف الصور والالوان والرسوم وجودة الطباعة كعوامل جذب للقراء وكعوامل تزيد من توضيح مادة الكتاب وتجعل القراءة مريحة وميسرة بقدر الإمكان.
د. يمكن الاحتفاظ به وقراءته في الوقت المناسب.
هـ. إصدار الطبقات الشعبية زهيدة الثمن في غالبية المتعلمين والقراء.
و. مخاطبة الطبقة المثقفة رائدة التنوير والتأثير في الآخرين في المجتمع أو ما يعرف بقيادة الرأي.
ز. الوسيلة المثلى للثقف والتعليم ونشر المعرفة الموثقة.
ح. متابعة المعارف والمعلومات وتجديدها بنشر احداث الأبحاث ونتائجها في موضوعات الكتاب بإصدارات متتالية منه.

ط. يشغل مكاناً صغيراً في المنزل ويسهل حملة إلي أي مكان وخفيف الوزن ولا يحتاج إلي توصيلات كهربائية مقارنة بالتلفزيون

3. **الملصقات:** عبارة عن لافتات كبيرة تعلق على الحائط داخل المؤسسة أو المصنع أو في الأماكن العامة والشوارع الرئيسية فهي توجد في أماكن ثابتة، حتي يتحرك الجمهور إليها شأنها في ذلك شأن لوحة الاعلانات وتعلق الملصقات أحياناً داخل المصنع أو المؤسسة لتذكر العمال بواجباتهم أو لنتيبيهم إلي خطر تعرضهم للحوادث أو لتحذيرهم من عدم استعمال ملابسهم الواقية.

وقد تستعمل الملصقات لأغراض متنوعة ومتعددة، وتنتشر في الميادين والشوارع وتكتب عليها بعض العبارات التي تتضمن رفع معنوية الشعب والترحيب والتهنئة والدعوة لحضور اجتماع أو احتفال أو مؤتمر أو المشاركة في حشد أو تغيير.
4. **الكتيبات:** تحتاج المؤسسات مهما كان حجمها وطبيعة عملها الي إصدار كتيبات من وقت لآخر الجمهور الداخلي والخارجي وأن كانت الصيغة العامة على الكتيبات هي الموضوعات التي تهم الجمهور الداخلي للمؤسسة وقد تزود بالصور ولا شك إن إصدار الكتيبات يساعد على إيجاد علاقات عمالية طيبة في تقدم الشركة إلي الموظف الجديد ونوع الخدمات التي تؤديها الشركة إلي العاملين بها وهكذا..

5. **النشرة:** قد ينظر القارئ بشيء من عدم الاكتران إلي النشرة كوسيلة إعلام ولكن الإعلاميين ينبغي ان تكون لهم نظرة مختلفة والنشرة وسيلة إعلام لأعضاء الحرب والسياس والمتخصصين وتتفوق في تأدية اهدافها على وسائل إعلام الكترونية ضخمة وللنشرة اهمية اخرى أكثر وأخطر وأكثر فائدة عندما تصبح كالكلام البليغ السهل الممتع.

النوع الثالث: وسائل الإعلام المرئي:

تعطي الوسائل المرئية درجة عالية من الواقعية والوضوح، فهي تستخدم لجذب انتباه الجماهير، وذات تأثير أقوى وأكثر فاعلية من الكلمة المسموعة أو المكتوبة وتلصق بذاكرة المشاهد وإذا ما استخدمت مع الكلمة المسموعة فهي تعطي ثقة كبيرة للمتحدث.

1. المسرح:

يعد المسرح من أقدم وسائل الاتصال وهو تعبير عن الحياة الإنسانية في كافة أشكالها ومشكلاتها ونظمها المتباينين وهو فن جماهيري صادق يندمج فيه الممثلون مع المشاهدين في بوتقة واحدة تتحدث بلسان الشعب وخلقاته، ومن هنا فالمسرح يشكل ضرورة ثقافية لازمة لتقدم الشعوب وحضارتها ورفيها وهو يساير الاحداث ويواكب التغيرات الاجتماعية لدي الشعوب المختلفة⁵⁴؛

والفن المسرحي من أكثر الفنون اندماجاً في الحياة ويعد من أقدم وسائل الاتصال وتتمثل طقوس الرقص عند الإنسان البدائي بذرة المسرح ونواته ولقد عرفت الحضارات القديمة هذه الوسيلة من وسائل الاتصال ويرتبط ارتباطاً مباشراً بالحضارة الإغريقية⁵⁵ (16).

عزوف الحضارة العربية علي المسرح الي طبيعة الشعر العربي كشعر غنائي لا يصلح للتمثيل وإلي ارتباط المسرح اليوناني بالأطر الدينية الوثيقة التي تتعارض مع عقيدة الاسلام محور الحضارة العربية

والمسرح أقدم الفنون وكثيراً ما تردد عبارة (المسرح أبو الفنون) والفن المسرحي أكثر الفنون اندماجاً في حياتنا بمعنى أننا لو دققنا النظر وأمعنا الفكر في سلوكنا اليومي وتصرفاتنا لعرفنا أننا نمثل علي مسرح الحياة، فحينما نشاهد مجموعة من الناس نتحدث بتلقائية ونلاحظ حركات أجسامهم وإشارات أيديهم وتعبيرات وجوههم، ونبرات اصواتهم نتأكد أنهم يمثلون وهكذا في مواقف الحياة بصفة عامة 56

المسرح كوسيلة اتصال جماهيرية:

إن اساتذة الاتصال الإنساني، لا يعدون المسرح ضمن وسائل الاتصال الجماهيري ربما يعدونه من الفنون، والبعض منهم يعده وسيلة اتصال مواجهي فلا تنطبق عليه خصائص الاتصال الجماهيري، ويقول خليل صابات في مقدمة كتابة: (وسائل الاتصال نشأها وتطورها).

(وإن كنا أسقطنا المسرح من حسابنا في هذا الكتاب فلأنه في رأينا وسيلة اتصال سمعية مباشرة، وذلك أن الممثل المسرحي يتوجه إلي جمهوره مباشرة في حين ان الممثل السينمائي لا يتوجه مباشرة ولا يشعر بردود فعله إلا اذا كان حاضرا عرض الفيلم الذي يشارك فيه فضلا عن أن جماهير السينما أعرض بكثير من جماهير المسرح) 57 (17).

ولكن من المؤكد ان المسرح يعتبر وسيلة من وسائل الاتصال الإنساني بصفة عامة، بل هوة اقدمها، ومن اصولها التي تفرعت عنها اساليب الاتصال الأخرى، فالمسرح اتصال مواجهي لان الجمهور يري الممثلين وهؤلاء يرؤون رواد المسرح الذين أتوا لمشاهدة العرض المسرحي ومن ثم يكون التجاوب مباشرة بين المتفرجين والممثلين، ويشعر الممثلون برد فعل الجمهور وتجاوبه مع المسرحية من خلال الاقبال على مشاهدة المسرحية وشغل كل او معظم المقاعد في صالة المسرح ومن خلال الضحك احيانا على بعض المواقف في العرض المسرحي او التصفيق احيانا أخرى ومن خلال الصمت والهدوء التام الذي كثيراً ما يعبر عن اندماج المشاهدين وانفعالهم بأحداث المسرحية ، لدرجة الاستغراق في المشاهدة وتخيل أنفسهم مكان الممثلين، أي يمكن أن يعيشوا حالة من التقمص الوجداني والذي يعني قدرة الفرد على تخيل نفسه مكان الآخرين في ظروفهم ومواقفهم.

ويواجه المسرح منافسة حادة من قبل التلفزيون شأنه في ذلك شأن وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ويحاول المسرح دائماً أن يطور من نفسه لكي يصمد في وجه هذه المنافسة بعرض مسرحيات تعكس واقع حياة الشعب أو الشعوب وتعبر عن آمال الناس والأهم وبأن يجعل الإنسان محور مسرحياته

2. السينما:

السينما من الناحية العملية هي جهاز أو آلة للتقاط صور على فيلم (شريط) وجهاز آخر أو آلة لعرض هذا الفيلم، وبعد ذلك تأتي أجهزة وأدوات مساعدة لصناعة السينما مثل أجهزة تحميض ومونتاج وصوت ولكي نحصل على فيلم سينمائي لأبد من توافر الآلات الأساسية التالية وهي: 58

أ. آلة التقاط الصور وهي كاميرا التصوير أو آلة التصوير السينمائي.

ب. فيلم دعامة مادة مرنة ومحسن للضوء يتم التقاط الصور عليه.

ج. آلة لعرض هذا الفيلم أو الشريط.

إن ابتكار هذه الآلات وغيرها مما يدخل في صناعة السينما هو ثمرة جهود عديدة من المخترعين المبتكرين العلماء علي مدي سنوات طويلة منذ حضارات ما قبل الميلاد إلي الحضارة الإسلامية في العصور الاوسطية ألي عصرنا الراهن ويقول الدكتور خليل صابات: المخترع الحقيقي للسينما هو لويس لومبير الذي صنع أول جهاز لعرض الصور السينمائية والتقاطها وقد سجل اختراعه في (13 فبراير 1895م) في فرنسا وشاهد الجمهور أول عرض سينما فوتوغرافي في (28 ديسمبر 1895م) بباريس، وقد عرفت إنجلترا السينما في الوقت نفسه تقريبا الذي عرفته أمريكا وفرنسا أي السينما ابتكرت في نفس الوقت في كل من فرنسا وأمريكا وبريطانيا)

ورغم الاف السنين التي تفصل بين ميلاد المسرح وبين ميلاد السينما إلا أنهما تؤامان في بعض الوجوه، وأن اختلفا في بعض الوجوه فالسينما فن جماهيري وللسينما تأثير على قاعدة الهرم الاجتماعي في كافة المجتمعات و رواد المسرح من الطبقات الاكثر ثقافة وقدرة اقتصادية في كافة المجتمعات وحظ السينما في الاستفادة من التكنولوجيا اوفر من حظ المسرح.

لا شك أن العلاقة بين السينما والشباب هي أول العناصر عند قياس تأثيرها على المجتمع ويرتبط ذلك بتقليد النجوم وأسلوبهم في الحديث، والملابس والزينة، وطريقة كما تبرزها الأفلام، والسينما تمثل للشباب المبكر من أبناء الدولة النامية، سكان البنادر ومدن الأقاليم، زادا أسبوعياً من الترفيه والتسلية وتمضية وقت الفراغ، ينتظرونه بشغف بالغ في دار العرض الوحيدة، أو أكثر من دار عرض في المدن الكبيرة، ومن هنا يبرز مدي التأثير الذي تصنعه السينما في عقول الشباب وسلوكهم⁽¹⁸⁾. 59

تستطيع السينما أن تخرب عقول الشباب ونفوسهم لخلق عالم حالم مشحون بالمغامرات والحب والابهة 60

- السينما توظف الحركة والصوت واللون والمؤثرات الصوتية وغير الصوتية للتأثير في الناس ولأنها تخاطب العديد من الحواس لدي الفرد، مثل البصر، والسمع، والفؤاد، عن طريق الصور المتحركة والملونة، والناطقة، وبصحة المؤثرات وتوجيه الكاميرا لزوايا أو جوانب معينة من الصور، أو من الحدث كما يمكن اعتبار الديكور والماكياج والملابس والموسيقى المصاحبة من المؤثرات أيضاً.

- الفرد يذهب للسينما وذهنه مهياً للاستمتاع بالفيلم وتفهم مضمونه، وبذا تتوفر فرصة تأثير كبيرة للسينما قد لا تتمتع بها غيرها من وسائل الاتصال بال جماهير الأخرى، فضلاً عن أن المشاهدة الجماعية وسط عدد من الناس داخل دور العرض يمكن أن تزيد من فاعلية السينما أيضاً فالفرد يشعر أنه واحد مثل هؤلاء الناس يشاهد ويستمتع ويستوعب مضمون الفيلم وفكرته.

- السينما توظف إمكانية تكبير المشاهد الصغيرة أو الأشياء الصغيرة والتركيز عليها وتقريبها لعين وذهن المشاهد بشكل قد لا تستطيع عينه، ومثال ذلك حينما تنقل السينما مشاهد مقربة ومكبرة لأجزاء الجسم الدقيقة والتي لا تري بالعين المجردة أثناء العمليات الجراحية، ومثال آخر أيضاً حينما تنقل الينا الكاميرا السينمائية لقطات مكبرة ومقربة لتعبيرات الوجه اثناء الفرح او الخوف أو التعصب..

- رغم أن السينما تعد وسيلة اتصال جماهيرية إلا ان طابعها يغلب عليه الترفيه وتقديم القضايا الإنسانية بأسلوب ترفيهي، مع الاخذ في الاعتبار الأفلام التسجيلية والتعليمية والإنسان يميل إلي الترفيه والتسلية اكثر من القراءة مثلاً. لأن معظم مادة أفلام السينما هي قضايا الإنسان بصفة عامة فالمشاهد يعايش احداث الفيلم ويندمج معها وقد يتأثر بها تأثراً كبيراً، فكثير ما يقلد الناس أبطال الفيلم في الحركة والملبس وطريقة تصفيف الشعر والحديث وكثيراً ما يرددون عبارات وردت في الأفلام وتصبح كالحكم والامثال الشعبية

3. التلفزيون:

أن التطور السريع الذي حققه التلفزيون جاء طبيعياً مع التسلسل التاريخي لما سبقه من مخترعات خدمت العمل الإعلامي وتضافرت مجتمعه في نسخ شبكة الاتصالات العالمية، فمنذ أن ولدت اولي آلات الطباعة لجوتنبرج عام(1453م)، مر وقت طويل حتي أصبحت الصحافة علي الصورة التي نراها اليوم، وعلي العكس من ذلك فإن موجات الراديو التي تم اكتشافها عام (1888م) جري البث عبرها عام (1895م) ومهدت سرعة أكبر لانطلاق الكلمة المنطوقة من خلال الاذاعة مع بداية عام (1900م) اي بعد خمسة أعوام فقط.

هكذا تسارعت معدلات التطور والتوظيف لمخترعات العصر لخدمة العملية الاقتصادية ساعد ابتكار موريس لجهاز التلغراف علي نشأة وكالات الأنباء كما أن اختراع الاخوة اوجست ولومبير لالة التصوير عام (1885م) ساعد علي ظهور السينما الي الوجود آنذاك هكذا يمكن القول ان الاكتشافات العلمية الحديثة هي التي ولدت الرغبة للإفادة منها تطبيقات مفيدة كان التلفزيون في مقدمتها.

وفكرة إرسال الصوت لمسافات بعيدة بدون اسلاك بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والتي هي مادة الراديو هي نفسها بعيدة لاستقبالها بواسطة أجهزة التلفزيون ورغم ان التجارب الاولي علي البث التلفزيوني يرجع تاريخها الي ما قبل العام (1939م) في الولايات المتحدة إلا ان التلفزيون لم يأخذ في الانتشار الا بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية⁶¹ وقد جمع التلفزيون خصائص السينما والراديو واستفاد من الابتكارات التي سبقته في مجال الكهرباء والتصوير الضوئي والسينما والراديو فقد نقل وجمع الخصائص الاقتصادية للراديو والسينما وهذا يفسر بتفوق التلفزيون عليهما

مميزات التلفزيون كوسيلة إعلام:

يتميز التلفزيون عن سائر وسائل الاعلام الاخرى بالعديد من المميزات يمكننا أن نبرزها فيما يلي:
أ. التلفزيون أقرب وسيلة للاتصال الموجهي وقد يتفوق على الاتصال الموجهي في قدرته على تكبير الأشياء وتحريك الأشياء الثابتة⁽¹⁹⁾. 62
ب. الفورية في إذاعة الاحداث والاعبار ويشترك التلفزيون مع الراديو في هذه الخاصية ولكن يتفوق الراديو نسبياً لأنه لا يحتاج لكاميرا لتصوير وبث الصوت ولا يحتاج أكثر من خط تلفوني جاهز وواضح أو موجة يبث عليها في حالة التلفون اللاسلكي.

ج. تخطي الحدود الطبيعية والجغرافية فموجات التلفزيون الكهرومغناطيسية يمكنها ذلك بشرط توفر محطات الارسال القوية ومع استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني ازداد تمتع التلفزيون بهذه الخاصية التي يشترك فيها مع الراديو أيضاً

د. يذهب التلفزيون الي المشاهد في بيته وهو بين عائلته واصدقائه وفي وقت الفراغ حيث يسهل التأثير عليه مما كان له أثر على الافلام السينمائية فقل مشاهدوها والبرامج الإذاعية أذ أنخفض مستمعوها والكتاب والصحيفة فقل قارؤها
ه. التلفزيون يتمتع بانتشاره وتنوع برامجه، فهيئات التلفزيون تستخدم أكثر من قناة في محطاته تقدم كل منها برامج مختلفة ومن أهم مزايا برامجه أنها تساعد الجمهور ومشاهدة الأحداث الهامة العالمية والمحلية والبعيدة والمنفردة وقت حدوثها.

و. أساتذة الاعلام يقولون أن الخاصية المدهشة للتلفزيون هي أنه يكون علاقة حميمة مع أهل المنزل فليس المسألة فقط (جهاز منزلي) مثل الغسالة أو الثلاجة، لا يكلفك الانتقال من مكانك والخروج بملابس خاصة إلي(المجتمع)الذي تنهياً للالتقاء به طبقاً لأعراف وتقاليد معينة ولكنه يأخذك كما انت وبشكلك ضمن مجتمع شامل مبهم، يضع التلفزيون بنفسه اعرافه وقوانينه .

تلخص هذه العبارة التأثير الكبير للتلفزيون على الافراد، وعلى المجتمع فهو صديق حميم قريب للفرد ويشكل كثيراً من أنماط السلوك وعادات المجتمع، وربما قيمه وعقائده على المدى الطويل ولذا يحذر كثير من علماء الاجتماع والتربية والاتصال وغيرهم من بعض الآثار الجانبية للتلفزيون على المجتمع بصفة عامة وعلى صغار السن بصفة خاصة، حينما يتعلمون مما يشاهدون على شاشاته بعض العادات الضارة والسيئة مثل التدخين ومحاولة تقليد مظاهر الاسراف في المناسبات أو محاولة تقليد بعض مشاهد العنف والجريمة التي في الأفلام والمسلسلات.
إذا تم استخدام جميع وسائل الاتصال في التغطية لفعاليات سنار عاصمة للثقافة الاسلامية ستنتج الفعاليات في عكس الثقافة الاسلامية في العواصم الثقافية.

الاعلام الالكتروني :

تميز القرن العشرون بتطورات تكنولوجية انعكست علي النظم الاتصالية حتي ظهر ما يسمي بمجتمع المعلومات الذي جاء هو الاخر نتاج للتزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات الفضائية وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية القادرة علي تخزين قدر هائل من البيانات وسهولة استرجاعها ومع بداية القرن الحادي والعشرين كانت شبكة الانترنت تخدم أكثر من مائتي مليون مستخدم، مما يؤكد علي الاهمية التي اكتسبها (الانترنت) من خلال استنصاحه لمجموعه من المفاهيم والمصطلحات كالتفاعلية والتزامنية والانتقائية والقابلية والانتشار والكونية وغيرها.

وبعد ظهور الانترنت بداية ثورة رقمية واسعة في مجال الاتصال الانساني وتغييراً جوهرياً بحيث كانت وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية تنتج نموذجاً اتصالياً ذا (ديناميكية معينة) تقوم علي نقل المعلومات من مصدر واحد الي متلقين كثيرين 63

أولاً: مفهوم الإعلام الجديد:

حسب قاموس التكنولوجيا الرفيعة، Gigh-Tech Dictionry يعرف الإعلام الجديد بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة

كما تعرف بانها: الطرق الجديدة في الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع

وقد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال، وتتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية 64.

كما يشير الاعلام الجديد الي الطرق الجديدة في الاتصال الي البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الاصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع علي الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع اصواتهم وصوت مجتمعاتهم الي العالم.

تتعدد مرادفات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة حيث يطلق عليها العديد من المسميات والمصطلحات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي (حي على خطوط الاتصال)، (Online Media) الإعلام السيبروت (Cyber Media) والإعلام التشعبي (Hyper Media)

كما تتعدد وسائل الإعلام والاتصال الجديدة بتعدد أدواتها، وهي تزداد تنوعا ونموا وتداخل مع مرور الوقت وزيادة التطور الرقمي ويمكن تحديد هذه الوسائل في: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحور والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها.

بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبت التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الأنترنت والموسيقى، ومقاطع الفيديو والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية وحركات الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة 65.

ثانياً: نشأة وتطور الاعلام الجديد:

نشأ الاعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الانترنت التي نشأت فكرتها في ستينيات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الامريكي وقوع هجوم او كارثة نووية تؤدي الى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية.

بعد ذلك مر المشروع بعدة تطورات وصولا الى ما يعرف اليوم بشبكة الانترنت Internet وهي مشتقة من: International Network وهي الشبكة العالمية، وتقوم على وصل الملايين من اجهزة الحاسوب بعضها ببعض في عشرات الدول في العالم، وتملك هذه الاجهزة المؤسسات ودوائر حكومية وشركات وجامعات وأفراد ممن يمتلكون اجهزة شخصية موصولة بشبكة الانترنت.

وتعتبر شبكة الانترنت اليوم اكبر جزء من تقنية المعلومات Information Technology في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الافراد في جميع انحاء العالم يتم عن طريقها اجراء المعاملات المختلفة تجارية كالأبحاث عن الاسواق وأوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الانترنت في مختلف نواحي الحياة اثارا كبيرة على جميع مجالات الحياة، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الاعلام والاتصال مما ساهم في ظهور ما يسمى بالإعلام الالكتروني بأشكاله المختلفة المقروءة والمسموعة والمكتوبة.

وقد اصبح الاعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي، فهو ثورة في عالم الاعلام والاتصال حيث انه شمل وسائل الاعلام التقليدية وطور من أدائها، فالتقنيات التلفزيونية امكنا بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل، وكذلك المحطات الاذاعية اصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي. 1 وهذا التطور فرض على كافة وسائل الاعلام التقليدية ضرورة مواكبته والاستفادة منه حتى تبقى على قيد الحياة، فسارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت، وتزايدت هذه الصحف الالكترونية، اضافة الى صدور كثير من المجلات التي استفادة من هذه التقنية وكذلك انتشار المواقع الالكترونية المختلفة

إذن فبرغم من التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل الغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تنسم بالطابع الدولي أو العالمي، كما ان وسائل الإعلام الجديدة ليست بئاً أحادي وتلقى إجباراً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتجاجاتهم، ويشاركون هم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد، والإعلام الجديد هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط يؤدي أدواراً جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها، وتتميز وسائل الإعلام الجديدة بالرقمية، والتفاعلية، والتشعبية، والتفردية، والتخصص، والجماهيرية، وتزواج الوسائط والتكنولوجيات، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقه تأخذ مكانها الآن مثل الإعلام حسب الطلب، كما يمثل الاتصال الإلكتروني منظومة جديدة تختلف عن المنظومة التقليدية، وتحقق مجالاً شبيكياً يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية، وتمثل شبكة الويب فضاءً جماعياً يشترك المستخدمون في إنتاجه، كما يمكن النظر إليه على أنه نموذج تواصل جديد، لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل - مستقبل) في اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي^٦.

ثالثاً: وسائل الاعلام الجديد:

1. شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك ومن أشهرها "فيسبوك"، و"ماي سبايس"، "يوتيوب"، "تويتر"، "انستغرام". وتميزت بسرعة نقلها من مكان حدوثها. وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية، وجعلتهم أكثر تفاعلاً ومشاركة في مختلف القضايا، وأصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل الأمثل لأنشطة الماضي التقليدية، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط هي التي تسيطر على نظام الاتصال بدرجة لافتة للنظر.

وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها، دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية. وشهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة كما تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تشكيل الوعي السياسي للشباب، عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما تسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام. والوعي السياسي هو عبارة عن مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر، الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية. من خلال قدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية، وتأثيرها كذلك على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة.

2. المدونات:

هي يوميات شخصية على شبكة الأنترنت يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني - وهي تمزج عمداً بين المعلومات والآراء. تلعب المدونات دوراً متزايداً في تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل الدور الإيجابي الذي لعبه المدونون في بعض الدول العربية، والذي ساهم في نشر ثقافة الاحتجاج وزيادة معدلات الممارسة للناشطين سياسياً. رغم كل إجراءات الرقابة على الأنترنت والقمع والتخويف للمدونين في الدول العربية، فإن ظاهرة المدونين ثبتت عملياً صعوبة إيقافها والسيطرة عليها، لا عبر تقنيات الرقابة أو بنود القوانين الصارمة والإجراءات القمعية بحق المدونين. وهذا راجع إلى:

أ. سهولة إنشاء المدونة.

ب. قلة تكلفتها.

- ج. سهولة الاستخدام والتحديث.
- د. الآنية والتفاعل.
- ه. الوسائط المتعددة.
- و. عالمية الانتشار. 67.

3. المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص، على شبكة الأنترنت -مثل المواقع المتخصصة - بحيث تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون فرض أية قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم في البرنامج

رابعاً: وظائف وسائل الإعلام الجديد

1. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي: حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في اطار واقع وهمي، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته
 2. سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام: حيث تتوفر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.
 - 3- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها: ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الأنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعوي" التي تعمل بمعزل عن النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تساهم في تنمية المشاركة الديمقراطية
 - 4- وظيفة الدعاية: غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية، التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.
 - 5- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة: والتي تتميز بالضخامة بشك غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة .
 - 6- وظيفة التعليم: نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في مجال التعليم، فحققت دول العالم تقدماً ملموساً لاستفادة من شبكة الأنترنت في تقييم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم.
 - 7- وظيفة التسويق: أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويهاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة
 - 8- وظيفة التسلية والترفيه: مع انتشار موجة المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الأنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات العمرية، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها
- خامساً: مميزات الإعلام الجديد:

1. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلّبتها لدرجة عالية من الانتباه؛ فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.
2. اندماج وسائل الإعلام المختلفة: والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخر بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
3. حرية الإعلام: فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.
4. تعدد الوسائط: حيث إنّه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيجاً من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن، وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتاريخية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.
5. تفنيت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.
6. غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت؛ فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.
7. الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.
8. قابلية التواصل بصر النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوي. ٧٦
9. قابلية التحويل: حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة أو العكس.
10. قابلية التوصيل: وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.
11. الانتشار (الحضور الكلي): ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول وعلى نطاق واسع.
12. الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.
13. السرعة في إنجاز الاتصال: حيث تم الانتقال من مراحل المتعددة إلى أسلوب المرحلة الواحدة.
14. التنظيم: حيث أصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية أكثر سهولة في تنظيمها.
15. التكثيف: حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين بجرعات متعددة الأوجه ومفتوحة الاحتمالات ٧٧

المبحث الرابع: التغطية الخبرية :

1. تعريف الخبر:

وقد تحدثت تلك المحاولات كلها، عن العملية الإخبارية ووصف تغطيتها، أكثر من تحديد تعريف للخبر ووصفه بلغة محكمة مؤجزة تحدد أبعاده وتوضح مفهومه
ومن محاولات تعريف الخبر، ما يري جون بوجارت محرر صحيفة (نيويورك صن)، والذي قال أن عض الكلب رجلاً فليس هذا خبراً لأنه يحدث عادة، وإنما الخبر إذا عض الرجل كلباً. 69
إذن المبدأ أن كل ما هو روتين ليس جدير بأن يكون خبراً، ويرفض الكثير من الغربيين التعريف التقليدي للخبر.
كما ان محاولة تعريف الخبر لدي الكثير من الصحفيين يبدو انه عملاً أكاديمياً يلائم الجامعيين والمختصين ويردد بعضهم عند تعريف الخبر عبارة جير ترود شتاين (الخبر هو الخبر).
وربما شبه صحفيون آخرون الخبر بالجوع، فقد يكون بمقدورهم أن يضغوا تعريفاً له الا أنهم يعرفونه عندما يشعرون

• به

إذا كان الخبر يعرف من قبل بأنه وصف لحدث وقع بالفعل فإن هذا التعريف قد يدل ليكون وصفاً لحدث يقع الآن في اللحظة التي تستمع إليه وتشاهده، وقد أصبح بمقدور وسائل الإعلام الحديثة تقديم تغطية إخبارية فورية تنقل المشاهد الي ساحة الحدث مباشر، وتقدم له تطورات الأحداث تبعاً علي مدار الساعة حتي صار المراسل يصارع الزمن بالثواني والدقائق. إن الاخبار كابرز محتويات وسائل الإتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة من تكنولوجيا الإتصال مما أدى الي زيادة فاعلية أداء وسائل الإتصال الاخبارية علي الصعيدين المحلي والدولي وتتمثل اهم مجالات الأفادة الاخبارية من تكنولوجيا الإتصال في الجوانب التالية: ٨٢

1. توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً من خلال بث وقائع الحدث الإخباري علي الهواء خلال فترة لا تتجاوز دقائق من تواجد المندوبين في موقع الحدث سواء داخل الدولة أو خارجها.
2. توسيع عدد القنوات وزيادة سعة كل قناة حتي في الدول التي تعاني ضعف الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية.
3. تحسن الاداء المهني للوظيفة الاخبارية لوسائل الإتصال وتطويره من خلال إبتكار نظم لحفظ المعلومات وإسترجاعها داخل البلد وخارجه.
4. إستحداث وسائل قنوات جديدة.

حيث أصبح الخبر هو الذي تشاهده وهو يقع ولعل وراء كل تغطية إخبارية صحفي يتمتع بمقدرات ومهارات متعددة لإنجاز المهام المكلف بها.

إن الصحفي اليوم لم يعد حارس بوابة تقليدي بل أصبح يتمتع بحكم ذاتي، فهو الذي يختار المناسب من الاخبار وينظم عملية التدقق الإخباري بل أنه يصنع الخبر ويستضيف السياسيين لإجراء الأحاديث وهو الذي يكشف عن الفساد في الدولة والمجتمع، فالخبر عند هذا الصحفي هو عبارة عن صورة مثيرة لما يجري في العالم. ٨٤

وتعتبر الأحداث مهمه أساسية للصحفي وتعني كيفية الحصول علي المعلومات حول الحدث من مصادرها الأساسية، والقيام بمتابعة تطوراتها وما يتعلق بنتائجه من أحداث أخرى.

وقد قدمت الادبيات الغربية في مجال التحرير محاولة لصياغة المعلومات التي يحاول الصحفي الحصول عليها من تغطية للأحداث في شكل ستة تساؤلات، تعرف بـ (S + H + O W) وأعتبرت هذه الأدبيات أن الاجابة علي هذه التساؤلات الستة تشكل تغطية متكاملة للحدث تكفي لإشباع حاجة القارئ من المعلومات حول الحدث⁽²⁰⁾.

ويقرر جون هونبرج إن أساس كل كتابة جيدة هو التغطية الخبرية الجيدة، كما أن الدقة والوضوح والحدائث والأهمية هي صفات ضرورية وتتميز بنفس القدر المقومات الاوسع مثل النزاهة التي يسميها البعض الموضوعية والذوق والحكم السليمين.

ويضيف أن التغطية الجيدة هي الصفة التي لا غني عنها والتي تجعل الصفات الأخرى ممكنة وبدونها يضيع الكاتب.

2. تعريف التغطية الخبرية

التغطية اصطلاحاً:

يعرف دكتور فاروق أبو زيد التغطية الإخبارية بأنها عملية الحصول علي البيانات وتفاصيل حدث معين، والمعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه، ومكان وقوعه، وأسماء المشتركين فيه، وكيفية وقوعه ومتى وقع؟ وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر بحيث يكون صالحاً للنشر. ، ويضيف أن هناك فرق بين الحدث والخبر فالحياة مليئة بملايين الأحداث التي تقع كل يوم بل كل لحظة، ولكن عندما يكون مالكا لعدد من عناصر الخبر الصحفي يستحق النشر⁷⁰

ويري دكتور محمود علم الدين وليلي عبدالمجيد أنها العملية التي يقوم من خلالها المحرر الصحفي بالحصول علي معلومات عن التفاصيل والتطورات بالجوانب المختلفة للحدث أو واقعة أو تصريح ما أو بمعنى آخر يجيب علي كل الاسئلة التي قد تتبادر إلي ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح ثم يقيم هذه المعلومات ثم يكتبها ويحررها بأسلوب صحفي مناسب وفي شكل مناسب)

ويؤكد سليمان صالح ان علي الصحفي تقع مسئولية الإجابة علي الاسئلة الستة المعروفة أو جزء منها، عند تكلفة بالتحفية الإخبارية لحدث ما ولا بد أن يحرص المندوب الصحفي في إجابته علي السؤال الأول (من) الذي يحتوي علي الشخصيات التي شاركت في صنع الحدث أو لديها معرفة به وأن يقدم تفاصيل وافية عنهم بحيث تتيح للقارئ أن يستدعي معرفته السابقة عن هذه الشخصيات بالإضافة إلي المعلومات الجديدة التي يستطيع تقديمها عنهم.

أما إجابته علي السؤال ماذا فانها تركز علي وصف الحدث نفسه أو تقديم تقرير عنه إلي القارئ وتعتبر هذه الاجابة من أهم الجوانب التي يعتمد عليها في التحفية الإخبارية وبدونها لا يصبح لهذه التحفية قيمة، حتي إن كانت الإجابة تتضمن كل التساؤلات أما إجابة السؤال أين تهتم بتحديد المكان ويعتبر تحديده هام للغاية في أكثر الاحيان ذلك لأنه يساعد علي فهم القارئ للحدث.

وتهدف إجابة التساؤل لماذا، أي عملية تفسير الحدث والأسباب التي أدت لوقوعه أو ما يعرف (بخلفية الحدث) وهذا يؤدي الي فهم القارئ للحدث، ويستخلص من إجابة السؤال كيفية وقوع الحدث، وتكون إجابة علي هذا السؤال مهمة جداً في بعض الاحيان وعلي الصحفي ان يسعى للحصول علي أجابة التساؤلات الستة عند القيام بتحفية أي حدث ما، رغم أنه من الصعب الحصول علي إجابات كلها في بعض الأحداث ويمكن نشر الخبر إذا توفرت فيه إجابة علي ثلاثة تساؤلات علي الأقل

ويري دكتور سليمان صالح أن الخبر يظل ناقصاً إذا لم تتم الإجابة علي جميع الاسئلة وحتى بعض الحصول علي إجابات الاسئلة المعروفة فإن الخبر يحتاج إلي المعلومات التي يجب ان تستكمل هذا الخبر حتي يستطيع القارئ فهم الحد

ث.71

ثانياً: خطوات التحفية الإخبارية:

حدد محمد الحنو خمس خطوات تمر بها عملية التحفية الإخبارية علي النحو الآتي:

- أ. وضع خطة لتحفية الخبر من مختلف جوانبه.
- ب. الإعداد المسبق لتحفية الخبر من خلال الاطلاع على المصادر غير الحية وقسم المعلومات الصحفية.
- ج. الانتقال إلى مكان الحدث للوقوف على تفاصيله.
- د. مقابلة المصادر المختلفة مع التركيز على المصادر الأساسية للخبر.
- هـ. تسجيل الحدث^{٨٨}.

ثالثاً: مراحل التحفية الخبرية:

تمر التحفية الخبرية بالمراحل الآتية:

المرحلة الأولى: الحصول على الأخبار أو جمعها:

يقصد بهذه المرحلة، التقنيات الخاصة بجمع الأخبار وتتضمن جزئين)

- أ. كيف نجد الأخبار.
 - ب. كيف نشهد علي صحتها
- ويمكن تعلم عملية جمع الأخبار بمزيد من التوجيه والخبرة من كبار الصحفيين في المؤسسة التي يعمل بها المخبر. كما يحصل المندوب الصحفي علي أخباره من مصادره المختلفة وسواء كانت حية مثل الشخصيات والمسؤولين بالمؤسسات والشركات والهيئات.

وغير الحية مثل الوثائق والتقارير والنشرات والتسجيلات المسموعة والمرئية.

إن الأخبار التي يتوقع حدوثها يتم الترتيب لها مسبقاً كأن يكون هناك مخبر جاهز لتحفية مباراة كرة القدم مثلاً ولكن يجب أن تكون الصحيفة أو الوكالة أو أي وسيلة أخرى جاهزة للتعامل مع غير المتوقع من الأخبار الفورية لمواكبة الازمات المفاجئة ووصف جورج هو الأختبارات التي تمر علي المنظمة الإعلامية بنيران الإنذار الخمس Five alarm fires وهي تتمثل في تدمير قطار - تحطم طائرة - أعاصير - عواصف ثلجية، زلازل أرضية. ويجب أن يكون العاملون في مستوي الحدث.

ويعلق ميثال ريفان في كتابه قواعد التحفية الإخبارية علي مهارة الاستماع لدي الصحفي المخبر يقول أن المحرر الجيد يستمع بمسئولية لأي شئ يقوله المصدر ويبدل كل جهد لفهم معاني أو تصريح أو إشارة، لكن الاستماع بمسئولية يتطلب أكثر من السماع البسيط ماذا قال وفهم وراء السطور.

المرحلة الثانية: تقويم الأخبار:

يقصد بتقويم الأخبار المفاضلة في نشر خبر دون آخر وذلك بتقرير ما إذا كانت المعلومات التي حصل عليها المندوب الصحفي أو المراسل تستحق النشر في وسيلته أو لا تستحق، وأذا كانت تستحق فهل تنشر ما هي أم أنها تحتاج كما هي إلي استكمال.

ويري الدكتور عبد العزيز شرف أن الخبر يتم تقويمه وفقاً لخصائص الجنس الإعلامي أو وفقاً لخصائصه الذاتية وذلك أن الخبر ككل شيء مجرد لا يقوم وفقاً للوسيلة التي تنشره فحسب ولكنه تاسيساً علي الفهم القائل بأن الخبر سرد لعلاقات الإنسان المتغيرة في بيئته يصبح ذا قيمة خبرية عندما يغير من الاوضاع القائمة ويتم تقييم الخبر وفقاً لمعيارين هما ٩٠:

المعيار الاول: القيم الخبرية:

توجد قاعدة مشتركة بين القيم الاخبارية بين العالم الأول والعالم الثالث ولا أحد ينكر أن مفاهيم الأخبار في العالم الأول مثل الموضوعية كان تأثيرها علي قيم العالم الثالث وسوف تبقى دائماً بعض الاختلافات ما بقيت الاختلافات بين الدول وقد حددت دول العالم الثالث قيماً يمثابة بدائل لقيم العالم الاول مثل التنمية (الخبر هو النمو) والمسئولية الاجتماعية (الخبر مسئولية) في العالم الثالث، والتكامل الوطني وهذه قيمة توضح أن الخبر قد يكون دافعاً للشعور بالنعرة القومية والوحدة والتعريف فالخبر يعلم ويثقف ويمكن أن يستخدم في توصيل معلومة صحيحة أو زراعية وغيرها(21).

وتبرز قيم الصراع والشهرة والإهتمام الإنساني والغرابية في العالم الأول ويعلق جنيت مليمر بقوله أن القصة بمجرد أن تتحدث عن الموت إستحقت الطبع فأن كل أخبار الحوادث تثير فضول القارئ كما أن الأسماء اللامعة أو الاشخاص البارزين تمثل قيم من قيم الأخبار في الغرب ونجد ايضاً قيم الإهتمام الإنساني فكل ما يضحك القارئ أو يبكيه يضيق للموضوع أو الخبر قيمة وكذلك نجد الأشياء الغير عادية فالخبر لولا هذه المبالغة يخلو من قيمته فالقارئ دائماً يهتم بالأحداث الغير عادية (22).

والملاحظ أن القيم ليست ثابتة فهي تتغير بتطور الحياة وتتمسك دول الغرب بهذه القيم انطلاقاً من معتقداتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية فقيم اليوم ألي جانب الفورية والقرب المكاني والشهرة والإهتمام الإنساني والصراع نجد المخدرات والإرهاب والبيئة تمثل قيماً مستحدثة.

المعيار الثاني: السياسات التحريرية:

تمثل مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الإسلوب أو الطريقة التي تقدم بها المضمون الإعلامي وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري، وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الإعلامي اليومي ولكل وسيلة إعلامية رؤية أو فلسفة تحكم عملها اليومي وتوجيهه وتؤثر عليه وهي رؤية شاملة تحدد موقف الوسيلة وإسلوبها وتؤثر علي السياسة التحريرية عدة عوامل بعضها يتصل بالوسيلة أو يرتبط بالنظام الإعلامي السائد أو الاوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها ٩١

المرحلة الثالثة: تحرير الأخبار:

تعني كلمة تحرير في المعني الصحفي مراجعة الخبر مع احتمال إعادة كتابته ووضع العناوين الملائمة له، وإعداده للنشر في المكان المناسب له من الوسيلة، أي إفراغه من القالب الكتابي ونقله من الفكرة إلي التدوين علي الورق وفقاً لاساليب الصياغة.

وتخضع هذه المرحلة لثلاثة ضغوط أساسية هي:

- 1- عامل الزمن والإلتزام بالموعد المحدد للطباعة.
- 2- عامل المساحة (الإلتزام بالمساحة المخصصة).
- 3- عامل اللغة المستخدمة (إستخدام اللغة السهلة الميسورة ويعتبر كورتيس ماكدوغال أن المخبر هو العمود الفقري لعملية جمع الأخبار ونشرها وتوزيعها، أن كل مخبر هو أيضاً محرر وبالعكس فإن أفضل المحررين يحافظون طوال مسيرتهم الصحفية علي أن يبقوا مخبرين جيدين.72

المرحلة الرابعة: مراجعة الأخبار:

وهي عملية يقوم بها المحرر بعد تحرير الخبر والهدف منها التأكد من تناسب أسلوب تحريره مع طبيعة الوسيلة وهي الصحيفة وسماتها وخصائص فراءها وسياساتها التحريرية، ثم يتابع هذه العملية المحرر المراجع أو قارئ النصوص ويقوم الصحفي المراجع بإعادة صياغة الخبر مرة أخرى إذا إحتاج الامر أو تعديل المقدمة أو العناوين الهدف من هذه المرحلة التأكد من دقة المعلومات وصدقها وأسلوب الصياغة.

خامساً: تصنيفات التغطية الخبرية

تتعدد أنواع التغطية الخبرية لاعتبارات منها توقيت حدوث التغطية، مثل هل هي قبلية أو بعدية أو متابعة، إلي جانب إعتبار معيار اتجاه المضمون ثم التغطية الموضوعية والتغطية لإعتبارات مهنية وهناك أنواع مستحدثة من التغطية الإخبارية مثل التغطية العامة والإنطباعية إلي جانب التيارات الجديدة.

أولاً: التغطية الخبرية حسب توقيت حدوثها: وتنقسم إلي 73

1. التغطية التمهيديّة Preliminary News Coverage : يقصد بها قيام الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع ورصد وقائعه قبل أن يحدث فعلاً وتسمى بالقصة الصحفية التمهيديّة.

2. التغطية التقريرية أو التسجيلية Documentary News Coverage : وهي التي تتم بعد وقوع الحدث فعلاً، وهي تتم للأحداث المتوقعة حيث يظهر فيها مدى الاتفاق بين ما كان متوقعاً وما حدث فعلاً.

3. تغطية المتابعة: Follow UP News Coverage وهي التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في أحداث أو وقائع سابقة ما زالت تطوارتها ناقصة) ويقول دكتور أبو زيد في هذا الجانب أن علي المندوب إلا يكتفي بالحصول علي الخبر وإنما محاولة تتبع تفاصيله الدقيقة، ومن أكثر من مصدر لإستكمال معلوماته وأبعاده المختلفة وفي بعض الحالات قد لا يكون الإستكمال بتغطية تفصي في وقائعه بقدر ما يكون إستكمالاً لمعلومات لأبد منها لفهم الخبر وأبعاده. ويضيف دكتور فاروق أبو زيد أن أخطر ما تقع فيه الصحيفة مثلاً عدم متابعة خطر معين قد يضطر القارئ إلي البحث عنه في صحيفة أخرى غير صحيفته التي تعود قراءتها وهي بالتالي فقدت هذا القارئ ودفعته إلي صحيفة أخرى. ثانياً: التغطية الإخبارية من حيث المضمون: ويندرج تحت هذا النوع من التغطية الإخبارية ثلاثة أنواع تتمثل في الآتي:

1. التغطية المحايدة: Objective News Coverage أهم ما يميزها أنها تعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع دون تعمق أو أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر ويقدم الصحفي فيها قصص خالية من العنصر الذاتي والتحيز. ويرى دكتور عبد الفتاح عبد النبي إن هذا النوع من التغطية الذي يتمسك به صحفيو الغرب ينطلق من منطلقات مادية وسياسية تدعّمها ثقافة تلك المجتمعات دون الإمتثال لنوازع أخلاقية 75

2. التغطية المتحيزة أو الملونة: Advocacy News Coverage ويركز الصحفي في هذا النوع من التغطية على جانب معين من الخبر، وقد يحذف بعض الوقائع ليس بقصد الإختصار وإنما بقصد إخفاء هذه الوقائع عن القارئ أو يبالغ في بعضها، أو يشوه بعض الوقائع، أو يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي، بهدف التأثير علي القارئ.

ويرى دكتور حمدي حسن أن التغطية المتميزة أو الملونة أو المدافعة هي التي تتبني في البداية وجهة نظر حيال قضية أو موقف، وهي خليط من الأخبار والرأي ووجهة النظر وتظهر في أعمدة الأخبار وليس في أعمدة الرأي ويؤكد أن كثيراً من دراسات الصحافة أظهرت إن هذا الاتجاه في التغطية الإخبارية لا يحظى بإهتمام وإعجاب واسع، فهي لا تظهر كثيراً في الصحافة، ولكن تهتم بها المجالات في الغالب

3. التغطية التفسيرية: Interpretive News Coverage

أدت بعض العوامل التي تمثلت في الكساد وظهور الحكومات الضخمة في فترة الخمسينات من القرن الماضي وحتى نهاية السبعينات إلى جانب تطور التقنيات في وسائل إتصال الحاجة لتقديم خلفيات ومعلومات لمساعدة فهم الحدث وتفسيره وبالتالي ظهر هذا النوع من التغطية الإخبارية ما يعرف بالتغطية التفسيرية وتقوم أساساً علي التحليل السببي (Causal analysis) ويرى دكتور محمود علم الدين وليلي عبد الحميد إن التغطية التفسيرية تقوم أساساً علي التحليل السببي أو القوص في في أعماق الحقائق ووضع حدث خاص في التيار العام للأحداث في بناء وتتابع يعطي تفسير ويتضمن فهم الخبر التمييز والتعرف علي الحدث المعين والمحدد كحلقة من سلسلة من الأحداث سواء من ناحية السبب أو النتيجة أو التأثير.

وأن هذا النوع من التغطية تتدرج تحته عملية تفسير أو وضع الموضوع في إطاره، من تعريف كلمة إلى فقرة أو أكثر إلى قصة أو أكثر متصلة، وتزود العديد من الوكالات الصحفية الصحف بمزيد من التغطية والتحليلات وكان هذا الأسلوب فتح الطريق أمام تدخل جديد للرأي داخل القصص الإخبارية.

ويضيف جون هونبرج بقوله (عن الكاتب المفسر يشرح الأخبار وينسبها إلي مصادر لها ليظهر كيف أن الشرح صحيح ولكنه يتوقف عند حد معين ولا يقدم مقترحات أو بحث علي إتخاذ أي إجراء علي مسؤوليته الخاصة. 76

ثالثاً: التغطية الإخبارية من حيث الإعتبارات المهنية:

يقوم هذا التقسيم علي أسس حرفية أو مهنية يختص بها العمل داخل قسم الأخبار أولاً وأخيراً. ويعد جزءاً من تقييم الصحيفة لمجهود مندوبيها ومراسليها وعلي هذا الأساس نجد أنواعاً أخرى من التغطية الخبرية، بحيث تتخذ التغطية ثلاثة أشكال ولكل هذه الأشكال مميزات ولكن الحدود بينها تكاد لا تقع في شكل أو تصنيف واحد، بل تنتشر إنتشاراً واسعاً بين الأقسام الثلاثة وهذا يعني أن المخبزين الجيدين لأبد أن يكونوا مستعدين للعمل في هذه المجالات الثلاثة:

1. تغطية التكليف العام: General Assignment Coverage Breaking News

يغطي مخبرو التكليف العام الأخبار العاجلة أو القصص المسلية كما جاءت وتأتي التكاليفات عادة لمخبري التكليف العام مباشرة من المحرر أو مساعد المحرر والذين قرئوا شيئاً عن الحدث في البريد أو الإذاعة أو سمعوا القصة عن مسئول العلاقات العامة بإحدى المؤسسات أو من أي محرر آخر، أو مخبر أو من شخص أبلغ غرفة الأخبار بالنبأ أن معظم مخبري التكليف العام الناجحين يمتازون بسرعة الكتابة ومعرفة مجتمعاتهم جيداً ويحررون أخبار الجريمة والأخبار الخاصة بالأشخاص وأخبار الطقس.

2. تغطية الخطبات أو السبق الصحفي: Working A Bent

يعرف دكتور كرم شلبي محرر السبق الصحفي بانهم: يقومون بتغطية الأخبار الطارئ أو العاجلة أو المسلية في مناطق جغرافية محددة مل يوم مثل الشرطة وأقسام الحرائق وأخبار المحاكم وأخبار حكومات الولايات وهم يأتون بأفكارهم الخاصة لقصصهم معتمدين علي معرفتهم وأتصالهم الدائم بمصادرهم، وقد يتلقي هؤلاء تكاليفات من قبل محرريهم ويكتب ويحرر مخبرو الخطبات قصة واحدة علي الأقل يومياً.

ويطلق دكتور كرم شلبي علي محرري السبق الصحفي اسم(مندوبي الخطبات الصحفية) أي الذين يحصلون علي الأخبار المهمة قبل الصحف المنافسة وهؤلاء يتمتعون بعلاقات شخصية واسعة في مجالات العمل الإخباري أن مهمة محرري السبق الصحفي لا تقتصر علي تغطية الأحداث فقط وإنما أكتشافها وإحاطة قسم الأخبار في الصحيفة بالأخبار المتوقعة.

3. التغطية الخاصة: Specialty Coverage

أن مخبري الأخبار الخاصة يغطون الاخبار العاجلة أو الخاصة بضرورة أكثر خصوصية بالإضافة إلي تغطية مناطق خاصة مثل أخبار النقل والمواصلات والطاقة والطب والتكنولوجيا والبيئة وغيرها وهم مثل مخبري السبق الصحفي مسئولون عن الحصول علي الأخبار من مصدر أصلي وارد من هذه المناطق أن الفكرة تأتي من صلب أفكارهم ومن المصادر الاصلية وعن طريق وسائل إتصال مباشرة كالهاتف ومن المخبزين الصحفيين ومن دور النشر وهم عادة يهتمون بالأخبار الطويلة

وبجذور المشاكل والأسباب الأساسية وخلفية هذه الأخبار فهم فريق من الصحفيين المهرة. ويرى الدكتور عبدالفتاح عبد النبي أن التغطية لاعتبارات مهنية يمكن تقسيمها الي نوعين:

النوع الاول: التغطية العادية الروتينية:

وهي التغطية الروتينية اليومية للأحداث ويعرف مصادرها بانها تقليدية مثل الوزارات وهيئات الحكومة ومراكز الشرطة وغيرها من المصادر التي يعين بها مندوب من قبل الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية بصفة مستمرة ودائمة.

النوع الثاني: تغطية الخبر الساخن:

يقصد بها تكليف خاص من الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية أو مراسل أكثر مهارة لكي يتولى متابعة وقائع خبر او موضوع إخباري تجد الصحيفة أنه له مغزى إعلامي:

وتعتمد التغطية الإخبارية سواء كانت روتينية أو تغطية خبر ساخن بشكل أساسي علي مهارة وتجربة الصحفي كم أن عامل الميل الشخصي لدي المحرر يعتبر عاملاً مهماً في نجاح الصحفي في تأدية التغطية المؤكدة له.

ويلاحظ أن المؤسسات الإعلامية تعمل علي تقسيم المصادر إلي دوائر حيث يتم تكليف محرر يتغطية دائرة محددة وهذا من تجربتي أرى أن بعض الصحفيين ليست لديهم الميول في هذا الجانب ولذلك لا يأتي الخبر بالفائدة في أغلب الأحيان كما أن التردد علي دائرة واحدة يكسب المحرر الملل.

رابعاً: التغطية الإخبارية من حيث العمق :

تمثل التغطية الإخبارية لمعيار العمق أحد التغطيات الهامة ويقسم مليون مینتشر التغطية في هذا الجانب إلي ثلاثة أنواع

هي:

1. التغطية الموضوعية:

هذا التعريف حسب ما اورده مليون هو عبارة عن التسجيل الدقيق للمحضر أو الخطاب أو المؤتمر الصحفي، وتعتمد القصص الإخبارية التي تقوم على أساس المؤتمرات الصحفية والبيانات والنشرات والخطب والتصريحات والقرارات والمراسيم والآراء وبشكل كامل تقريباً على المعلومات التي يقدمها المصدر.

ويرى دكتور حمدي حسن ان الموضوعية في التغطية نمط من التغطية الاخبارية تتسم بالسعي من أجل أهداف عديدة من بينها فصل الرأي عن الحقيقة وتحقيق النزاهة والتوازن بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لإبداء وجهات نظرها حتي يتسني للجمهور الحصول علي كل المعلومات اللازمة حول قضية أو حدث من الأحداث، وهي تعني الحياد بدلاً من التدخل والمشاركة .

2. التغطية التفسيرية:

هذا النوع من التغطية قد ورد الحديث عن سابق

3. تغطية التحقيقات:

أنتشر هذا النوع من التغطية في السبعينات وتستخدم بشكل أوسع في مجالات كشف الفساد في المجتمع والنقد وتقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة وسميت التغطية بأسماء عديدة منها صحافة للتحقيقات، والتحقيق الصحفي والتحقيقات الصحفية القصيرة، ويعرف جون مكسويل هذه التغطية بأنها تعني: التغطية الشاملة والمتعمقة للأحداث لجأت إليها الصحافة التقليدية الورقية لأنها لم تعد صاحبة السبق في مجال التغطية المباشرة للأحداث ونقل الأخبار ولكنها عملت علي تقديم التقارير المتأنية التي تقدم للقارئ كل ما يحتاجه من خلفيات ومعلومات ومتابعات لما تقوم به من دور حيوي يجعلها ضرورية إلي جانب الراديو والتلفزيون والصحافة الالكترونية⁷⁷

خامساً: تصنيفات أخرى من التغطية الاخبارية:

1. التغطية العامة:

نشأ هذا المفهوم حديثاً في الولايات المتحدة وهو ما يعرف بالصحافة العامة، ويهدف إلي ان تصبح الصحف أكثر مشاركة في هموم المجتمع والتخلي عن دورها كمرآة وقد غيرت صحف عديدة شكل تغطيتها السياسية التي تبرز هموم المواطنين وليس مناورات المرشحين أو مؤتمرات المعلقين علي بواطن الأمور.

2. التغطية الإنطباعية:

يعرف نيو بولد تفسير هذه التغطية بأنها المحاولات التي يقوم بها مخبرون صحفيون أكفاء ومحايرون يخلفوا لدي القراء الشعور ذاته عن حدث مهم باعتبارهم شاهد عيان
التيارات الجديدة في التغطية الإخبارية:

تعتمد هذه التيارات الجديدة علي أفكار متجددة ترفض الاداء التقليدي ويعلق الدكتور حمدي حسن في كتابه الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام بقوله ان هذه التيارات جاءت رداً علي ما أفرزته قضية الموضوعية في التغطية الإخبارية وما واجهته من إنتقادات واسعة وحادة من المجتمع الأمريكي ويعيب النقاد علي وسائل الإعلام الأمريكية أنها بسبب الموضوعية أصبحت رتيبة غير قادره علي التعامل مع مشكلات إجتماعية هامة في المجتمع وصاحب لك إنعدام الثقة في اداء هذه الوسائل لوظيفتها الإخبارية.

ونتيجة لها الضغوط تبني بعض الصحفيين هذه التيارات الجديدة متمثلة في:

أولاً: تيار صحافة التجديد precision journalism:

تدعو مدرسة صحافة التجديد إلي استخدام أدوات البحث العلمي الاجتماعي في جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، وتري أن العمل الصحفي خاصة التغطية الإخبارية بأشكالها المختلفة هو بحث علمي لم يكتمل أو ينفصه التدقيق في اختيار فهم جمع المعلومات أو اسلوب التحليل، ودعا إليها الصحفي الأمريكي فيلب مايبير وقد أدهر هذا الاتجاه في السبعينات من القرن الماضي.

ثانياً: الاساليب الجديدة للتغطية الإخبارية:

تشمل هذه الاساليب للتغطية التفسيرية والتغطية الاستقصائية التي سبق الحديث عنها.

ثالثاً: صحافة الخدمات:

بدأ هذا التيار الجديد في السبعينات وهو ما يطلق عليه روح الخدمات داخل معظم الموضوعات الصحفية حيث لم تعد هذه الموضوعات حصراً علي اقسام معينة داخل العدد اليومي مثلاً بل أصبحت اسلوباً في التخطيط أو التوجيه أو التحرك الصحفي

رابعاً: تيار الصحافة الحديثة:

يمثل هذا التيار رفضاً للأفكار التي كانت تعتنقها الصحف التقليدية عن الاخبار المتوازنة والموضوعية والاستخدام التقليدي لمصادر الأخبار، أي رفض لأساليب التحرير الصحفي التقليدي، ودعا هذا التيار باستخدام الاسلوب السردى الروائي وكما وصفه البعض بأنه شكل جديد من الألقصة يستعمل أساليب القصة ويضم هذا التيار أربعة اتجاهات:

1. اتجاه اللارواية: New Nonfiction

سميت بالريريورتاج أو الصحافة الموازية وظهرت علي صفحات الصحف من خلال الاعمدة الصحفية ومقالات المعالم وبعض الكتب.

وعالج محتواها قضايا إجتماعية ومشاعر شخصية وأحداث جماهيرية.

2. تيار الصحافة البديلة: Alternative Journalism

تسمي بصحافة التنقيب عن الفساد أو التغطية الاستقصائية ويركز محتواها علي التحقيقات الصحفية التي تكتشف الاعمال الفاسدة في نظمت الحكومة.

3. الصحافة المدافعة: Advocacy Journalism

ترفض مبدأ الموضوعية التقليدية وتركز علي قضايا الجماهير والسياسات وأساليب التغيير الاجتماعي وتتم ممارستها خلا بعض الاعمدة الصحفية وموضوعات المعالم في الصحف والمجلات وهي خلط بين الاخبار والرأي ووجهة النظر فقد تحقق النجاح لهذا الاتجاه.

4. تيار الصحافة السرية: Under ground Journalism

تعالج قضايا من زاوية منظرية عنيفة رافضة معبرة لثقافات المجتمع التقليدية، وقد شهدت فترة السبعينات مناخاً سياسياً وإقتصادياً وفكرياً وعلمياً أفرز صحافة مختلفة ولكن بقيت بعض أثار التيار وأبرز ما قدمته شبكة (ABC) الأمريكية من معالجات إخبارية في القضايا ذات التأثير علي الأقليات .

ويعلق محمود علم الدين بالقول ان الصحافة في عصر المعلومات تتميز بسمتين اساسيتين:

السمة الأولى:

تتمثل في ظهور الصحافة علي وسائط عديدة أخرى غير الوسيط المطبوع والتي بدأ ذلك بظهورها عبر طبعات مسموعة علي أشرطة كاسيت علي نطاق محدد ثم الصحف المنشورة من خلال أجهزة الفاكسميل والاقراص المرنة ثم الاقراص الممقطة (السي دي) وأخيراً الصحافة المباشرة التي تصدر علي الانترنت.

السمة الثانية:

تعني ظهور الصحافة المستعينة بالحاسبات الالكترونية التي يعتمد في تغطيتها الصحفية أسلوب تحريرها علي الحاسبات الالكترونية.

ويضيف دكتور محمود علم الدين حول تقنيات جمع المادة الصحفية ان العالم أصبح يعتمد علي الحاسبات الالكترونية في عمليات جمع المعلومات وإستعمالها وتوصيلها إلي مقر الوكالة أو الصحيفة وغيرها.

وقد هيات هذه التكنولوجيا في مجال التغطية الإخبارية فرصة الحصول علي المعلومات في أي مكان يتواجد فيه الصحفي ومن أي مصدر داخلي او خارجي، حيث أن المحرر من خلال إستخدامه الحاسب الالكتروني المحمول يمكنه الأتصال بمركز الوكالة أو الصحيفة أو اي بنك للمعلومات عبر الهاتف الملحق بهذا الحاسب داخل البلاد أو خارجها، كما سمحت بإمكانية الاتسفاة من شبكة الانترنت كوسيط للاتصال بالمصادر.

وكذلك الحال بالنسبة للصور حيث يمكنه الان بفضل تكنولوجيا التصوير الرقمية Digital Journalism الالتقاط والإرسال مباشرة عبر الحاسبات الالكترونية المحمولة.

الأشكال الصحفية الإخبارية في الجريدة:

هي تلك الأخبار والموضوعات التي لها تقارير حالية عن أحداث تهم قطاعات عريضة من جمهور قراء الجريدة لأسباب متنوعة وعديدة من وجهة نظر رئيس التحرير أو المحرر المسؤول عن الأخبار، وهي تشمل:

أ. الأخبار القصيرة السريعة:

وهي أنية سريعة حالية عن الأحداث المفاجئة، تحتوي على العناصر الأساسية للحدث في تركيز واقتضاب، وذلك في فقرة أو اثنتين، ولا تقدم الإجابة الشافية عن كل جوانب الخبر، وعادة ما تنشرها الصحف في صدر صفحاتها الأولى كنوع من أبرز متابعتها لتطورات الأخبار الرهنة. وليس مطلوباً أن يجيب هذا النوع عن الأسئلة الستة.

ب. الأخبار المكتملة:

وتحتوي على تفاصيل الخبر وتجب عن الأسئلة الستة الأساسية الآتية: من؟ متى؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟ وأين؟ وذلك في أكثر من فقرتين، ويتوافر لها وقت أطول نسبياً عن تغطية الأخبار الصغيرة السريعة.

ج. التقارير الإخبارية:

هي شكل صحفي يقع في مرحلة وسطى بين الخبر السريع القصير والتحقيق الصحفي) الاستقصاء، (يقوم على عرض الوقائع وخلفياتها وتفصيلاتها (وهو الشكل الصحفي الرئيسي في بعض المجالات الإخبارية العالمية) وهو القالب المناسب للتغطية التفسيرية، ويسمى في بعض الأحيان "تقرير معلومات" وأحياناً "تقرير موضوعي"، وأحياناً إذا زادت فيه جرة الرأي يسمى (تحليل إخباري) أو "تفسير إخباري".

سادساً: وظائف وأبعاد التغطية الخبرية

وظائف وأهداف التغطية الاخبارية تتمثل في الاتي:

أولاً: وظيفة تكوين الرأي العام:

تأخذ التغطية الإخبارية حيزاً كبيراً في عملية تشكيل الرأي العام وتكوين الاتجاهات وتتيح الفرصة للإسهام في عملية اتخاذ القرار وذلك بتوسيع دائرة المشاركة.

فالخير يستطيع خلق الرأي العام بما له من أهمية على القارئ، وعبر هذه الاخبار يمكن أن تتم عملية الاقناع التي تؤثر على العقل والعاطفة وبالتالي التأثير علي سلوك الجمهور.

ثانياً: وظيفة المراقبة:

تقوم التغطية الاخبارية بنشر أخبار الفساد والجرائم التي ترتكبها السلطة ولعل نشو أخبار فينتام عبر وثائق البنتاغون دليلاً علي ذلك.

كما تغطية سيمور هيرس من وكالة دسباتش نيوز الاخبارية حول القتل الجماعي للفتنامين في مزبحة ماري لاي تميزاً أكسية الفوز بجائزة بولترز للصحافة.

ثالثاً: الوظيفة التعليمية:

تتحقق الوظيفة التعليمية من خلال التغطية الإخبارية بتقديم المعارف والمعلومات الجديدة ونشر الاخبار العلمية والارشادية والطبية وغيرها وتزود المجتمع بالقيم والخبرات الجماعية التي ينقاسها أفراد المجتمع

رابعاً: وظيفة توحيد الأمة وتحقيق التماسك:

تقوم التغطية الاخبارية بوظيفة توحيد الامة من خلال نقل القيم والمعارف من الاجيال الماضية إلي الاجيال الجديدة فهي تمثل المرجعية لنقل التراث الثقافي وان الاخبار التي تذكر بالرموز التاريخية والوطنية تغرس الشعور بالإنتماء وتعميق الرؤية والتميز الحضاري للامة وتساعد في تحقيق التواصل بين الأجيال.

خامساً: الوظيفة التنموية:

تهدف التغطية الإخبارية إلي التركيز على قضايا التنمية ومشكلاتها وجوانبها المختلفة، وذلك عن طريق توجيه الإهتمام من حين إلي آخر إلي عادة جديدة أو سلوك جديد أو فكرة مستحدثة تتطلب التغيير، فالتنمية تغيير للاتجاهات والاقتصاديات وأساليب الحياة الاجتماعية التي يتمسك بها الناس.

إذن التغطية تخدم أهداف التنمية بنشر معلومات متوفرة إلي جانب خلق المناخ الصالح لها سواء كانت زراعية أو إقتصادية أو إرشادية.

سادساً: الوظيفة التسويقية:

تمثل التغطية الاخبارية في مجال ترويج السلع والمنتجات جانباً تسويقياً إلي جانب الإعلان، هذا إضافة إلي تغطية الحملات الانتخابية.

سابعاً: الوظيفة الترفيهية:

تساهم التغطية الإخبارية بنشرها الاخبار الغربية والطريفة والمسلية في خلق مضامين تسعى لتحقيق عملية الترفيه ويهتم الجمهور في الدول الغربية بأخبار الدراما والمشاهير والموضة وغيرها.

ثامناً: الوظيفة الدبلوماسية:

تلعب التغطية الإخبارية بعكسها للمؤتمرات الصحفية التي يعقدها الزعماء والقادة السياسيين وطرح مواقفهم تجاه الازمات الدولية ومعرفة نظرهم حول هذه القضايا.

ولعل ذلك كان واضحاً أثناء الحرب العراقية، ومقامت به الشبكات التلفزيونية الغربية من تغطية ساعدت في تهيئة الظروف لهزيمة دولة العراق 78

تاسعاً: مراقبة البيئة:

توفر التغطية الاخبارية عبر هذه الوظيفة المعلومات اللازمة لمتخذي القرار فهي تعجيل عن نشر أخبار التنبيه او التنذير أو الانذار المبكر في حالة توقع الأفات أو الزلازل أو القضايا والسيول وغيرها، فالمراسلون الخارجيون يعملون لمراقبة البيئة الخارجية بينما المندوبون يقومون بالمراقبة الداخلية من خلال تقاريرهم المستمرة عن أنشطة البيئة الداخلية.

عاشراً: الوظيفة الثقافية:

يمكن من خلال التغطية الاخبارية لاخبار العلم والادب والفن المساهمة في عملية التنقيف وذلك بتكوين القيم والمعتقدات ومفاهيم ورؤي أفراد المجتمع ثم سلوكهم اليومي ونظرتهم إلي الحياة، كما هو معروف أن ثقافة الامة، تحمل جميع السمات المميزة لها من مادية وروحية وفكرية ووجدانية أي ان الاخبار الثقافية توثق لثقافة الامم⁽²³⁾.

أبعاد التغطية الخيرية:

ارتبطت الوكالات المحلية في عملها منذ نشأتها بأن لها أبعاد مثلها الوكالات العالمية وربما تتباين هذه الابعاد الا انها تؤثر في مجال التغطية الاخبارية، وأهم هذه الابعاد تتلخص في:

1. البعد السياسي

لعبت الوكالات المحلية دوراً هاماً في مجال السياسة وخدمة الحكام وتثبيت الانظمة والترويج للافكار والسياسات الجديدة، واستخدمت أساليب كثيرة لتلوين وتشويه الاحداث وقد أختير هذا الدور للوكالات لخطورتها وأهميتها خاصة بعد أن الراي العام كظاهرة سياسية لها تأثيرها في صنع القرار السياسي، فالنظام يحتاج إلي الجماهير لشرح قراراته واتخاذ القرار السياسي بشأنها. كما أن الجمهور حريص على ابلاغ السلطات برودد الافعال الناتجة منه.

فأصبحت الوكالات تمثل دور الرابط او الوسيط بين النظام الحاكم او الجمهور في البلدان ذات النظام الشمولي وهناك عوامل تؤثر على هذا الجانب منها نمط الملكية السائد في دول العالم الثالث حيث أن الوكالات مملوكة للحكومات في الغالب فهي تعاني من القيود والإجراءات القمعية وفرض السيطرة الكاملة عليها، فهي تتبع للسلطات الحكومية مباشرة وتمدها بميزانيات سنوية وتشرف عليها إدارياً وتتولي الاتفاقيات مع الوكالات الكبرى من أجل تنظيم التوزيع المحلي والخدمات الاعلامية الخارجية، لذا التغطية في الوكالات المحلية نجدها لا تتفك قيد السياسات واللوائح والقوانين السارية داخل الدولة

2. البعد الاقتصادي:

أصبح قطاع الاعلام والاتصال الآن يمثل قوة إقتصادية هائلة لها إمكانياتها ولا يمكن تقديرها في أغلب دول العالم تؤثر على الانتاجية وتساعد على تحقيق أكبر قدر من التدفق في مجال الكلمة ولا يفوتنا الشركات الضخمة العاملة في صناعة تكنولوجيا إتصال علي مستوي العالم وهي ما تعرف بالشركات المتعددة الجنسيات والتي أتخذت من الدول النامية مكاناً للاستثمارات لقد بات من الواضح أن الهوة بعيدة وأن المجتمع النامي يذوب وسط الثورة الانفجارية في عالم الاتصال حيث أن النسبة الكبرى تذهب للذين يملكون أصلا النصيب الأكبر من المعلومات وهم أصلا يملكون مصادر المال و العلم والمهارة لاستيعاب المزيد من التدفق الجديد وهذا ما تفقده الوكالات المحلية فهي تقف مكتوفة الأيدي.

3. البعد البشري:

يسود المجتمعات النامية الجهل والامية وقلة نسبة المتعلمين ونقص الكوادر المدربة في مجال الاعلام ويقترن الجانب البشري دائماً بالجانب التقني لعدم مقدرة العاملين على استخدام التقنية الحديثة الامر الذي يجعل هذه الوكالات تطلب يد العون من الوكالات العالمية، سوء في مجال التدريب وتأهيل الكوادر أو أملاك المعدات المتطورة وهناك جوانب إدارية أسهمت في إقعاد وتأخر هذه الوكالات المحلية منها ربطها بالسلطات الحكومية وتواجه عوامل الالتزام السياسي الذي يصل إلي حد التبعية

وقد بذلت دول العالم الثالث جهوداً لتحقيق التبادل الاخباري وأتجهت نحو التعاون فيما بينها فأنشئت الوكالات الإقليمية التي تم إنشاؤها بين عدد من الوكالات المحلية إلا أن النشاط مازال محدوداً. ورغم التزايد المضطرد في كمية الاخبار التي تتدفق عبر الوكالات الوطنية والاقليمية إلا أن إسهام الوكالات الوطنية والاقليمية من التدفق الدولي قليلاً بالمقارنة مع دور الوكالات الكبرى. وتشكو دول العالم الثالث من أن التدفق حتي بين بلدانه يتخذ طريق إتصال الموروث من عهد الاستعمار فكثيراً ما تصل الاخبار الداخلية الهامة عن طريق الوكالات الاجنبية وبالرغم من أن الدراسات قد أثبتت انه بإنشاء الوكالات المحلية قد حدثت تغيرات طفيفة في دور وكالات الانباء الدولية إلا أن التدفق الاخباري عبر الوكالات المحلية دون المستوي بكثير.

وتصنف الوكالات الافريقية بأنها قنوات للاخبار الاجنبية وحتى الصحفيين تدربوا على النمط الغربي وصاروا يكتبون تبعاً لثقافتهم الغربية ويلاحظ الاحتفاظ بالنموزج الغربي لصناعة الخير في عملية تحرير الاخبار وترجمتها للقراء المحليين كل هذه العوامل تلقي بظلالها على مستوى التغطية ونوعيتها وتؤثر فيها، فأن كثير من الوكالات الافريقية الان غير قادره على ان ترسل للخارج التقارير الصحفية الخاصة لبلادها بأقلام مراسليها وتعاني الدول الافريقية بدرجة أكبر من عدم كفاءة إمكانيات إتصال عن بعد والحال ينطبق على دول امريكا اللاتينية ودول شرق آسيا والشرق الاوسط.

فهي تخضع للملكية العامة وعوامل الدعم والتمويل من الدولة ويظل البعد التقني المتعلق بإستيراد الاجهزة وبصحبته المهندسين والفنيين دون تعلم مهندس وفني دول العالم الثالث و كل هذه الاسباب تجعل من هذه الوكالات مكبله ينحصر دورها في جمع وتوزيع الانباء على الداخل لا تستطيع مخاطبة الجمهور خارج نطاقها الجغرافي، وتعوقة عدم إمكانية استخدام لغات عالمية بهدف التأثير على الشعوب وليس الوكالات في الوطن العربي بأحسن حالاً من غيرها فنجدها تفرض أشكالاً

من الرقابة على مراسلي الوكالات العربية فيما يتعلق بإرسال البرقيات إلي مكاتبهم، ويخلو التعامل مع الصحفيين من نظرة تحكمها المسؤولية الشخصية او المهنية وتصل العقوبة في بعض الاحيان الي حد الحذف او الالغاء ومن العقوبات التي تواجه الصحفيين البطء في إجراءات الدخول عند نشوب الاحداث والسماح بمتابعة الوقائع بسهولة وسرعة ويصل الامر إلي استدعاء المراسل الصحفي لتفسير أخباره وربما يتعرض لامر بمغادرة البلاد فوراً. وهذا يؤكد ان الوكالات المحلية نشأت حكومية وأصبحت تابعة لسلطاتها فيما بعد ويرجع ذلك إلي عدم إقتناع الحكام بأهداف الوكالات وأهميتها في نقل الاحداث مباشرة ويدعم الخلافات السياسية هذا الاسلوب من الحكومات العربية عند نشوب الاحداث. ، ويعاب على الوكالات العربية أنه بسبب تبعتها للحكام أصبحت عاجزة عن الدفاع عن قضايا المناضلين وعكس أبعاد الصراع العربي الاسرائيلي ومقاومة الدور السلبي الذي تمارسه الوكالات الكبرى أثناء تغطيتها لهذه الاحداث. كما ثبت أن الوكالات المحلية عموماً يتم إستخدامها لصالح الوكالات الدولية في تغذية الخلافات السياسية بين الدول.

وقد فطنت الوكالات المحلية الاوربية لهذه الثغرات وعززت من اوضاعها بقيام الاتحاد الاوروبي للوكالات الأمر الذي تفتقر إليه الوكالات العربية حتي على مستوى التنسيق فيما بينها لتبادل الاخبار والمعلومات ولم يتحقق هذا الاتحاد على مستوى دول الخليج والمغرب العربي.

وترى دكتورة عواطف عبدالرحمن ضرورة توحيد الجهود لإنشاء وكالة أنباء عربية تنهض بدورها القومي في حماية الاستغلال الاعلامي ،

أن التغطية في الوكالات المحلية وقفت قاصرة على دولها علي أحسن تقدير ولم يستطع عكس الجوانب الإيجابية خارجياً وخاصة برامج التنمية التي أنتظمت الدول النامية إلا على نطاق ضيق، ولعل هذا كان من أهم الاسباب التي تكونت من أجلها لجنة ما كبرايد (1976م) لبحث مشكلات إتصال في الدول النامية وعلى رأسها الوكالات الوطنية، حيث أكدت اللجنة أهمية هذه الوكالات في تحسين قدرة البلاد النامية على نشر الانباء محليا ودوليا. 75

المبحث الخامس: عواصم الثقافة الاسلامية

١_ الثقافة :

إن الثقافة عنصر مهم جدا في عملية البناء الحضاري سواء في مجال الفلسفة أم الأدب، أم السياسة، أم الاجتماع أم الاقتصاد. فالثقافة طاقة للإبداع في شتى مجالات النشاط الإنساني، وتعمل على تهذيب روح الإنسان، وصقل مواهبه، وتوظيف طاقاته وملكاته في البناء والتعمير ولا يتأتى ذلك للثقافة إلا إذا كانت ذات جذور ثابتة، وذات مبادئ تقوم عليها، وذات رؤية شاملة لها قابلية للتفاعل مع الثقافات الأخرى، وإلا إذا كانت ذات منحنى إنساني تتخطى به المجال المحلي إلى الآفاق العالمية دون أن ينال ذلك من خصوصيتها، أو يؤثر في طبيعتها. فإذا توفر للثقافة كل ذلك فإنها تصبح وسيلة للتواصل البشري، والتحاور الإنساني مما يؤدي إلى تعايشها مع الأمم. وهذه الشروط متوفرة في الثقافة العربية الإسلامية فهي لذلك ثقافة بناءة للإنسان والعمران والحضارة، ثقافة منفتحة استوعبت عصارة الثقافات القديمة، وأعدت صوغها لأنها ثقافة متسامحة، وقابلة للتحاور، وبعيدة عن الانطواء

أولاً : مفهوم الثقافة الاسلامية:

تتميز الثقافة الاسلامية عن غيرها من الثقافات الانسانية بأنها تستند في أصولها ومرجعيتها إلي وحي الهي، وهو أقر رسالات السماء إلي الأرض، وخاتم الخطاب الإلهي وقد أحدث هذا الوحي نقلة هائلة في تاريخ البشرية ونتج عنه تحول مذهل، نقل الانسان من ظلام الجهل الي نور الهدي ومن براثن الشرك الي فضاء الوحدانية الرحب وحرر الإنسان من عبادة العباد الي عبادة رب الناس أجمعين

فالثقافة كلفظ مفرد يراد بها في الإستعمال الأخذ من كل علما بطرف، ولا يراد بها التعمق في دراسة من العلوم لذلك يقولون (تعلم شيئا عن كل شئ لتكون مثقفا وتعلم كل شئ عن شئ لتكون عالماً). وفي ثلاثينات هذا القرن وما بعدها أستعمل لفظ (ثقافة) في المعنى الذي كان القدماء يستعملون فيه لفظ ادب، الذي يعني الاخذ من كل شيء بطرف كما يقول الجاحظ:

أي توسيع الانسان مدي معارفه، وفي العصر نفسه كانوا في أورا يقولون انه لا يتم علم المرء الا اذا علم شيئا من كل شيء وكل شيء من بعض الشيء 76

نخلص من ذلك كله إلي تعريف الثقافة بالمعني الاصطلاحي يعد تعريفة حديثا علي يد المجتمع اللغوي الذي عرفه بانه (جملة العلوم والمعارف والفنون التي يتطلب الحذق بها،فالثقافة بمفهومها الحضاري وتأثيرها الاجتماعي فأنها هي التي تمنح الامة طابعها المميز في فهمها وطبيعة الحياة والتزامات الانسان وتحديد مركزه في المجتمع. اذن الثقافة بهذا المفهوم وهذا التأثير هي مجموعة القيم الخلقية والتقاليد الاجتماعية التي يتلقاها الفرد في مجتمعه منذ وفاته أي انها المحيط الذي يعكس حضارة معينة تضم ثمرات الفكر من علم وفن وقانون واخلاق اذا المفهوم الصحيح لمعنى الثقافة أنها نظرية سلوك اكثر منها نظرية معرفة اذ انها تهيء الانسان للحياة الحضارية المتمناه وتعيه على التطور الاجتماعي المطلوب ولهذا عرفها بعض المفكرين المسلمين بأنها (التراث الحضاري والفكري في جميع جوانبه النظرية والعلمية التي تمتاز بها امة وينسب اليها ويتلقاه الفرد من ميلاده وحتى وفاته من ثمرات الفكر والعلم والفن والقانون والاخلاق)

ومن ابرز نظم الثقافة الاسلامية ما يلي:

- **نظام العقيدة:** الذي يعني تدين البشر، وتمسكهم بالعقيدة الصحيحة التي تحرر المسلم من الخرافات، والتقليد حتى يصبح قادرة على مواجهة الأفكار الباطلة. فالتدين ضرورة اجتماعية، وكل إنسان لا بد له من قيم وإيمان، وعدم التدين يؤدي إلى موت الروح الذي يدفع الشباب المنعالم المرفه إلى الانتحار بعد أن يصيبه اليأس والاكتئاب.

- **نظام العبادة:** من صلاة وصوم، وإحسان، ودعاء، وخوف ورجاء، وتوكل، وخشوع.. الخ.

- **نظام المعاملات:** وهي الأحكام التي تنظم علاقات الناس مع بعضهم، وتقيم بينهم الروابط على أساس العدل والرحمة، والمحبة. من هذه المعاملات: البيع، والشراء، والرهن، والإجارة، والإعارة، والشركة.. الخ

- **النظام الأخلاقي:** الذي هو أساس بناء الفرد والأسرة يقول صلي الله عليه وسلم في هذا المعني: (بعثت لأتمم حسن الأخلاق") وقد دعا الإسلام إلى كل خلق طيب، ونهى عن كل خلق مذموم، ومن عناصر الأخلاق في الإسلام: الصدق، والأمانة، والإخلاص، والحلم، والتعاون، والرحمة، والتكافل الاجتماعي، والعدالة.. الخ

- **النظام الاجتماعي:** ويشمل: الأسرة والزواج، ومقاصده، وحقوق المرأة.

- **نظام العقوبات:** التي قصد منها تهذيب النفس، وتطهير القلب، ويشمل: حد الزنا، والقتل، والسرقه، والقتل وقطع الطريق.

- **النظام السياسي:** ويشمل أسس الحكم، نظرية السيادة، مفهوم الخلافة، والحرية والتسامح الديني، وحقوق الإنسان، والقومية، والديمقراطية، والتعددية، والمواطنة، والتقارب بين الأديان، ومعاملة غير المسلمين، ولا شك أن قيم الإسلام أرقى من القيم الغربية، فهي متفوقة فيما يتعلق بالجماعة، والتكافل الاجتماعي، واحترام مكارم الأخلاق، والحرص على ترك الموبقات التي عصفت بالحياة الغربية كالمخدرات، والعنف وغيرها)

ثانياً: مصادر الثقافة الإسلامية:

1. القرآن الكريم

وهو كلام الله تعالى المنزل على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم، بواسطة الوحي، المعجز بلفظه والمتعبد بتلاوته والمنقول إلينا بالتواتر والمكتوب في المصاحف والمبدوء بسورة الفاتحة المختوم بسورة الناس.

والقرآن منهج حياة ودستور أمة ومرجعية الأمة العليا وسبيل عزها ومجدها وسر لابقائها وسبيل نهضتها وهو المصدر الأول من مصادر التشريع الإسلامي والثقافة الإسلامية، فقد صاغ حياة الناس في المجتمع المسلم بأحكامه التشريعية التي تناولت شؤون الحياة كلها وبما أن الثقافة أساسها العلم والمعرفة .

وهو المصدر الأول والرئيس لكل ما تحتاجه البشرية في مختلف المجالات العلمية، وشتى الميادين المعرفية، وفي كل جزئية من جزئيات حياتها مصداقا لقوله

ويعد القرآن الكريم أهم مصدر من مصادر بناء الإنسان المسلم، لأنه نزل لهداية البشرية إلى ما فيه صلاح دنياهم وأخراهم)

إن القرآن الكريم أعلى وأسمى، وأجل وأشمل من أن يقتصر على علم أو مجال واحد أو يحصر فيه ؛ فهو منهج إلهي شامل، ودستور رباني كامل لجميع المجالات العلمية، والميادين المعرفية دينية كانت أو دنيوية، وهو ما يؤكد أحد الباحثين

المعاصرين في التربية الإسلامية بقوله: فالوحي هو الموضوع الأساسي لجميع العلوم، بل إن الحضارة الإسلامية كلها إن هي إلا محاولة لعرض فكري منهجي لهذا الوحي، ويتضح ذلك من أبنية العلوم نفسها .

والقرآن بالذات جماع الثقافات الصحيحة والمعرفة الصادقة، ودعوته دعوة للحضارة الأصيلة الشاملة، فهو ليس كتابا روحانيا محضا يرتل للعبادة فحسب، بل هو نظام حياة كاملة في جميع قطاعاتها المادية والروحية، إنه يدعو إلى العلم والعمل والتطور والنهوض، ويربي جيلا قوي العقيدة، مستقيم الفكر، صافي النفس، متين الخلق، جديرا بحياة كلها قوة ورخاء وازدهار

2- السنة النبوية:

وهي: (ما صدر عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، من قول أو فعل أو تقرير أو صفة، فالسنة النبوية هي المصدر الثاني من مصادر التشريع الإسلامي المتفق عليها بين جمهور علماء المسلمين).

السنة وحي إلهي جاء لبيان القرآن، والقرآن دستور الأمة ونبراس هدايتها، فالسنة فيها تفاصيل هذه الهداية فهي منهج حياة الأمة، في التشريع والسياسة والاقتصاد والتربية والأخلاق. يقول البهي الخولي: (السنة هي المرجع الثاني، بعد القرآن الكريم، لعلوم الدنيا والدين، وهي نفحات نفس قدسية وهي خلاصة كاملة لتجارب أعظم عقل فهم القرآن وسنن الاجتماع، وعلل النفوس، ومشكلات الحياة وضروب الإصلاح)

إن السنة النبوية المطهرة بما ثبت فيها من أقوال، وأفعال، وقرارات نبوية كريمة تعد مصدرا رئيسة من مصادر الثقافة الإسلامية، لكونها المصدر الثاني من مصادر التشريع في الإسلام، ولأنها بمثابة الجانب التطبيقي أو الميداني لما جاء في القرآن الكريم من أصول، ومبادئ، ومفاهيم تربوية رئيسة، ولكون شخصية النبي صلى الله عليه وسلم، تعد بحق خير أنموذج بشري فردي لهذا التطبيق، كما أن الصحابة رضوان الله عليهم كانوا أفضل أنموذج بشري مجتمعي لما يجب أن يكون عليه المجتمع الإنسان 78

3- تراث ومنهج السلف الصالح:

ويعد التراث مصدرا من مصادر الثقافة الإسلامية ويقصد بهذا التراث مجموع الأراء، والأفكار، والاجتهادات، والنظريات، والتطبيقات التي دونها العلماء والفقهاء، والمربين، والمفكرين المسلمين عبر عصور الحضارة الإسلامية، على اعتبار أن التراث الإسلامي هو ما ورثناه عن آبائنا من عقيدة وثقافة، وقيم، وأداب، وفنون، وصناعات، وسائر المنجزات الأخرى المعنوية والمادية

والعودة إلى التراث الإسلامي (ليس من أجل الأخذ به كمسلمات، ولكن للاستفادة منه) في كيفية فهمهم للنص الإسلامي، وكيفية تطبيقهم لهذا النص على عصرهم وظروفهم، أي أنها عودة للاستناس والاسترشاد وليست عودة للتطبيق الأعمى أو الأخذ الحرفي، فكل عصر رجاله، ولكل عصر اجتهاداته. 77

4. الصالح من الفكر الإنساني القديم والحديث:

ويقصد بذلك مجموع الدراسات، والأبحاث، والملاحظات العلمية، والطروحات الفكرية القديمة أو المعاصرة التي يمكن الاستفادة منها في معالجة القضايا والمشكلات المختلفة، ولاسيما أن المجال العلمي الذي يعد متطورة ومتجددة، وغير ثابت أو مستقر، فكان لابد من الانفتاح المنضبط والإيجابي على مختلف المعطيات الحضارية القديمة أو المعاصرة شرقية كانت أو غربية، للإفادة مما وصل إليه التقدم العلمي والحضاري في مختلف المجالات والميادين، مع مراعاة أن تتم الاستفادة من الجانب الإيجابي فيها، والذي لا يتعارض بأي حال مع ثوابتنا الشرعية وتعاليم ديننا السمحة و (إن المسلم لا يملك أن يتلقى في أمر يختص بحقائق العقيدة، أو التصور العام للوجود، أو يختص بالعبادة، أو يختص بالخلق والسلوك، والقيم والموازين، أو يختص بالمبادئ والأصول في النظام السياسي، أو الاجتماعي، أو الاقتصادي، أو يختص بتفسير بواعث النشاط الإنساني وبحركة التاريخ الإنساني إلا من ذلك المصدر الرباني، ولا يتلقى في هذا كله إلا عن مسلم يثق في دينه وتقواه، ومزاوئله لعقيدته في واقع الحياة إن حكاية أن الثقافة تراث إنساني، لا وطن له ولا جنس ولا دين. . هي حكاية صحيحة عندما تتعلق بالعلوم البحتة وتطبيقاتها العلمية، دون أن تجاوز هذه المنطقة إلى التفسيرات الفلسفية " الميتافيزيقية " لنتائج هذه العلوم، ولا إلى التفسيرات الفلسفية لنفس الإنسان ونشاطه وتاريخه، ولا إلى الفن والأدب والتعبيرات الشعورية جميعا ولكن الإسلام يعتبر أن هناك - فيما وراء العلوم البحتة وتطبيقاتها العملية، نوعين اثنين من الثقافة: الثقافة الإسلامية القائمة على قواعد التصور الإسلامي والثقافة الجاهلية القائمة على مناهج شتى ترجع كلها إلى قاعدة واحدة. . قاعدة إقامة

الفكر البشري إليها لا يرجع إلى الله في ميزانه والثقافة الإسلامية شاملة لكل حقول النشاط الفكري والواقعي الإنساني، وفيها من القواعد والمناهج والخصائص ما يكفل نمو هذا النشاط وحيويته دائما. 79

ثانياً: سمات ومميزات الثقافة الإسلامية

سمات ومميزات الثقافة الإسلامية تتميز الثقافة الإسلامية بسمات عديدة أكتسبتها من العقيدة الإسلامية ومن أهمها:

1. الربانية:

وهي من أعظم مزايا الثقافة الإسلامية على الإطلاق وتبرز هذه الخاصية والسمة من خلال الوحي الذي حدد الإطار العام للثقافة الإسلامية فهو تنزيل من رب العالمين، والربانية أولى خصائص التصور الإسلامي، ومصدر هذه الخصائص كذلك.. فهو تصور اعتقادي موحى به من الله سبحانه وتعالى ومحصور في هذا المصدر لا يستمد من غيره. وذلك تمييزة من التصورات الفلسفية التي ينشئها الفكر البشري حول الحقيقة الإلهية، أو الحقيقة الكونية، أو الحقيقة الإنسانية والارتباطات القائمة بين هذه الحقائق، وتمييزاً له كذلك من المعتقدات الوثنية، التي تنشئها المشاعر والأخيلة والأوهام والتصورات البشرية ومع إن الثقافة ربانية تحدد المنهج الذي يسير فيه الإنسان في الحياة، فإنها في الوقت نفسه لا تلغي حركة الإنسان وتفكيره من خلال دور العقل في التفسير والتجديد للوحي الإلهي (وعمل الإنسان فيه هو تلقيه وإدراكه والتكيف به، وتطبيق مقتضياته في الحياة البشرية) 80

والثقافة الإسلامية ربانية المصدر والمنهج والغاية والهدف: فهي ربانية المصدر .
فهي ربانية المصدر: لأن تصورهما مستمد من الله سبحانه وتعالى تلقاه الإنسان كاملاً بخصائصه هذه ليتكيف به ويطبق مقتضياته في حياته.. " وإذا كانت الثقافة المادية لا تهتم إلا بالأسباب القريبة، فإن الثقافة الإسلامية تهتم بغايات الأشياء وأصولها البعيدة، وهي تجمع بين الغايات والوسائل وبين العلم والإيمان، وكونها تستمد كيانها من مبادئ الدين، لا يعني تخليها عن العقل والعلم فاعتماد الثقافة الإسلامية عليهما واحتفاؤهما بهما أمر لا يحتاج إلى بيان، فالدين أبداً ليس بديلاً عن العلم والحضارة ولا يحكم عدواً لهما، وإنما هو إطار ومحور ومنهج لهما في حدود إطاره ومحوره الذي شؤون الحياة ولهذا فإن الثقافة الإسلامية تختلف عن غيرها من الثقافات الأخرى التي قامت على أسس علمانية وضعية، وتجاهلت الجانب الديني والعقدي والأخلاقي في بنائها الثقافي وفق تصوراتهم القاصرة المحدودة

ويترتب على كونها إلهية المصدر عدة اعتبارات منها: سلامة مصدر التلقي وبهذا تحتل مركز الصدارة الثقافية مما جعلها خالدة مستمرة، ويجدر الإشارة هنا على أن الثقافات الشرقية والغربية قامت على أسس علمانية وضعية، وتجاهلت دور الدين والإله في بنائها الثقافي، فخضعت بذلك للسقوط والتناقض والتغير المستمر
فيعيش المرء في سلام ووثام مع نفسه ومع فطرة الوجود الكبير من حوله، وهذه الربانية في القصد تؤمن النفس البشرية من التمزق والصراع الداخلي والتوزع والانقسام بين مختلف الغايات وشتى الاتجاهات، - ولا يريح النفس شيء مثل وحدة الغاية والوجهة في الحياة، ولا يشقى الإنسان شيء مثل تناقض غاياته وتباين اتجاهاته وتضارب نزاعاته (24) أن التمكن للثقافة الإسلامية تمنح أهلها الراحة النفسية والفكرية فهي تعصم المتمسك بها من القلق والاضطراب الفكري، لأنها تصله بالله تعالى، فتطمئن النفس الإنسانية إلى خالقها، وترتاح لذكره، وتأنس الجوارح بعبادته، فتحصل لها السكينة والاطمئنان والسعادة وكذلك تحدث تأثيراً بالغاً في السلوك والأخلاق والمعاملة، وأن سياج الربانية يقيم في قلب المترابي فرقاناً بين الحق والباطل وينشئ حاجزاً بينه وبين مضلات الفتن ويضبط السلوك ويقيم الجوارح على رعاية السنن والهدي الظاهر وحسن السمات وملازمة الأدب وإذا كان الإسلام هو الحل للمشكلات البشرية فإن الربانيين هم الحل للمعظم مشكلات الدعوة الإسلامية ولما كانت الربانية هي أهم فارق بين الثقافة الإسلامية والثقافات البشرية فإنها بالإضافة إلى ذلك تقتضي السمات والخصائص المتميزة كالعدل والوضوح والكمال والإيجابية والوحدة والشمول والثبات إلى غير ذلك من الخصائص التي تنبثق عنها. 81

2. الوحدة والترابط والتناسق: من خصائص الثقافة الإسلامية إنها كل متحد مترابط متناسق فهي بمفاهيمها العامة الشاملة ليست أجزاء متفرقة لا رابط بينها، إن وحدة الثقافة الإسلامية المترابطة تركز من وجهة نظر الإسلام على أساس منطقي وهو: إن الحقائق لا يمكن أن تكون متناقضة ولما كان الإسلام قد قدم للبشرية الحقائق كاملة وحسم بذلك كل المنازعات والخلافات التي ثارت حول كثير من قضايا الكون والإنسان والحياة، فإنه قد أرسى دعائم الوحدة الفكرية والروحية على قاعدة المنهج الرباني الذي هدم الخرافات والأوهام والتناقضات، برد الأمر في هذه القضايا إلى الله عز وجل ومن هنا لم

يستطيع أعداء الإسلام أن ينفذ والى كيانه الاعتقادي والفكري والروحي والتشريعي المرتكز على الوحدة الدينية الأصلية التي تستجيب لها القلوب وتنتشر الصدور وتتفاعل العقول ليهدموه جملة بل لجئوا إلى أسلوب التفريق والتمزيق...تفريق المسلمين إلى شيع وطوائف وأحزاب وتمزيق وحدة عقيدتهم، بإثارة الشبهات ونشر الافتراءات، وتشويه حقيقة الإسلام بالإلحاح المتواصل على إقصاء الدين عن الحياة، وحصره في نطاق محدود، يسلبه عنصر التأثير والتنظيم 82

3. ثقافة أخلاقية:

في دعوة الإسلام العامة الشاملة الخالدة روح أخلاقية عالية تنبثق من جوهر العقيدة وتشيع في كل عبادة وترى في كل حكم وتظهر في كل توجيه وتلمس في كل تنظيم. .. ولهذا كانت الثقافة الإسلامية دستور الأخلاق ومنهاج التربية النفسية لرفع الإنسان الذي كرمه الله بتكليفه لحمل هذه الرسالة وأداء هذه الأمانة من حضيض الفساد وبؤر التمزق والانحراف إلى أوج الصلاح والتماسك والاستقامة.

ولما كانت هذه الثقافة تقوم على أصول اعتقادية وتهذيبية وتشريعية تتلاقى جميعا في منهج تكاملي يصلح من شأن الإنسان، ويعمل على إبعاده في الدنيا والآخرة، فإننا نرى أن العنصر الأخلاقي أصيل وواضح في أصول دعوة الإسلام. كما انه السمة البارزة في سيرة رسولها صلى الله عليه وسلم. . وسيرة الصفوة الرائدة من صحابته رضوان الله عليهم. . وفي هذا التعاون الوثيق والتساند المحكم بين التوجيه والقوة والإرشاد والتطبيق، يشار البناء الأخلاقي على امتن الأسس ويبلغ الذروة في القوة والإحكام

4. الشمول والتكامل:

إن منهج الإسلام لبناء الثقافة والحضارة منهج شامل، كما يجب أن يكون إن فهمناه حق الفهم. وهذا الشمول هو من الخصائص الأساسية للشريعة. فكل جانب من الحياة الإنسانية له حكمه الملائم في الإسلام .

ويتضح لنا الشمول في مجالات متعددة، وعلى محاور مختلفة، تلتقي كلها في النهاية: ففي مجال الاعتقاد تشمل الإيمان بالله واليوم الآخر والملائكة والنبیین والكتب السماوية والقدر خيره وشره وفي مجال العمل تشمل العمل للدنيا والعمل للآخرة في ذات الوقت وفي مجال الكائن البشري تشمل حركة جسمه وتفكر عقله وانطلاقة روحه، وفي مجال المجموع البشري تشمل الفرد والجماعة والأمة والدولة في ذات الوقت وفي مجال العلاقات تشمل علاقة الإنسان بربه وعلاقته بنفسه وعلاقته بغيره في داخل الأسرة وفي داخل المجتمع وفيما بين المسلمين وغير المسلمين، وفيما بين الإنسان والكون كذلك

وان الإسلام متكامل الجوانب الفكرية والنفسية والروحية والمادية، كالإنسان. فكما أن الإنسان مؤلف من روح وعقل ونفس وجسد، فالإسلام ذو جوانب تعطي كل عنصر من هذه العناصر حقه، وبذلك يتم التطابق المثالي بين عناصر هذا الدين التي يكمل بعضها بعضا وبين عناصر هذا الكائن الإنساني، التي جعلت منه مخلوقا في أحسن تقويم)

5. العالمية والإنسانية:

إن عالمية الثقافة الإسلامية مستمدة في الأصل من عالمية الإسلام عقيدة وشريعة ومن عالمية كتابه ومن عالمية بعثته صلى الله عليه وسلم إلى العالمين ومن عالمية حاجة البشرية إليه، فعالمية عقيدته لأنها عقيدة جميع الأنبياء والرسل على اختلاف أزمانهم وأقوامهم

6. الوسطية والتوازن:

الوسطية من مبادئ الدين الحنيف ومن أبرز خصائص الثقافة الإسلامية ومن مميزات أمة محمد - صلى الله عليه وسلم -، وبها استحققت أن تكون شاهدة على الناس يوم القيامة

والتوازن والوسطية في كل ما يتعلق بهذا الدين كمنهج يتناول جميع مظاهر الحياة، توازن بين العقل والوحي وبين المادة والروح وبين الحقوق والواجبات وبين الفردية والجماعية وبين النص والاجتهاد، وبين المثالية والواقعية وبين الاستلزام من الماضي والتطلع إلى المستقبل. كما يراد لنا الا نسخر كل طاقاتنا من أجل التنافس الوحشي علي المكاسب والمنافع المادية الخاصة من دون أية مراعاة لقوانين الحياة والطبيعة الانسانية التي أمرنا الله تعالى أن نعمل بها ونسير بهديها في اداء متكامل وواع لا يفسد الآخرة، ولا يؤدي إلى التهلكة والانزلاق الي متاهات وانفلات الغريزة84

7. الواقعية والمثالية:

الواقعية خاصية من خصائص الثقافة الإسلامية، والإسلام في تشريعاته وأنظمتها بل وفي نظرته للإنسان فلا إغراق في المثالية ولا سقوط في المادية ولا إنكار لحاجاته وغرائزه ولا إفراط في المتع واللذائذ الشهوانية. وعادة الإسلام أن يحدد مستوى ادني لا ينزل الإنسان عنه ويفتح له أفقا أرحب يتنافس الناس فيه ومن واقعته تشريع الرخص حال الاضطرار أو الاحتياج ليتحقق التيسير ويندفع الحرج كما تلمح الواقعية أيضا في اعتبار الزمان والمكان في التربية والتعليم والأمر والنهي والفتوى إذ كل ذلك قد يتغير في أسلوبه ووسيلته وفي عرضه وطريقة تناوله تقديمًا وتأخيرًا وتصريحًا وتلميحًا باختلاف الزمان والمكان 83

إن عنصر الدعوة المثالية ونشدها الكمال المطلق يشبع في الإنسان نوازعه العقلية والوجدانية المنطلقة باستمرار إلى المثاليات، وأن عنصر التطبيقات الواقعية الملائمة للواقع الإنساني يعالج ارتقاء الإنسان إلى الكمال ضمن إمكاناته واستطاعته الواقعية، أما عناصر الوسائل المنسجمة مع الخصائص الإنسانية فهو يداوي ويداري غرائز الإنسان ودوافعه النفسية وشهوته وأهواءه التي هي جزء من كيانه في الحياة، فلا يصح بحال من الأحوال طرحها أو إهمالها.

ثانياً: أهداف الثقافة الإسلامية:-

تتمثل بعض أهداف الثقافة الإسلامي في الآتي:

1. تعميق الانتماء للإسلام وربط المسلم بالمصدرين الكتاب والسنة وتبصيره بما فيها من أصول القيم الخلقية والحضارية وذلك من أجل تحصينه اعتقاداً وفكرة وسلوكاً من التيارات الفكرية المعارضة للإسلام.
2. إبراز النظرة الشمولية للإسلام بوصفه منهجاً شاملاً لجميع جوانب الحياة أساسه التوحيد والتخلص من النظرة الجزئية للإسلام التي تقصره على بعض جوانب الحياة
3. تجلية مواقف الإسلام من قضايا العصر وخاصة في مجالات العلوم المختلفة وحركة الفكر ونظم الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ونقدها من المنظور الإسلامي
4. بيان تفرق الإسلام وتميزه على المذاهب الفكرية والأيدلوجيات في كافة شؤون الحياة وإظهار قدرته على تحقيق السعادة الإنسانية في مقابل إخفاق تلك المذاهب والأيدلوجيات.
5. إعطاء المسلم صورة وافية عما صنعتها رسالة الإسلام العامة الشاملة في الحياة الإنسانية من تحريرها للبشر من الوثنيات والخرافات وانقاذهم من التخلف الفكري والتفكك الاجتماعي.
6. التعريف بخصائص الإسلام وعالميته.
7. إظهار تفوق الإسلام كنظام حياة شامل على جميع المذاهب والمناهج والأديان في ذلك.
8. إثارة العزة والكرامة في نفس المسلم لأنه يمتلك الدين الأكمل والمنهج الأفضل.
9. تشخيص حالة الأمة الإسلامية في مجالي الفكر والسلوك والحركة الحضارية وبيان مواطن الخلل فيها ومنهج العلاج
10. تسليح الأجيال المثقفة بما يستطيعون به الدفاع عن دينهم ومبادئهم وتاريخها المجيد وبما يستطيعون به العمل على نشر الإسلام والتبشير به ضمن الأوساط العلمية التي يتاح لهم الدخول فيها في مستقبل حياتهم وضمن زوايا اختصاصاتهم.
11. حل كبريات المشكلات التي أثارها النظرية العلمية المعاصرة وذلك عن عرض مفاهيم الإسلام عرضة علمية معاصرة كنظام الاقتصاد الإسلامي ومفاهيمه السليمة الخالية من عيوب النظم الأخرى وكنظام الأسرة وكنظام الحكم والأخلاق الإسلامية وأسس كل ذلك الإيمانية والفكرية وفوائدها وثمراتها الفردية والاجتماعية.
12. ربط الأجيال المثقفة بمصادر الشريعة الإسلامية (القران، السنة) وتبصيرها بما فيها من عناصر حق وخير وهداية وقوة لمن عمل بوصاياهما مع ما فيها من دفع الي اغتنام السعادتين الدنيوية والاخروية.
13. الإسهام في تكوين المسلم الصالح الذي لا تفتنه بهارج (اعداء دينه وامته) ويعمل في خدمتها بكل طاقاته ويضحى في سبيلها بكل ما يملك.
14. شحن قلوب الأجيال المثقفة بالعاطفة الإسلامية الرشيدة وتغذيتهم بما يدفعهم الي تطبيق الإسلام في سلوكهم الفردي والاجتماعي.

15. ملء قلوب الاجيال المسلمة بروح الاعتزاز بدينها وأمجاد أمتها وملء نفوسها بالامل بمستقبل عظيم علما وحضارة وقوة وسلطانا في الارض اذا هي استعادت تمسكها بعقيدتها ونظام دينها واتخذت الاسلام منهج حياه علمية لها 84

ب. عواصم الثقافة الإسلامية

الخلفية التاريخية لمشروع عواصم الثقافة الإسلامية:

أدرك ممثلوا العالم الإسلامي في المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الاييسيسكو) أن تطلع الأمة لاستعادة مجدها لن يتأتى ما لم يبنى على اساس متين من احترام الماضي وإحيائه فشرع المؤتمر في باكوا بجمهورية أذربيجان في اكتوبر 2009م 1430هـ من وزراء الثقافة في المؤتمر الإسلامي السادس لاختيار عواصم الثقافة الإسلامية تكون مدخلاً لإحياء التراث الإسلامي الذي نشأ وتبلور فيها وتم اعتماد لائحة عواصم الثقافة الإسلامية للفترة من 2005م حتى 2004م على ان تكون مكة المكرمة اول عاصمة للثقافة الإسلامية استناداً لقرار المؤتمر الإسلامي لوزاء الخارجية في دورته التاسع والعشرين المنعقد في الخرطوم في الفترة من 25 - 27 تونيو للعام 2002م ميلادية اعدت الايسيسكو تصورا متكاملأ لبرنامج عواصم الثقافة الإسلامية تضمن التصور المذكور المعايير المقترحة لاختيار عواصم الثقافة الإسلامية والخطوط العريضة والتوجيهات العامة لأنشطة المختارة للإحتفاء بالعاصمة المختارة تم اعتماد هذا البرنامج خلال المؤتمر الإسلامي الرابع المنعقد في الجزائر خلال الفترة من 15 - 17 ديسمبر من العام 2004م.*

معايير اختيار عواصم الثقافة الإسلامية

- أن تكون المدينة ذات علاقة تاريخية مدونة وذات صيت علمي واسع.
- ان تكون لها مساهمة متميزة في الثقافة الإسلامية وفي الثقافة الإنسانية.
- ان تتوفر على مراكز البحث العلمي ومكتبات للمخطوطات ومراكز اسرية تعليمية.
- ان تتوفر فيها مؤسسات ثقافية فاعلة في مجال تشيد الحياة الثقافية إلى افراد والجماعات وتنظيم المهرجانات والمواسم الثقافية ومعارض الكتب والرسم والعروض المسرحية واعمال الترجمة والنشر.
- ان يقدم الترشيح مرفقاً لدراسة وافيه عن المدين ومستجيبة للمعايير السابقة أو بعضها وتشتمل الدراسة على الاتي:

- نبذة تاريخية جغرافية موثقة بالمصادر والمراجع توضح الأهمية الثقافية للمدينة من حيث المصادر والمراجع التي كتب عنها أو اشارت إليها.
- المكتبات التاريخية أو الحديثة ودور المخطوطات الموجودة بها.
- ما تشتهر به من معالم اثرية ومعمارية اسلامية (مدارس - مساجد - حدائق عامة - قلاع - زوايا - مزارات مشهورة).

أهداف عواصم الثقافة الإسلامية:

- دعم الجهود المشتركة التي تهدف إلى اشاعة روح التعاون والحوار المتكافئ والاحترام المتبادل.
- تحقيق استراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الإسلامي وخطة العمل حول احياء وتفصيل طرق التواصل الثقافي بين شعوب العالم الإسلامي.
- تنفيذ الاستراتيجية الثقافية للعالم الإسلامي
- معالجة قضايا التراث الثقافي وتعزيز الحوار والتنوع الثقافي
- الرد على حملات التشوية الاعلامي للإسلام والمسلمين.
- حماية التراث الثقافي والحضاري في العالم المعرض لأخطار ومعالجة قضايا التراث الإسلامي المادي والامادي
- تنسيق جهود الدول الأعضاء ومواقفها في المحافل الاقليمية والدولية ذات الصلة بالموضوع وتنفيذ استراتيجية التكافل الثقافي لخدمة قضايا المسلمين التنموية والحضارية.
- تنفيذ استراتيجية ثقافة المعلومات والاتصال في العالم الإسلامي
- تعزيز قيم الاعتدال والتسامح لمناهضة ظاهرة الاسلام فوبيا.
- دعم التنوع الثقافي والديني من خلال الحوار وتحقيق التقارب والمصالحة على مستوى العالم الإسلامي والغرب وبين الاسلام والمسيحية *

جدول رقم (3.1) يبين عواصم الثقافة الإسلامية من 2005 – 2017م

المنطقة	الدولة	المدينة	العام
العربية	السعودية	مكة المكرمة	2005م
العربية . اسيا الاسيوية الافريقية	سوريا إيران مالي	حلب أصفهان تمبكتو	2006م
العربية . أفريقيا العربية . أفريقيا الاسيوية الافريقية	ليبيا المغرب أوزبكستان السنغال	طرابلس فاس طشقند داكار	2007 م
العربية . أفريقيا الاسيوية الافريقية	مصر باكستان جيبوتي	الاسكندرية لاهور جيبوتي	2008م
العربية الاسيوية الافريقية	تونس أذربيجان أندونيسيا تشاد	بالقيروان باكو كوالالمبور انجمينا	2009م
العربية . اسيا الاسيوية الافريقية	اليمن طاجكستان جزر القمر	ترنيم دوشنبة موروني	2010م
العربية . أفريقيا الافريقية الاسيوية الافريقية	الجزائر موريتانيا أندونيسيا غينيا	تلمسان نواكشوط جاكرتا كوناكري	2011م
العربية . اسيا الاسيوية أفريقيا	العراق بنغلاديش النيجر	النجف دكا نيامي	2012م
العربية . اسيا	السعودية	المدين المنورة	2013م
العربية . اسيا	الامارات العربية	الشارقة	2014م
العربية . اسيا	سلطنة عمان	نزوى	2015 م
العربية . اسيا	الكويت	الكويت	2016م
العربية . أفريقيا الأفريقية العربية . اسيا الاسيوية	السودان يوغندا الأردن إيران	سنار كمبالا عمان مشهد	2017م

المبحث السابع تحليل البيانات وتفسيرها

أولاً: تحليل البيانات: تم تحليل البيانات علي النحو :
 في هذا القسم تم عرض وتحليل المعلومات الشخصية الخاصة بأفراد عينة البحث وذلك علي النحو التالي:
 جدول رقم (4.3) يوضح الخصائص والسمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة

القيم المفقودة	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	المستوى	المتغيرات
لا يوجد	150	61.5	90	الذكور	النوع
		38.5	60	الإناث	
لا يوجد	150	13.2	22	أقل من 30 سنة	الفئة العمرية
		39.2	56	30-40 سنة	
		33.8	49	41-50 سنة	
		13.8	23	أكثر من 50 سنة	
لا يوجد	150	16.9	29	ثانوي	المستوي التعليمي
		53.8	76	جامعي	
		29.2	45	فوق الجامعي	
لا يوجد	150	20.0	29	باحث	الوظيفة
		19.2	28	معد	
		6.9	11	مصور	
		19.2	28	مذيع	
		6.2	10	فني	
		3.1	7	منتج برامج	
		12.3	18	صحفي	
		13.1	19	أخري	
لا يوجد	150	66.2	86	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
		26.9	35	5-10 سنة	
		1.5	2	11-15 سنة	
		5.4	7	أكثر من 15 سنة	
لا يوجد	150	20.8	32	متزوج	الحالة الاجتماعية
		20.0	31	عازب	
		21.5	33	أرمل	
		37.7	54	مطلق	

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

يتضح من الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب البيانات الديموغرافية كالتالي:

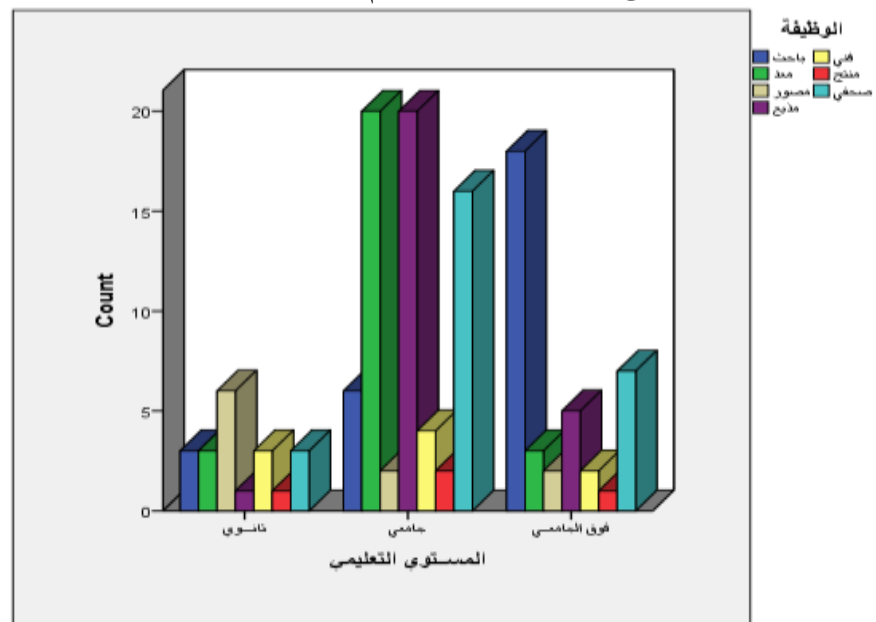
- إن توزيع أفراد العينة حسب النوع نجد أن نسبة الذكور بلغت (61.5%) أكبر من نسبة الإناث (38.5%).
- وأن توزيع أفراد العينة حسب العمر حيث جاءت الفئة العمرية (30-40 سنة) علي أعلي نسبة (39.2%)، تليها الفئة العمرية (41-50 سنة) (33.8%)، تليها (أقل من 30 سنة) (31.1%)، كما شكلت الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة) أقل نسبة مئوية من العينة (13.8%).
- وأن توزيع أفراد العينة حسب المستوي التعليمي حيث تبين أن الحاصلون علي المستوي الجامعي اعلي نسبة (53.8%)، يليهم المستوي فوق الجامعي بنسبة (29.2%) وأخيرا الثانوي بنسبة (16.9%)

- وأن توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة حيث حاز باحث كاعلي نسبة مئوية (20.0%)، يليه (معد، مذيع) بنسبة مئوية (19.2%)، يليه أخري بنسبة (13.1%)، وشكل صحفي بنسبة (12.3%)، يليه مصور بنسبة (6.9%) يليه فني (6.2%)، أما منتج برامج حصلوا علي أقل نسبة مئوية من العينة مقدارها (3.1%).
- وأن توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة حيث تبين أن سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات) علي أعلي نسبة (66.2%)، تليها (5-10 سنة) (26.9%)، تليها (أكثر من 15 سنة) (5.4%)، كما شكلت سنوات الخبرة (11 - 15 سنة) أقل نسبة مئوية من العينة (1.5%).
- وأن توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية حيث تبين أن المطلق اعلي نسبة (37.7%)، يليهم الأرملة بنسبة (21.5%)، يليهم المتزوج بنسبة (20.8%)، وأخيرا العازب بنسبة (20.0%).

جدول رقم (4.4) يوضح اختبار (كا²) لمعرفة العلاقة بين المستوي الجامعي لأفراد العينة والوظيفة عند (n=130)

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا ²	المستوي التعليمي		
			ثانوي	جامعي	فوق الجامعي
توجد علاقة بين الوظيفة والمستوي التعليمي.	0.00	56.28 ^a	3	6	18
			3	20	3
			6	2	2
			1	20	5
			3	4	2
			1	2	1
			3	16	7
			2	0	0
			22	70	38

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

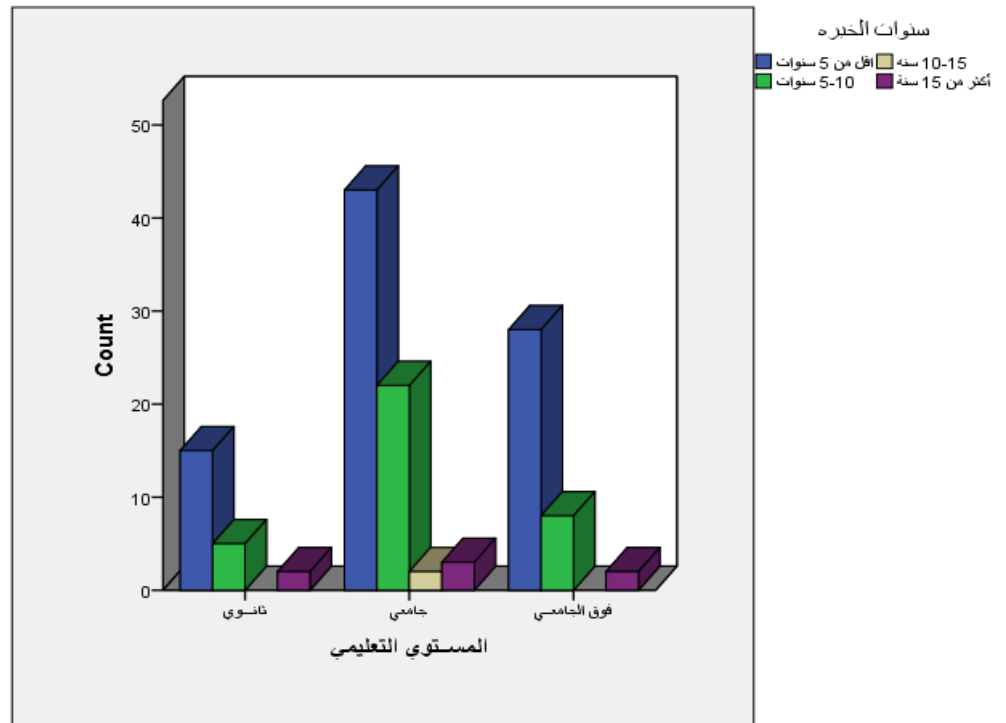
شكل رقم (4.1) يوضح العلاقة بين الوظيفة والمستوي التعليمي

من الجدول والشكل السابقين نجد أن قيمة (P-Value=0.0)، وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبالتالي فإننا نقبل الفرضية البديلة بأنه توجد دلالة إحصائية بين المتغيرات (الوظيفة و المستوي التعليمي)

جدول رقم (4.5) اختبار (كا²) لمعرفة العلاقة بين المستوى التعليمي وسنوات الخبرة عند (n=130)

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا ²	أكثر من 15 سنة	10-15 سنة	10-5 سنة	أقل من 5 سنوات	المستوى التعليمي. سنوات الخبرة
لا توجد علاقة بين سنوات الخبرة والمستوى التعليمي	0.6	4.16 ^a	2	0	5	15	ثانوي
			3	2	22	43	جامعي
			2	0	8	28	فوق الجامعي
			7	2	35	86	المجموع

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

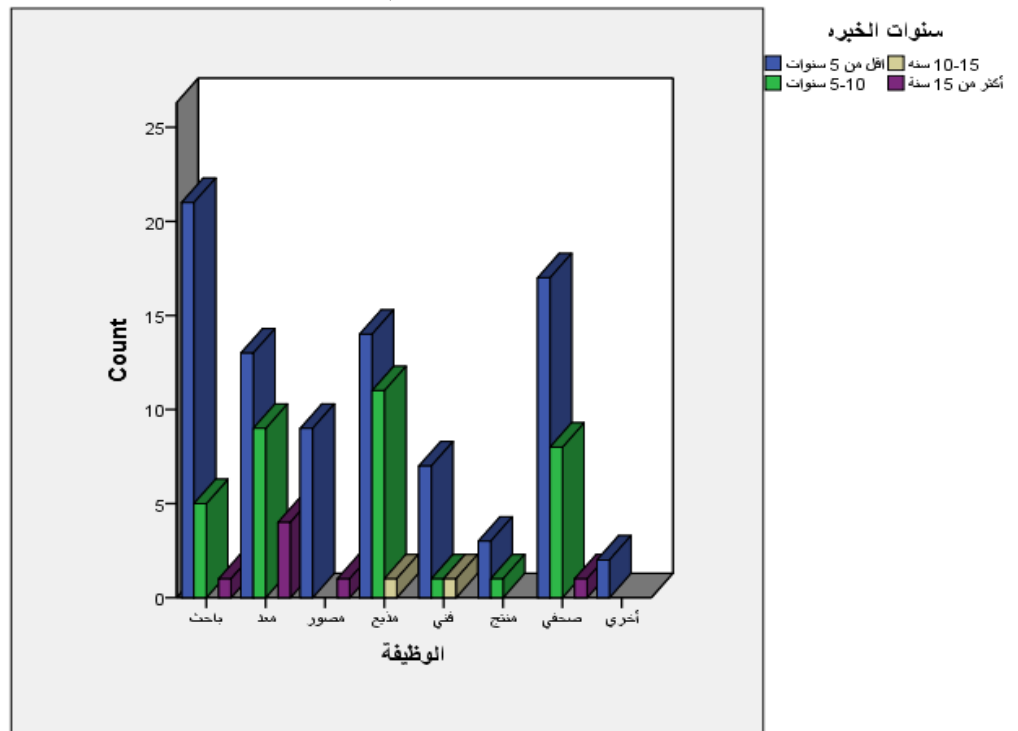
شكل رقم (4.2) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي وسنوات الخبرة

من الجدول والشكل السابقين نجد أن قيمة (P-Value=0.6) وهي أكبر من المعنوية (0.05) وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية بأنه لا توجد علاقة بين المتغيرات (المستوى التعليمي وسنوات الخبرة)

جدول رقم (4.6) اختبار (كا 2) لمعرفة العلاقة بين الوظيفة وسنوات الخبرة عند (n=130)

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا ²	أكثر من 15 سنة	10-15 سنة	5-10 سنة	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
							الوظيفة
لا توجد علاقة بين الوظيفة والمستوي التعليمي	0.17	26.80 ^a	1	0	5	21	باحث
			4	0	9	13	معد
			1	0	0	9	مصور
			0	1	11	14	مذيع
			0	1	1	7	فني
			0	0	1	3	منتج برامج
			1	0	8	17	صحفي
			0	0	0	2	أخري
			7	2	35	86	المجموع

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



شكل رقم (4.3) يوضح العلاقة بين الوظيفة وسنوات الخبرة

من الجدول والشكل السابقين نجد أن قيمة (P-Value=0.17) وهي أكبر من المعنوية (0.05) وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية بأنه لا توجد علاقة بين المتغيرات (المستوي الوظيفي وسنوات الخبرة) ثانياً: عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة:

يتناول الباحث في هذا المبحث عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها وذلك تحقيقاً لأهداف الدراسة في تحديد وسائل وإجراءات أمن وحماية شبكة الحاسب الآلي، حيث تم استعراض نتائج البيانات الميدانية المدخلة في تطبيق (SPSS)، وتم تطبيق أساليب التحليل الإحصائي عليها وتفسيرها بشكل مفصل حول محاور الدراسة المختلفة. الجداول التالية تحتوي على النسبة المئوية لبدائل كل فقرة وكذلك المتوسط الحسابي والوزن ومستوى الدلالة لكل فقرة.

المحور الأول:

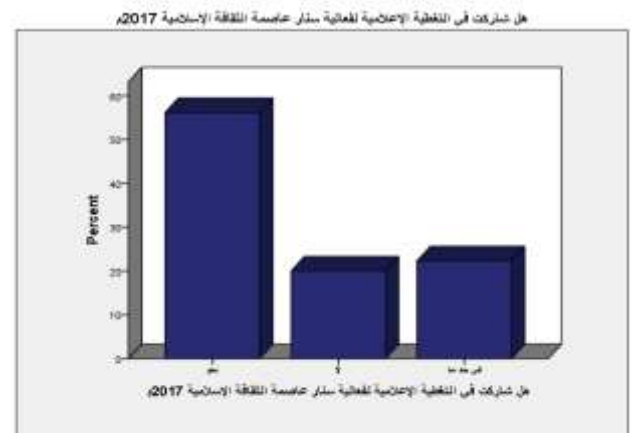
سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى ما الأشكال البرمجية التي استخدمت في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م: تم إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

السؤال الأول:

جدول رقم (4.7) يوضح مدى المشاركة في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية.التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.84	1.66	34	36	80	شاركت في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م
		22.7	24.0	53.3	

مستوى دلالة عند 0.05



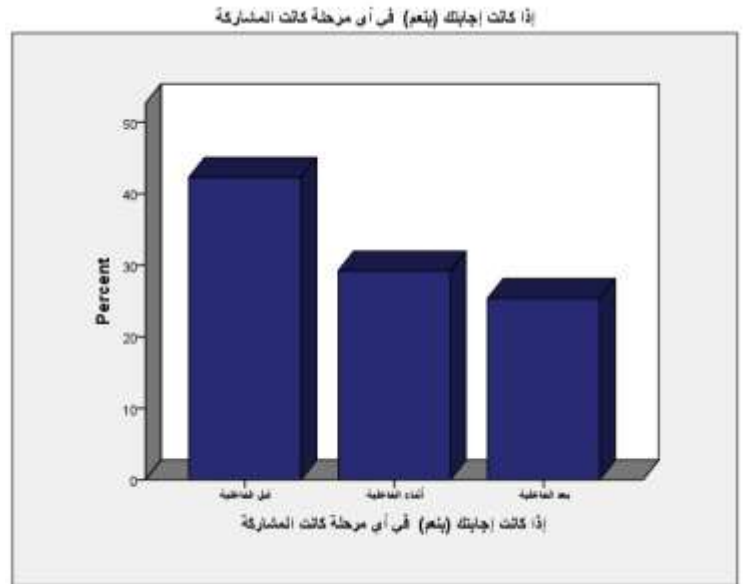
شكل رقم (4.4) يوضح مدى المشاركة في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م من الجدول والشكل أعلاه السابقين يتضح أن نسبة 53% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم شاركوا في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية في العام 2017م حيث جاءت إجاباتهم بعبارة (نعم)، وهذه النسبة تعد نسبة مشاركة ممتازة لتغطية في مثل هكذا أحداث.

السؤال الثاني:

جدول رقم (4.8) يوضح إذا كانت إجابتك (بنعم) في أي مرحلة كانت المشاركة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية.التكرار			الفقرة
		بعد الفاعلية	أثناء الفاعلية	قبل الفاعلية	
0.89	1.89	41	47	62	إذا كانت إجابتك (بنعم) في أي مرحلة كانت المشاركة
		26.9	30.7	42.4	

مستوى دلالة عند 0.05



شكل رقم (4.5) يوضح إذا كانت إجابتك (بنعم) في أي مرحلة كانت المشاركة

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 42% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم شاركوا في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية في العام 2017م قبل بدئها حيث كانت إجاباتهم بالعبرة (قبل الفاعلية).

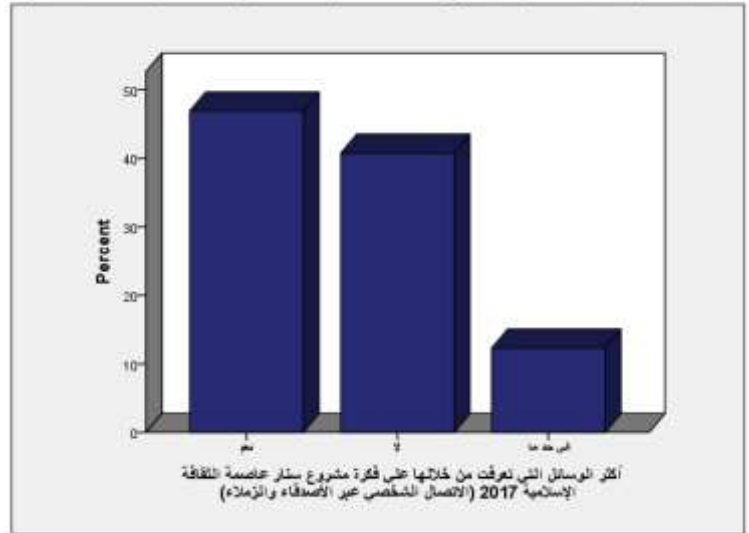
السؤال الثالث (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء):

جدول رقم (4.9) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية.التكرار			الفقرة
		إلي حد ما	لا	نعم	
0.93	1.93	59	23	68	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)
		40.8	12.3	46.9	

1مستوى دلالة عند 0.05

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)



شكل رقم (4.6) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 46.9% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية كان من الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء حيث كانت إجاباتهم بالعبرة (نعم) ونجد أن 40.8% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم تعرفوا عليها على حد ما عبر الأصدقاء والزملاء

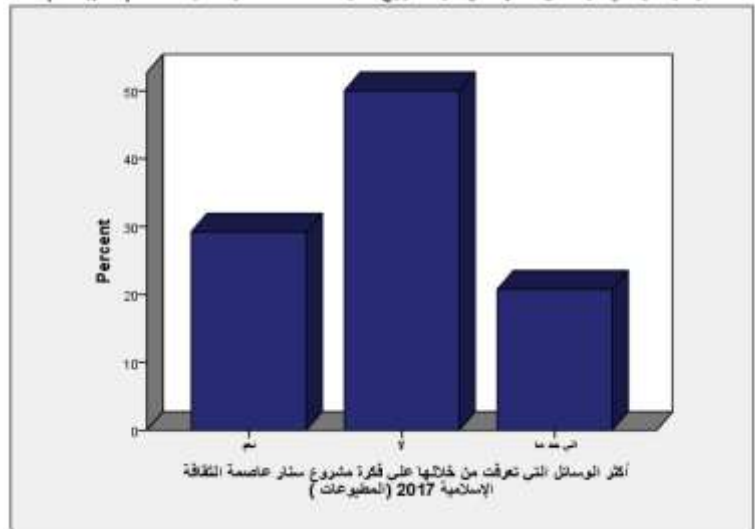
السؤال الثالث (المطبوعات):

جدول رقم (4.10) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			لفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.86	2.20	71	34	45	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)
		50.0	20.8	29.2	

مستوى دلالة عند 0.05

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)



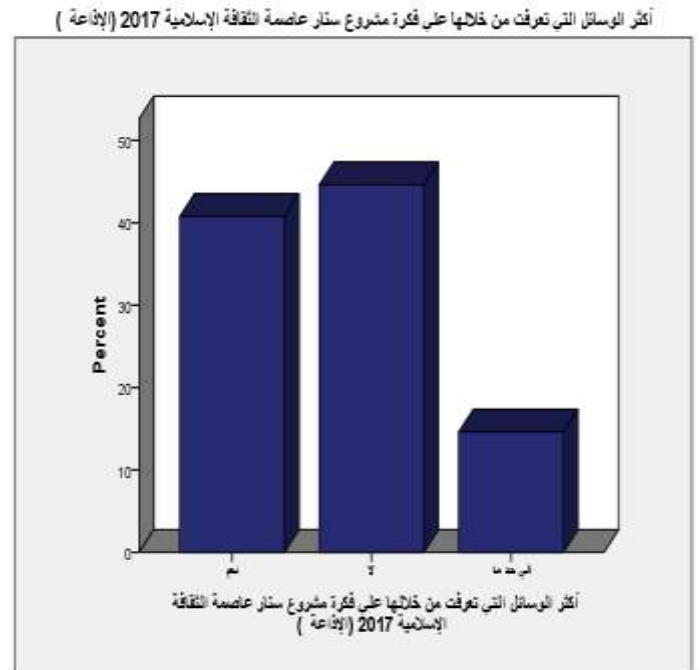
شكل رقم (4.7) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 50% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات) حيث كانت إجاباتهم بالعبارة (إلى حد ما) ونجد أن 20% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم لم يتعرفوا عليها عن طريق المطبوعات. لسؤال الثالث (الإذاعة):

جدول رقم (4.11) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.92	2.03	64	26	60	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)
		44.6	14.6	40.8	

مستوى دلالة عند 0.05



شكل رقم (4.8) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 44% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة) حيث كانت إجاباتهم بالعبارة (إلى حد ما) ونجد أن 14% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم لم يتعرفوا عليها عن طريق الإذاعة.

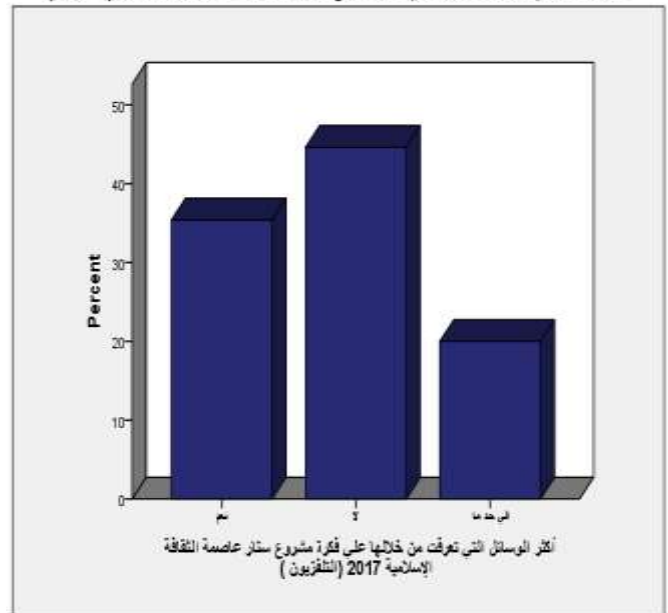
السؤال الثالث (التلفزيون):

جدول رقم (4.12) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.89	2.09	65	32	53	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)
		44.6	20.0	35.4	

مستوى دلالة عند 0.05

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)



1

شكل رقم (4.9) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)

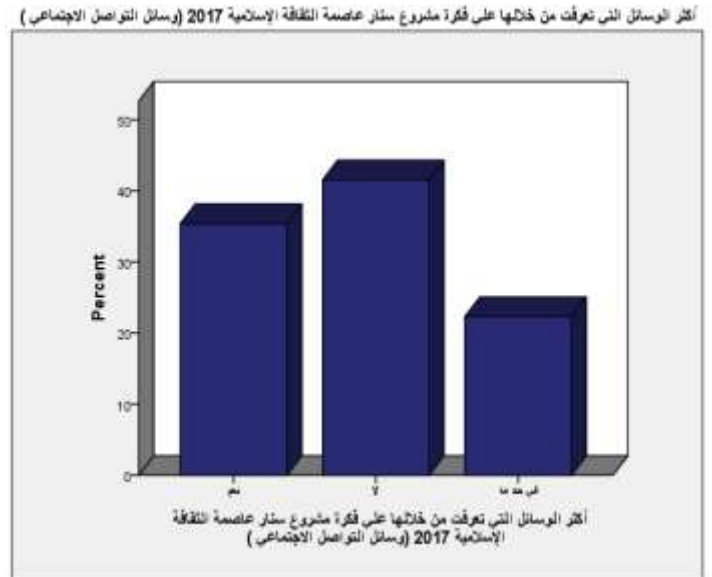
من الجدول والشكل السابقين يتضح أن نسبة 35% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون) حيث جاءت إجاباتهم بعبارة (نعم)، وهذه النسبة تبين التغطية الإعلامية عن طريق التلفزيون. ترى الباحثة أن التعريف بالفعالية عن طريق التلفزيون كان ضعيفاً.

السؤال الثالث (وسائل التواصل الاجتماعي):

جدول رقم (4.13) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.91	2.08	61	35	54	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي)
		42.3	22.3	35.4	

مستوى دلالة عند 0.05



شكل رقم (4.10) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي)

من الجدول والشكل السابقين يتضح أن نسبة 35% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي) حيث جاءت إجاباتهم بعبارة (نعم)، وهذه النسبة تبين التغطية الإعلامية الجيدة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي. ترى الباحثة أن التعريف بفعالية سنار من خلال وسائل التواصل الاجتماعي كان ممتازاً.

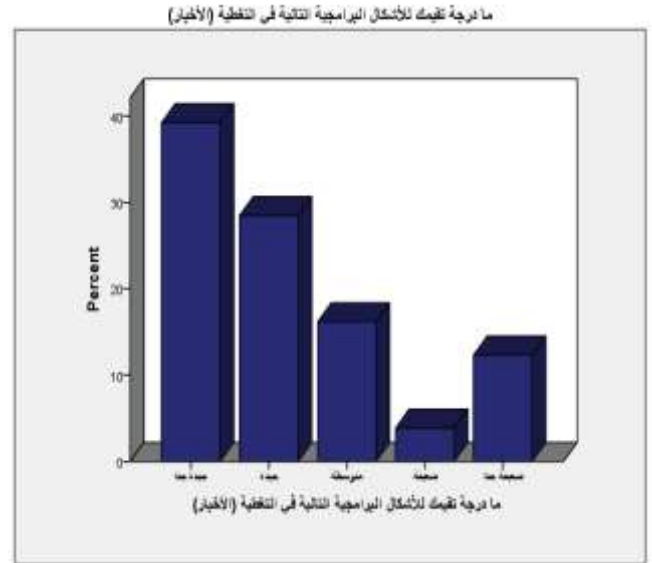
المحور الثاني:

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى: ما وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمها الإعلاميون كوسائل مساعدة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م تم إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

السؤال الأول: من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية:

جدول رقم (4.14) يوضح النسب المئوية لبدائل الفقرات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى المعنوية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني:

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.33	2.21	20	9	25	41	55	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الأخبار)
		12.3	3.8	16.2	28.5	39.2	

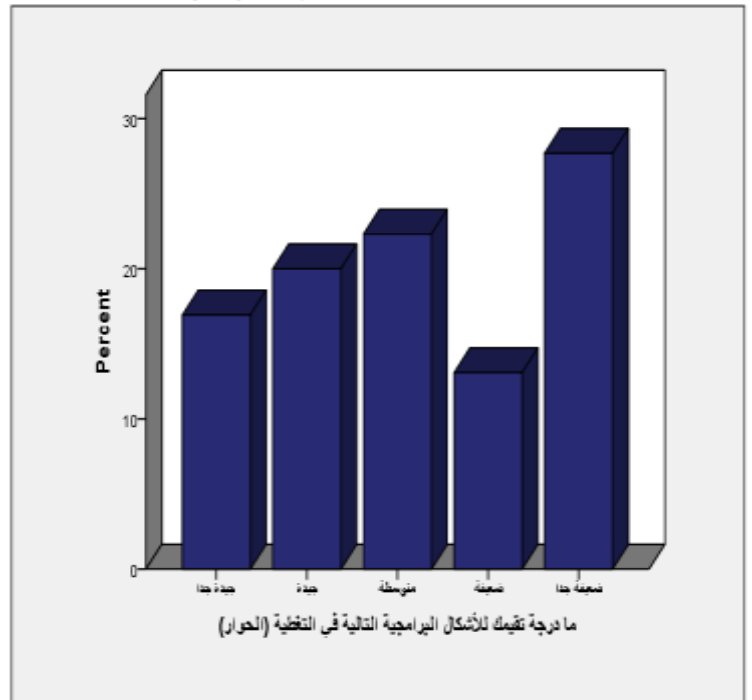


شكل رقم (4.11) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الأخبار) من الجدول والشكل أعلاه نجد أن نسبة 39% وهي أعلى نسبة تقييم للأشكال البرمجية في التغطية عن طريق الأخبار، وكانت الإجابة عن العبارة (جيدة جداً)، ونسبة 28% قالوا بأنها جيدة. ترى الباحثة أن التغطية لفعالية سنار عبر الأخبار كانت جيدة.

جدول رقم (4.15) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.4	3.14	40	21	33	30	26	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)
		27.7	13.1	22.3	20.0	16.9	

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

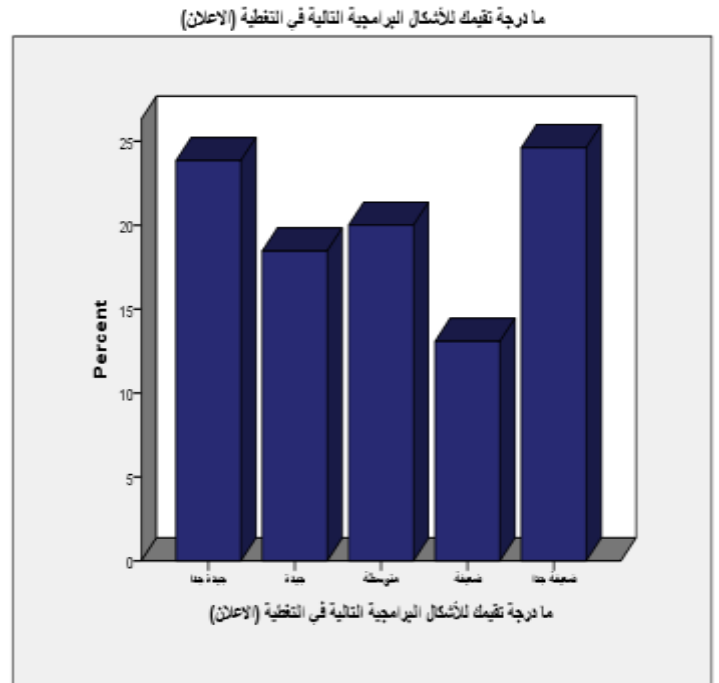
شكل رقم (4.12) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)

من الجدول والشكل نجد أن الحوار أخذ تقييم ضعيف في التغطية بالنسبة للأشكال البرمجية المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية حيث أخذ نسبة 27% من أفراد حيث أجابوا (بضعيف جداً) وهي تعتبر أعلى نسبة من المبحوثين، و20% قالوا أنها (جيدة)، و22% من أفراد العينة أجابوا (بأحياناً)، نجد من كل ما سبق أن الحوار لم يمثل في التغطية الإعلامية دوره الكامل الذي يجب عليه، أي أنه لم يكن بالشكل المطلوب.

جدول رقم (4.16) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الإعلان)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.50	2.9	36	21	30	28	35	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الإعلان)
		24.6	13.1	20.0	18.5	23.8	

مستوى دلالة عند 0.05



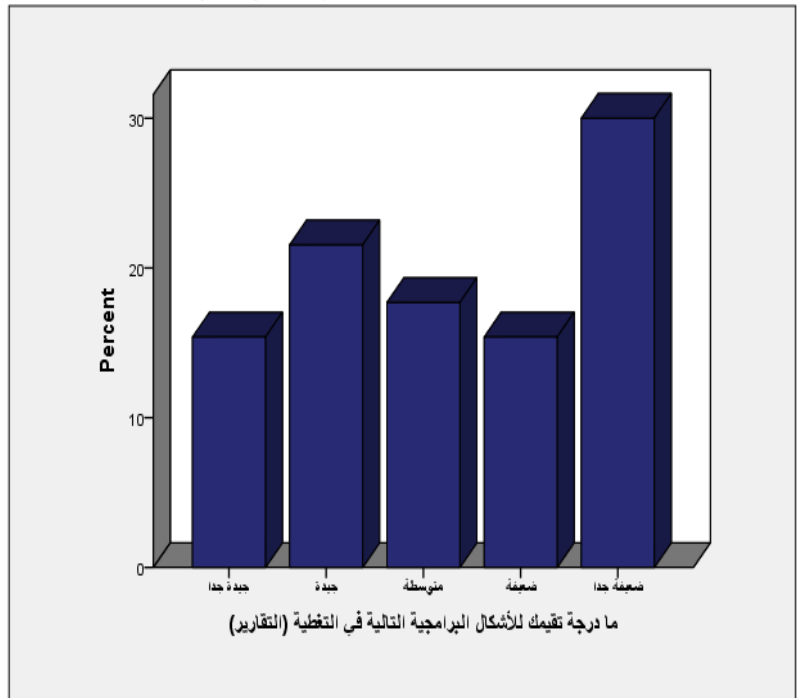
شكل رقم (4.13) يوضح درجة التقييم للأشكال البرامجية التالية في التغطية (الإعلان) من الجدول والشكل تبين أن الإعلان عن فكرة المشروع كانت ضعيف جداً حسب إجابات أفراد العينة حيث كانت نسبة 24% منهم أجابوا (بضعيف جداً) و13% قالوا بأنه (ضعيف)، بينما (20%) من أفراد العينة اعطوه تقييماً (متوسط)، أما 23% قالوا بأنه جيد جداً، 18% ذكروا بأن تقييمهم للإعلان (جيد).

جدول رقم (4.17) يوضح تقييمك للأشكال البرامجية التالية في التغطية (التقارير)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.47	3.23	43	24	27	32	24	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرامجية التالية في التغطية (التقارير)
		30.0	15.4	17.7	21.5	15.4	

مستوى دلالة عند 0.05

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التقارير)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

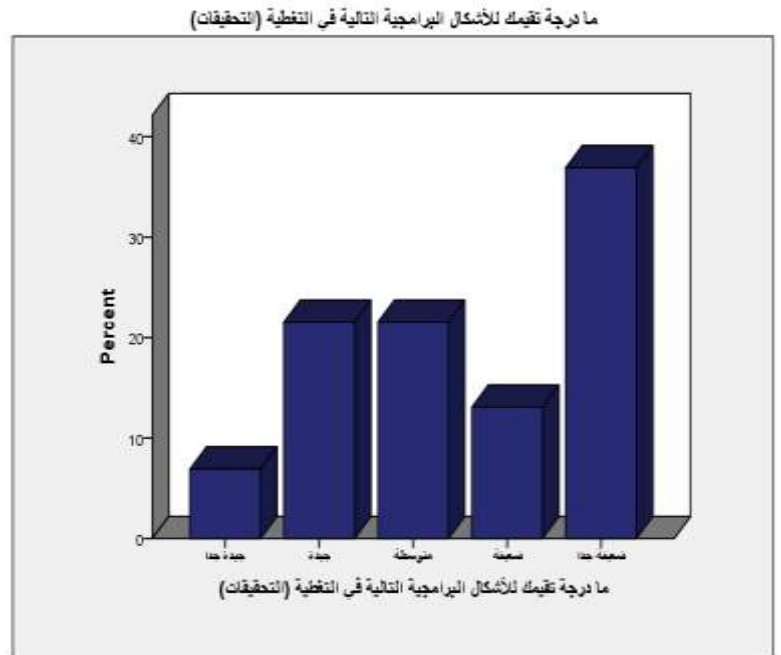
شكل رقم (4.14) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التقارير)

من الجدول والشكل نجد أن التقارير أيضاً أخذت نسبة ضعيفة من تقييمها في التغطية الإعلامية، حيث كانت نسبة 30% من أفراد يقولون بأنها (ضعيفة جداً) و15% أجابوا (بضعيف) وكذلك 21% من أفراد العينة يقولون أنها جيدة.

جدول رقم (4.18) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التحقيقات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.35	3.51	48	17	28	28	9	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التحقيقات)
		36.9	13.2	21.5	21.5	6.9	

مستوى دلالة عند 0.05



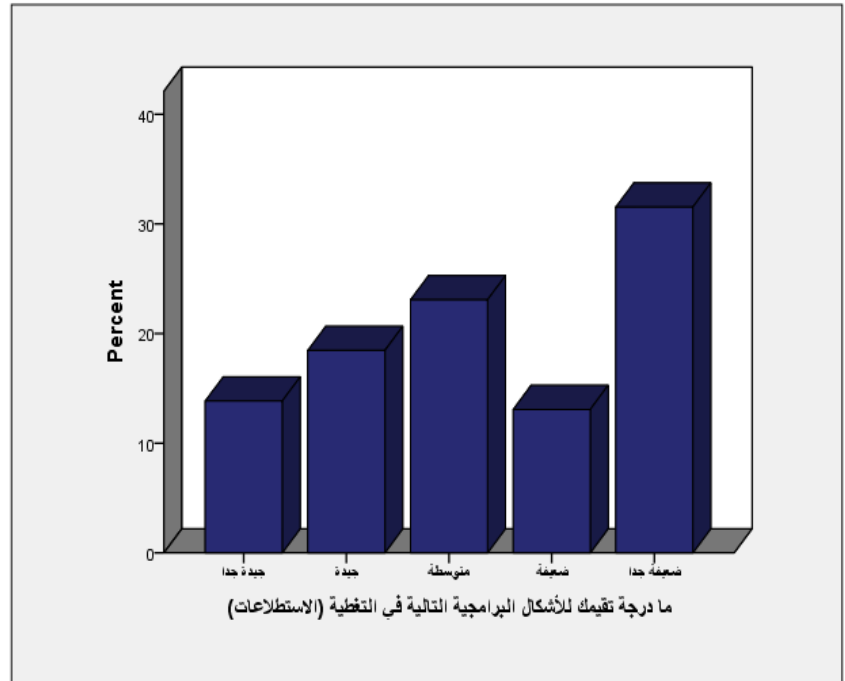
شكل رقم (4.15) يوضح درجة التقييم للأشكال البرامجية التالية في التغطية (التحقيقات)
 المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

من الجدول والشكل نجد أن تقييم المشاركين للتحقيقات كشكل من الأشكال البرامجية للتغطية كان ضعيف جداً حيث بلغت نسبتهم (36,9%) وتعتبر هذه نسبة كبيرة جداً بالنسبة إلى باقي استجابات أفراد العينة كما هو ملاحظ في الجدول والشكل السابقين.

جدول رقم (4.19) يوضح درجة التقييم للأشكال البرامجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.43	3.3	45	21	34	28	22	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرامجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)
		31.5	13.1	23.1	18.5	13.8	

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)



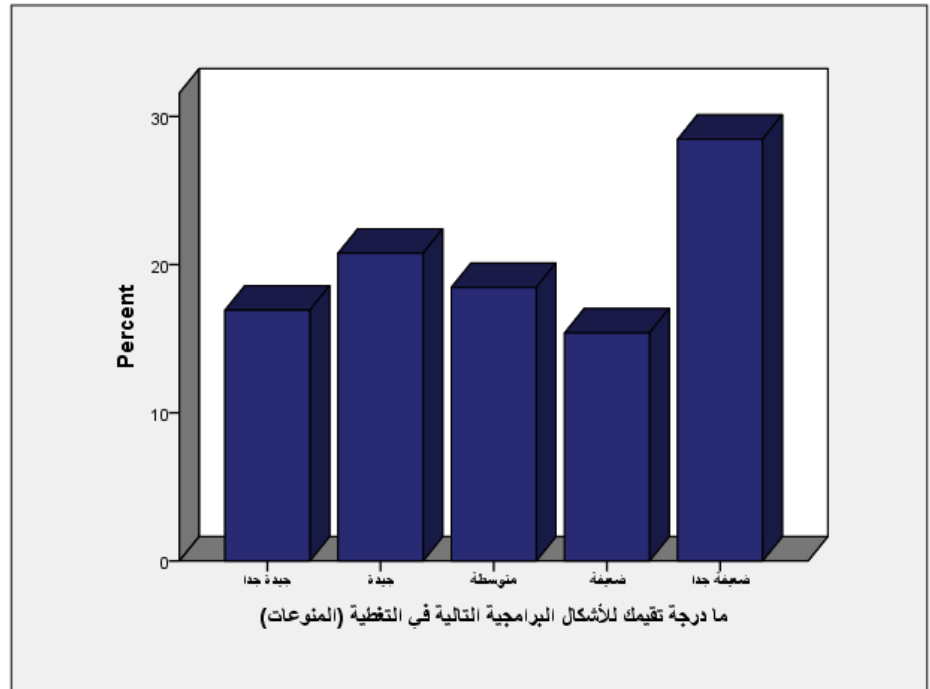
شكل رقم (4.16) يوضح الدرجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الاستطلاعات) من الجدول والشكل نجد أن تقييم الاستطلاعات كأحد أشكال التغطية الإعلامية لفكرة برنامج سنار عاصمة الثقافة الإسلامية كان (ضعيف جداً) بنسبة بلغت 31%، و(ضعيف) بنسبة 13%، أما بعض المبحوثين يرون أنه كان جيد جداً 0. ترى الباحثة أن تغطية الفعالية عبر الاستطلاعات كانت ضعيفة جداً.

جدول رقم (4.20) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.47	3.17	41	24	28	31	26	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)
		28.5	15.4	18.5	20.8	16.8	

مستوى دلالة عند 0.05

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)



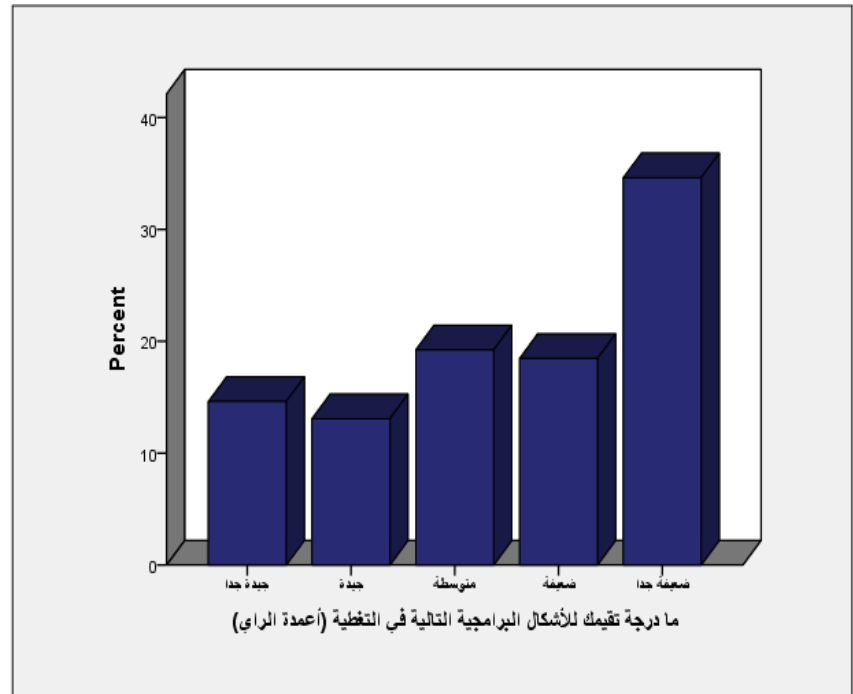
شكل رقم (4.17) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات) من الجدول والشكل الذان يوضحان التغطية الإعلامية عن طريق الوسائل الإعلامية الأخرى (المنوعات) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه كان (ضعيف جداً) بنسبة بلغت 28%، أما بعضهم يرون بأنه (جيد) بنسبة 20%، والذين يرون بأن التغطية عن الطرق الإعلامية الأخرى أو (المنوعات) كان متوسط بلغت نسبتهم (18%).

جدول رقم (4.21) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.44	3.45	49	28	29	21	23	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)
		34.6	18.5	19.2	13.1	14.6	

مستوى دلالة عند 0.05

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)



شكل رقم (4.18) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي) من الجدول والشكل نجد أن أغلبية المبحوثين قالوا بأن أعمدة الرأي لم تتناول الإعلان عن فكرة برنامج سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 بصورة جيدة أو أنه (ضعيف جداً) بنسبة بلغت 34%، و18% كانت نسبة الذين يرون بأنه (ضعيف).

المحور الثالث:

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى: مدي نجاح تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية والي أي مدي نجاح وسائل الإعلام تم إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

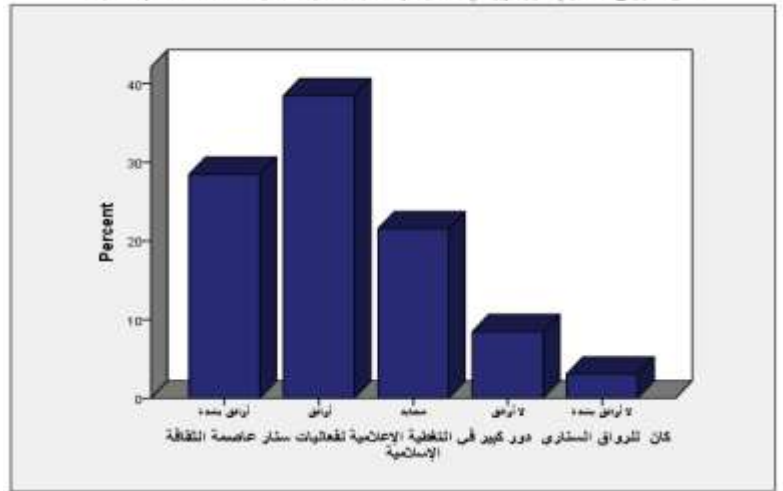
السؤال الأول:

جدول رقم (4.22) يوضح الدور الكبير للرواق السناري في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					تفسير
		أوافق بشدة	لا أوافق بشدة	محايد	أوافق	لا أوافق	
1.04	2.19	41	54	32	15	8	كان للرواق السناري دور كبير في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية
		27.3	36.0	21.3	10.0	5.4	

مستوى دلالة عند 0.05

كان للرواق السناري دور كبير في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.19) يوضح الدور الكبير للرواق السناري في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية من الجدول والشكل نجد أن 36% من المبحوثين (يوافقون) بأن للرواق السناري دور كبير في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، و27% يرون يقولون (أوافق بشدة)، أما المحايدون على هذه العبارة بلغت نسبتهم 21%، ونسبة 10% و5% ل(لا أوافق) و(لا أوافق بشدة) على التوالي. ترى الباحثة أن للإعلام المتحرك دور كبير جداً في تغطية فعاليات سنار (تمثل في الرواق السناري).

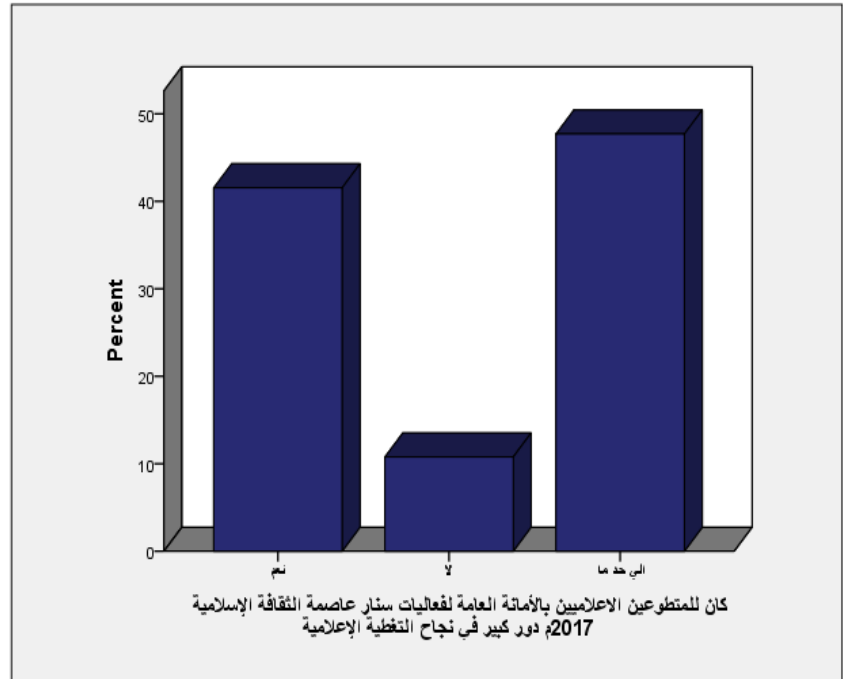
السؤال الثاني:

جدول رقم (4.23) يوضح الدور الكبير للمتطوعين الإعلاميين بالأمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار			الفقرة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.65	1.69	20	69	61	كان للمتطوعين الإعلاميين بالأمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م دور كبير في نجاح التغطية الإعلامية
		13.0	46.0	41.0	

مستوى دلالة عند 0.05

كان للمتطوعين الاعلاميين بالأمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م دور كبير في نجاح التغطية الإعلامية



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.20) يوضح الدور الكبير للمتطوعين الإعلاميين بالأمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

من الجدول والشكل نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه كان المتطوعين الإعلامية بالإمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية دور كبير (إلى حد ما) في نجاح التغطية الإعلامية بنسبة كبيرة بلغت (46%) من حجم العينة. يبين الجدول اعلاه أن دور الإعلاميين المتطوعين في تغطية فعالية سنار قبل وأثناء الفعالية بينما انعدمت بعد انتهائها.

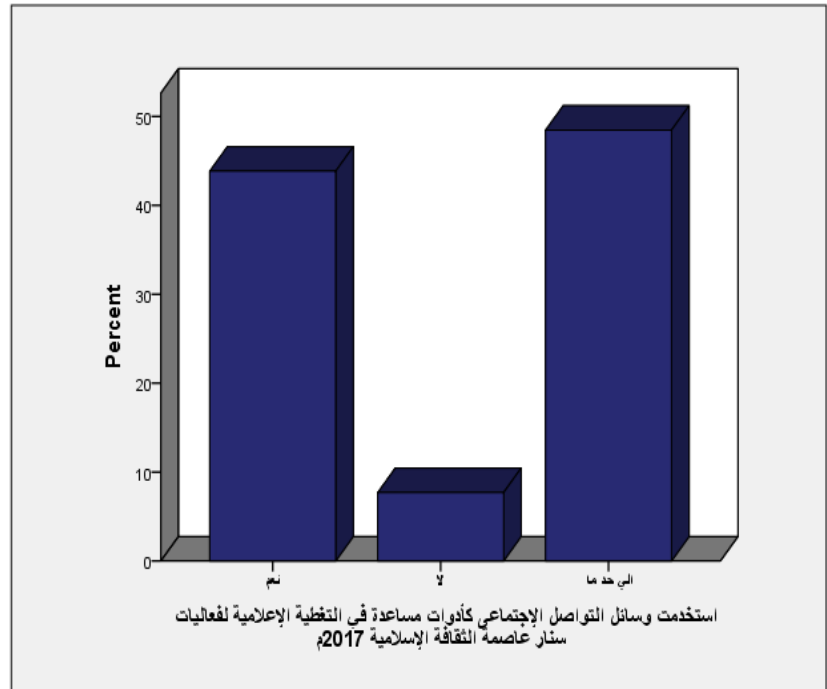
السؤال الثالث:

جدول رقم (4.24) استخدام وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			مستوى دلالة عند 0.05
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.62	1.63	16	70	64	استخدمت وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م
		10.8	46.6	42.6	

مستوى دلالة عند 0.05

استخدمت وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.21) استخدام وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

من الجدول والشكل نجد أن وسائل التواصل الاجتماعي استخدمت كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، حيث بلغت نسبة الذين يرون ذلك من المبحوثين نسبة 42% حيث كانت أجاباتهم ب(نعم) ، أما 46% يقولون بأنها تم استخدامها (إلى حد ما) .

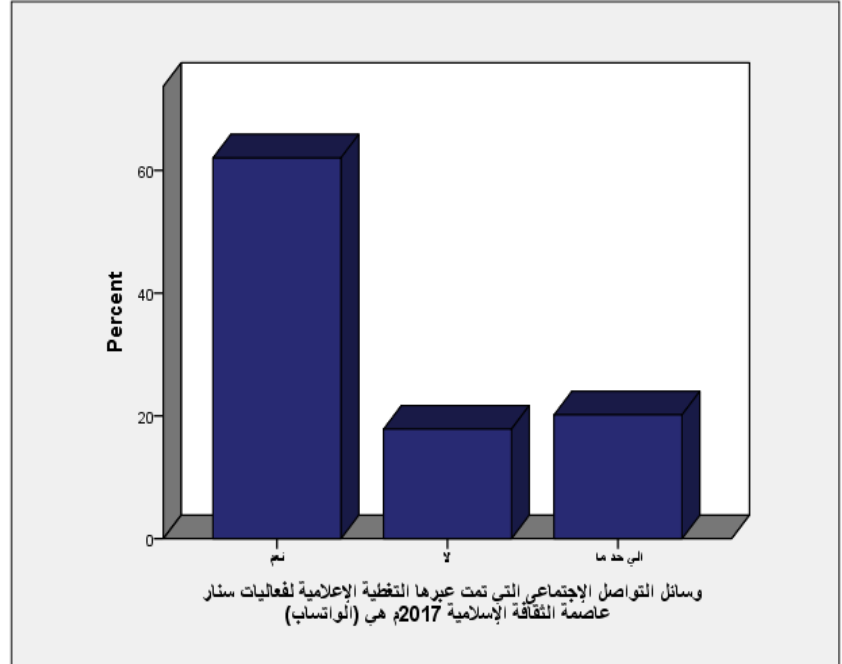
السؤال الرابع:

جدول رقم (4.25) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			ملاحظة:
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.77	1.55	30	33	87	وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)
		18.5	20.0	61.5	

مستوى دلالة عند 0.05

وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)



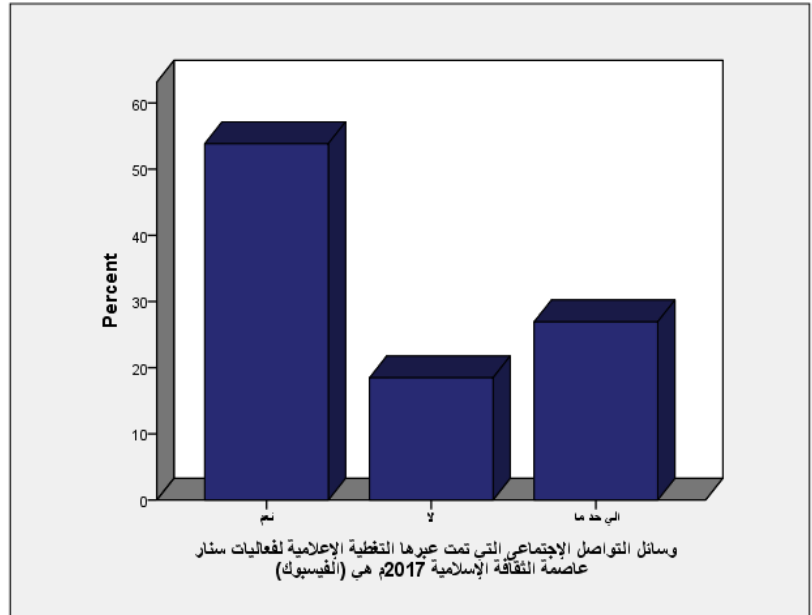
شكل رقم (4.22) يوضح وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)

من الجدول والشكل يبين بأن الواتساب هو أحد الوسائل التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية ، وكانت نسبة أجابة المبحوثين ب(نعم) بلغت 61%، و20% أجابوا ب(إلى حد ما).

جدول رقم (4.26) يوضح وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيسبوك)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			ملاحظات
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.80	1.66	31	42	77	وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيسبوك)
		19.3	26.9	53.8	

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيس بوك)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.23) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيس بوك)

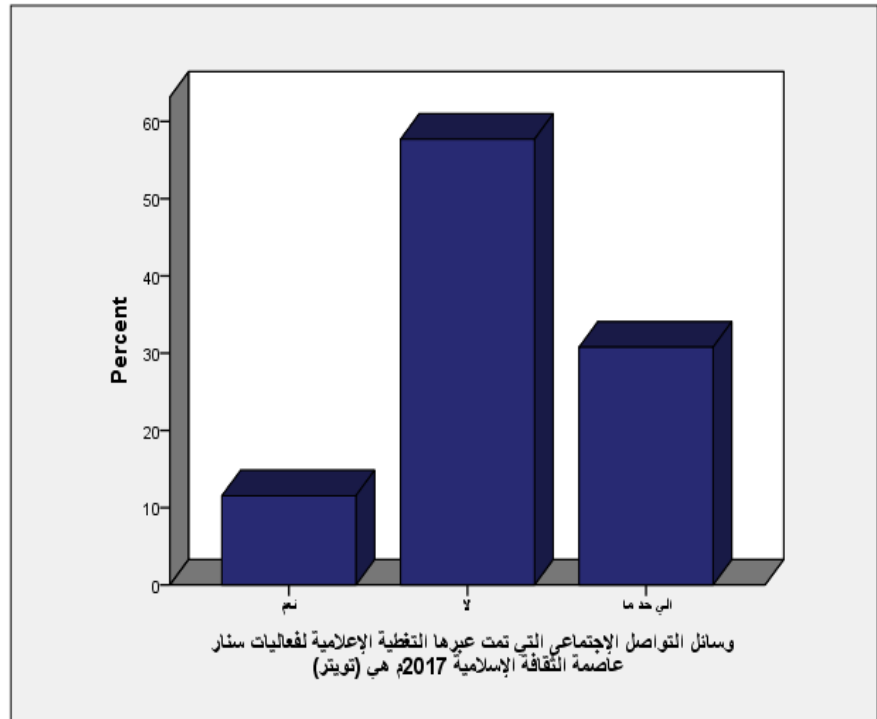
من الجدول والشكل نجد أن غالبية أفراد العينة يرون بأن الفيسبوك هو أحد وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، وبنسبة بلغت 53% وهي نسبة كبيرة جداً .

جدول رقم (4.27) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			النتيجة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.69	2.46	81	47	22	وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)
		57.7	30.8	11.5	

مستوى دلالة عند 0.05

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.24) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)

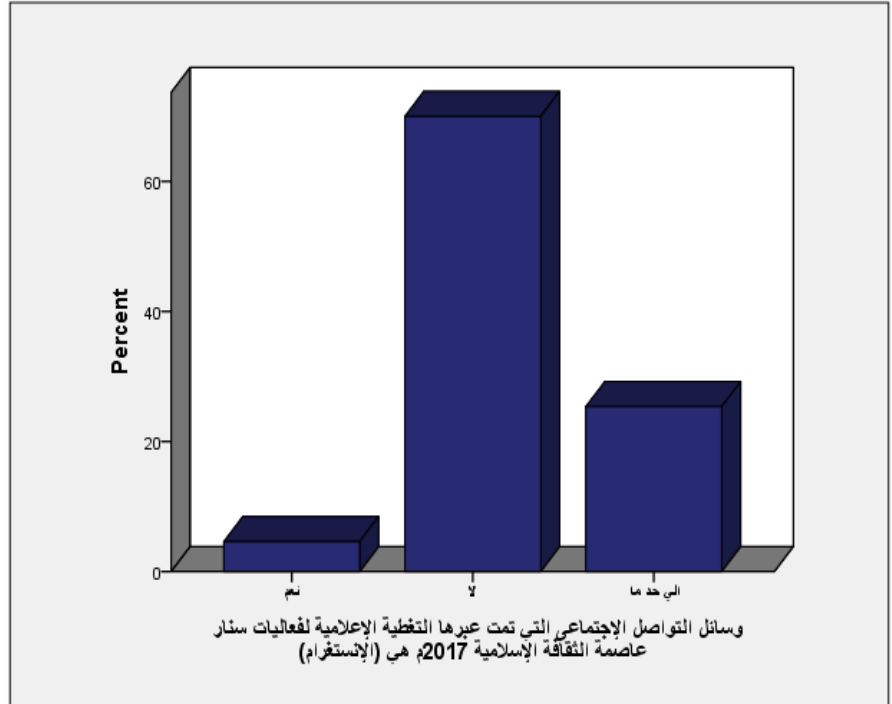
من الجدول رقم (4.27) والشكل (4.24) نجد أن أغلبية المبحوثين لم يوافقوا على توتير كأحد وسائل التواصل التي تم استخدامها للتغطية الإعلامية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا ب(لا) 57%، والذين أجابوا ب(إلى حد ما) بلغت 30%.

جدول رقم (4.28) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.56	2.65	97	40	13	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)
		70.0	25.4	4.6	

مستوى دلالة عند 0.05.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.25) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)

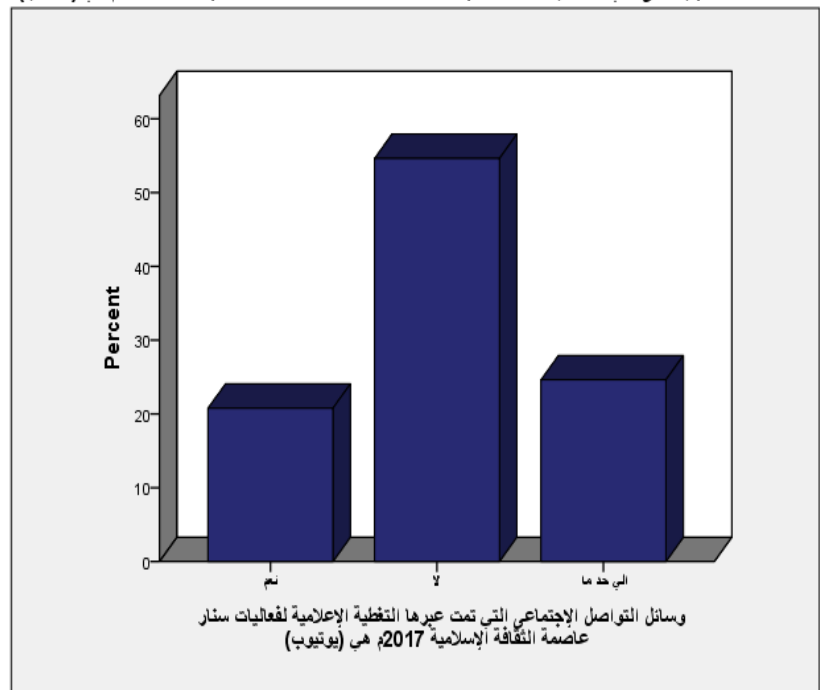
من الجدول والشكل نجد أن أفراد العينة لم يوافقوا بأن الإنستغرام هو واحد من وسائل التواصل الاجتماعي التي تم استخدامها في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا على السؤال ب(لا) 70%، وهي نسبة كبيرة جداً، أما الذين أجابوا فبلغت نسبتهم 4% فقط.

جدول رقم (4.29) يوضح وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية.التكرار			الفترة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.80	2.33	77	39	34	وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)
		54.6	24.6	20.8	

مستوى دلالة عند 0.05.

وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)



شكل رقم (4.26) يوضح وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)

من الجدول والشكل نجد أن اليوتيوب لم يستخدم للتغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية بصورة جيدة حيث 54% من أفراد العينة نفو استخدام اليوتيوب لتغطية الفعاليات، حيث أجابوا ب(لا)، و24% يقولون أنه تم استخدامه (إلى حد ما).

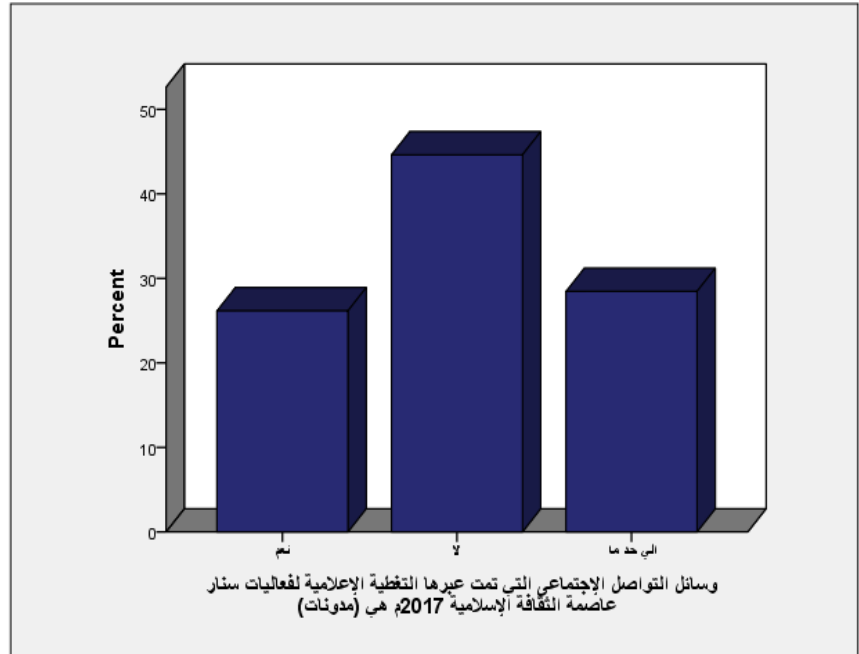
جدول رقم (4.30) يوضح وسائل التواصل الإجتماعى التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية.التكرار			الفترة
		لا	إلى حد ما	نعم	

0.83	2.20	66	44	40	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)
		44.0	29.4	26.6	

مستوى دلالة عند 0.05

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)



شكل رقم (4.27) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)

من الجدول والشكل يتضح بأن المدونات لم تكن ضمن الوسائل التي تم استخدامها لتغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية للعام 2017م، حيث 44% من أفراد العينة يرون ذلك وكانت إجاباتهم عن طريق (لا)، و29% من أفراد العينة يرون بأن المدونات تم استخدامها إلى حد ما كأحد وسائل التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية.

المحور الرابع:

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى: مساهمات وسائل الإعلام في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م وتحقيق أهداف برامج عواصم الثقافة الإسلامية

تم إيجاد المتوسط الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

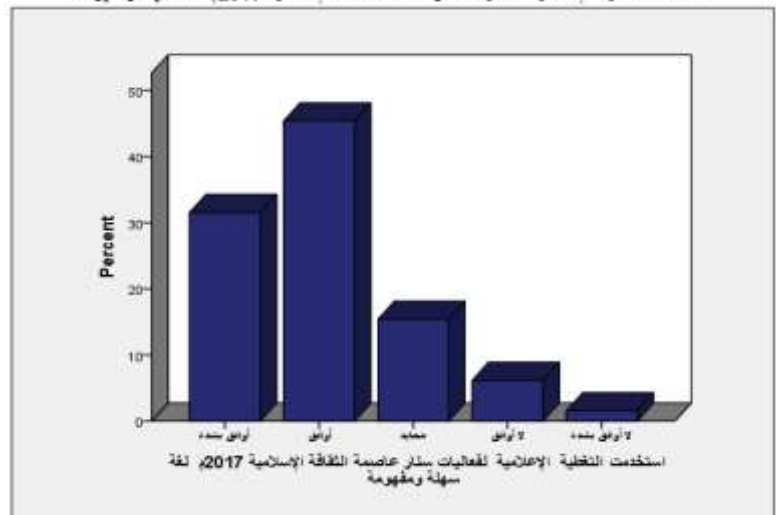
السؤال الأول:

جدول رقم (4.31) مساهمات وسائل الإعلام في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م وتحقيق أهداف برامج عواصم الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					ملاحظات
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
0.92	2.00	46	63	24	12	5	استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م لغة سهلة ومفهومة
		31.5	45.4	15.4	6.2	1.5	

مستوى دلالة عند 0.05

استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م لغة سهلة ومفهومة



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.28) استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م لغة سهلة ومفهومة من الجدول والشكل نجد وبما لا يدع مجالاً للشك بأن اللغة التي تم استخدامها في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 لغة واضحة وسهلة ومفهومة حيث بلغت نسبة الذين يرون ذلك 31% و45% من أفراد العين وهم الذين أجابوا أوافق وأوافق بشدة (على التوالي) على السؤال، وذلك هو أحد المتطلبات الرئيسية لمثل هذه الفعاليات، استخدام اللغة السهلة والمفهومة لدى الجميع حتى تصل المعلومة لأكبر فئة.

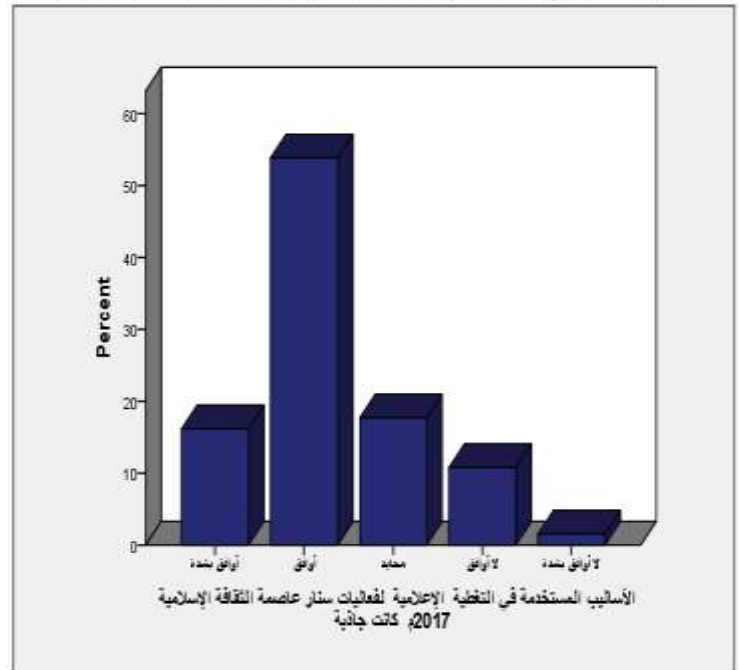
السؤال الثاني:

جدول رقم (4.32) يوضح الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
0.91	2.27	6	18	27	74	25	
		1.5	10.8	17.7	53.8	16.2	

مستوى دلالة عند 0.05

الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة



شكل رقم (4.29) يوضح الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة

من الجدول والشكل يبين الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة أم لا، وكانت إجابات الباحثين بأنها كانت جاذبة بنسبة 53% و16% للإجابات أوافق وأوافق بشدة على التوالي، وهناك 17% من أفراد العينة (محايد)، و10% لم يرون بأنها كانت جاذبة.

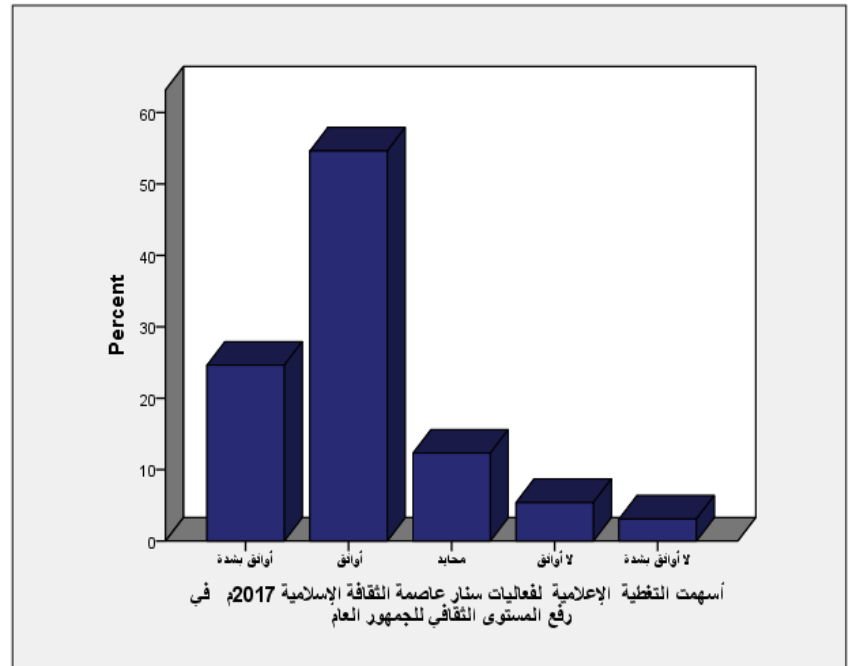
السؤال الثالث:

جدول رقم (4.33) يوضح مساهمات التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					التعليق
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
0.29	2.07	36	75	20	11	8	أسهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام
		24.6	54.6	12.3	5.4	3.1	

مستوى دلالة عند 0.05

أسهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام



شكل رقم (4.30) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام

من الجدول والشكل نجد أن التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية في العام 2017 ساهمت في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام حسب آراء أفراد العينة الذين بلغت نسبتهم 24% و54% من أجاباتهم (أوافق بشدة) و(أوافق) على التوالي، وكانت هناك نسبة بلغت 12% ل(محايد)، 5% و3% لأفراد العينة الذين أجابوا ب(لا أوافق) و(لا أوافق بشدة) على التوالي أيضاً.

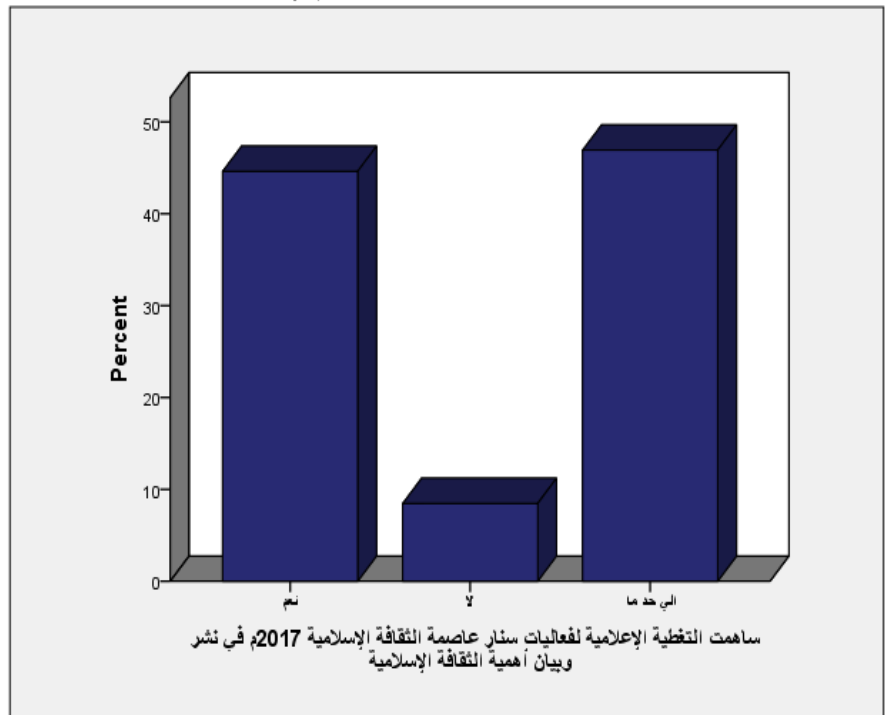
السؤال الرابع:

جدول رقم (4.34) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.63	1.63	17	68	65	ساهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية
		8.5	46.9	44.6	

مستوى دلالة عند 0.05.

ساهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.31) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية

من الجدول رقم والشكل نجد أن 46% من أفراد العينة يرون بأن التغطية الإعلامية لم تساهم في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية وهؤلاء الذين كانت إجاباتهم (لا)، وهناك أيضاً عدد 44% يرون بأنها ساهمت وكانت إجاباتهم ب(نعم)، و8% يرون بأنها ساهمت (إلى حد ما)، وترى الباحثة بأنه من الضروري في مثل هذه الفعاليات الإلتزام بالموضوعية والتمسك بأهداف الفعاليات ومحاولة تحقيق هذه الأهداف بكل الوسائل.

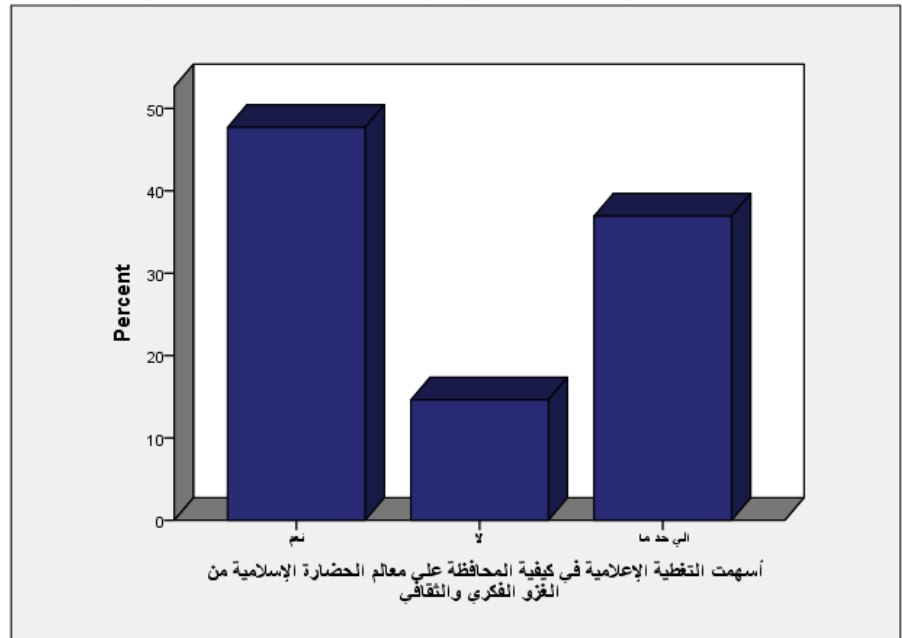
السؤال الخامس:

جدول رقم (4.35) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في كيفية المحافظة علي معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			التعليق
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.74	1.68	26	55	69	أسهمت التغطية الإعلامية في كيفية المحافظة علي معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي
		15.4	36.9	47.7	

مستوى دلالة عند 0.05

أسهمت التغطية الإعلامية في كيفية المحافظة على معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي



شكل رقم (4.32) يوضح مساهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في كيفية المحافظة على معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي

من الجدول والشكل الذان يوضحان استجابات أفراد العينة للعبارة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ساهمت في معرفة كيفية المحافظة على معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي، ونجد بأن أغلبية الباحثين يوافقون على هذه العبارة حيث جاوبوا ب(نعم) بنسبة 47%، والذين لا يرون بأنها كانت نسبة 36% وهم الذين أجابوا ب(لا).

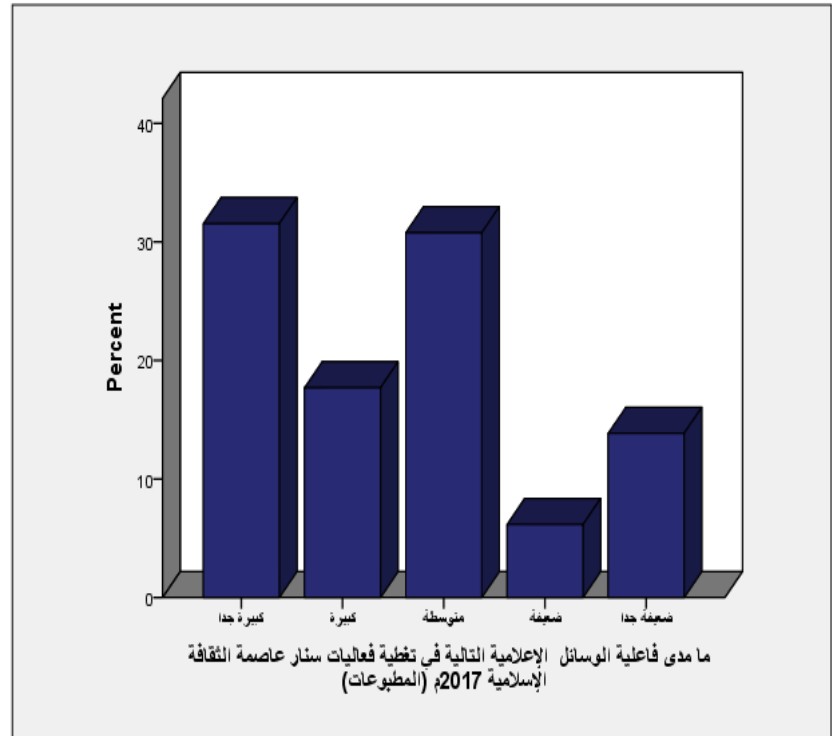
السؤال الخامس:

جدول رقم (4.36) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقرة
		ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا	
1.35	2.53	22	12	44	27	45	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)
		13.8	6.2	30.8	17.7	31.5	

مستوى دلالة عند 0.05.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.33) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)

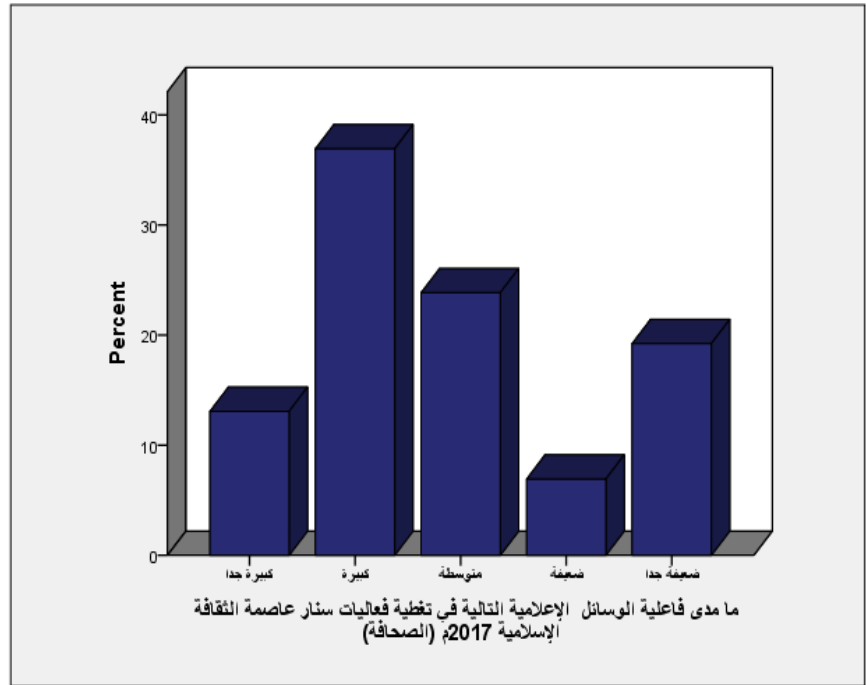
من الجدول والشكل نجد أن أغلبية المبحوثين بنسبة 31% يرون بأن المطبوعات لها فاعلية (كبيرة جداً) في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، و30% يرون بأنها (متوسطة) التأثير، وأيضاً هناك 17% يقولون بأن لها فاعلية (كبيرة) في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة، وبالتأكيد المطبوعات لها أثرها في نشر وتغطية مثل هذه البرامج وتعتبر وسيلة إعلام جيدة خاصة في مجتمعنا.

جدول رقم (4.37) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					القيمة
		ضعيفة جداً	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	
1.30	2.28	29	13	35	52	21	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)
		19.3	6.9	23.8	36.9	13.1	

مستوى دلالة عند 0.05

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.34) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)

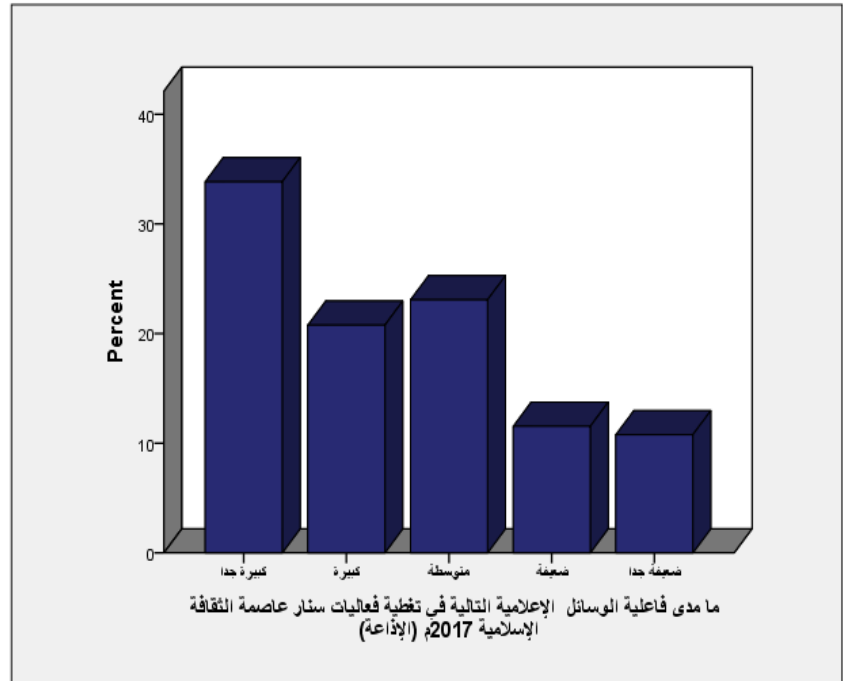
من الجدول والشكل نجد أن الصحافة لم يكن لها دور كبير كما يجب في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة حيث كانت إجابات المبحوثين متفاوتة في مدى فعاليتها حيث كانت 36% من أفراد يقولون بأن الصحافة كان لها فاعلية (كبيرة) في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، وهناك أيضاً نسبة 19% من أفراد العينة ينفون ذلك باختيارهم الإجابة (ضعيف جداً) و23% من أفراد العينة يرون بأن لها فاعلية (متوسطة).

جدول رقم (4.38) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					ملاحظات
		ضعيفة جداً	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	
1.34	2.44	18	19	34	31	48	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار 77ق7عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)
		10.8	11.5	23.1	20.8	33.8	

مستوى دلالة عند 0.05

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)



شكل رقم (4.35) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)

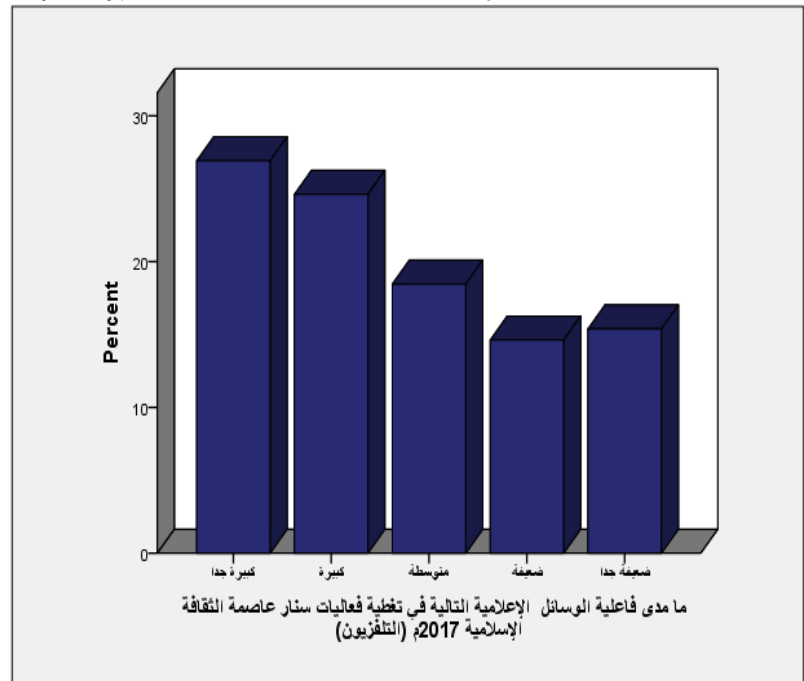
من الجدول والشكل نجد أن الإذاعة كأحد الوسائل الإعلامية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، كان لها فاعلية (كبيرة جداً) و(كبيرة) حسب آراء أفراد العينة الذين بلغت نسبتهم (33%) و(20%) كأعلى نسبة بين الباحثين، و23% يرون بأن لها فاعلية (متوسطة)، وهذا يوضح اهتمام المشاركين في الفعالية بالتغطية عبر الإذاعة.

جدول رقم (4.39) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					الدرجة
		ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا	
1.41	2.66	24	23	28	36	39	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)
		15.4	14.6	18.5	24.6	26.9	

مستوى دلالة عند 0.05 المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)



شكل رقم (4.36) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)

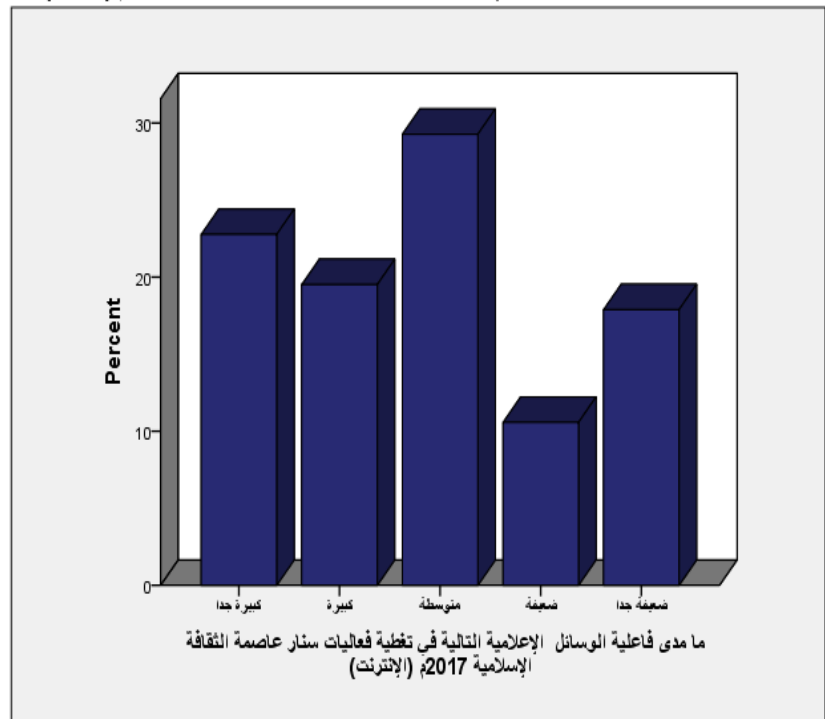
من الجدول والشكل الذان يوضحان مدى فاعلية التلفزيون في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، وكانت إجابات المستجيبين بأن لها فاعلية (كبيرة جداً) و(كبيرة) بنسب 26% و24% على التوالي، وهناك نسبة 18% من أفراد العينة يقولون بأن لها فاعلية (متوسطة)، و14% و15% أجابوا ب(ضعيفة) و(ضعيفة جداً) على التوالي، وبالتأكيد يظهر دور التلفزيون في تغطية هذه الفعالية من إجابات أفراد العينة بأن له دور كبير في هذه الفعالية.

جدول رقم (4.40) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					القيمة
		ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا	
1.38	2.81	28	22	40	28	32	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)
		16.9	15.4	27.7	18.5	21.5	

مستوى دلالة عند 0.05

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)



شكل رقم (4.37) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)

من الجدول والشكل أعلاه يبينان مدى فاعلية الإنترنت في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية لعام 2017م، حيث نجد أن الإنترنت له فاعلية (كبيرة جدا) و(كبيرة) حسب آراء أفراد العينة بنسبة بلغت 21% و18% على التوالي، وهناك أيضاً نسبة 27% من أفراد العينة يرون بأن له فاعلية (متوسطة) و16% و15% يرون بأن له فاعلية (ضعيفة جداً) و(ضعيفة) على التوالي، نجد أن أغلب أفراد العينة يرون بأن الإنترنت له فاعلية متوسطة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، ومتوسطة هنا ليست مرضية في مثل هذه الفعاليات لأن الإنترنت أصبح الآن هو بمثابة مرجعية لكافة أطراف المجتمع الدولي والمحلي.

الفروق والدلالات الإحصائية بين محاور الدراسة المختلفة وفقاً للمتغيرات المستقلة والوظيفية:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية (دراسة تطبيقية علي عينة من آراء الإعلاميين بولايته سنار والنيل الأزرق الإعلاميون بأمانة الإعلام لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية) عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$) والنتائج مبينة في الجداول التالية.

جدول رقم (4.41) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للنوع:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.000	1	.000	.000	.993
	داخل المجموعات	25.984	128	.203		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	1.481	1	1.481	1.468	.228
	داخل المجموعات	129.113	128	1.009		
	المجموع	130.594	129			

.020	5.529	.854	1	.854	بين المجموعات	المحور الثالث
		.155	128	19.779	داخل المجموعات	
			129	20.633	المجموع	
.091	2.904	.611	1	.611	بين المجموعات	المحور الرابع
		.211	128	26.949	داخل المجموعات	
			129	27.560	المجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.99، 0.22، 0.02، 0.09) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثاني، الرابع) أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للنوع ما عدا المحور (الثالث) كانت أصغر من مستوي المعنوية (0.05) أي دالة إحصائية عند مستوي (5%)، مما يدل علي أن هنالك فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للنوع
جدول رقم (4.42) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي الفئة العمرية:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.091	3	.030	.148	.931
	داخل المجموعات	25.893	126	.206		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	1.289	3	.430	.419	.740
	داخل المجموعات	129.305	126	1.026		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.676	3	.225	1.423	.239
	داخل المجموعات	19.957	126	.158		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	.865	3	.288	1.362	.258
	داخل المجموعات	26.695	126	.212		
	المجموع	27.560	129			

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.93، 0.74، 0.23، 0.25) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثاني، الثالث، الرابع) كانت أكبر من مستوي الدلالة (5%)، مما يدل علي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام

لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للفئة العمرية

جدول رقم (4.43) تحليل

التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للمستوي التعليمي:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.139	2	.069	.341	.712
	داخل المجموعات	25.845	127	.204		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	.456	2	.228	.223	.801
	داخل المجموعات	130.138	127	1.025		

			129	130.594	المجموع	
.269	1.327	.211	2	.422	بين المجموعات	المحور الثالث
		.159	127	20.211	داخل المجموعات	
			129	20.633	المجموع	
.362	1.023	.219	2	.437	بين المجموعات	المحور الرابع
		.214	127	27.123	داخل المجموعات	
			129	27.560	المجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.71، 0.80، 0.26، 0.36) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثاني، الثالث، الرابع) كانت أكبر من مستوي الدلالة (5%)، مما يدل علي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفاعليات

سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للمستوي التعليمي

جدول رقم (4.44) تحليل التباين

الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للوظيفة:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة المحسوبة (ف)	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	1.279	7	.183	.902	.507
	داخل المجموعات	24.706	122	.203		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	5.450	7	.779	.759	.623
	داخل المجموعات	125.144	122	1.026		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.806	7	.115	.708	.665
	داخل المجموعات	19.827	122	.163		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	1.445	7	.206	.964	.461
	داخل المجموعات	26.115	122	.214		
	المجموع	27.560	129			

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.50، 0.62، 0.66، 0.46) وهي أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للوظيفة مما يدل علي أنه لا توجد فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الف

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للوظيفة.
جدول رقم (4.45) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي سنوات الخبرة:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.667	3	.222	1.106	.349
	داخل المجموعات	25.317	126	.201		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	9.208	3	3.069	3.186	.026
	داخل المجموعات	121.385	126	.963		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.114	3	.038	.232	.874
	داخل المجموعات	20.520	126	.163		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	1.399	3	.466	2.245	.086
	داخل المجموعات	26.162	126	.208		
	المجموع	27.560	129			

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.34، 0.02، 0.87، 0.08) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثالث، الرابع) أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للنوع ما عدا المحور (الثاني) كانت أصغر من مستوي المعنوية (0.05) أي دالة إحصائية عند مستوي (5%)، مما يدل علي أن هنالك فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي لسنوات خبره جدول رقم (4.46) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للحالة الاجتماعية:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.438	3	.146	.719	.542
	داخل المجموعات	25.547	126	.203		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	2.002	3	.667	.654	.582
	داخل المجموعات	128.592	126	1.021		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.482	3	.161	1.004	.393
	داخل المجموعات	20.151	126	.160		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	.522	3	.174	.811	.490
	داخل المجموعات	27.038	126	.215		
	المجموع	27.560	129			

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.54، 0.62، 0.66، 0.46) وهي أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للحالة الاجتماعية مما يدل علي أنه لا توجد فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

خاتمة

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً والسلام على رسوله الكريم، الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذه الورقة، وائتمني أن يستفيد منها الباحثين عن المعرفة وطلاب العلم، وتكون مفتاح لآبواب أخرى في شتي ضروب العلم والمعرفة.

أولاً: النتائج:

- أسفرت الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي عن النتائج التالية:
- 1- إن مهمة وسائل الاعلام لا تتوقف عند تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 بل تتعداها لتقييم الحدث.
 - 2- إن لوسائل الاعلام دور كبير ومهم في خلق بيئة اجتماعية مناسبة وعكس صورة ذهنية ايجابية حيال الفعالية.
 - 3- إن الأمانة العامة لمشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 قد بذلت مجهوداً واضحاً لاستضافة الحدث وذلك بوضع سياسة اتصالية واضحة واستخدام وسائل وبرامج متنوعة.
 - 4- أوضحت الدراسة أن جميع وسائل الاعلام التقليدية والحديثة تم إستخدامها لتغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية.
 - 5- أثبتت وسائل الاعلام الطابع الانساني للثقافة الاسلامية في مجالات السلوك العملي.
 - 6- أثبتت الدراسة أن التقييم عبر الأشكال البرمجية (التقارير - الاخبار - الاعلان - الاستطلاعات - التحقيق - أعمدة الرأي) تم بصورة جيدة
 - 7- أوضحت الدراسة الدور الكبير للمتطوعين الاعلاميين في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية .
 - 8- استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية بلغة سهلة ومفهومة وجاذبة مما اسهم في المستوى المعرفي و الثقافي للجمهور العام ، وبذلك بينت أهمية الثقافة الإسلامية في الحفاظ علي معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي .

ثانياً: التوصيات:

- بعد استعراض النتائج أوصت الدراسة بالاتي:
1. العمل على بناء نظام إعلامي عربي كلي يهتم بالتوعية بالقضايا القومية المشتركة.
 2. ضرورة ترقية وسائل الإعلام المختلفة في السودان وذلك بإنشاء مؤسسات إعلامية تعكس وجه السودان المشرق.
 3. استخدام المعايير العلمية في عملية تصميم البرامج حتى تستطيع جذب الجمهور وبالتالي يتابع كل ما تعرض بأريحيه.
 4. توفير الميزانية الكافية لإدارة الاعلام لتحقيق ما نود الوصول اليه
 5. تدريب العاملين على الوسائل الحديث لمواجهة التطورات المستمرة في المجال ، وتعين كوادر مؤهلة في مجال الاعلام.
 6. الا يقتصر دور وسائل الاعلام على مجرد الاخبار، بل يجب ان يكون لها دور في تحديد المشكلات واولوياتها واقتراح الحلول والبدائل.
 7. ان تعبر وسائل الاعلام عن مشكلات الولاية وان تتيح الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائه بحرية .

المراجع والمصادر

أولاً: القرآن الكريم والسنة النبوية

ثانياً: المراجع:

- 1- بشري حسن الحمداني،التغطية الصحفية، الاستقصائية:تحقيقات عابرة للحدود،دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان ، بدون تاريخ ،ص12
- 2-محمد منير حجاب ،،الموسوعة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2007،ص8

www.wikbidi.com _ ٣

_4معجم المعاني

- ٥- حسين مؤنس، الحضارة دراسة في احوال وعوامل قيامها وتطورها، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، العدد (1) 1978م)، ص 341
- ٦- محمد العربي الخطابي، الثقافة الاسلامية ميزاتها وسبل تنميتها، مجلة الاسلام اليوم، العدد، 1994، ص 17
- 7- احمد احمد علوس، الاعلام في القران، ج1، (الجانب النظري)، ط1، شركة سعيد رافت، للطباعة، 1986، ص 30
- 8- ابراهيم أمام المرحلة الشفهية، القاهرة، الانجلو المصرية، 1980، ص 27.
- 9- عبيد الرحباني، الاعلام رسالة ومهنة (عمان-الاردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 11-12
- 10- عبيد الرحباني، المرجع السابق، ص 29-30
- 11- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، سلسلة وظائف الاتصال الجماهيري، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص 40
- 12- ابراهيم إمام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، (القاهرة: دار المعرفة، ب ت) ص ٢٨٥
- 13- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، سلسلة وظائف الاتصال الجماهيري، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص 40
- 14 - محمد سيد، المسؤولية الاعلامية في الاسلام، ط 1، (القاهرة: مكتبة الخانجي، عام 1983، ص 30
- 15- وليم فاتر سال، ترجمة عبدالهادي الجوهري، المشرف الصناعي في الصناعة والهيئات الحكومية، القاهرة، دار نهضة الشرق، 1990، ص 39-34
- 16 -- أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية، ط 1 (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982م). ص 86
- 17- أحمد بدر، المرجع السابق، ص 88
- 18- محمد سيد محمد، الاعلام والتنمية، القاهرة، مكتبة الخانجي، 1912، ص 34.
- 19- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات (القاهرة: دار النشر للجامعات (2006 م) ص 74
- 20-- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 40
- 21- شاهيناز محمد طلعت، وسائل الاعلام والتغطية الاجتماعية، دار المعرفة للطباعة والنشر، القاهرة، 1986م.
- 22- منال ابو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الاعلامي النظريات والوظائف، مرجع سابق، ص 106-107
- 23- محمد موفق الغلايني، وسائل الاعلام في وحدة الامم، جدة، دار المنارة للنشر والتوزيع، 1985، ص 120
- 24- عواطف عبدالرحمن، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية، دار الفكر العربي، 1983، ص 73-76
- 25- فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، (الأردن- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م. ص
- 26- عبيد الرحباني، الاعلام رسالة ومهنة، مرجع سابق ص 28
- 27- عصام سليمان موسى، مدخل في الاتصال الجماهيري، ط 1، الاردن، مكتبة الكناني، 1986، ص 56
- 28 - جيهان رشتي، الاسس العلمية لتطورات الاتصال، (القاهرة دار الفكر العربي، ب ت) ص 135
- 29- محمد عبدالله الخزعان، عوامل تأثير الرسالة الاعلامية في سورة ق، رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة الامام محمد بن سعود، ص 57
- 30 - وليد قاندرسال، الهادي الجوهري، المشرف الصناعي في الصناعة والهيئات الحكومية، القاهرة، دار نهضة الشرق، 1990، ص 34-39
- 31- محمود عبد الرؤوف، علم الاعلام والاتصال بالناس، القاهرة، دار نهضة الشرق، 1990، ص 34
- 32- محمد سيد محمد، الاعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 74
- 33- عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1965م المدخل في فن التحرير الصحفي (القاهرة، دار الفكر العربي). ص 18
- 43- محمد سيد محمد الاعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 74
- 35- عبد اللطيف حمزة، الاعلام له تاريخه ومذاهبه، مرجع سابق، ص 19

- 36- أحمد بدر، الاتصال والدعاية الدولية، الكويت، دار القلم، 1974، ص 86
- 37- محمد رمضان لاوند، مقدمة عامة في الاعلان الاسلامي والعلاقات الانسانية والنظرية، والتطبيق، مرجع سابق، ص 44
- 38- عبد اللطيف حمزة المدخل فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 81
- 39- وتوغرت في جون اربينز ، مقدمة في الاتصال الجماهيري ،(ترجمة: الاردن ، مركز الكتب الاردني، 1990م). ص 33-43
- 40- خليل صابات ، وسائل إلتصال ونشأتها وتطورها ، ط6 ، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1991، ص 74
- 41- محمود عبد الرؤوف ، علم الاعلام والاتصال بالناس، مرجع سابق ، ص 12
- 42-، محمود ادهم ، المعجم الوسيط ، التعريف بالمجلة ماهيتها قصتها وخصائصها، (القاهرة، دن ، دت). ص 11
- 43- أشرف صالح ، تصميم المطبوعات الاعلامية ،(القاهرة: الطبايع العربي للطبع والنشر والتوزيع، 1986م) ص 44
- 44- محمود أدهم ، علم الاعلام والاتصال بالناس، مرجع سابق، ص 6
- 45_ محمود عبد الرؤوف علم الاعلام والاتصال بالناس، مرجع سابق، ص 11
- 47- خليل صابات، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ص 11
- 48- أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية، ص 98
- 49- محمد سيد محمد، الاعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 138
- 50_ أحمد كمال يونس ، ترجمة حسن محمود، القاهرة ، دار النهضة العربية، بينار، 1963، ص 6
- 51- محمد سيد محمد ، الاعلام والتنمية ، مرجع سابق، ص 138
- 52- حسن عبد القادر ، الراي العام والدعاية وحرية الثقافة، القاهرة، دار الهضة العربية، 1992، ص 156
- 53- معتصم بابكر مصطفى، أيولوجية شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الراي العام، مركز التنوير للنشر، الخرطوم، 2014، ص 107-108
- 54- محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية ط2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، بدون تاريخ ، ص 805
- 55- فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الاعلامية، كيف نتعامل مع الاعلام ، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010، ص 182-183
- 56- مؤسى جواد الموسوي، الاعلام الجديد ، تطور الاداء والوسيلة والوظيفة ، بغداد، الدار الجامعية للنشر والطباعة، بت، ص 24
- 57- سعود صالح، الاعلام الجديد وقضايا المجتمع الحديث ، مرجع سابق، ص 24
- 58- شيرين خليفة، الاعلام الجديد، ورقة بحثية في ميثاق الصحافة الالكترونية، الجامعة الاسلامية، 2012، ص 35
- 59- عبد الفتاح عبد النبي، الخبر الصحفي، القاهرة، الانجلو المصرية، 2000، ص 70
- 60- فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، ط4، القاهرة، عالم الكتب، 2000، ص 125
- 61- سليمان صالح ، صناعة الاخبار في العالم المعاصر، مرجع سابق ص 177-122
- 62- محمود علم الدين، وليلي عبدالمجيد، فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 137
- 63- سليمان صالح، مرجع سابق، ص 118-122
- 64- محمود علم الدين ، مرجع سابق، ص 70
- 65- محمود علم الدين، المرجع السابق، ص 57
- 66- سيف الدين حسن، مجالات التغطية الاستقصائية في الصحافة السودانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الخرطوم جامعة أمدرمان الاسلامية، 2003، ص 60
- 67- عبد الفتاح عبد النبي، سيكولوجيا الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 20
- 68- ملفين يوقليد ساندريلابول ركتس - نظريات وسائل الاعلام (ترجمة كمال عبد المعروف، القاهرة ، الدار الدولية للنشر 1992م)، ص 20

- 69- مليون مينيستر، المرجع السابق ص32
- 70- جون ماكسويل، ترجمة أحمد محمود، صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأمريكية، ط5 القاهرة، النشر للجامعات، 1998، ص67
- 71- محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص62
- 72- كورنس ساكدوني، ترجمة، اديب مذصور، مبادي تحرير الاخبار، ط1، دمشق، المكتبة الإعلامية، 2000م، ص25
- 73- فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص125
- 74-- جون ماكسويل، ترجمة أحمد محمود، صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأمريكية بدون دار نشر، بناريخ، بدون بلد، ص6
- 75- عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الثقافية والإعلامية، مرجع سابق، ص144
- 76- عمر سليمان الأشقر، نحو ثقافة إسلامية أصيلة، الأردن، دار النفوس، 1416، ص18
- 77- عبدالرافع محمد أحمد، أثر العولمة على الثقافة الإسلامية، دراسات دعوية، العدد 7 يناير 2004، ص13-14
- 78- أكرم ضياء العمري، التراث والمعاصرة، سلسلة كتاب الأمة، قطر، رئاسة المحاكم الشرعية، 1413هـ، ص23
- 79- سيد قطب، خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، ط17، دار الشروق، ص46-54
- 80- سيد قطب، خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، ط17، دار الشروق، ص45-46
- 81- محمد يسري، معالم في أصول الدعوة، ط1، الرياض، مطبعة الملك فهد الوطنية، 1424هـ، ص52-53
- عمر عودة الخطيب، لمحات في الثقافة الإسلامية، مؤسسة الرسالة، 1979، ص7
- عبد الرحمن حسن، حنكة، أجنحة الشر الثلاثة، مرجع سابق، ص19
- أكرم رضوان فتح الله، أهداق مادة الثقافة الإسلامية، الرياض، جامعة أم القرى، بدون تاريخ، ص20
- المجلات:
- *مجلة سنار العدد الاول، الخرطوم، تصدرها الامانة العامة لسنار عاصمة للثقافة الاسلامية، أكتوبر 2015.
- *مجلة سنار العدد الثاني، الخرطوم، تصدرها الامانة العامة لسنار عاصمة للثقافة الاسلامية، يناير 2017.

ورقة بعنوان تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية

(دراسة وصفية تحليلية لعينة من آراء الإعلاميين المشاركين في الفعالية 2016 – 2017م)

د. إخلاص مهدي محمد أحمد كرسني استاذ الاذاعة والتلفزيون المساعد بجامعة سنار كلية الاداب قسم الاعلام ٢_ وهناء مامون شمس الدين مصطفى ماجستير الاعلام جامعة سنار

ملخص

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في رفع المستوي الثقافي والاقتصادي والمعرفي للجماهير إذ انها تعد وسيلة لتبادل الثقافات والخبرات والحضارات بين الشعوب وقت حدوثها نظراً لعمق تأثيرها علي الفرد والمجتمع. وتتمثل مشكلة الدراسة في معرفة مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، هدفت الدراسة إلى التعرف علي الوسائل الاعلامية التي تم استخدامها في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، والتعرف علي أساليبها وأشكالها، إظهار مدى نجاحها في تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. اعتمدت الدراسة على مصادر متعددة لجمع المعلومات الاستبتيان، الملاحظة، وقد تم اختيار عينة عشوائية من الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام (صحافة – إذاعة – تلفزيون) بغرض إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات.

توصلت الباحثة إلى عدد من النتائج أهمها: أنّ مهمة وسائل الاعلام لا تتوقف عند تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 وإنما تتعداها لتقييم الحدث، أنّ لوسائل الاعلام دور كبير ومهم في خلق بيئة اجتماعية مناسبة وعكس صورة ذهنية ايجابية عن الفعالية. أستخدمت وسائل الاعلام التقليدية والحديثة لتوصيل رسالتها للجمهور. واوصت الدراسة العمل على بناء نظام إعلامي عربي كلي يهتم بالتوعية بالقضايا القومية المشتركة. ضرورة ترقية وسائل الإعلام المختلفة في السودان وذلك بإنشاء مؤسسات إعلامية تعكس وجه السودان المشرق. تعين كوادر مؤهلة في مجال الاعلام.

Media Coverage of the Events of Sinnar, the Capital of Islamic Culture: An analytical descriptive study of a sample of the opinions of the media professionals participating in the events from 2016 to2017)

Abstract

The importance of this study lies in the role played by the media in raising the cultural, economic and knowledge level of the masses, as it is a means of exchanging cultures, experiences and civilizations between peoples at the time of their occurrence due to the depth of their impact on the individual and society. The study problem is represented in the following main question: How successful is the media coverage of the events of Sinnar, the capital of Islamic culture? The study aimed to recognize media means that were used by the media to cover the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017, and to identify the methods and forms of media coverage of the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017, in addition to determine the extent of the success of media coverage of the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017. The study used the descriptive analytical method. The study used multiple tools to collect information, including: questionnaire and observation. A random sample of media professionals (press - radio - television) was selected for the purpose of conducting statistical data processing. The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program was used to analyze the data. The study reached a number of findings, the most important of which are: that the media's mission does not stop at covering the activities of Sinnar, the capital of Islamic culture 2017, but goes beyond it to evaluate the event. The media has a large and important role in creating an appropriate social environment and reflecting a positive image of the event. Both traditional and modern media were used to deliver its message to the public. The study reached several of recommendations, the most important of which are: Work to build a complete Arab media system that is concerned with raising awareness of common national issues, and the necessity of upgrading the various media means in Sudan by establishing media institutions that reflect the bright face of Sudan. As well as appointing qualified cadres in the field of media.

الإطار المنهجي للدراسة:

مقدمة:

التغطية الاعلامية هي تزويد المتلقي بابعاد الحدث بمختلف الأساليب والوسائل وبالتعرض لتغطية فعاليات سنار عاصمة للثقافة الإسلامية عام ٢٠١٧م فأنا نقف على مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام المقرؤة والمسموعة والمرئية التي رسخت هذا الحدث التاريخي وساهمت في المشاركة الجماهيرية لإنتاج كل المناشط عن طريق الاعلام المحلي والقومي والعالمي عبر الكوادر التي ساهمت في انجاز المهمة بأسلوب واضح وجازب واخاذ وبالوسائل المتعددة الاجتماعية منها والروتينية بدراسة واضحة وخطط اعلامية اسخنة تكتيكية وتنفيذية تعالج كل الاشكاليات في التغطية تقوم على الانجاز ومعرفة الاخفاقات والمشاكل ولحلها بأسلوب علمي وانتهجت الدراسة ذات المسار العلمي رغم شح الدراسات المتماثلة وانعدامها وتتبعت الدراسة التوثيق الواضح للارث الحضاري والتاريخي لكي يكون منارة لاجيال الاعلام القادمة

مشكلة الدراسة:

تعتبر وسائل الاعلام القديمة والحديثة من الوسائل التي تساهم في تشكيل الوعي للامم والشعوب وفي ذات الوقت تشكل المادة التاريخية بمختلف انواعها وأنماطها مادة دسمة لإثراء البرامج الاعلامية عليا تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي: ما مدى نجاح تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الاسلامية 2016-2017م؟

تساؤلات البحث:

- 7- ما الوسائل الاعلامية التي تم استخدامها الإعلاميون في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟
- 8- ما الاشكال البرمجية التي استخدمت في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟
- 9- ما وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمها الاعلاميون كوسائل مساعدة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الاسلامية 2017م؟
- 10- مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام في بيان أهمية برنامج عواصم الثقافة الإسلامية وتحقيق أهدافها؟

11- إلي أي مدي اسهمت تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في اظهار التراث السناري؟

12- ما المشكلات التي واجهت وسائل الاعلام في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م؟
أهداف الدراسة:

7- التعرف على الوسائل الاعلامية التي تم استخدامها الإعلاميون في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

8- التعرف على اساليب واشكال تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

9- الوقوف على وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمت كوسائط مساعدة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

10- الوقوف على مدى نجاح تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.في بيان أهمية برنامج عواصم الثقافة الإسلامية وتحقيق اهدافها

11- التعرف على مدي اسهام تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في اظهار التراث السناري؟

12- الوقوف على الاخفاقات والمشكلات التي واجهت تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في رفع المستوي الثقافي والاقتصادي والمعرفي للجماهير إذ انها تعد وسيلة لتبادل الثقافات والخبرات والحضارات بين الشعوب وقت حدوثها نظرا لعمق تأثيرها علي الفرد والمجتمع. تتمثل أهمية الدراسة في الآتي:

7- التبيصير بالأسس العلمية للتغطية الاعلامية.

8- قلة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الموضوع.

9- كشف اهمية استخدام التغطية الإعلامية في ابراز الارث الاسلامي والحضارة الاسلامية لسنار كعاصمة تاريخية للحضارة الإسلامية في السودان.

10- ابراز اهمية وسائل الإعلام في تغطية المناسبات القومية والاسلامية.

11- الوقوف على المشكلات التي تعترض الإعلاميين في التغطية الاعلامية.

12- اثراء المكتبة بالدراسات والاستفادة من البحث في وضع ضوابط التغطية العلمية بمختلف أوجهها.

منهج الدراسة :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتم من خلاله الرجوع للوثائق المختلفة كالكتب والمجلات وغيرها من المواد التي يثبت صدقها بهدف تحليلها للوصول لأهداف الدراسة، حيث يهدف البحث الوصفي إلى وصف ظاهرة أو الاشياء التي تريدها الباحثة وهو يقوم بجمع المعلومات والبيانات والملاحظات.

أدوات جمع البيانات :

١_ الملاحظة:

٢_ المقابلة

٣_ الاستبيان

مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع البحث احد أهم الركائز المهمة والمكاملة ليقية عناصر البحث الاخرى وبما أن هذا البحث يتحدث عن تغطية وسائل الاعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م فان مجتمع البحث كان من الإعلاميين المشاركين في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

عينة الدراسة:

تم استخدام العينة العشوائية البسيطة .

المصطلحات والمفاهيم والتعريفات الإجرائية: - تغطية:

تعني غطي كما جاء في معجم الصحاح بمعنى حاول تغطية الحقيقة اي سترها وحضر الصحفي لتغطية اشغال المؤتمر بمعنى لنقل اخباره ونتائجه واعماله لنشرها (25).

- وسائل الاعلام:
هي الوسائل والطرق والادوات التي تنقل عبرها المعلومات والاخبار وقد تطورت وسائل الاعلام عبر التاريخ حتي شهدت اوج تطورها في عالمنا اليوم حيث اصبح العالم قرية صغيرة حيث ساهمت التكنولوجيا الحديثة في نقل المعلومات عبر العالم في جزء من الثانية(26).

- التغطية الاعلامية:
هي عملية الحصول بيانات وتفصيل عن حدث معين والمعلومات المتعلقة به والاحاطة بأسبابه ومكان وقوعه واسماء المشتركين فيه وكيف وقع واين وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمعلومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر (27).

- فعالية:
هي النشاط التلقائي المؤثر على النوع الطبيعي لاثبات الافعال، تقول فاعلية الشخص ما يُبديه من نشاط. والفاعلية في علم النفس هي جملة سلوكيات أو مجال إتصالي وتفعالي وتعني مدى نجاح القائم بالإتصال في ممارسة مهنته وتُقاس بمدى نجاح تأثيره بالجمهور الذي يتوجه إليه إلي باقي عناصر العملية اتصالية بنقائية عالية (28).

- سنار:
تعددت وتتنوع الروايات حول معنى لفظ سنار منها المعني الذي يقول ان الاسم مركب من (سن) (نار) وأدغمت النونان فاصبح سنار ويعني اللهب نسبة الي السنة النيران التي كانت تضيئ حلقات تعلم القرآن في القرية ليلا.
- عاصمة:

الجمع عواصم عاصم الجماعة حاميتها ومانعها.
وهي المدينة التي يدار حكم البلاد منها وتقع فيها اهم مؤسسات الدولة ومقر إقامة الرئيس او الملك وكذلك سفارات الدول الاجنبية وغالبا ما تكون العاصمة من اكبر المدن من حيث السكان (29).

- الرواق السناري:
هو المكان المخصص في الأزهر الشريف للطلاب السودانيين القادمين من مملكة سنار (30).

تعريف الثقافة في الاصطلاح:
الثقافة هي المعرفة التي يحصل عليها بغير طريقة البحث العلمي المباشر والمحدد بمناهج البحث العلمي فنحن نتلقي المعارف من المطالعة في الكتب أو من حضور الندوات أو برامج الاذاعة المرئية والمسموعة والثقافة تشمل العادات والتقاليد التي يتلقاها الفرد أو الإنسان من المجتمع ثم يستفيد من هذه المعلومات للتكيف مع مجتمعة وصولا لإشباع حاجاته المختلفة (6).
- ثقافة اسلامية:

يتضمن مفهوم الثقافة الاسلامية المعارف الشرعية، والعلمية، والفلسفية، واللغوية، والادبية، والفنية التي نشأت وتطورت في الاقطار الاسلامية التي من شأنها الانفتاح علي الثقافات الأخرى والتفاعل معها اخذا و عطاء (7).
حدود الدراسة:

الحدود المكانية: هو مكان إجراء الدراسة الميدانية، قامت الباحثة بأختيار الإعلاميين المشاركين في تغطية فعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.

الحدود الزمانية: يشمل حدود البحث الزمانية من يناير 2016م إلى نوفمبر 2017م، حيث كان التنفيذ الفعلي للفعالية.

المبحث الأول مفهوم الإعلام، أهميته، طائفته وأهدافه

تمهيد:

أصبح الإعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها ما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي تشهدها وسائله المختلفة حيث مع الظروف والتحديات التي يفرضها الواقع الإعلامي الذي بات مفتوحاً على الاحتمالات في ظل ما تشهده أدواته وسائله المختلفة من تطورات وابتكارات نوعية فالتنافس بين وسائل الإعلام بدأ يتحول إلى صراع نحو وسائل أخرى في القرن الحادي والعشرين الذي يشهد ثورة تكنولوجية ضخمة وتدفق معلومات هائل وحر بكل الاتجاهات فمثلاً تجد الصحافة الورقية احجمتها الصحافة الالكترونية وبذلك يكون الإعلام الالكتروني سلطان على الوسائل التقليدية الأخرى كما ساعدت هذه الثورة إلى الانتقال بالعملية الإعلامية إلى مرحلة جديدة ومتطورة ومختلفة. من الإعلام التقليدي من خلال ظهور أدوات جديدة للتعامل مع الأخبار المطبوعة والمرئية من خلال منظومات متخصصة كأنظمة التوثيق الرقمي والترجمة والمعالجة الآلية والإنتاج الآلي لنصوص إضافة إلى نظم إدارة المحتوى الرقمي.

أولاً: مفهوم الإعلام:

الإعلام معناه الإخبار والأخبار يقتضي انتقال خبر من طرف لطرف آخر بوسيلة ما وقد يكون الوسيلة رمزاً وإشارة كلفظ العين، وإشارة باليد وعلامة المرور، وقد ينتقل الخبر بواسطة الصورة والشكل، وينتقل الخبر كذلك باللفظ المعبر والكلام المفيد⁽³¹⁾.

2. الإعلام اصطلاحاً: اتسع مفهوم الإعلام في العصر الحاضر وذلك لأنه أصبح علماً قائماً بذاته وله أهدافه ومناهجه ونظمه مما أدى إلى تعاريفه وتوسعها.

عرف الاعلام الدكتور إبراهيم الإمام بأنه (هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقع عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم)⁽⁸⁾ ونجد أن هذا التعريف يبين أهمية الصد نشر المعلومات الصادقة والرأي السديد (اتجاه مرغوب)⁹

الإعلام عملية تعتمد على الإقناع باستخدام ولروحها وميولها واتجاهاتها. إذ أنه لا يعد من الإعلام يعد في المقام الأول عملية إقناعية والم بمعنى أن هدف الإعلام هو إقناع المتلقي أو المستقبل لمحتوى الرسالة الإعلامية¹⁰

ثانياً: أهمية الإعلام:

أصبح الإعلام اليوم من أهم الوسائل المستخدمة للتخاطب بين الأفراد والحكومات وكافة طبقات المجتمع على حد سواء والذي يسهم في إيصال القضايا المختلفة في المجتمع وفي كافة المجالات وهو يعبر عن ضعف الأمة أو قوتها وله تأثير كبير في أفراد الأمة وحياتهم ويمكن إبراز أهم نقاط أهمية الإعلام بالنسبة للمجتمع على النحو التالي:

9. العمل على توفير معلومات واحدة لجميع أفراد الشعب لما لذلك من أهمية في خلق رأي عام تجاه مختلف المسائل سواء المتفق عليها أو غير المتفق عليها بالإضافة إلى إيجاد اهتمامات مشتركة لدى الجميع، وبالذات في المسائل العامة التي تخص حياة الجميع داخل المجتمع.

10. نشر الإحساس بالشخصية القومية بين الجماهير بدلاً من التركيز على الولاء للجماعة والمجتمع المحلي لأن المبالغة في الولاء للمجتمعات المحلية والعشيرة والقبيلة من شأنه أن يكرس الأقلية والطائفية وبالتالي التعصب والانفلات.
11. تنبع أهمية الإعلام من كونه حاجة اجتماعية ونفسية لا غنى عنها ولا بد من إتباع هذه الحاجة من خلال التعرض لمختلف وسائل الإعلام وخاصة الجماهيرية منها
12. وسيلة من وسائل الكسب الحديثة، وعن طريقه يقوم الأفراد وتقوم الشركات بعمل الدعاية والإعلان لمنتجاتهم وسلعهم وخدماتهم التي يقدمها للمجتمع.
13. يقوم الإعلام باكتشاف كل مكنون البيئة التي فيها ويسخرها لصالح الإنسان وخدمته.
14. يعمل الإعلام على حشد التأييد للمواقف والأغراض السياسية التي تتعلق بالحكم والمعارضة ومحاولة التوفيق بين الاتجاهات المتعارضة وخلافها من المسائل.
15. يساهم الإعلام بمختلف وسائله وأدواته في التعبئة العامة وخاصة في وقت الحروب والأزمات.
16. التفاعل: تكمن أهمية وسائل تكمن أهمية وسائل الإعلام في بناء التفاعل الاجتماعي والمؤسسات الاجتماعية والبناء الاجتماعي ليكون متكاملًا ومترابطًا بجميع جوانبه واتجاهاته ١١

ثالثاً: وظائف الإعلام:

ليس أدل على أهمية الإعلام ووسائله مما أصبح معروفاً في العالم من إن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فلقد أصبح الإعلام رئيسياً في بقاء بعض الدول وخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعائمها الرئيسية، وقدمته على باقي دعائم الدولة.

(ولا شك بأن للإعلام وظائف شتى: منها بث المعلومات والأخبار مع تفسيرها والتعليق عليها، ومنها التثقيف والتنشئة الاجتماعية، ومنها الترويج عن النفس والغاية الأساسية لكل هذا هي إقناع الجماهير بالتغيير نحو الأفضل، واستمالاته إليها) (32).

ذكر محمد سيد محمد: (في معظم الدراسات الإعلامية حتى بداية الربع الأخير من القرن العشرين يذكر الباحثون وظائف الصحافة بأنها الإبلاغ، أي نشر الأخبار ثم الشرح، أي: تفسير الخبر والتعليق عليه وإبداء الرأي فيه وحوله، ثم التثقيف، ثم التسلية والإمتاع ثم الإعلان، وظل مفهوم الصحافة في الدراسات الإعلامية يعني الإعلام بمعنى الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية واتساع حقول الدراسات والبحوث الإعلامية لم تعد تتنوع وتتعدد وتختلف، لذلك نستطيع القول إن وظائف الإعلام على تطور الخدمة الإعلامية في المجتمعات المعاصرة ١٢ ويرى (وليام ريفرز ثيودور بيترسون، وجاي دجنسن) أن وظائف وسائل الإعلام تتركز في وظيفتين هم ١٣ :

- الوظيفة الاخبارية.

(غير أن هنالك من وظائف الإعلام ما قد تم التعرف عليها في مجالات دراسات وبحوث الإعلام فالوظيفة تحدد بالقدرة على التأثير، والتأثير يقاس في ضوء الوظائف المحددة

ويطلع الإعلام بوظائف أساسية باعتباره نشاطاً فردياً وجماعياً يشمل كافة الأفكار والحقائق والبيانات والمشاركة فيها ويمكن تحديد الوظيفة الرئيسية التي يؤديها الإعلام في أي نظام اجتماعي في الوظائف التالية:

أ. **الوظيفة الإخبارية:** الوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام لتأدية وظائفه الأخرى انطلاقاً من المعلومات التي تتيح وتضمن تحولاً في المجتمع تركز معطياته في ممارسة عمليات التأثير والإقناع ١٤

(والوظيفة الإخبارية اليوم من أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في كل الأنظمة الإعلامية على اختلاف فلسفاتها ففي كل المجتمعات نجد مؤسسة بديلة يمكنها الوفاء باحتياجات الناس من التعليم والتثقيف والترفيه والإقناع بدرجة أو بأخرى، ولكن كل المجتمعات البشرية في العالم اليوم تفتقر إلى مؤسسات بديلة يمكنها القيام بالوظيفة الإخبارية بالشكل الذي يفرضه احتياجات الإنسان للأخبار في عالم اليوم) ١٥.

(فالأخبار لا تنطوي على كثير من الحقائق التي تؤثر على حياتنا وتبنى عليها القرارات التي يتعين علينا اتخاذها درءاً للأخطار أو تجنباً لكوارث أو جلباً لمنفعة هذا مع الأخذ في الاعتبار أن حاجة الإنسان للمعلومات أساسية في كل زمان ومكان،

إلا أنه كان للمجتمعات الأولى وسائلها للحصول على المعلومات حيث كان الإنسان يهتم بالمحيط المكاني الواقع في مجال حواسه، ولكن التغيرات التي أصابت حياة الإنسان ومجتمعه فرضت أنماطاً جديدة وأساليب أكثر كفاءة في الحصول على المعلومات، ومنذ أن تغير مفهوم المكان عند الإنسان مادياً ونفسياً فإن حاجته للمعلومات تزايدت بشكل حاد، والخبر فرع من فروع المعلومات وأحد أشكالها وإن اختلف عنها نسبياً فالمعلومات لا تصبح أخباراً، إلا إذا اختارها رجل إعلام ليقدّمها عبر وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية على أنها أخبار وليست معلومات، ومن هنا تتبع حيوية وأهمية الوظيفة الإخبارية للإعلام في المجتمع^{١٦}

والوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام تكتسب قوتها من الإنسان – خاصة إنسان اليوم شديد الاهتمام بما يجري حوله لذا (أصبح الخبر العمود الفقري في الخدمة الإعلامية وأصبح البحث عن الأخبار والتقائها والسبق إليها ونشرها جوهر صناعة الإعلام المعاصرة والنظرة البسيطة لواقعنا العالمي المعاصر تؤكد أن الخبر اليوم أساس المعرفة ومن غير الأخبار لا نستطيع أن نفهم ما يجري حولنا في عالمنا المعاصر)^{١٧}

ب. وظيفة التربية: لم يصل الباحثون إلى تسمية محددة من علماء الاتصال لهذه الوظيفة غير أن إطلافاً معقولاً تحوي هذه الوظيفة تحت مسميات (التربية – التعليم – التوجيه) ويوجد أن هناك تشابه وتقارب في تحوي الوظيفة تحت المسميات المختلفة مما يعطي إمكانية إدراجها جميعاً تحت هذا الاسم، أو في وظيفة واحدة، مع التداخل، وتعتبر وسائل الإعلام من وسائل التربية والتنشئة الاجتماعية.

فوسائل الإعلام تعمل على تأصيل الأخلاق وتعميق القيم وإعداد الإنسان طفلاً، فشاباً فناضجاً ليتحمل مسؤوليته ويؤدي رسالته، وهي تؤدي هذه الوظيفة مع وسائل ومؤسسات التربية والتنشئة وتأتي مساهمة الإعلام بوسائله القوية والمؤثرة، المنتشرة والمتعمقة بالحيوية والقبول من الجمهور، يعمل مع المدرسة والأسرة وبقية وسائل التنشئة في تربية النشء ونشر الفضائل ومحاربة الرذائل. والوظيفة التربوية لوسائل الإعلام تتمثل بالمعنى الشامل لمفهوم التربية من تعليم وتهذيب وتوجيه لجماعة وغرس السلوك المثالي المهذب والمحافظة على الإرث الثقافي ونقله عبر الأجيال حيث تساعد العملية الإعلامية في ذاتها على تحقيق ذلك.

ورغم اختلاف وسائل الإعلام عن وسائل التربية إلا أن أهداف التربية وأهداف الإعلام تتقارب في معظم الوجوه، لذلك يسهل تقدم كل منهما تقدم الآخر، ويحقق النجاح في وظائف كل منهما النجاح في وظائف الآخر.

ج. وظيفة التسويق: والإعلام عنصر رئيس في ترويج التجارة، أدت إليه الحياة الإنسانية والتقدم والاختراعات وازدياد السكان واتساع الرقعة المسكونة من الأرض، وبالتالي ازدادت الحاجة إلى الإعلان عن السلع وقد أدت المدنية الحديثة إلى زيادة ملحوظة في عدد السلع وإلى زيادة أنواعها أيضاً، وبهذه الزيادة المزدوجة تزداد الحاجة إلى الإعلام التجاري. وتعتبر وسائل الإعلام الأداة الرئيسية للاتصال بالجمهور وتعريفهم بهذه السلع وحثهم على شرائها، وقد أدى استخدامها في ذلك إلى ظهور وظيفتين رئيسيتين للإعلان بالإضافة إلى ترويج التجارة.

د. الوظيفة الأولى: تعليم الجماهير ذلك إن الإعلان تضيف حصيلة الجماهير المعرفية أو تعدل في اتجاهاتهم القائمة، وتنشيط هذا التعليم بالخبرة المجزية التي ينالها الجمهور المصدق لهذه الإعلانات عند التفاعل مع السلعة.

خفض تكاليف وسائل الإعلان على الجمهور فالإعلانات المدفوعة الثمن والتي تشكل نسب تتراوح ما بين (80-20) من دخل وسائل الإعلام تخفض السعر للمستهلك لأن عائد الإعلانات يدخل في تكاليف الإنتاج والتوزيع.

نجد أن بعض الهيئات التجارية تحيد عن جانب الحق فتضلل الجمهور سعياً وراء استمالة الجمهور لشراء سلعتها وهذا الجانب السيئ في الإعلان يلقي بظلال من النظرة السالبة على وسائل الإعلام.

هـ. وظيفة التفسير: (كانت الوظيفة الإخبارية للإعلام هي أساس الوظائف إذ كانت مهمة وسائل الإعلام الرئيسية هي الصياغة المباشرة الواضحة للأخبار بالإجابة على من؟ وماذا؟ ومتى؟ وأين؟ وكيف؟ بالنسبة للحدث من أول الخبر إلى نهايته مع ترتيب تفاصيل الوقائع ترتيباً تنازلياً من حيث الفائدة والأهمية، أما البحث عن سبب وقوع الأحداث أو التفكير فيما يجب عمله إيذاء ذلك الحادث يترك أمره ويحذر إلى كتاب المقالات والأعمدة حيث يعتبر ذلك من الآراء الخاصة والشخصية لكتاب الأعمدة والمقالات)⁽³³⁾.

ثم بعد ذلك وبتطور المجتمع وفي فترة الحرب الباردة أصبح من الصعب أن تقتصر تغطية الأخبار على الوقائع المجردة بدون شرح، فظهرت الوظيفة التفسيرية لوسائل الإعلام التي تنطوي على شرح لماذا وقعت الأحداث؟ وما هو مغزى الوقائع؟ وما هي العلاقة الترابطية بين وقائع الحدث الواحد، وبين الأحداث المختلفة؟ وما هي التوقعات المستقبلية للأحداث والوقائع استناداً على استقرار الوقائع الحاضرة والخلفيات التاريخية عن الحدث، مع الاستعانة بالوقائع والحوادث التي حدثت في ظروف مماثلة).

و. وظيفة التثقيف: يسعى الاتصال والإعلام إلى نشر الأعمال الثقافية والفنية بهدف المحافظة على التراث، والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله، وإشباع حاجاته الجمالية وإطلاق قدرته على الإبداع، التثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة ١٨

(وتقوم الشركات المتعددة الجنسية بالدور الرئيس في نقل المنتجات الثقافية والكتب والأفلام والمواد التعليمية، وتحرص من خلال ذلك على فرض الأذواق الاجتماعية الثقافية الأجنبية على شعوب العالم المستهدفة خلق نمط ثقافي عالمي الجنسية لا يمكن أن تتحمل المسؤولية بمفردها في مجال الغزو الثقافي، إذ أنه ليس بوسعها أن تمارس نفوذها ما لم تكن الصفوة السياسية والثقافية في الدول النامية على استعداد لمعاونتها واقتسام الفوائد معها) ١٩

والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، وهذه المواجهة تقدم له – بدون أن يكون هو المقصود بالذات – معلومات وأفكار وصور وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعه فيفاجأ بجريد حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء.

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعو إليها أو تبث إليهم عبر الإذاعة أو التلفزيون.

ز. وظيفة الترويج: كانت تسمى هذه الوظيفة بالتسليية والإمتاع، وكانت أمثلتها الشائعة الطرائف والنوادر، ثم أصبحت في العصر الحديث واسعة النطاق. وتقوم وسائل الإعلام بما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه؛ وهذا يتوقف بواسطة الأبواب المسلية في الصحف والبرامج الكوميديية في التلفزيون، ظلها على الكثير من الوظائف الأخرى، وذلك في عبر وسائل الإعلام التي تعتمد في بقائها على الإعلانات حجراً للزاوية في كثير منها. وهذه الوظيفة الإعلامية تمتد من وسائل الإعلام التقليدي والبسيط إلى وسائل الإعلام الإلكترونية والحديثة، فكل مجتمع طريقته في الترفيه والتسليية، ولكل ظرف من ظروف الزمان والتحضير المستوى المناسب له من مستويات الترفيه والتسليية في الحالتين تأخذ وسائل الإعلام باعتبارها مبدأ واضحاً وهو أن برامج الترفيه والتسليية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها؛ وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجه ويمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات أو تحويلها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام والإعلام يقوم بدور التسليية والترفيه للمتلقين فإن الهدف من ذلك ليس الفكاهة أو الترفيه والتسليية ليس هدفاً بحد ذاتها بل يجب أن توجه إلى تحقيق أهداف نافعة ٢٠.

رابعاً: أهداف الإعلام:

في الحديث عن أهداف الإعلام يمكن القول أن للإعلام مجموعة من الأهداف الهامة التي أصبحت من مقومات الحياة في العالم الحديث فالإعلام هو الذي يكون الرأي العام وهو سبب من أسباب إقامة مجتمع قويم وذلك لأنه يساعد في تحقيق حيادية النقد في مجتمع ويساهم في فتح عيون الرقابة العامة على ما ساءت من وضع المجتمعات، كما انه ينشر الاخبار والمعلومات ويجعل العالم كله قرية صغيرة يعرف سكانها ما يدور في كل انحاءها وحواريها ولعل ابرز أهداف الاعلام المعروفة في هذا العصر ما يلي:

15. تأكيد الالتزام الخلفي في محتوى وسائل الإعلام، وذلك من خلال الرقابة الفعالة على وسائل الإعلام لوسائل الإعلام العامة.

16. إرشاد أفراد المجتمع إلى التمسك بالقيم السليمة ونيل القيم الهدامة من خلال عرض نماذج لذلك، سواء ما يتصل بالجرائم وعواقبها على أمنه واستقراره، وكذلك المشكلات التي قد تهدد القيم الأخلاقية والدينية للمجتمع.

17. الاتجاه إلى تحقيق الضبط الاجتماعي عن طريق الإقناع، من خلال إدارك وسائل الإعلام العامة والخاصة لوظيفتها التربوية.
18. الإسهام في عملية التنمية الشاملة من خلال التركيز على الجانب الإنساني فيما يتعلق بإعداد الفرد إعداداً تربوياً جيداً في مختلف المجالات ليكون وسيلة هامة من وسائل التنمية، بالإضافة لكونه غاية لها.
19. الارتقاء بمستوى برامج الترفيه والتسلية في وسائل الإعلام المختلفة والتي تتحدر أحياناً إلى الدرك الأسفل من الإسفاف والسطحية، مما يؤثر على مستوى الثقافة العامة في المجتمع كما يؤثر في نظرة الجماهير إلى وسائل الإعلام.
20. الارتقاء بجميع مجالات المعرفة لان ذلك يعتبر ضرورة لمواكبة مسيرة الحضارة العالمية في عصر أصبح الصراع فيه بين الأمم صراعاً حضارياً وعلمياً.
21. تبني برامج جادة فيما يتعلق بالأنشطة العامة والاستفادة من نتائج الأبحاث العلمية، والدراسات الهامة العديدة التي أشارت إلى أهمية توظيف وسائل الإعلام العامة في خدمة العملية التعليمية.
22. الأخبار: أي إخبار الناس وإعلامهم بالوقائع والأحداث على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.
23. التحليل والتفسير: إن الوسائل الإعلامية لم يعد هدفها جمع الأخبار وصناعتها ونشرها للناس وحسب، بل أصبح هنالك وسائل إعلامية عدة تقوم على التحليل والأخبار والأحداث وتفسيرها، إما من خلال نشرات الأخبار أو برامج متخصصة في تلك الموضوعات، أو من خلال الانترنت وما يتضمنه من إعلام إلكتروني.
24. المعلومات والرأي المعتمد تقوم وسائل الإعلام على نقل المعلومات من خلال اعتمادها على الوثائق والبراهين والأدلة والحقائق، أما عن طريق المحللين السياسيين والاقتصاديين أو الخبراء والمستشارين أو ذوي المناصب العليا أصحاب الثقة والشخصيات البارزة في المجتمع، أو المعلقين أو شهود عيان في شتى المواضيع ٢١.
25. تقوم وسائل الإعلام اليوم بخلف الرأي العام حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع، وبخاصة التي تتعلق بقرب المكان⁽³⁴⁾. وما يحمله من مشاكل وقضايا تتعلق بالفقر أو بتظاهرات معينة أو بالثورات التي حدثت مؤخراً في بعض الدول العربية والتي أطلق عليها الربيع العربي، أو ما يخص قضايا المياه والاتصالات والخدمات العامة والسياحة.. إلخ.
26. التثقيف والوعي: يسعى الإعلام إلى تثقيف الناس والمجتمعات عبر الوسائل المختلفة لبحث برامج تثقيفية تتعلق بالتغذية الصحيحة بالأمور الطبية والتجميلية أو فئة المعوقين، والمرأة والطفل وإدارة السير كما يهتم الإعلام بقضايا جرائم الشرف والانحراف وقضايا المخدرات وظاهرة التسول.. إلخ حيث يساعد ذلك على عملية تطوير التنشئة الاجتماعية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
27. الأمن والسلامة: من أهم أهداف الإعلام هو المحافظة على نظام البلد وأمنه واستقراره واستقرار مجتمعه وحماية أفراد من خلال كشف الفساد والغش كما تسعى وسائل الإعلام إلى رصد المؤامرات الخارجية وعلى أي آفة تحاول النيل منه، عن طريق كشفها والرد عليها ومواجهتها كما يسعى للمحافظة على التراث الثقافي والحضاري والاجتماعي والعمل على حمايته وتطويره.
28. التأثير: تسعى وسائل الإعلام بمختلف أشكالها لتأثير على الأفراد والجماعات والمجتمع ككل، وقد تسعى أيضاً لتأثير على مجتمع آخر ودولة أخرى ٢٢٠.

المبحث الثاني

وسائل الإعلام

التعريف الاعلامي للوسيلة: تطلق الوسيلة في الدراسات الاعلامية علي (القناة التي تحمل الرسالة الي المتلقي ٢٣. وهي بهذا تشمل الوسائل المادية مثل الصحافة والاذاعة والتلفاز والمجال الجوي ايضاً وذلك(باعتباره الوسيلة التي تحمل الموجات الصوتية خلال الاتصال الشفهي⁽³⁵⁾.) كما تشمل أيضاً وسيلة التعبير كاللغة والحركات والاشارات، ومن هنا يمكن الخروج بتقسيم الوسيلة الاعلامية علي النحو التالي:

(35) جيهان رشتي، الاسس العلمية لتطورات الاتصال، (القاهرة دار الفكر العربي، ب ت)، ص135.

3. وسيلة: وتتمثل في الرموز التعبيرية والتي هي نوعان:

- النوع الأول: رموز لفظية ذات دلالة لغوية وقاموسية محددة

- النوع الثاني: رموز غير لفظية ذات دلالة تعبيرية يعبر عنها بحركات الجسد وبالإيماءات وغيرها.

4. وسيلة النقل: وهي وسائل الاتصال الإذاعة، الصحافة، والتلفزيون وما يتبع كل منها من مبانى وأجهزة ومكاتب،

وما تستلزمه ملكيتها من تملك للاعيان والمنافع وقدرة على التصرف فيها وفي منافعه ٢٤

ثانياً: أنواع وسائل الاعلام:

النوع الأول: الإعلام المسموع:

تتخذ الكلمة المسموعة (المقولة) أشكالاً متعددة تضم الأحاديث والمناقشات والخطب والمحاضرات والمناظرات والمكالمات التلفونية وغيرها من وسائل الاتصال الشفوي.

والكلمة المسموعة (المنطوقة) من أقدم وسائل الاتصال وأقلها تكلفة في نقل المعلومات وهي أداة ذات تأثير كبير في مجالات عديدة وتحقق مزايا أهمها:

- تتيح فرصة كافية للاستفسارات والإيضاحات بين أطراف الاتصال حول المحتوى الرئيسي للاتصال مما يعطي فرصة أكبر لوحدة الفهم.

- تمكن من استخدام بعض صيغ التعبير الرمزية إلى جانب الكلمات عن مضمون الرسالة كحركات اليد والجسم والإشارات والإيماءات وتعبيرات الوجه ونبرات الصوت بالشكل الذي يعطي معان تعجز في كثير من الأحيان أية كلمات في التعبير عنها.

- يساعد الاتصال الشفهي من تمكين كل طرف من أطراف الاتصال على تلقي رد الفعل الفوري لحديثه لدى الطرف الآخر.

- إن الكثير من الأفراد يمكنهم التعبير عن أنفسهم وما بخلجاتهم مشافهة أكثر من قدراتهم على ذلك بأية وسيلة مكتوبة.

- ان الاتصال الشفهي يتيح فرصة كافية لتبادل المشاعر وتوفير اساس للفهم والثقة المتبادل بين أطراف الاتصال ٢٤ وهناك بعض القواعد الهامة التي يجب أن يضعها المتحدث في اعتباره وهو أن يضع أفكاره في جمل قصيرة ويستخدم وسائل الإيضاح والنماذج المصورة أو الاستعانة بلهجات الصوت التي تقرب المعنى وتيسر وصول الفكرة ويمكن تلخيص ذلك في النقاط التالية:

- ينبغي ان يتجنب المتحدث السرعة في التحدث.

- ينبغي ان يستخدم المتحدث الصور والرسوم التوضيحية والكلمات البسيطة بقدر الإمكان.

- يجب أن يستغل المتحدث تأثير نبرات الصوت في تحقيق الوضوح⁽³⁶⁾.

ويمكن تناول بعض أنواع الإعلام المسموع أو المقولة كالاتي:
5. الخطبة:

لا شك أن الخطبة من أقدم وسائل الاتصال، وهي بعد القصيدة وتعتبر من أقدم الفنون الأدبية أيضاً وهي كالسوق من أقدم وسائل الإعلام في المجتمعات الإنسانية أو لعلها أقدمها جميعاً.^{٢٥}

وكانت الخطبة عند (ارسطو) تعبيراً عن الأعلام⁽³⁷⁾. كما نطلق لفظ الصحافة علي مختلف وسائل الاتصال الجماهير، فقد عرف الفيلسوف القديم دراسة البلاغة بأنها البحث عن جميع وسائل الألقناع المتوفرة، وقد عرفها العرب منذ الجاهلية، وكان لها عندهم شأن عظيم ولعل أسواق العرب أكبر دليل على ذلك، وظهرت اول أمرها في البيئات التي هي أقرب الي البداوة منها إلي الحضارة، وفي هذه البيئات تظهر الموهبة اللسانية وتصبح الزعامة في المجتمعات لأرباب السيف وارباب اللسان، ويظهر ذلك واضحاً في تاريخ العرب من جهة وتاريخ الرومان من جهة ثانية والمعروف ان العرب كانوا يحلون

(36) وليم فاتدرسال، ترجمة: عبدالهادي الجوهري، المشرف الصناعي في الصناعة والهيئات الحكومية، (القاهرة: دار نهضة الشرق،

1990م)، ص ص34-39.

(37) محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص74.

مشكلاتهم ويتغلبون علي أعدائهم بالسيف تارة والشعر والخطابة تارة أخرى وتاريخ الادب الجاهلي حافل بالأمثلة العديدة علي صدق ما نقول ومن أوضح الأمثلة علي ذلك سوق بمكة بعكاظة وسوق المريدة بالبصرة.

والخطبة وسيلة اتصال ترتبط بالجماهير ارتباطاً مباشراً وتزدهر في المواقف والظروف التي تثير مشاعر الجماهير وتلهب عواطفهم ولا شك أنها من أبرز وسائل الاتصال ارتباطاً ويرى النقاد أنه ينبغي أن تكون مادة الخطبة واضحة المعاني سليمة الأفكار يسهل فهمها على عامة الجمهور حتي يتفاعل معها وينبغي أن تكون عباراتها قصيرة الفواصل، قوية التأثير، كما يؤكد النقاد علي شخصية وأثرها في نجاح الخطبة فالخطيب الحاضر البديهة السليم النطق، القوي الشخصية يعتمد على قوة شخصية أكثر من اعتماده على قوة كلماته وعباراته.

ولكي تحقق الخطب فاعليتها، يجب أن تعد بكل دقة وعناية فتشتمل على أفكار لها أهداف معينة، وهناك سبع خطوات

اساسية لتجهيز الخطبة وهي ٢٦:

ط. اختيار وتحديد موضوع الخطبة.

ي. تحديد الهدف من الخطبة.

ك. السبب الذي من أجله يلقي الخطيب الخطبة.

ل. وضع النقاط الرئيسية للخطبة.

م. جمع البيانات والحقائق وتوسيع النقاط السابقة.

ن. تجهيز المساعدات الرئيسية

س. استكمال عناصر الخطبة والقيام بعمل التجربة لإلقائها.

ع. ويجب أن تكون الخطبة حيوية كما ينبغي أن يكون الخطيب حيوياً أثناء القاء الخطبة، ليجذب انتباه المستمعين وعليه

تجنب الإشارات المبالغ فيها، وأن يكون حسن المظهر ملماً كل الامام بموضوع الخطبة.

6. المحاضرات:

من أحسن وسائل الاتصال التي تلجأ اليها المؤسسات المختلفة، لشرح وجهة نظرها في المسائل العلمية، وليبيان مدي

ما حققته من نجاح، ومدي ما تلاقيه من صعوبات، ومع ان الجمهور الذي يحضر المحاضرات يعتبر صغيراً نسبياً إذا قورن مع الجماهير التي تستمع إلي الإذاعة أو تحضر العروض السينمائية، إلا ان الذي يعوض هذا.. ان المحاضرات تتيح فرصة هامة لمواجهة المحاضر (المتحدث) لجمهوره، ... إذا كان ماهراً، فيسعي إلي إقناع سامعيه في النقاش، والتعليق والإستزادة في النقاط التي تعين في فهم وتذكر فحوي المحاضرة.

7. الندوات:

ويطلق عليها البعض أسم (المأدبة الفكرية) والندوة من أنجح وسائل الاعلام في معظم الأوقات، ويمكن أن

تعتبر (المؤتمرات العلمية) و(المؤتمرات الصحفية) و (المؤتمرات الأدبية) ضوراً للندوة لا أكثر ولا أقل. ٢٧

ومع هذا وذاك فالندوة لم تفقد قيمتها الحقيقية إلي اليوم، فالأصل في الندوات هي عبارة اجتماعات صغيرة أو كبيرة، أقيمت لمناقشة موضوعات هامة وخطيرة، وقد يكون من الخير للندوة أن يكون عدد الحاضرين فيها قليلاً، ومحدوداً، فإن ذلك يتيح الفرصة للمناقشة العميقة المفيدة، أما إذا كان عدد الحاضرين كبيراً، فإن ذلك يكون أدعي لتشويش الأفكار وارهاق الأعصاب، ويرتكب أصحاب الندوة والمشاركين فيها أخطاء دائمة في أنهم يهملون تسجيل الآراء التي نوقشت فيها والنتائج التي وصل المتناقشون اليها، مع أن تسجيل هذه الآراء، على اكبر عدد من الجمهور المثقف، بعد أن حالت ظروف الحياة بينهم وبين الاشتراك بأنفسهم في هذه الندوات، وبذلك يزول الشعور المضاد لهذه الوسيلة الإعلامية الهامة ويعود الناس إلي الأيمان بجداولها والتحقق من فائدتها^{٢٨}

8. الإذاعة:

كانت حاجة الانسان تزداد الحاحاً، الي وسيلة اتصال أكثر سرعه، وأكثر كفاءة في تخطي الحواجز الطبيعية والجغرافية، بدلاً من وسائل النقل مثل السفن والقطارات والسيارات والتي كانت ولا تزال بطيئة في مطلع القرن العشرين بالقياس الي ما هو عليه الان واستمرت جهود الانسان تتصل لابتكار وسائل للاتصال والمواصلات تتغلب على المسافة والزمن واختصارهما بحيث تصل الاخبار والمعلومات وينتقل الانسان من مكان لمكان اخر في وقت قصير وببذل جهد بسيط، وقد بدأت قصة المذياع باكتشاف الموجات الكهرومغناطية عام (1874م) على يد (جيمس كلارك ماكسويل وهيزيش

هرنزي) وفي عام (1896م) أصبح الاتصال اللاسلكي حقيقة واقعة وذلك بتأسيس شركة (ماركوني) البريطانية وفي عام (1906م) سمع أول صوت إنساني عبر الموجات اللاسلكية وبعد ذلك تطورت معرفة هذه الموجات من طويلة الي متوسطة الي قصيرة الي أقصر وأقصر (38).

وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الدولة الأولى التي أجريت فيها التجارب للراديو وتبعها من بعد لفترة يسيرة بريطانيا وفرنسا والماني ٢٩.

وفي العالم العربي انشئت أول محطة إذاعية في القاهرة عام (1934م) وفي عام (1938م) ظهرت الإذاعة اللبنانية تحت أسم راديو الشرق وكانت تذيع باسم سوريا ولبنان ثم تتابعت الاذاعات العربية فظهر أكثرها بين الاعوام (1938م - 1951) ٣٠.

وفي السودان بدأت اول محطة للإذاعة الصوتية في إبريل (1940م) وتقدمت برامج الراديو السوداني وازدادت المساحة الي تغطيتها بعد الاستقلال.

تعد الإذاعة من أكثر وسائل الاعلام انتشاراً وشيوعاً في العصر الحديث، حيث كان لاختراعها في عالم الكلمة المسموعة التي كانت قاصرة علي المحافل والاندية ودر العلم والجماعات وصار جهاز الراديو جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية فهو يجتاز البحار والمحيطات والجبال والصحاري وينتقل الي ملايين الناس ويدخل صوته الدور والمنازل بدون استئذان.

وملكية الاذاعات في غالبية دول العالم تابعه للدولة نظراً لخطورة وأهمية هذه الوسيلة الاعلامية في العصر الحديث، ولكن لا يمنع من ان بعض الدول الرأسمالية مثل الولايات المتحدة على وجه الخصوص تقوم فيها ملكية الإذاعات على اساس شركات تجارية تمولها الاعلانات، ليس ككل الدول الرأسمالية والتي تدار فيها الإذاعات على هذا النحو ففي بريطانيا مثلاً تتبع الإذاعة في ملكيتها هيئة خاصة وهي من محطات الإذاعة المتقدمة ولها شهرة عالمية أما في البلدان الاشتراكية فلا مجال بطبيعة الحال لان تكون الإذاعة مملوكة للأفراد أو الشركات وإن كان بعض المحطات في بعض البلدان الاشتراكية تذيع الإعلانات فأنها ينطبق عليها في هذا المجال ما ينطبق على الإعلانات في صحف البلاد الاشتراكية ٣١.

النوع الثاني: وسائل الإعلام المكتوبة و(المطبوعة):

إن الكتابة فن حضري خالص لا مرأى في ذلك وقد مارست الكتابة تأثيرها القوي في الجماهير وبأشكال مختلفة أولها (الرسائل) ونخص بالذكر منها الرسالة الديوانية وهي الرسالة التي تصدر عن الحاكم أو الملك أو الامير أو كل ذي سلطة قوية في الدولة (39).

ويمارس الفن الكتابي تأثيره في الجماهير على شكل (كتاب) بعد أن مارسه على شكل (رسالة) والكلمة المكتوبة من أهم وسائل الاتصال وعلى وجه الخصوص بين الهيئة أو المؤسسة والجمهور الخارجي الذي تتعامل معه، ففي الكلمة المكتوبة مجال واسع للتعبير عن المشاعر بدقة كافية ولأن الوقت واسع للتفكير والتأمل ومراجعة ما كتب وتحسين أسلوبه وتبويبه يسهل على القارئ متابعته.

والكتابة تمكث بين يد القارئ وقتاً قد يطول أو يقصر حسب رغبته واهتمامه ويمكنه الرجوع اليها أكثر من مرة، أو كلما احتاج إلي ذلك وأن يعيد قراءتها أو ما بين سطورها.

وتضم الكلمة المكتوبة كل الوسائل التي تتكون اساساً من كلمات مكتوبة ومطبوعة وتعد وسائل الاعلام المطبوعة المقروءة والمرئية المرحلة الأولى من التطور الحضاري للإعلام وأن تطور الكتاب والصحيفة والوسائل الإعلامية المطبوعة عموماً مدين لابنكارين هامين وتطورها ايضاً بل وقرين بهذا التطور، هذان الابتكارات هما: ابتكار وتطور أحبار وورق الطباعة وابتكار وتطور الطباعة واللات صف الحروف والتصوير الضوئي (٣٢).

وتشير نتائج التجارب التي اجراها لأزرسفيلد ودوب ووايلز وبيرلسدون إلي أن المطبوعات كالكتاب والصحيفة والمجلة واللافتات لها مميزات تجعلها تتفوق على غيرها من الوسائل الأخرى وأهم هذه المميزات أن القارئ يستطيع أن يسيطر على الوسيلة بالطريقة التي تلائمها والسرعة التي تناسبه.

(38) أحمد بدر، الاتصال والدعاية الدولية، ط1، (الكويت: دار القلم، 1974م)، ص86.

(39) عبد الطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 81.

6. الصحيفة: الصحيفة أحدي وسائل الإعلام المطبوعة والإعلام الصحفي هو النشر عن طريق الصحف والمجلات، والصحيفة وفق تعريف او توغرت هي: (مطبوعة تنشر بصفة دورية وتنتج اليأ (ميكانيكياً) ويمكن لمن يدفع ثمنها ان يحصل عليها، أي متاحه للجميع وأن يتنوع موضوعها فلا تقتصر على موضوع واحد محدد يهتم فئة صغيرة من القراء وأن تكون ملتزمة بموعد صدور ثابت وبشكل مستمر لفترة طويلة دون انقطاع أو توقف وأن تصدر عن مؤسسة مستقرة ٣٣ ويعرف خليل صابات الصحيفة بأنها: (مطبوع دوري ينشر الاخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية والتقنية... الخ ويشرحها ويعلق عليها)^{٣٤}.

ولا شك أن الصحافة تلعب دوراً هاماً في الحضارات الحديثة وتعتبر في البلاد المتقدمة اقتصادياً واجتماعياً جزءاً جوهرياً من مقومات الحياة الفكرية الإنسانية كما لها قدرة في التأثير على الجماهير وتكوين الرأي العام وهي من أقوى الأدوات المعروفة للتعليق على الرأي، وتعتبر حلقة الوصل بين الفرد والعالم الخارجي ولولاها لعاش الإنسان في عزلة عما يجري من حوله.

ولم تتخلف الصحافة نتيجة ظهور وسائل الاتصال الأخرى كالإذاعة والتلفزيون والسينما بل ظلت في سيرتها وضمت تحت جناحيها اهتمامات متزايدة للراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والكتاب مما أكد أنها وسيلة الاتصال الأم. والصحف من أصلح الوسائل لنشر المطبوعات المعقدة والدراسات الصعبة ذات التفاصيل المتشعبة.

خصائص الصحافة كوسيلة اتصال جماهيري:

الصحافة لها كثير من الخصائص التي تتميز بها كوسيلة إعلام واتصال جماهيرية وأهمها الاحتفاظ بها وقراءتها في الوقت المناسب. فهي تمكن المتلقي من قراءتها متى ما يشاء وفي اي وضع يريد وتسمح بحرية أكبر، من التخيل والتحليل والتفسير، كما أنها أقدر على مخاطبة الجماهير النوعية من خلال الإصدارات المتخصصة التي تتوجه إلي مختلف الفئات والاعمار⁽⁴⁰⁾.

كما يمكن الاحتفاظ بها كوثيقة ومرجع وهي بذلك تتفق مع الكتاب والعكس صحيح فالكتاب يتفوق الصحيفة في انه الوسيلة المثلى للتثقيف والتعليم ونشر المعرفة الموثقة، مع ان الصحيفة قد تؤدي هذه الوظيفة ايضاً ولكن بدرجة أقل، والصحيفة تتفوق في متابعة المعلومات وتجديدها على الكتاب، نظراً لأنها تصدر بشكل دوري منتظم أسرع من الكتاب، والكتاب يتفوق على الصحيفة والمجلة في إمكانية معالجة الموضوعات بتفضيل وعمق أكثر من الصحيفة والمجلة ايضاً، ولكن بدرجة أقل من الكتاب كما يمكن الاحتفاظ بالكتاب والمجلة مدة أطول من التي يمكن أن تعيشها الصحيفة^(٣٥).

7. المجلة: المجلة في قواميس اللغة العربية مشتقة من جلي السيف والفضة والمرأة ونحوها جلباً وجلاءً كشف صداها وصفلها ٣٦، جلاء مثل كتاب واجتليتها مثله وجلاء الخبر للناس جلاءً (بالفتح والمد) وضح وانكشف فهو جلي وجلوته أوضحت وتجلي الشيء انكشف ٣٧

وتعود البدايات للمجلات الحديثة إلي نهاية القرن السابع عشر فقد كان الناشر الإنجليز يصرون كتباً تحتوي على عدة موضوعات، وأحد هذا الكتب كان يسمى (تاريخ اعمال المتعلمين) ويعد هذا الكتاب البداية المبكرة للمجلة في إنجلترا عام(1699)٣٨.

وتعرف الموسوعة الثقافية للمجلة بانها: (مطبوع دوري مصور أو غير مصور يحوي موضوعات متنوعة)٣٩. وهذا تعريف بسيط وواضح للمجلة، يميزها عن الصحيفة فالمجلة تحتوي على موضوعات متنوعة، بصفة أساسية، وليس الاخبار هي الاساسية كالصحيفة، وأن محاولة وضع تعريف يفصل الصحيفة عن المجلة محاولة غير مأمونة وأهم ما يفرق الصحيفة عن المجلة هو ان الصحيفة تصدر يومياً وفي أكثر من طبعة وتصدر بدون غلاف وصفحاتها غير مجندة او مساحة صفحات المجلة والصحيفة تطبع عادة علي ورق أقل جودة من ورق المجلات، وأما المجلة فهي تصدر دورية بانتظام أسبوعياً أو شهرياً أو ربع سنوية أو سنوياً.

وتتفاوت المجلات في طبيعتها بين ما هو عام وموجه إلي الجمهور بصفة عامة وهي تتناول موضوعات تتفق ورغبات الجمهور العام ومنها ما هو موجه إلي فئات معينة وهي ما تسمى بالمجلات الخاصة وهي تتناول موضوعات تهم نوعاً واحداً من القراء مثل المرأة ورجال الأعمال والطبقة العاملة وأهل الدين.

خصائص المجلة كوسيلة إعلام واتصال جماهيرية:

(40) محي الدين عبدالحليم، إشكاليات العمل الإعلامي بين الثابت والمعطيات العصرية، كتاب الاذاعة، ص52.

إذا تأملنا واقع الكتاب والصحيفة والمجلة نجد أن كثيراً من خصائص الكتاب كوسيلة اتصال جماهيرية، هي نفسها خصائص كل من الصحيفة والمجلة، تجمع بين دسامة الكتاب وخفة الصحيفة وتمتاز المجلة بالاتي:

ه. أن المجلة أطول عمراً من الصحيفة اليومية يرجع إليها أكثر من مرة وتمتاز المجلة من شخص لأخر والمجلة الواحدة يقرأها خمسة أو أكثر من الناس بينما الصحيفة اليومية يقرأها في الغالب شخص واحد، كذلك فإن قارئ الصحيفة اليومية يقرأها بمجرد تلاوتها وإمعان النظر إليها ٤٠.

و. عادة ما تتم قراءة المجلة في وقت الراحة وفي جود من الهدوء وهذا يجعل الشخص أكثر استعداداً للقراءة والوقوف عند كل صفحة من الصفحات.

ز. الإمكانيات الفنية للمجلة أكبر مما هو متاح للصحف سواء كان ذلك من حيث نوع الورق أو استخدام الألوان والرسوم والصور.

ح. تعدد الصفحات وعدم ضغط عنصر الوقت يسمحان بتغطية الموضوعات بشكل أشمل وأدق.

٨. **الكتاب:** تعرف القواميس الكتاب بأنه: أوراق مطبوعة في مجلد (41).

وتعرفه اليونسكو بأنه: مطبوعة غير دورية تتكون من (49) صفحة علي الأقل عدا صفحات الغلاف.

وأما النشرة فهي مطبوعة غير دورية لا يقل عدد صفحاتها عن خمس ولا يزيد عن ثمان وأربعين صفحة فيما عدا صفحة الغلاف وقد وضعت اليونسكو هذا التعريف عام (1946م) لخدمة أغراض الاحصاءات عن الكتاب في العالم ٤١ وللكتب دور أساسي في حياتنا اليومية فعليها يعتمد نظامنا التعليمي كما ان التعليم والتنقيف الشخصي أيضاً يعتمد في جزء كبير منه على الكتب.

ويحظى الكتاب بكثير من الاحترام كوسيلة من وسائل الاتصال وهو يمتاز بخصائص تجمع بين فضائل الاتصال المباشر لأن القارئ لا بد وأن يخلو به ويعد نفسه ويتهيأ للقراءة ولأن الكتاب يمتاز بالعمق والدراسة فهو وسيلة مفضلة للباحثين عن المضمون الجاد.

ويرتبط انتشار الكتاب بالمستوي التعليمي في المجتمع فكما أرتفع مستوي التعليم زاد توزيع الكتب وكلما انخفض مستوي التعليم تقل قراءة الكتب والمدينة هي بيئة الكتاب فهو يقل او يكاد ينعدم في القرية. غير ان وسائل الاعلام الاخرى تقلل تدفق توزيع الكتاب في العواصم الكبرى بمغرياتها جدد طاقات التطلع للمعرفة لدي الراشدين من الشباب، ولان جمهور وسائل الاعلام متداخل الظروف التي تمنع بعض الوسائل من الاستحواذ على جمهورها تتيح الفرصة لوسائل الاتصال من الاستحواذ على نفس الجمهور.

وليست هناك علاقة ثابتة بين ارتفاع المستوى الاقتصادي وزيادة توزيع الكتب، فقد تزهت المجتمعات المترفة في الكتاب وتلجأ إلي وسائل أكثر ترفيهاً وقد تكون هناك سمات خاصة للثقافة الوطنية في مجتمع من المجتمعات تجعل للكتاب أنواع من الكتب وضعت أكثر انتشاراً ٤٢.

خصائص الكتاب كوسيلة اتصال جماهيري ٤٤:

ي. إمكانية معالجة الموضوعات بتفصيل وعمق أكثر من وسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى مثل الصحافة المكتوبة الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما.

ك. يمكن الاحتفاظ به كوثيقة ومرجع.

ل. الاستفادة من إمكانات الطباعة الحديثة في توظيف الصور والالوان والرسوم وجودة الطباعة كعوامل جذب للقراء وكعوامل تزيد من توضيح مادة الكتاب وتجعل القراءة مريحة وميسرة بقدر الإمكان.

م. يمكن الاحتفاظ به وقراءته في الوقت المناسب.

ن. إصدار الطبعة الشعبية زهيدة الثمن في غالبية المتعلمين والقراء.

س. مخاطبة الطبقة المثقفة رائدة التنوير والتأثير في الاخرين في المجتمع أو ما يعرف بقيادة الرأي.

ع. الوسيلة المثلي للتنقيف والتعليم ونشر المعرفة الموثقة.

ف. متابعة المعارف والمعلومات وتجديدها بنشر احداث الأبحاث ونتائجها في موضوعات الكتاب بإصدارات متتالية

منه.

(41) خليل صابات ، وسائل الاتصال ونشأتها وتطورها مرجع سابق، ص 11.

ص. يشغل مكاناً صغيراً في المنزل ويسهل حملة إلي أي مكان وخفيف الوزن ولا يحتاج إلي توصيلات كهربائية مقارناً بالتلفزيون^(٤٤).

9. الملصقات: الملصقات عبارة عن لافتات كبيرة تعلق على الحائط داخل المؤسسة أو المصنع أو في الأماكن العامة والشوارع الرئيسية فهي توجد في أماكن ثابتة، حتي يتحرك الجمهور إليها شأنها في ذلك شأن لوحة الاعلانات وتعلق الملصقات أحياناً داخل المصنع أو المؤسسة لتذكر العمال بواجباتهم أو لتنبههم إلي خطر تعرضهم للحوادث أو لتحذيرهم من عدم استعمال ملابسهم الواقية.

وقد تستعمل الملصقات لأغراض متنوعة ومتعددة، وتنتشر في الميادين والشوارع وتكتب عليها بعض العبارات التي تتضمن رفع معنوية الشعب والترحيب والتهنئة والدعوة لحضور اجتماع أو احتفال أو مؤتمر أو المشاركة في حشد أو تغيير. **10. الكتيبات:** تحتاج المؤسسات مهما كان حجمها وطبيعة عملها إلي إصدار كتيبات من وقت لآخر الجمهور الداخلي والخارجي وأن كانت الصيغة العامة على الكتيبات هي الموضوعات التي تهم الجمهور الداخلي للمؤسسة وقد تزود بالصور ولا شك إن إصدار الكتيبات يساعد على إيجاد علاقات عمالية طيبة في تقدم الشركة إلي الموظف الجديد ونوع الخدمات التي تؤديها الشركة إلي العاملين بها وهكذا..

11. النشرة: قد ينظر القارئ بشيء من عدم الاكتراث إلي النشرة كوسيلة إعلام ولكن الإعلاميين ينبغي ان تكون لهم نظرة مختلفة والنشرة وسيلة إعلام لأعضاء الحرب والسياح والمتخصصين وتتفوق في تأدية اهدافها على وسائل إعلام الكترونية ضخمة وللنشرة اهمية اخرى أكثر وأخطر وأكثر فائدة عندما تصبح كالكلام البليغ السهل الممتع.

النوع الثالث: وسائل الإعلام المرئي:

تعطي الوسائل المرئية درجة عالية من الواقعية والوضوح، فهي تستخدم لجذب انتباه الجماهير، وذات تأثير أقوى وأكثر فاعلية من الكلمة المسموعة أو المكتوبة وتلصق بذاكرة المشاهد وإذا ما استخدمت مع الكلمة المسموعة فهي تعطي ثقة كبيرة للمتحدث.

4. المسرح:

يعد المسرح من أقدم وسائل الاتصال وهو تعبير عن الحياة الإنسانية في كافة أشكالها ومشكلاتها ونظمها المتباينين وهو فن جماهيري صادق يندمج فيه الممثلون مع المشاهدين في بوتقة واحدة تتحدث بلسان الشعب وخطباته، ومن هنا فالمسرح يشكل ضرورة ثقافية لازمة لتقدم الشعوب وحضارتها ورفقيها وهو يساير الاحداث ويواكب التغيرات الاجتماعية لذي الشعوب المختلفة^(٤٦)

والفن المسرحي من أكثر الفنون اندماجاً في الحياة ويعد من أقدم وسائل الاتصال وتتمثل طقوس الرقص عند الإنسان البدائي بذرة المسرح ونواته ولقد عرفت الحضارات القديمة هذه الوسيلة من وسائل الاتصال ويرتبط ارتباطاً مباشراً بالحضارة الإغريقية⁽⁴²⁾.

عزوف الحضارة العربية علي المسرح الي طبيعة الشعر العربي كشعر غنائي لا يصلح للتمثيل وإلي ارتباط المسرح اليوناني بالأطر الدينية الوثيقة التي تتعارض مع عقيدة الاسلام محور الحضارة العربية^{٤٧}.

والمسرح أقدم الفنون وكثيراً ما تردد عبارة (المسرح أبو الفنون) والفن المسرحي أكثر الفنون اندماجاً في حياتنا بمعني أننا لو دققنا النظر وأمعنا الفكر في سلوكنا اليومي وتصرفاتنا لعرفنا أننا نمثل علي مسرح الحياة، فحينما نشاهد مجموعة من الناس نتحدث بتلقائية ونلاحظ حركات أجسامهم وإشارات أيديهم وتعبيرات وجوههم، ونبرات اصواتهم نتأكد أنهم يمثلون وهكذا في مواقف الحياة بصفة عامة^{٤٨}.

المسرح كوسيلة اتصال جماهيرية:

إن اساتذة الاتصال الإنساني، لا يعدون المسرح ضمن وسائل الاتصال الجماهيري ربما يعدونه من الفنون، والبعض منهم يعده وسيلة اتصال مواجهي فلا تنطبق عليه خصائص الاتصال الجماهيري، ويقول خليل صابات في مقدمة كتابه: (وسائل الاتصال نشأها وتطورها).

(42) محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص54.

(وإن كنا أسقطنا المسرح من حسابنا في هذا الكتاب فلأنه في رأينا وسيلة اتصال سمعية مباشرة، وذلك أن الممثل المسرحي يتوجه إلي جمهوره مباشرة في حين ان الممثل السينمائي لا يتوجه مباشرة ولا يشعر برود فعله إلا إذا كان حاضرا عرض الفيلم الذي يشارك فيه فضلا عن أن جماهير السينما أعرض بكثير من جماهير المسرح)⁽⁴³⁾.

ولكن من المؤكد ان المسرح يعتبر وسيلة من وسائل الاتصال الانساني بصفة عامة، بل هوة اقدمها، ومن اصولها التي تفرعت عنها اساليب الاتصال الاخرى، فالمسرح اتصال مواجهي لان الجمهور يري الممثلين وهؤلاء يروون رواد المسرح الذين أتوا لمشاهدة العرض المسرحي ومن ثم يكون التجاوب مباشرة بين المتفرجين والممثلين، ويشعر الممثلون برد فعل الجمهور وتجاوبه مع المسرحية من خلال الاقبال على مشاهدة المسرحية وشغل كل او معظم المقاعد في صالة المسرح ومن خلال الضحك احيانا على بعض المواقف في العرض المسرحي او التصفيق احيانا أخرى ومن خلال الصمت والهدوء التام الذي كثيراً ما يعبر عن اندماج المشاهدين وانفعالهم بأحداث المسرحية ، لدرجة الاستغراق في المشاهدة وتخيل أنفسهم مكان الممثلين، أي يمكن أن يعيشوا حالة من التقمص الوجداني والذي يعني قدرة الفرد على تخيل نفسه مكان الآخرين في ظروفهم ومواقفهم.

ويواجه المسرح منافسة حادة من قبل التلفزيون شأنه في ذلك شأن وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى ويحاول المسرح دائماً أن يطور من نفسه لكي يصمد في وجه هذه المنافسة بعرض مسرحيات تعكس واقع حياة الشعب أو الشعوب وتعبير عن آمال الناس وألهمه وبأن يجعل الإنسان محور مسرحياته^{٤٩}

5. السينما:

السينما من الناحية العملية هي جهاز أو آلة للتقاط صور على فيلم (شريط) وجهاز آخر أو آلة لعرض هذا الفيلم، وبعد ذلك تأتي أجهزة وأدوات مساعدة لصناعة السينما مثل أجهزة تحميص ومونتاج وصوت ولكي نحصل على فيلم سينمائي لأبد من توافر الآلات الأساسية التالية وهي: ٥٠

د. آلة التقاط الصور وهي كاميرا التصوير أو آلة التصوير السينمائي.

هـ. فيلم دعامة مادة مرنة ومحسن للضوء يتم التقاط الصور عليه.

و. آلة لعرض هذا الفيلم أو الشريط.

إن ابتكار هذه الآلات وغيرها مما يدخل في صناعة السينما هو ثمرة جهود عديدة من المخترعين المبتكرين العلماء علي مدي سنوات طويلة منذ حضارات ما قبل الميلاد إلي الحضارة الإسلامية في العصور الاوسطية ألي عصرنا الراهن⁽⁴⁴⁾. ويقول الدكتور خليل صابات: المخترع الحقيقي للسينما هو لويس لومبير الذي صنع أول جهاز لعرض الصور السينمائية والتقاطها وقد سجل اختراعه في (13 فبراير 1895م) في فرنسا وشاهد الجمهور أول عرض سينما فوتوغرافي في (28 ديسمبر 1895م) بباريس، وقد عرفت إنجلترا السينما في الوقت نفسه تقريبا الذي عرفته أمريكا وفرنسا أي السينما ابتكرت في نفس الوقت في كل من فرنسا وأمريكا وبريطانيا⁽⁴⁵⁾.

ورغم الاف السنين التي تفصل بين ميلاد المسرح وبين ميلاد السينما إلا أنهما تؤامان في بعض الوجوه، وأن اختلفا في بعض الوجوه فالسينما فن جماهيري وللسينما تأثير على قاعدة الهرم الاجتماعي في كافة المجتمعات و رواد المسرح من الطبقات الاكثر ثقافة وقدرة اقتصادية في كافة المجتمعات وحظ السينما في الاستفادة من التكنولوجيا اوفر من حظ المسرح. لا شك أن العلاقة بين السينما والشباب هي أول العناصر عند قياس تأثيرها على المجتمع ويرتبط ذلك بتقليد النجوم وأسلوبهم في الحديث، والملابس والزينة، وطريقة كما تبرزها الأفلام، والسينما تمثل للشباب المبكر من أبناء الدولة النامية، سكان البنادر ومدن الأقاليم، زادا أسبوعياً من الترفيه والتسلية وتمضية وقت الفراغ، ينتظرونه بشغف بالغ في دار العرض الوحيدة، أو أكثر من دار عرض في المدن الكبيرة، ومن هنا يبرز مدي التأثير الذي تصنعه السينما في عقول الشباب وسلوكهم⁽⁴⁶⁾.

تستطيع السينما أن تخرب عقول الشباب ونفوسهم لخلق عالم حالم مشحون بالمغامرات والحب والابهة ٥١

(43) خليل صابات، وسائل الاتصال ونشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 87.

(44) محمود عبد الروؤف كامل ، علم الإعلام والاتصال بالناس، مرجع سابق، 179.

(45) خليل صابات، وسائل الاتصال ونشأتها وتطورها، مرجع سابق، ص 371.

(46) محمد سيد محمد ، الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص 67

- السينما توظف الحركة والصوت واللون والمؤثرات الصوتية وغير الصوتية للتأثير في الناس و لأنها تخاطب العديد من الحواس لدي الفرد، مثل البصر، والسمع، والفؤاد، عن طريق الصور المتحركة والملونة، والناطقة، وبصحة المؤثرات وتوجيه الكاميرا لزوايا أو جوانب معينة من الصور، أو من الحدث كما يمكن اعتبار الديكور والماكياج والملابس والموسيقى المصاحبة من المؤثرات أيضاً.

- الفرد يذهب للسينما وذهنه مهياً للاستمتاع بالفيلم وتفهم مضمونه، وبذا تتوفر فرصة تأثير كبيرة للسينما قد لا تتمتع بها غيرها من وسائل الاتصال بال جماهير الأخرى، فضلاً عن أن المشاهدة الجماعية وسط عدد من الناس داخل دور العرض يمكن أن تزيد من فاعلية السينما أيضاً فالفرد يشعر أنه واحد مثل هؤلاء الناس يشاهد ويستمتع ويستوعب مضمون الفيلم وفكرته. ٥٣

- السينما توظف إمكانية تكبير المشاهد الصغيرة أو الأشياء الصغيرة والتركيز عليها وتقريبها لعين و ذهن المشاهد بشكل قد لا تستطيع عينه، ومثال ذلك حينما تنقل السينما مشاهد مقربة ومكبرة لأجزاء الجسم الدقيقة والتي لا تزي بالعين المجردة أثناء العمليات الجراحية، ومثال آخر أيضاً حينما تنقل الينا الكاميرا السينمائية لقطات مكبرة ومقربة لتعبيرات الوجه أثناء الفرح أو الخوف أو التعصب..

- رغم أن السينما تعد وسيلة اتصال جماهيرية إلا ان طابعها يغلب عليه الترفيه وتقديم القضايا الإنسانية بأسلوب ترفيهي، مع الاخذ في الاعتبار الأفلام التسجيلية والتعليمية والإنسان يميل إلي الترفيه والتسلية اكثر من القراءة مثلاً. لأن معظم مادة أفلام السينما هي قضايا الإنسان بصفة عامة فالمشاهد يعايش أحداث الفيلم ويندمج معها وقد يتأثر بها تأثراً كبيراً، فكثير ما يقلد الناس أبطال الفيلم في الحركة والملبس وطريقة تصفيف الشعر والحديث وكثيراً ما يرددون عبارات وردت في الأفلام وتصبح كالحكم والامثال الشعبية

6. التلفزيون:

أن التطور السريع الذي حققه التلفزيون جاء طبيعياً مع التسلسل التاريخي لما سبقه من مخترعات خدمت العمل الإعلامي وتضافرت مجتمعه في نسخ شبكة الاتصالات العالمية، فمنذ أن ولدت اولي آلات الطباعة لجوتنبرج عام(1453م)، مر وقت طويل حتي أصبحت الصحافة علي الصورة التي نراها اليوم، وعلي العكس من ذلك فإن موجات الراديو التي تم اكتشافها عام (1888م) جري البث عبرها عام (1895م) ومهدت سرعة أكبر لانطلاق الكلمة المنطوقة من خلال الاذاعة مع بداية عام (1900م) اي بعد خمسة أعوام فقط.

هكذا تسارعت معدلات التطور والتوظيف لمخترعات العصر لخدمة العملية الاقتصادية ساعد ابتكار موريس لجهاز التلغراف علي نشأة وكالات الأنباء كما أن اختراع الاخوة اوجست ولومبير لالة التصوير عام (1885م) ساعد علي ظهور السينما الي الوجود آنذاك هكذا يمكن القول ان الاكتشافات العلمية الحديثة هي التي ولدت الرغبة للإفادة منها تطبيقات مفيدة كان التلفزيون في مقدمتها.

وفكرة إرسال الصوت لمسافات بعيدة بدون اسلاك بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والتي هي مادة الراديو هي نفسها بعيدة لاستقبالها بواسطة أجهزة التلفزيون ورغم ان التجارب الاولي علي البث التلفزيوني يرجع تاريخها الي ما قبل العام (1939م) في الولايات المتحدة إلا ان التلفزيون لم يأخذ في الانتشار الا بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية ٥٣ وقد جمع التلفزيون خصائص السينما والراديو واستفاد من الابتكارات التي سبقته في مجال الكهرباء والتصوير الضوئي والسينما والراديو فقد نقل وجمع الخصائص الاقتصادية للراديو والسينما وهذا يفسر بتفوق التلفزيون عليهما ٥٣

مميزات التلفزيون كوسيلة إعلام:

يتميز التلفزيون عن سائر وسائل الاعلام الاخرى بالعديد من المميزات يمكننا أن نبرزها فيما يلي:
ز. التلفزيون أقرب وسيلة للاتصال الموجهي وقد يتفوق على الاتصال الموجهي في قدرته على تكبير الأشياء وتحريك الأشياء الثابتة(47).

(47) حسين عبدالقادر، الرأي العام والدعاية وحرية الثقافة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1962م)، ص156.

ح. الفورية في إذاعة الأحداث والأخبار ويشترك التلفزيون مع الراديو في هذه الخاصية ولكن يتفوق الراديو نسبياً لأنه لا يحتاج لكاميرا لتصوير وبث الصوت ولا يحتاج أكثر من خط تلفوني جاهز وواضح أو موجة يبث عليها في حالة التلفون اللاسلكي.

ط. تخطي الحدود الطبيعية والجغرافية فموجات التلفزيون الكهرومغناطيسية يمكنها ذلك بشرط توفر محطات الإرسال القوية ومع استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني ازداد تمتع التلفزيون بهذه الخاصية التي يشترك فيها مع الراديو أيضاً. ٥٤

ي. يذهب التلفزيون الي المشاهد في بيته وهو بين عائلته واصدقائه وفي وقت الفراغ حيث يسهل التأثير عليه مما كان له أثر على الأفلام السينمائية فقل مشاهدوها والبرامج الإذاعية أذ أنخفض مستمعوها والكتاب والصحيفة فقل قارؤها ك. التلفزيون يتمتع بانتشاره وتنوع برامجه، فهينات التلفزيون تستخدم أكثر من قناة في محطاته تقدم كل منها برامج مختلفة ومن أهم مزايا برامجه أنها تساعد الجمهور ومشاهدة الأحداث الهامة العالمية والمحلية والبعيدة والمتفرقة وقت حدوثها.

ل. أساتذة الاعلام يقولون أن الخاصية المدهشة للتلفزيون هي أنه يكون علاقة حميمة مع أهل المنزل فليس المسألة فقط (جهاز منزلي) مثل الغسالة أو الثلاجة، لا يكلفك الانتقال من مكانك والخروج بملابس خاصة إلي (المجتمع) الذي تنهياً للالتقاء به طبقاً لأعراف وتقاليد معينة ولكنه يأخذك كما أنت وبشكلك ضمن مجتمع شامل مبهم، يضع التلفزيون بنفسه اعرافه وقوانينه. ٥٥

تلخص هذه العبارة التأثير الكبير للتلفزيون على الافراد، وعلى المجتمع فهو صديق حميم قريب للفرد وبشكل كثيراً من أنماط السلوك وعادات المجتمع، وربما قيمه وعقائده على المدى الطويل ولذا يحذر كثير من علماء الاجتماع والتربية والاتصال وغيرهم من بعض الآثار الجانبية للتلفزيون على المجتمع بصفة عامة وعلى صغار السن بصفة خاصة، حينما يتعلمون مما يشاهدون على شاشاته بعض العادات الضارة والسيئة مثل التدخين ومحاولة تقليد مظاهر الاسراف في المناسبات أو محاولة تقليد بعض مشاهد العنف والجريمة التي في الأفلام والمسلسلات.

إذا تم استخدام جميع وسائل الاتصال في التغطية لفعاليات سنار عاصمة للثقافة الاسلامية ستنتج الفعاليات في عكس الثقافة الاسلامية في العواصم الثقافية.

الاعلام الالكتروني :

تميز القرن العشرون بتطورات تكنولوجية انعكست علي النظم الاتصالية حتي ظهر ما يسمى بمجتمع المعلومات الذي جاء هو الآخر نتاج للتزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات الفضائية وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية القادرة علي تخزين قدر هائل من البيانات وسهولة استرجاعها ومع بداية القرن الحادي والعشرين كانت شبكة الانترنت تخدم اكثر من مائتي مليون مستخدم، مما يؤكد علي الاهمية التي اكتسبها (الانترنت) من خلال استصحابه لمجموعه من المفاهيم والمصطلحات كالتفاعلية والتزامنية والانتقائية والقابلية والانتشار والكونية وغيرها.

وبعد ظهور الانترنت بداية ثورة رقمية واسعه في مجال الاتصال الانساني وتغييراً جوهرياً بحيث كانت وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية تنتج نمودجا اتصالياً ذا (ديناميكية معينة) تقوم علي نقل المعلومات من مصدر واحد الي متلقين كثيرين ٥٦

أولاً: مفهوم الإعلام الجديد:

حسب قاموس التكنولوجيا الرفيعة، Gigh-Tech Dictionry يعرف الإعلام الجديد بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

كما تعرف بانها: الطرق الجديدة في الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات من الناس بإمكانية الانتقاء والتجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع

وأيضاً تعرف بانها: وسائل الإعلام والاتصال الحديثة التي نشأت في ظل البيئة الرقمية، حيث تتميز بالتفاعلية والتنوع في الأشكال والتكنولوجيا ٥٧

وقد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال، وتتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية ٥٨.

كما يشير الاعلام الجديد الي الطرق الجديدة في الاتصال الي البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الاصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع علي الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجتمعات بإسماع اصواتهم وصوت مجتمعاتهم الي العالم.

وتعرف كلية شريدان التكنولوجية، الاعلام الجديد علي انه: كل انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ٥٩.

تتعدد مرادفات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة حيث يطلق عليها العديد من المسميات والمصطلحات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي (الحي على خطوط الاتصال)، (Online) Media الإعلام السيبروت (Cyber Media) والإعلام التشبيبي (Hyper Media)

كما تتعدد وسائل الإعلام والاتصال الجديدة بتعدد أدواتها، وهي تزداد تنوعا ونموا وتداخلت مع مرور الوقت وزيادة التطور الرقمي ويمكن تحديد هذه الوسائل في: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنديات الحور والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها.

بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الأنترنت والموسيقى، ومقاطع الفيديو والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية وحركات الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة ٦٠.

ثانياً: نشأة وتطور الاعلام الجديد:

نشأ الاعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الانترنت التي نشأت فكرتها في ستينيات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الامريكي وقوع هجوم او كارثة نووية تؤدي الى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية.

بعد ذلك مر المشروع بعدة تطورات وصولا الى ما يعرف اليوم بشبكة الانترنت Internet وهي مشتقة من: International Network وهي الشبكة العالمية، وتقوم على وصل الملايين من اجهزة الحاسوب بعضها ببعض في عشرات الدول في العالم، وتملك هذه الاجهزة المؤسسات ودوائر حكومية وشركات وجامعات وأفراد ممن يمتلكون اجهزة شخصية موصولة بشبكة الانترنت.

وتعتبر شبكة الانترنت اليوم اكبر جزء من تقنية المعلومات Information Technology في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الافراد في جميع انحاء العالم يتم عن طريقها اجراء المعاملات المختلفة تجارية كالأبحاث عن الاسواق وأوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الانترنت في مختلف نواحي الحياة اثارا كبيرة على جميع مجالات الحياة، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الاعلام والاتصال مما ساهم في ظهور ما يسمى بالإعلام الالكتروني بأشكاله المختلفة المقروءة والمسموعة والمكتوبة.

وقد اصبح الاعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي، فهو ثورة في عالم الاعلام والاتصال حيث انه شمل وسائل الاعلام التقليدية وطور من أدائها، فالتقنيات التلفزيونية امكنا بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل، وكذلك المحطات الإذاعية اصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي. 1 وهذا التطور فرض على كافة وسائل الاعلام التقليدية ضرورة مواكبته والاستفادة منه حتى تبقى على قيد الحياة، فسارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع الكترونية لها على شبكة الانترنت، وتزايدت هذه الصحف الالكترونية، اضافة الى صدور كثير من المجالات التي استفادة من هذه التقنية وكذلك انتشار المواقع الالكترونية المختلفة ٦١

إذن فبرغم من التطور الذي شهدته تكنولوجيا الاعلام الجديد إلا أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها

بالأخرى بشكل الغيب معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تنسم بالطابع الدولي أو العالمي. ٦٢

كما ان وسائل الإعلام الجديدة ليست بئاً أحادي ا وتلقى إجباراً مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتجاجاتهم، ويشاركون هم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، وبموجب نظام الإعلام الجديد يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد، والإعلام الجديد هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط يؤدي أدواراً جديدة كلياً لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها.

وتتميز وسائل الإعلام الجديدة بالرقمية، والتفاعلية، والتشعبية، والتفردية، والتخصص، والجماهيرية، وتزواج الوسائط والتكنولوجيات، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة تأخذ مكانها الآن مثل الإعلام حسب الطلب ٦٣.

كما يمثل الاتصال الإلكتروني منظومة جديدة تختلف عن المنظومة التقليدية، وتحقق مجالاً شبيكياً يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية، وتمثل شبكة الويب فضاءً جماعياً يشترك المستخدمون في إنتاجه، كما يمكن النظر إليه على انه نموذج تواصل جديد، لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل - مستقبل) في اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي (٦٤).

ثالثاً: وسائل الاعلام الجديد:

4. شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك ومن أشهرها "فيسبوك"، و"ماي سبايس"، "يوتيوب"، "تويتر"، "انستاغرام". وتميزت بسرعة نقلا الخبر وتداوله بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها. وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية، وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا، وأصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل الأمثل لأنشطة الماضي التقليدية، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط هي التي تسيطر على نظام الاتصال بدرجة لافتة للنظر.

وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها، دوراً هاماً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية. وشهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة ٦٥.

كما تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تشكيل الوعي السياسي للشباب، عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما تسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام. والوعي السياسي هو عبارة عن مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، يحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر، الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية. من خلال قدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية، وتأثيرها كذلك على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة ٦٦.

5. المدونات:

هي يوميات شخصية على شبكة الأنترنت يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص على الحاسوب وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني - وهي تمزج عمداً بين المعلومات والآراء ٦٧.

تلعب المدونات دوراً متزايداً في تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل الدور الإيجابي الذي لعبه المدونون في بعض الدول العربية، والذي ساهم في نشر ثقافة الاحتجاج وزيادة معدلات الممارسة للناشطين سياسياً. رغم كل إجراءات الرقابة على الأنترنت والقمع والتخويف للمدونين في الدول العربية، فإن ظاهرة المدونين ثبتت عملياً صعوبة إيقافها والسيطرة عليها، لا عبر تقنيات الرقابة أو بنود القوانين الصارمة والإجراءات القمعية بحق المدونين. وهذا راجع إلى:

ز. سهولة إنشاء المدونة.

ح. قلة تكلفتها.

ط. سهولة الاستخدام والتحديث.

ي. الأنية والتفاعل.

ك. الوسائط المتعددة.

ل. عالمية الانتشار ٦٨

6. الويكيبيديا: Wikipedia

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات جماعية مشتركة، أشهر هذه المواقع، موقع (Wikipedia) الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.

7. المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص، على شبكة الأنترنت -مثل المواقع المتخصصة - بحيث تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون فرض أية قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم في البرنامج ٦٩

رابعاً: وظائف وسائل الإعلام الجديد

3. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي: حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في اطار واقع وهمي، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته ٧٠.

4. سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام: حيث تتوفر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.

9- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها: ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الأنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوي" التي تعمل بمعزل عن النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تساهم في تنمية المشاركة الديمقراطية ٧١

10- وظيفة الدعاية: غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية، التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

11- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة: والتي تتميز بالضخامة بشك غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة ٧٢.

12- وظيفة التعليم: نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في مجال التعليم، فحققت دول العالم تقدماً ملموساً لاستفادة من شبكة الأنترنت في تقييم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم ٧٣

13- وظيفة التسويق: أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويهاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة ٧٤.

14- وظيفة التسلية والترفيه: مع انتشار موجة المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الأنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات العمرية، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت

تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها ٧٥.

خامساً: مميزات الإعلام الجديد:

16. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه؛ فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.

17. اندماج وسائل الإعلام المختلفة: والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخر بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.

18. حرية الإعلام: فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.

19. تعدد الوسائط: حيث إنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيجاً من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطن، وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتاريخية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

20. ثقفت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.

21. غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت؛ فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده.

22. الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

23. قابلية التواصل بصر النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوي. ٧٦

24. قابلية التحويل: حيث أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة أو العكس.

25. قابلية التوصيل: وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.

26. الانتشار (الحضور الكلي): ويعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف وإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول وعلى نطاق واسع.

27. الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

28. السرعة في إنجاز الاتصال: حيث تم الانتقال من مراحل المتعددة إلى أسلوب المرحلة الواحدة.

29. التنظيم: حيث أصبحت معالجة البيانات بطريقة رقمية أكثر سهولة في تنظيمها.

30. التكثيف: حيث أصبح بمقدور القائمين بالاتصال إمداد المتلقين بجرعات متعددة الأوجه ومفتوحة الاحتمالات ٧٧

سادساً: سلبيات الإعلام الجديد:

1. انتحال الشخصية.
2. الذم والتحقيق والإهانة عبر الشبكة.
3. النصب والاحتيال في المعلوماتية.
4. انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية.
5. التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء على الخصوصية، وهي تتعلق بجرائم إحتراق.
6. تشكل أحد وسائل غسيل الأموال.
7. تتيح تشكيل منصات مواقع إلكترونية إباحية.
8. سهولة إخفاء معالم الجريمة الإلكترونية، وصعوبة تتبع مرتكباها.

9. غيرت من أنماط الحياة في المجتمع الشرقي ٧٨.

المبحث الثالث: التعطية الاعلامية

3. تعريف الخبر:

وقد تحدثت تلك المحاولات كلها، عن العملية الإخبارية ووصف تغطيتها، أكثر من تحديد تعريف للخبر ووصفه بلغة محكمة موجزة تحدد أبعاده وتوضح مفهومه ٧٩
ومن محاولات تعريف الخبر، ما يري جون بوجارت محرر صحيفة (نيويورك صن)، والذي قال أن عض الكلب رجلاً فليس هذا خبراً لأنه يحدث عادة، وإنما الخبر إذا عض الرجل كلباً.
إذن المبدأ ان كل ما هو روتين ليس جدير بأن يكون خبراً، ويرفض الكثير من الغربيين التعريف التقليدي للخبر.
كما ان محاولة تعريف الخبر لدي الكثير من الصحفيين يبدو انه عملاً أكاديمياً يلائم الجامعيين والمختصين ويردد بعضهم عند تعريف الخبر عبارة جير ترود شتاين (الخبر هو الخبر).
وربما شبه صحفيون آخرون الخبر بالجوع، فقد يكون بمقدورهم أن يضعوا تعريفاً له الا أنهم يعرفونه عندما يشعرون به ٨٠

إذا كان الخبر يعرف من قبل بأنه وصف لحدث وقع بالفعل فإن هذا التعريف قد بدل ليكون وصفاً لحدث يقع الان في اللحظة التي تستمع اليه وتشاهده، وقد أصبح بمقدور وسائل الإعلام الحديثة تقديم تغطية إخبارية فورية تنقل المشاهد الي ساحة الحدث مباشرة، وتقدم له تطورات الأحداث تباعاً علي مدار الساعة حتي صار المراسل يصارع الزمن بالثواني والدقائق. ٨١

إن الاخبار كابرز محتويات وسائل الإتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة من تكنولوجيا الإتصال مما أدي الي زيادة فاعلية أداء وسائل الإتصال الاخبارية علي الصعيد المحلي والدولي وتتمثل اهم مجالات الأفادة الاخبارية من تكنولوجيا الإتصال في الجوانب التالية. ٨٢

5. توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً من خلال بث وقائع الحدث الإخباري علي الهواء خلال فترة لا تتجاوز دقائق من تواجد المندوبين في موقع الحدث سواء داخل الدولة أو خارجها.

6. توسيع عدد القنوات وزيادة سعة كل قناة حتي في الدول التي تعاني ضعف الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية.
7. تحسن الاداء المهني للوظيفة الاخبارية لوسائل الإتصال وتطويره من خلال إبتكار نظم لحفظ المعلومات وإسترجاعها داخل البلد وخارجه.

8. إستحداث وسائل قنوات جديدة.

حيث إستطاعت التكنولوجيا الحديثة إلغاء الفواصل الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاثة المعروفة ٨٣.

أ. مرحلة إندلاع الخبر.

ب. مرحلة بث الخبر.

ج. مرحلة التشيع.

حيث أصبح الخبر هو الذي تشاهده وهو يقع ولعل وراء كل تغطية إخبارية صحفي يتمتع بمقدرات ومهارات متعددة لإنجاز المهام المكلف بها.

إن الصحفي اليوم لم يعد حارس بوابة تقليدي بل أصبح يتمتع بحكم ذاتي، فهو الذي يختار المناسب من الاخبار وينظم عملية التدقق الإخباري بل أنه يصنع الخبر ويستضيف السياسيين لإجراء الأحاديث وهو الذي يكشف عن الفساد في الدولة والمجتمع، فالخبر عند هذا الصحفي هو عبارة عن صورة مثيرة لما يجري في العالم. ٨٤
وتعتبر الأحداث مهمه أساسية للصحفي وتعني كيفية الحصول علي المعلومات حول الحدث من مصادرها الأساسية، والقيام بمتابعة تطوراتها وما يتعلق بنتائجها من أحداث أخرى.

وقد قدمت الأدبيات الغربية في مجال التحرير محاولة لصياغة المعلومات التي يحاول الصحفي الحصول عليها من تغطية للأحداث في شكل ستة تساؤلات، تعرف بـ (S + H, O W) وأعتبرت هذه الأدبيات أن الإجابة علي هذه التساؤلات الستة تشكل تغطية متكاملة للحدث تكفي لإشباع حاجة القارئ من المعلومات حول الحدث⁽⁴⁸⁾.

ويقرر جون هونبرج إن أساس كل كتابة جيدة هو التغطية الخبرية الجيدة، كما أن الدقة والوضوح والحدثة والأهمية هي صفات ضرورية وتتميز بنفس القدر المقومات الأوسع مثل النزاهة التي يسميها البعض الموضوعية والذوق والحكم السليمين.

ويضيف أن التغطية الجيدة هي الصفة التي لا غني عنها والتي تجعل الصفات الأخرى ممكنة وبدونها يضيع الكاتب. ٨٥

4. تعريف التغطية الخبرية

التغطية اصطلاحاً:

يعرف دكتور فاروق أبو زيد التغطية الإخبارية بأنها عملية الحصول علي البيانات وتفاصيل حدث معين، والمعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه، ومكان وقوعه، وأسماء المشتركين فيه، وكيفية وقوعه ومتى وقع؟ وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر بحيث يكون صالحاً للنشر.

ويضيف أن هناك فرق بين الحدث والخبر فالحياة مليئة بملايين الأحداث التي تقع كل يوم بل كل لحظة، ولكن عندما يكون مالكا لعدد من عناصر الخبر الصحفي يستحق النشر ٨٦

ويري دكتور محمود علم الدين وليلي عبدالمجيد أنها العملية التي يقوم من خلالها المحرر الصحفي بالحصول علي معلومات عن التفاصيل والتطورات بالجوانب المختلفة للحدث أو واقعة أو تصريح ما أو بمعنى آخر يجيب علي كل الاسئلة التي قد تتبادر إلي ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح ثم يقيم هذه المعلومات ثم يكتبها ويحررها بأسلوب صحفي مناسب وفي شكل مناسب⁽⁴⁹⁾

ويؤكد سليمان صالح ان علي الصحفي تقع مسئولية إجابة علي الاسئلة الستة المعروفة أو جزء منها، عند تكلفة بالتغطية الإخبارية لحدث ما ولا بد أن يحرص المندوب الصحفي في إجابته علي السؤال الأول (من) الذي يحتوي علي الشخصيات التي شاركت في صنع الحدث أو لديها معرفة به وأن يقدم تفاصيل وافية عنهم بحيث تتيح للقارئ أن يستدعي معرفته السابقة عن هذه الشخصيات بالإضافة إلي المعلومات الجديدة التي يستطيع تقديمها عنهم.

أما إجابته علي السؤال ماذا فانها تركز علي وصف الحدث نفسه أو تقديم تقرير عنه إلي القارئ وتعتبر هذه الإجابة من أهم الجوانب التي يعتمد عليها في التغطية الإخبارية وبدونها لا يصبح لهذه التغطية قيمة، حتي إن كانت الإجابة تتضمن كل التساؤلات أما إجابة السؤال أين تهتم بتحديد المكان ويعتبر تحديده هام للغاية في أكثر الاحيان ذلك لأنه يساعد علي فهم القارئ للحدث.

وتهدف إجابة التساؤل لماذا، أي عملية تفسير الحدث والأسباب التي أدت لوقوعه أو ما يعرف (بخلفية الحدث) وهذا يؤدي الي فهم القارئ للحدث، ويستخلص من إجابة السؤال كيفية وقوع الحدث، وتكون الإجابة علي هذا السؤال مهمة جداً في بعض الاحيان وعلي الصحفي ان يسعى للحصول علي أجابة التساؤلات الستة عند القيام بتغطية أي حدث ما، رغم أنه من الصعب الحصول علي إجابات كلها في بعض الأحداث ويمكن نشر الخبر إذا توفرت فيه إجابة علي ثلاثة تساؤلات علي الأقل

ويري دكتور سليمان صالح أن الخبر يظل ناقصاً إذا لم تتم الإجابة علي جميع الاسئلة وحتى بعض الحصول علي إجابات الاسئلة المعروفة فإن الخبر يحتاج إلي المعلومات التي يجب ان تستكمل هذا الخبر حتي يستطيع القارئ فهم الحد

ث ٨٧

ثانياً: خطوات التغطية الإخبارية:

حدد محمد الحتو خمس خطوات تمر بها عملية التغطية الإخبارية علي النحو الآتي:

(48) سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، (القاهرة: النشر للجامعات، 1998م)، ص 117.

(49) محمود علم الدين وليلي، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، مرجع سابق، ص 57-58.

- و. وضع خطة لتغطية الخبر من مختلف جوانبه.
ز. الإعداد المسبق لتغطية الخبر من خلال الاطلاع على المصادر غير الحية وقسم المعلومات الصحفية.
ح. الانتقال إلى مكان الحدث للوقوف على تفاصيله.
ط. مقابلة المصادر المختلفة مع التركيز على المصادر الأساسية للخبر.
ي. تسجيل الحدث ٨٨.

ثالثاً: مراحل التغطية الخبرية:

تمر التغطية الخبرية بالمرحلة الآتية:

المرحلة الأولى: الحصول على الأخبار أو جمعها:

يقصد بهذه المرحلة، التقنيات الخاصة بجمع الأخبار وتتضمن جزئين (50):

ت. كيف نجد الأخبار.

ث. كيف نشهد علي صحتها

ويمكن تعلم عملية جمع الأخبار بمزيد من التوجيه والخبرة من كبار الصحفيين في المؤسسة التي يعمل بها المخبر. كما يحصل المندوب الصحفي علي أخباره من مصادره المختلفة وسواء كانت حية مثل الشخصيات والمسؤولين بالمؤسسات والشركات والهيئات.

وغير الحية مثل الوثائق والتقارير والنشرات والتسجيلات المسموعة والمرئية.

إن الأخبار التي يتوقع حدوثها يتم الترتيب لها مسبقاً كأن يكون هناك مخبر جاهز لتغطية مباراة كرة القدم مثلاً ولكن يجب أن تكون الصحيفة أو الوكالة أو أي وسيلة أخرى جاهزة للتعامل مع غير المتوقع من الأخبار الفورية لمواكبة الازمات المفاجئة ووصف جورج هو الأختبارات التي تمر علي المنظمة الإعلامية بنيران الإنذار الخمس Five alarm fires وهي تتمثل في تدمير قطار - تحطم طائرة - أعاصير - عواصف ثلجية، زلازل أرضية. ويجب أن يكون العاملون في مستوي الحدث.

وتتم هذه المرحلة عبر القنوات التالية:

أ. المندوب الصحفي News Reporter

ب. المراسل الصحفي Correspondent

ويعلق ميثال ريفان في كتابه قواعد التغطية الإخبارية علي مهارة الاستماع لدي الصحفي المخبر يقول أن المحرر الجيد يستمع بمسئولية لأي شئ يقوله المصدر ويبدل كل جهد لفهم معاني أو تصريح أو إشارة، لكن الاستماع بمسئولية يتطلب أكثر من السماع البسيط ماذا قال وفهم وراء السطور.

وتتمثل المصادر الخارجية في الآتي ٨٩

- وكالات الأنباء العالمية.

- الإذاعات المسموعة والمرئية المحلية والاجنبية.

- الصحف الاجنبية.

- النشرات والكتيبات.

- الهواة و المتطوعين

- الوثائق والسجلات.

- شبكة الانترنت.

المرحلة الثانية: تقويم الأخبار:

(50) محمود علم الدين وليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص127.

يقصد بتقويم الأخبار المفاضلة في نشر خبر دون آخر وذلك بتقرير ما إذا كانت المعلومات التي حصل عليها المندوب الصحفي أو المراسل تستحق النشر في وسيلته أو لا تستحق، وإذا كانت تستحق فهل تنشر ما هي أم أنها تحتاج كما هي إلي استكمال.

ويري الدكتور عبد العزيز شرف أن الخبر يتم تقويمه وفقاً لخصائص الجنس الإعلامي أو وفقاً لخصائصه الذاتية وذلك أن الخبر ككل شيء مجرد لا يقوم وفقاً للوسيلة التي تنشره فحسب ولكنه تاسيساً علي الفهم القائل بأن الخبر سرد لعلاقات الإنسان المتغيرة في بيئته يصبح ذا قيمة خبرية عندما يغير من الاوضاع القائمة ويتم تقييم الخبر وفقاً لمعيارين هما ٩٠:

المعيار الاول: القيم الخبرية:

توجد قاعدة مشتركة بين القيم الإخبارية بين العالم الأول والعالم الثالث ولا أحد ينكر أن مفاهيم الأخبار في العالم الأول مثل الموضوعية كان تأثيرها علي قيم العالم الثالث ولسوف تبقى دائماً بعض الاختلافات ما بقيت الاختلافات بين الدول وقد حددت دول العالم الثالث قيماً يمثابة بدائل لقيم العالم الاول مثل التنمية (الخبر هو النمو) والمسئولية الاجتماعية (الخبر مسئولية) في العالم الثالث، والتكامل الوطني وهذه قيمة توضح أن الخبر قد يكون دافعاً للشعور بالنعرة القومية والوحدة والتتقيف فالخبر يعلم ويثقف ويمكن أن يستخدم في توصيل معلومة صحيحة أو زراعية وغيرها⁽⁵¹⁾.

وتبرز قيم الصراع والشهرة والإهتمام الإنساني والغرابية في العالم الأول ويعلق جنيت مليمر بقوله أن القصة بمجرد أن تتحدث عن الموت إستحقت الطبع فأن كل أخبار الحوادث تثير فضول القارئ كما أن الأسماء اللامعة أو الاشخاص البارزين تمثل قيم من قيم الأخبار في الغرب ونجد أيضاً قيم الإهتمام الإنساني فكل ما يضحك القارئ أو يبكيه يضيق للموضوع أو الخبر قيمة وكذلك نجد الأشياء الغير عادية فالخبر لولا هذه المبالغة يخلو من قيمته فالقارئ دائماً يهتم بالأحداث الغير عادية⁽⁵²⁾.

والملاحظ أن القيم ليست ثابتة فهي تتغير بتطور الحياة وتتمسك دول الغرب بهذه القيم انطلاقاً من معتقداتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية فقيم اليوم الي جانب الفورية والقرب المكاني والشهرة والإهتمام الإنساني والصراع نجد المخدرات والإرهاب والبيئة تمثل قيماً مستحدثة.

المعيار الثاني: السياسات التحريرية:

تمثل مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الإسلوب أو الطريقة التي تقدم بها المضمون الإعلامي وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري، وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الإعلامي اليومي ولكل وسيلة إعلامية رؤية أو فلسفة تحكم عملها اليومي وتوجيهه وتؤثر عليه وهي رؤية شاملة تحدد موقف الوسيلة وإسلوبها وتؤثر علي السياسة التحريرية عدة عوامل بعضها يتصل بالوسيلة أو يرتبط بالنظام الإعلامي السائد أو الاوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها ٩١

المرحلة الثالثة: تحرير الأخبار:

تعني كلمة تحرير في المعني الصحفي مراجعة الخبر مع إحتمال إعادة كتابته ووضع العناوين الملائمة له، وإعداده للنشر في المكان المناسب له من الوسيلة، أي إفراغه من القالب الكتابي ونقله من الفكرة إلي التدوين علي الورق وفقاً لاساليب الصياغة.

وتخضع هذه المرحلة لثلاثة ضغوط أساسية هي:

- 1- عامل الزمن والإلتزام بالموعد المحدد للطباعة.
- 2- عامل المساحة (الإلتزام بالمساحة المخصصة).
- 3- عامل اللغة المستخدمة (إستخدام اللغة السهلة الميسورة ويعتبر كورتيس ماكدوغال أن المخبر هو العمود الفقري لعملية جمع الأخبار ونشرها وتوزيعها، أن كل مخبر هو أيضاً محرر وبالعكس فإن أفضل المحررين يحافظون طوال مسيرتهم الصحفية علي أن يبقوا مخبرين جيدين. ٩٢

المرحلة الرابعة: مراجعة الأخبار:

(51) البرت هستنر، ترجمة: كمال عبدالروؤف، دليل الصحفي في العالم الثالث، (القاهرة: العربية، 1990م)، ص 57-61.

(52) Melren Mencher، News Paper Reporting And Writing، university of colom bia، seven P P 1-10

وهي عملية يقوم بها المحرر بعد تحرير الخبر والهدف منها التأكد من تناسب أسلوب تحريره مع طبيعة الوسيلة وهي الصحيفة وسماتها وخصائص فراءها وسياستها التحريرية، ثم يتابع هذه العملية المحرر المراجع أو قارئ النصوص ويقوم الصحفي المراجع بإعادة صياغة الخبر مرة أخرى إذا إحتاج الامر أو تعديل المقدمة أو العناوين الهدف من هذه المرحلة التأكد من دقة المعلومات وصدقها وأسلوب الصياغة⁽⁵³⁾.

تتمثل عمليات هذه المرحلة في الآتي ٩٣:

- أ. اختصار الخبر: وذلك بسبب ضيق المساحة ويتم ذلك من خلال حذف بعض الفقرات أو إعادة الصياغة من جديد.
- ب. حذف بعض الأخبار الأقل أهمية.
- ج. دمج أكثر من خبر معاً: وذلك في حالة كونها تدور حول ذات الموضوع.
- د. ترحيل بعض الأخبار (البواقى): (أي نشر جزء من الخبر في صفحة، ونشر بقية في صفحة أخرى).

كتابة الاخبار:

تمثل كتابة الاخبار الجانب الثاني من التغطية الاخبارية حيث تبدأ رحلة البحث عن الخبر بغرفة الاخبار وذلك بأن يعطي المخبر أو المندوب أو المحرر ملخص مختصر عن طبيعة التغطية بواسطة المحرر المسؤول تتضمن أي معلومات ضرورية ومعروفة ومقترح بها نقاط البحث لتعيينه في مهمته وقد حددها ميلقن في:

- 1- استخدام لغة سهلة
- 2- تقديم صور وأمثلة واقتباسات
- 3- تقديم كل ما يتعلق بالإنسان واهتماماته
- 4- استخدام اسلوب مناسب⁽⁵⁴⁾.

تصنيفات التغطية الخبرية :

تتعدد أنواع التغطية الخبرية لاعتبارات منها توقيت حدوث التغطية، مثل هل هي قبلية أو بعدية أو متابعة، إلي جانب إعتبار معيار اتجاه المضمون ثم التغطية الموضوعية والتغطية لإعتبارات مهنية وهناك أنواع مستحدثة من التغطية الإخبارية مثل التغطية العامة والإنطباعية إلي جانب التيارات الجديدة.

أولاً: التغطية الخبرية حسب توقيت حدوثها: وتنقسم إلي ٤

4. التغطية التمهيدية Preliminary News Coverage :

يقصد بها قيام الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع ورصد وقائعه قبل أن يحدث فعلاً وتسمى بالقصة الصحفية التمهيدية.

5. التغطية التقريرية أو التسجيلية Documentary News Coverage :

وهي التي تتم بعد وقوع الحدث فعلاً، وهي تتم للأحداث المتوقعة حيث يظهر فيها مدى الاتفاق بين ما كان متوقفاً وما حدث فعلاً.

6. تغطية المتابعة: Follow UP News Coverage

وهي التي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في أحداث أو وقائع سابقة ما زالت تطوارتها ناقصة⁽⁵⁵⁾. ويقول دكتور أبو زيد في هذا الجانب أن علي المندوب إلا يكتفي بالحصول علي الخبر وإنما محاولة تتبع تفاصيله الدقيقة، ومن أكثر من مصدر لإستكمال معلوماته وأبعاده المختلفة وفي بعض الحالات قد لا يكون الإستكمال بتغطية تفصي في وقائعه بقدر ما يكون إستكمالاً لمعلومات لأبد منها لفهم الخبر وأبعاده.

ويضيف دكتور فاروق أبو زيد أن أخطر ما تقع فيه الصحيفة مثلاً عدم متابعة خطر معين قد يضطر القارئ إلي البحث عنه في صحيفة أخرى غير صحيفته التي تعود قراءتها وهي بالتالي فقدت هذا القارئ ودفعته إلي صحيفة أخرى.

ثانياً: التغطية الإخبارية من حيث المضمون:

(53) سليمان صالح، صناعة الأخبار في العالم المعاصر، مرجع سابق، ص 118 – 122.

(54) ميلغن ميننشر، تحرير الاخبار في الصحافة والاذاعة والتلفزيون، (دمشق المكتبة الاعلامية، ترجمة اديب خضور، ط1، 1992م) ص

6.

محمود علم الدين وليلي عبد المجيد ، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، مرجع سابق ص 126. (55)

ويندرج تحت هذا النوع من التغطية الإخبارية ثلاثة أنواع تتمثل في الآتي:

4. التغطية المحايدة: Objective News Coverage

أهم ما يميزها أنها تعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع دون تعمق أو أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر ويقدم الصحفي فيها قصص خالية من العنصر الذاتي والتحيز. ٩٥ ويرى دكتور عبد الفتاح عبد النبي إن هذا النوع من التغطية الذي يتمسك به صحفيو الغرب ينطلق من منطلقات مادية وسياسية تدعّمها ثقافة تلك المجتمعات دون الإمتثال لنوازح أخلاقية. ٩٦

5. التغطية المتحيزة أو الملونة: Advocacy News Coverage

ويركز الصحفي في هذا النوع من التغطية على جانب معين من الخبر، وقد يحذف بعض الوقائع ليس بقصد الاختصار وإنما بقصد إخفاء هذه الوقائع عن القارئ أو يبالغ في بعضها، أو يشوه بعض الوقائع، أو يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي، بهدف التأثير على القارئ.

ويرى دكتور حمدي حسن أن التغطية المتميزة أو الملونة أو المدافعة هي التي تتبنى في البداية وجهة نظر حيال قضية أو موقف، وهي خليط من الأخبار والرأي ووجهة النظر وتظهر في أعمدة الأخبار وليس في أعمدة الرأي ويؤكد أن كثيراً من دراسات الصحافة أظهرت إن هذا الاتجاه في التغطية الإخبارية لا يحظى بإهتمام وإعجاب واسع، فهي لا تظهر كثيراً في الصحافة، ولكن تهتم بها المجالات في الغالب

6. التغطية التفسيرية: Interpretive News Coverage

أدت بعض العوامل التي تمثلت في الكساد وظهور الحكومات الضخمة في فترة الخمسينات من القرن الماضي وحتى نهاية السبعينات إلى جانب تطور التقنيات في وسائل الإتصال الحاجة لتقديم خلفيات ومعلومات لمساعدة فهم الحدث وتفسيره وبالتالي ظهر هذا النوع من التغطية الإخبارية ما يعرف بالتغطية التفسيرية وتقوم أساساً علي التحليل السببي (Causal analysis) ويرى دكتور محمود علم الدين وليلي عبد الحميد إن التغطية التفسيرية تقوم أساساً علي التحليل السببي أو القوص في في أعماق الحقائق ووضع حدث خاص في التيار العام للحدث في بناء وتتابع يعطي تفسير ويتضمن فهم الخبر التمييز والتعرف علي الحدث المعين والمحدد كحلقة من سلسلة من الأحداث سواء من ناحية السبب أو النتيجة أو التأثير.

وأن هذا النوع من التغطية تتدرج تحته عملية تفسير أو وضع الموضوع في إطاره، من تعريف كلمة إلى فقرة أو أكثر إلى قصة أو أكثر متصلة، وتزود العديد من الوكالات الصحفية الصحف بمزيد من التغطية والتحليلات وكان هذا الأسلوب فتح الطريق أمام تدخل جديد للرأي داخل القصص الإخبارية ٩٧

ويضيف جون هونبرج بقوله (عن الكاتب المفسر يشرح الأخبار وينسبها إلى مصادر لها ليظهر كيف أن الشرح صحيح ولكنه يتوقف عند حد معين ولا يقدم مقترحات أو يحث علي إتخاذ أي إجراء علي مسؤوليته الخاصة. ٩٨

ثالثاً: التغطية الإخبارية من حيث الإعتبارات المهنية:

يقوم هذا التقسيم علي أسس حرفية أو مهنية يختص بها العمل داخل قسم الأخبار أولاً وأخيراً. ويعد جزءاً من تقييم الصحيفة لمجهود مندوبيها ومراسليها وعلي هذا الأساس نجد أنواعاً أخرى من التغطية الخبرية، بحيث تتخذ التغطية ثلاثة أشكال ولكل هذه الأشكال مميزات ولكن الحدود بينها تكاد لا تقع في شكل أو تصنيف واحد، بل تنتشر إنتشاراً واسعاً بين الأقسام الثلاثة وهذا يعني أن المخبيرين الجيدين لأبداً أن يكونوا مستعدين للعمل في هذه المجالات الثلاثة:

4. تغطية التكليف العام: General Assignment Coverage Breaking News

يعطي مخبرو التكليف العام الأخبار العاجلة أو القصص المسلية كما جاءت وتأتي التكاليفات عادة لمخبري التكليف العام مباشرة من المحرر أو مساعد المحرر والذين قرئوا شيئاً عن الحدث في البريد أو الإذاعة أو سمعوا القصة عن مسئول العلاقات العامة بإحدى المؤسسات أو من أي محرر آخر، أو مخبر أو من شخص أبلغ غرفة الأخبار بالنبأ أن معظم مخبري

التكليف العام الناجحين يمتازون بسرعة الكتابة ومعرفة مجتمعاتهم جيداً ويحررون أخبار الجريمة والأخبار الخاصة بالأشخاص وأخبار الطقس.

5. تغطية الخطبات أو السبق الصحفي: Working A Bent

يعرف دكتور كرم شلبي محرر السبق الصحفي بانهم: يقومون بتغطية الأخبار الطارئ أو العاجلة أو المسلية في مناطق جغرافية محددة مل يوم مثل الشرطة وأقسام الحرائق وأخبار المحاكم وأخبار حكومات الولايات وهم يأتون بأفكارهم الخاصة لقصصهم معتمدين علي معرفتهم وأتصالهم الدائم بمصادرهم، وقد يتلقي هؤلاء تكاليفات من قبل محرريهم ويكتب ويحرر مخبرو الخطبات قصة واحدة علي الأقل يومياً.

ويطلق دكتور كرم شلبي علي محرري السبق الصحفي اسم(مندوبي الخطبات الصحفية) أي الذين يحصلون علي الأخبار المهمة قبل الصحف المنافسة وهؤلاء يتمتعون بعلاقات شخصية واسعة في مجالات العمل الإخباري أن مهمة محرري السبق الصحفي لا تقتصر علي تغطية الاحداث فقط وإنما أكتشافها وإحاطة قسم الأخبار في الصحيفة بالاحبار المتوقعة.

6. التغطية الخاصة: Specialty Coverage

أن مخبري الأخبار الخاصة يغطون الاخبار العاجلة أو الخاصة بضرورة أكثر خصوصية بالإضافة إلي تغطية مناطق خاصة مثل أخبار النقل والمواصلات والطاقة والطب والتكنولوجيا والبيئة وغيرها وهم مثل مخبري السبق الصحفي مسئولون عن الحصول علي الأخبار من مصدر أصلي وارد من هذه المناطق أن الفكرة تأتي من صلب أفكارهم ومن المصادر الاصلية وعن طريق وسائل الإتصال المباشرة كالهاتف ومن المخبرين الصحفيين ومن دور النشر وهم عادة يهتمون بالاحبار الطويلة وبجذور المشاكل والأسباب الأساسية وخلفية هذه الأخبار فهم فريق من الصحفيين المهرة ٩٩

ويري الدكتور عبدالفتاح عبد النبي أن التغطية لا اعتبارات مهنية يمكن تقسيمها الي نوعين:

النوع الاول: التغطية العادية الروتينية:

وهي التغطية الروتينية اليومية للأحداث ويعرف مصادرنا بانها تقليدية مثل الوزارات وهيئات الحكومة ومراكز الشرطة وغيرها من المصادر التي يعين بها مندوب من قبل الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية بصفة مستمرة ودائمة.

النوع الثاني: تغطية الخبر الساخن:

يقصد بها تكليف خاص من الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية او مراسل أكثر مهارة لكي يتولى متابعة وقائع خبر او موضوع إخباري تجد الصحيفة أنه له مغزى اعلامي⁽⁵⁶⁾.

وتعتمد التغطية الإخبارية سواء كانت روتينية أو تغطية خبر ساخن بشكل أساسي علي مهارة وتجربة الصحفي كم أن عامل الميل الشخصي لدي المحرر يعتبر عاملاً مهماً في نجاح الصحفي في تأدية التغطية المؤكدة له.

ويلاحظ أن المؤسسات الإعلامية تعمل علي تقسيم المصادر إلي دوائر حيث يتم تكليف محرر يتغطية دائرة محددة وهذا من تجربتي أري أن بعض الصحفيين ليست لديهم الميول في هذا الجانب ولذلك لا يأتي الخبر بالفائدة في أغلب الأحيان كما أن التردد علي دائرة واحدة يكسب المحرر الملل.

رابعاً: التغطية الإخبارية من حيث العمق أو الحفر:

تمثل التغطية الإخبارية لمعيار العمق أحد التغطيات الهامة ويقسم مليفن مينتشر التغطية في هذا الجانب إلي ثلاثة أنواع

هي ١٠٠

4. التغطية الموضوعية:

هذا التعريف حسب ما اورده مليغن هو عبارة عن التسجيل الدقيق للمحضر أو الخطاب أو المؤتمر الصحفي، وتعتمد القصص الإخبارية التي تقوم على أساس المؤتمرات الصحفية والبيانات والنشرات والخطب والتصريحات والقرارات والمراسيم والآراء وبشكل كامل تقريباً على المعلومات التي يقدمها المصدر.

ويري دكتور حمدي حسن ان الموضوعية في التغطية نمط من التغطية الاخبارية تنسم بالسعي من أجل أهداف عديدة من بينها فصل الرأي عن الحقيقة وتحقيق النزاهة والتوازن بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لإبداء وجهات نظرها

(56) عبدالفتاح عبد النبي، سيكولوجيا الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص30.

حتى يتسنى للجمهور الحصول علي كل المعلومات اللازمة حول قضية أو حدث من الأحداث، وهي تعني الحياد بدلاً من التدخل والمشاركة ١٠١

5. التغطية التفسيرية:

هذا النوع من التغطية قد ورد الحديث عن سابق

6. تغطية التحقيقات:

أنتشر هذا النوع من التغطية في السبعينات وتستخدم بشكل أوسع في مجالات كشف الفساد في المجتمع والنقد وتقديم الرؤية الاستقصائية الشاملة وسميت التغطية بأسماء عديدة منها صحافة للتحقيقات، والتحقيق الصحفي والتحقيقات الصحفية القصيرة، ويعرف جون مكسويل هذه التغطية بأنها تعني: التغطية الشاملة والمتعمقة للأحداث لجأت إليها الصحافة التقليدية الورقية لأنها لم تعد صاحبة السبق في مجال التغطية المباشرة للأحداث ونقل الأخبار ولكنها عملت علي تقديم التقارير المتأنية التي تقدم للقارئ كل ما يحتاجه من خلفيات ومعلومات ومتابعات لما تقوم به من دور حيوي يجعلها ضرورية إلي جانب الراديو والتلفزيون والصحافة الإلكترونية⁽⁵⁷⁾.

ويعلق البرت هستر بقوله (أن الصحافة الاستقصائية تعد نمطاً من الصحافة يصعب ممارسته في أي مكان وتزيد ممارستها صعوبة في الكثير من دول العالم الثالث حيث الأنظمة الصحفية جزء لا يتجزأ من الحكومة في العالم الثالث فأن فكرة التحقيق أو الاستقصاء في أي شئ تقابل بدهشة كبيرة)^{١٠٢}

ومن أشهر نماذج هذه التغطية قدمه كل من (Bobwood Carbrstain) ثم جريدة الواشنطن بوست لنجاحها في كشف تورط الرئيس نيكسون في فضيحة التصنت علي مقر الحزب الديمقراطي التي أدت إلي إستقالته بعد إدانته هو وكبار معاونيه في العام (1974م) وقد سمي هذا النوع من الصحفيين بالمنقبين عن الفساد⁽⁵⁸⁾.

خامساً: تصنيفات أخرى من التغطية الإخبارية:

3. التغطية العامة:

نشأ هذا المفهوم حديثاً في الولايات المتحدة وهو ما يعرف بالصحافة العامة، ويهدف إلي ان تصبح الصحف أكثر مشاركة في هموم المجتمع والتخلي عن دورها كمرقب وقد غيرت صحف عديدة شكل تغطيتها السياسية التي تبرز هموم المواطنين وليس مناورات المرشحين أو مؤتمرات المعلقين علي بواطن الأمور^{١٠٣}

4. التغطية الانطباعية:

يعرف نيو بولد تفسير هذه التغطية بأنها المحاولات التي يقوم بها مخبرون صحفيون أكفاء ومحايدون يخلفوا لدي القراء الشعور ذاته عن حدث مهم باعتبارهم شاهد عيان^{١٠٤}

التيارات الجديدة في التغطية الإخبارية:

تعتمد هذه التيارات الجديدة علي أفكار متجددة ترفض الاداء التقليدي ويعلق الدكتور حمدي حسن في كتابه الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام بقوله ان هذه التيارات جاءت رداً علي ما أفرزته قضية الموضوعية في التغطية الإخبارية وما واجهته من إنتقادات واسعة وحادة من المجتمع الأمريكي ويعيب النقاد علي وسائل الإعلام الأمريكية أنها بسبب الموضوعية أصبحت رتيبة غير قادره علي التعامل مع مشكلات إجتماعية هامة في المجتمع وصاحب لك إنعدام الثقة في اداء هذه الوسائل لوظيفتها الإخبارية^{١٠٥}

ونتيجة له الضغوط تبني بعض الصحفيين هذه التيارات الجديدة متمثلة في:

أولاً: تيار صحافة التجديد (preision journalism):

تدعو مدرسة صحافة التجديد إلي استخدام أدوات البحث العلمي الاجتماعي في جمع المادة الصحفية وتصنيفها وتحليلها، وتري أن العمل الصحفي خاصة التغطية الإخبارية بأشكالها المختلفة هو بحث علمي لم يكتمل أو ينفصه التدقيق في اختيار فهم جمع المعلومات أو اسلوب التحليل، ودعا إليها الصحفي الأمريكي فيلب مايبير وقد أدهر هذا الاتجاه في السبعينات من القرن الماضي.

ثانياً: الاساليب الجديدة للتغطية الإخبارية:

(57) جون ماكسويل، ترجمة: أحمد محمود، صناعة الخبر في كواليس الصحافة الأمريكية، ص 6.

(58) محمود علم الدين وليلي عبدالمجيد، فن التحرير لجراند والمجلات، مرجع سابق، ص 59-64.

تشمل هذه الأساليب للتغطية التفسيرية والتغطية الاستقصائية التي سبق الحديث عنها.

ثالثاً: صحافة الخدمات:

بدأ هذا التيار الجديد في السبعينات وهو ما يطلق عليه روح الخدمات داخل معظم الموضوعات الصحفية حيث لم تعد هذه الموضوعات حصراً على أقسام معينة داخل العدد اليومي مثلاً بل أصبحت أسلوباً في التخطيط أو التوجيه أو التحرك الصحفي

رابعاً: تيار الصحافة الحديثة:

يمثل هذا التيار رفضاً للأفكار التي كانت تعتنقها الصحف التقليدية عن الأخبار المتوازنة والموضوعية والاستخدام التقليدي لمصادر الأخبار، أي رفض لأساليب التحرير الصحفي التقليدي، ودعا هذا التيار باستخدام الأسلوب السردي الروائي وكما وصفه البعض بأنه شكل جديد من الألقصه يستعمل أساليب القصة ويضم هذا التيار أربعة اتجاهات:

5. اتجاه اللارواية: New Nonfiction

سميت بالريپورتاج أو الصحافة الموازية وظهرت على صفحات الصحف من خلال الأعمدة الصحفية ومقالات المعالم وبعض الكتب.

وعالج محتواها قضايا إجتماعية ومشاعر شخصية وأحداث جماهيرية.

6. تيار الصحافة البديلة: Alternative Journalism

تسمى بصحافة التفتيق عن الفساد أو التغطية الاستقصائية ويركز محتواها على التحقيقات الصحفية التي تكتشف الأعمال الفاسدة في نظمات الحكومة.

7. الصحافة المدافعة: Advocacy Journalism

ترفض مبدأ الموضوعية التقليدية وتركز على قضايا الجماهير والسياسات وأساليب التغيير الإجتماعي وتتم ممارستها خلا بعض الأعمدة الصحفية وموضوعات المعالم في الصحف والمجلات وهي خلط بين الأخبار والرأي ووجهة النظر فقد تحقق النجاح لهذا الاتجاه.

8. تيار الصحافة السرية: Under ground Journalism

تعالج قضايا من زاوية متطرفة عنيفة رافضة معبرة لثقافات المجتمع التقليدية، وقد شهدت فترة السبعينات مناخاً سياسياً وإقتصادياً وفكرياً وعلمياً أفرز صحافة مختلفة ولكن بقيت بعض آثار التيار وأبرز ما قدمته شبكة (ABC) الأمريكية من معالجات إخبارية في القضايا ذات التأثير على الأقليات ١٠٦.

ويعلق محمود علم الدين بالقول ان الصحافة في عصر المعلومات تتميز بسمتين اساسيتين:

السمة الأولى:

تتمثل في ظهور الصحافة علي وسائط عديدة أخرى غير الوسيط المطبوع والتي بدأ ذلك بظهورها عبر طبعات مسموعة علي أشرطة كاسيت علي نطاق محدد ثم الصحف المنشورة من خلال أجهزة الفاكسميل والاقراص المرنة ثم الاقراص الممقنطة (السي دي) وأخيراً الصحافة المباشرة التي تصدر علي الانترنت.

السمة الثانية:

تعني ظهور الصحافة المستعينة بالحاسبات الالكترونية التي يعتمد في تغطيتها الصحفية أسلوب تحريرها علي الحاسبات الالكترونية.

ويضيف دكتور محمود علم الدين حول تقنيات جمع المادة الصحفية ان العالم أصبح يعتمد علي الحاسبات الالكترونية في عمليات جمع المعلومات وإستعمالها وتوصيلها إلي مقر الوكالة أو الصحيفة وغيرها.

وقد هيات هذه التكنولوجيا في مجال التغطية الإخبارية فرصة الحصول علي المعلومات في أي مكان يتواجد فيه الصحفي ومن أي مصدر داخلي او خارجي، حيث أن المحرر من خلال إستخدامه الحاسب الالكتروني المحمول يمكنه الأتصال بمركز الوكالة أو الصحيفة أو اي بنك للمعلومات عبر الهاتف الملحق بهذا الحاسب داخل البلاد أو خارجها، كما سمحت بإمكانية الاتسفاة من شبكة الانترنت كوسيط للاتصال بالمصادر.

وكذلك الحال بالنسبة للصور حيث يمكنه الان بفضل تكنولوجيا التصوير الرقمية Digital Journalism الالتقاط والإرسال

مباشرة عبر الحاسبات الالكترونية المحمولة ١٠٧.

الأشكال الصحفية الإخبارية في الجريدة:

هي تلك الأخبار والموضوعات التي لها تقارير حالية عن أحداث تهم قطاعات عريضة من جمهور قراء الجريدة لأسباب متنوعة وعديدة من وجهة نظر رئيس التحرير أو المحرر المسؤول عن الأخبار، وهي تشمل:

د. الأخبار القصيرة السريعة:

وهي آنية سريعة حالية عن الأحداث المفاجئة، تحتوي على العناصر الأساسية للحدث في تركيز واقتضاب، وذلك في فقرة أو اثنتين، ولا تقدم الإجابة الشافية عن كل جوانب الخبر، وعادة ما تنشرها الصحف في صدر صفحاتها الأولى كنوع من أبرز متابعتها لتطورات الأخبار الرهنة. وليس مطلوباً أن يجيب هذا النوع عن الأسئلة الستة.

هـ. الأخبار المكتملة:

وتحتوي على تفاصيل الخبر وتجيب عن الأسئلة الستة الأساسية الآتية: من؟ متى؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟ وأين؟ وذلك في أكثر من فقرتين، ويتوافر لها وقت أطول نسبياً عن تغطية الأخبار الصغيرة السريعة.

و. التقارير الإخبارية:

هي شكل صحفي يقع في مرحلة وسطى بين الخبر السريع القصير والتحقيق الصحفي (الاستقصاء، يقوم على عرض الوقائع وخفياتها وتفصيلاتها (وهو الشكل الصحفي الرئيسي في بعض المجالات الإخبارية العالمية) وهو القالب المناسب للتغطية التفسيرية، ويسمى في بعض الأحيان "تقرير معلومات" وأحياناً "تقرير موضوعي"، وأحياناً إذا زادت فيه جرعة الرأي يسمى (تحليل إخباري) أو "تفسير إخباري" ١٠٨

وظائف وأبعاد التغطية الخبرية:

نتناول في هذا المبحث وظائف وأبعاد التغطية الخبرية، وقد تختلف التغطية من نظام سياسي إلي آخر، ويرتبط هذا مع الأهداف التي تحدها كل دولة لا علامها فإن كل نظام سياسي يرسم أهدافاً لإعلامه يختلف عن غيره، وعليه فإن التباين بين هذه الأنظمة تؤدي إلي التركيز علي وظائف معينة وإبرازها أو إغفال أخرى⁽⁵⁹⁾.

في كثير من الأحيان تنزوع وسائل الإعلام في الدول الغربية بتلبية رغبات الجمهور لتحرير اتجاهاتها في التغطية الإخبارية وتتجه التغطية اتجاه تسويقاً يبحث عن رغبات الجمهور وإهتماماته كما ان الجمهور لا يكثر كثيراً بالأخبار الخارجية في حين يبدي كثيراً من الاهتمام بالأحداث المحلية وحتى التغطية المحلية تتبع رغبات الجمهور وتلقي أخبار العنف والجريمة والكوارث والجنس اهتماماً كبيراً من الجمهور الأمريكي على وجه التحديد.

إلي جانب ذلك فإن التغطية في هذه الدول التي تكفل دساتيرها حرية الصحافة والتعبير فإن لوسائل الإعلام حدودها وذلك لأن الاعتبارات السياسية وجماعات المصالح تفرض شكلاً من أشكال التغطية الإخبارية يقدم نسخة من الواقع مغايرة للحقيقة.

كما تركز التغطية في الدول الرأسمالية أيضاً علي الأثارة والترفيه والتنافس بقصد لفت إنتباه الجمهور ١٠٩ أما الدول النامية فإن التغطية تركز علي تثقيف الجماهير وتوعيتها بما يتفق وغايات السياسات التنموية الموضوعية فالحكومات في الدول النامية ترى أن للأخبار دور مؤثر في توجيه الرأي العام نحو أهداف محددة ولهذا تعمل علي وضع الوسائل الإعلامية تحت إشرافها المباشر.

كما تتميز التغطية الإخبارية في الدول الاشتراكية بطابع الجدية ومحاولة تهيئة الجماهير وحشدها وراء قياداتها وأحزابها ١١٠.

ورغم هذا التباين في الأهداف إلا ان هناك وظائف وأهداف عامة تحققها التغطية الإخبارية ممثلة في:

أولاً: وظيفة تكوين الرأي العام:

تأخذ التغطية الإخبارية حيزاً كبيراً في عملية تشكيل الرأي العام وتكوين الاتجاهات وتتيح الفرصة للإسهام في عملية اتخاذ القرار وذلك بتوسيع دائرة المشاركة.

فالخبر يستطيع خلق الرأي العام بما له من أهمية على القارئ، وعبر هذه الأخبار يمكن أن تتم عملية الإقناع التي تؤثر على العقل والعاطفة وبالتالي التأثير علي سلوك الجمهور.

(59) عصام سليمان موسى مدخل في الاتصال الجماهيري (الاردن د ن 1986) ص 130.

ثانياً: وظيفة المراقبة:

تقوم التغطية الاخبارية بنشر أخبار الفساد والجرائم التي ترتكبها السلطة ولعل نشو أخبار فيتنام عبر وثائق البنتاغون دليلاً على ذلك.

كما تغطية سيمور هيرس من وكالة دسباتش نيوز الاخبارية حول القتل الجماعي للفتامين في مزبحة ماري لاي تميزاً أكسبة الفوز بجائزة بولترز للصحافة.

ثالثاً: الوظيفة التعليمية:

تتحقق الوظيفة التعليمية من خلال التغطية الإخبارية بتقديم المعارف والمعلومات الجديدة ونشر الاخبار العلمية والارشادية والطبية وغيرها وتزود المجتمع بالقيم والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أفراد المجتمع ١١١

رابعاً: وظيفة توحيد الأمة وتحقيق التماسك:

تقوم التغطية الاخبارية بوظيفة توحيد الامة من خلال نقل القيم والمعارف من الاجيال الماضية إلي الاجيال الجديدة فهي تمثل المرجعية لنقل التراث الثقافي وان الاخبار التي تذكر بالرموز التاريخية والوطنية تغرس الشعور بالانتماء وتعميق الرؤية والتميز الحضاري للامة وتساعد في تحقيق التواصل بين الأجيال.

خامساً: الوظيفة التنموية:

تهدف التغطية الإخبارية إلي التركيز على قضايا التنمية ومشكلاتها وجوانبها المختلفة، وذلك عن طريق توجيه الإهتمام من حين إلي آخر إلي عادة جديدة أو سلوك جديد أو فكرة مستحدثة تتطلب التغيير، فالتنمية تغيير للاتجاهات والاقتصاديات وأساليب الحياة الاجتماعية التي يتمسك بها الناس.

إذن التغطية تخدم أهداف التنمية بنشر معلومات متوافرة إلي جانب خلق المناخ الصالح لها سواء كانت زراعية أو إقتصادية أو إرشادية. ١١٢

سادساً: الوظيفة التسويقية:

تمثل التغطية الاخبارية في مجال ترويج السلع والمنتجات جانباً تسويقياً إلي جانب الإعلان، هذا إضافة إلي تغطية الحملات الانتخابية.

سابعاً: الوظيفة الترفيحية:

تساهم التغطية الإخبارية بنشرها الاخبار الغربية والطريفة والمسلية في خلق مضامين تسعى لتحقيق عملية الترفيه ويهتم الجمهور في الدول الغربية بأخبار الدراما والمشاهير والموضة وغيرها.

ثامناً: الوظيفة الدبلوماسية:

تلعب التغطية الإخبارية بعكسها للمؤتمرات الصحفية التي يعقدها الزعماء والقادة السياسيين وطرح مواقفهم تجاه الازمات الدولية ومعرفة نظرهم حول هذه القضايا.

ولعل ذلك كان واضحاً أثناء الحرب العراقية، وماقامت به الشبكات التلفزيونية الغربية من تغطية ساعدت في تهيئة الظروف لهزيمة دولة العراق ١١٣

تاسعاً: مراقبة البيئة:

توفر التغطية الاخبارية عبر هذه الوظيفة المعلومات الازمة لمتخذي القرار فهي تعجيل عن نشر أخبار التنبيه او التذكير أو الانذار المبكر في حالة توقع الأفات أو الزلازل أو القضايا والسيول وغيرها، فالمراسلون الخارجيون يعملون لمراقبة البيئة الخارجية بينما المندوبون يقومون بالمراقبة الداخلية من خلال تقاريرهم المستمرة عن أنشطة البيئة الداخلية.

عاشراً: الوظيفة الثقافية:

يمكن من خلال التغطية الاخبارية لآخبار العلم والادب والفن المساهمة في عملية التنقيف وذلك بتكوين القيم والمعتقدات ومفاهيم ورؤي أفراد المجتمع ثم سلوكهم اليومي ونظرتهم إلي الحياة، كما هو معروف أن ثقافة الامة، تحمل جميع السمات المميزة لها من مادية وروحية وفكرية ووجدانية أي ان الاخبار الثقافية توثق لثقافة الامم (60).

أبعاد التغطية الخيرية:

(60) حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية، مرجع سابق، ص 10.

ارتبطت الوكالات المحلية في عملها منذ نشأتها بأن لها أبعاد مثلها الوكالات العالمية وربما تتباين هذه الأبعاد إلا أنها تؤثر في مجال التغطية الاخبارية، وأهم هذه الأبعاد تتلخص في:

4. البعد السياسي

لعبت الوكالات المحلية دوراً هاماً في مجال السياسة وخدمة الحكام وتثبيت الانظمة والترويج للافكار والسياسات الجديدة، واستخدمت أساليب كثيرة لتلوين وتشويه الاحداث وقد أختير هذا الدور للوكالات لخطورتها وأهميتها خاصة بعد أن الراي العام كظاهرة سياسية لها تأثيرها في صنع القرار السياسي، فالنظام يحتاج إلي الجماهير لشرح قراراته واتخاذ القرار السياسي بشأنها. كما أن الجمهور حريص على ابلاغ السلطات بردود الافعال الناتجة منه ١١٤

فأصبحت الوكالات تمثل دور الرابطة او الوسيط بين النظام الحاكم او الجمهور في البلدان ذات النظام الشمولي وهناك عوامل تؤثر على هذا الجانب منها نمط الملكية السائد في دول العالم الثالث حيث أن الوكالات مملوكة للحكومات في الغالب فهي تعاني من القيود والإجراءات القمعية وفرض السيطرة الكاملة عليها، فهي تتبع للسلطات الحكومية مباشرة وتمدها بميزانيات سنوية وتشرف عليها إدارياً وتتولى الاتفاقيات مع الوكالات الكبرى من أجل تنظيم التوزيع المحلي والخدمات الاعلامية الخارجية، لذا التغطية في الوكالات المحلية نجدها لا تتفك قيد السياسات واللوائح والقوانين السارية داخل الدولة

١١٥

5. البعد الاقتصادي:

أصبح قطاع الاعلام والاتصال الآن يمثل قوة إقتصادية هائلة لها إمكاناتها ولا يمكن تقديرها في أغلب دول العالم تؤثر على الانتاجية وتساعد على تحقيق أكبر قدر من التدفق في مجال الكلمة ولا يفوتنا الشركات الضخمة العاملة في صناعة تكنولوجيا إتصال علي مستوي العالم وهي ما تعرف بالشركات المتعددة الجنسيات والتي أتخذت من الدول النامية مكاناً للاستثمارات لقد بات من الواضح أن الهوة بعيدة وأن المجتمع النامي يذوب وسط الثورة الانفجارية في عالم الإتصال حيث أن النسبة الكبرى تذهب للذين يملكون أصلاً النصيب الأكبر من المعلومات وهم أصلاً يملكون مصادر المال و العلم والمهارة لاستيعاب المزيد من التدفق الجديد وهذا ما تفقده الوكالات المحلية فهي تقف مكتوفة الأيدي. ١١٦

6. البعد البشري:

يسود المجتمعات النامية الجهل والأمية وقلة نسبة المتعلمين ونقص الكوادر المدربة في مجال الاعلام ويقترن الجانب البشري دائماً بالجانب التقني لعدم مقدرة العاملين على استخدام التقنية الحديثة الامر الذي يجعل هذه الوكالات تطلب يد العون من الوكالات العالمية، سواء في مجال التدريب وتأهيل الكوادر أو أملاك المعدات المتطورة وهناك جوانب إدارية أسهمت في إقعاد وتأخر هذه الوكالات المحلية منها ربطها بالسلطات الحكومية وتواجه عوامل الالتزام السياسي الذي يصل إلي حد التبعية ١١٧

وقد بذلت دول العالم الثالث جهوداً لتحقيق التبادل الاخباري وأتجهت نحو التعاون فيما بينها فأنشئت الوكالات الإقليمية التي تم إنشاؤها بين عدد من الوكالات المحلية إلا أن النشاط مازال محدوداً.

ورغم التزايد المضطرد في كمية الاخبار التي تتدفق عبر الوكالات الوطنية والاقليمية إلا أن إسهام الوكالات الوطنية والاقليمية من التدفق الدولي قليلاً بالمقارنة مع دور الوكالات الكبرى. ١١٨

وتشكو دول العالم الثالث من أن التدفق حتي بين بلدانه يتخذ طريق إتصال الموروث من عهد الاستعمار فكثيراً ما تصل الاخبار الداخلية الهامة عن طريق الوكالات الاجنبية

وبالرغم من أن الدراسات قد أثبتت انه بإنشاء الوكالات المحلية قد حدثت تغيرات طفيفة في دور وكالات الانباء الدولية إلا أن التدفق الاخباري عبر الوكالات المحلية دون المستوي بكثير.

وتصنف الوكالات الافريقية بأنها قنوات للاخبار الاجنبية وحتى الصحفيين تدربوا على النمط الغربي وصاروا يكتبون تبعاً لثقافتهم الغربية ويلاحظ الاحتفاظ بالنموزج الغربي لصناعة الخير في عملية تحرير الاخبار وترجمتها للقراء المحليين كل هذه العوامل تلقي بظلالها على مستوى التغطية ونوعيتها وتؤثر فيها، فأن كثير من الوكالات الافريقية الان غير قادره على ان ترسل للخارج التقارير الصحفية الخاصة لبلادها بأقلام مراسليها وتعاني الدول الافريقية بدرجة أكبر من عدم كفاءة إمكانيات إتصال عن بعد والحال ينطبق على دول امريكا اللاتينية ودول شرق آسيا والشرق الاوسط.

فهي تخضع للملكية العامة وعوامل الدعم والتمويل من الدولة ويظل البعد التقني المتعلق بإستيراد الاجهزة وبصحتها للمهندسين والفنيين دون تعلم مهندس وفني دول العالم الثالث و كل هذه الاسباب تجعل من هذه الوكالات مكبلة ينحصر دورها في جمع وتوزيع الانباء على الداخل لا تستطيع مخاطبة الجمهور خارج نطاقها الجغرافي.

وتعوقها عدم إمكانية استخدام لغات عالمية بهدف التأثير على الشعوب وليس الوكالات في الوطن العربي بأحسن حالاً من غيرها فنجدها تفرض أشكالاً من الرقابة على مراسلي الوكالات العربية فيما يتعلق بإرسال البرقيات إلي مكاتبهم، ويخلو التعامل مع الصحفيين من نظرة تحكمها المسؤولية الشخصية او المهنية وتصل العقوبة في بعض الاحيان الي حد الحذف او الالغاء ومن العقبات التي تواجه الصحفيين البطء في إجراءات الدخول عند نشوب الاحداث والسماح بمتابعة الوقائع بسهولة وسرعة ويصل الامر إلى استدعاء المراسل الصحفي لتفسير أخباره وربما يتعرض لامر بمغادرة البلاد فوراً.

وهذا يؤكد ان الوكالات المحلية نشأت حكومية وأصبحت تابعة لسلطاتها فيما بعد ويرجع ذلك إلي عدم إقتناع الحكام بأهداف الوكالات وأهميتها في نقل الاحداث مباشرة ويدعم الخلافات السياسية هذا الاسلوب من الحكومات العربية عند نشوب الاحداث.

ويعاب على الوكالات العربية أنه بسبب تبعتها للحكام أصبحت عاجزة عن الدفاع عن قضايا المناضلين وعكس أبعاد الصراع العربي الاسرائيلي ومقاومة الدور السلبي الذي تمارسه الوكالات الكبرى أثناء تغطيتها لهذه الاحداث.

كما ثبت أن الوكالات المحلية عموماً يتم إستخدامها لصالح الوكالات الدولية في تغذية الخلافات السياسية بين الدول. وقد فطنت الوكالات المحلية الاوربية لهذه الثغرات وعززت من اوضاعها بقيام الاتحاد الاوروبي للوكالات الأمر الذي تفتقر إليه الوكالات العربية حتي على مستوى التنسيق فيما بينها لتبادل الاخبار والمعلومات ولم يتحقق هذا الاتحاد على مستوى دول الخليج والمغرب العربي.

وترى دكتورة عواطف عبدالرحمن ضرورة توحيد الجهود لإنشاء وكالة أنباء عربية تنهض بدورها القومي في حماية الاستغلال الاعلامي الثقافي.

أن التغطية في الوكالات المحلية وقفت قاصرة على دولها علي أحسن تقدير ولم يستطيع عكس الجوانب الإيجابية خارجياً وخاصة برامج التنمية التي أنتظمت الدول النامية إلا على نطاق ضيق، ولعل هذا كان من أهم الاسباب التي تكونت من أجلها لجنة ما كبرايد (1976م) لبحث مشكلات إتصال في الدول النامية وعلى رأسها الوكالات الوطنية، حيث أكدت اللجنة أهمية هذه الوكالات في تحسين قدرة البلاد النامية على نشر الانباء محليا ودوليا. ١١٩

المبحث الرابع : عولصم الثقافة الاسلامية

1-الثقافة الاسلامية:

إن الثقافة عنصر مهم جدا في عملية البناء الحضاري سواء في مجال الفلسفة أم الأدب، أم السياسة، أم الاجتماع أم الاقتصاد. فالثقافة طاقة للإبداع في شتى مجالات النشاط الإنساني، وتعمل على تهذيب روح الإنسان، وصقل مواهبه، وتوظيف طاقاته وملكاته في البناء والتعمير ولا يتأتى ذلك للثقافة إلا إذا كانت ذات جذور ثابتة، وذات مبادئ تقوم عليها، وذات رؤية شاملة لها قابلية للتفاعل مع الثقافات الأخرى، وإلا إذا كانت ذات منحى إنساني تتخطى به المجال المحلي إلى الآفاق العالمية دون أن ينال ذلك من خصوصيتها، أو يؤثر في طبيعتها. فإذا توفر للثقافة كل ذلك فإنها تصبح وسيلة للتواصل البشري، والتحاور الإنساني مما يؤدي إلى تعايشها مع الأمم. وهذه الشروط متوفرة في الثقافة العربية الإسلامية فهي لذلك ثقافة بناءة للإنسان والعمران والحضارة، ثقافة منفتحة استوعبت عصارة الثقافات القديمة، وأعدت صوغها لأنها ثقافة متسامحة، وقابلة للتحاور، وبعيدة عن الانطواء.

أولاً: مفهوم الثقافة الاسلامية:

تتميز الثقافة الاسلامية عن غيرها من الثقافات الانسانية بأنها تستند في أصولها ومرجعيتها إلي وحي الهي، وهو أقر رسالات السماء إلي الأرض، وخاتم الخطاب الإلهي وقد أحدث هذا الوحي نقلة هائلة في تاريخ البشرية ونتج عنه تحول

مذهل، نقل الانسان من ظلام الجهل الي نور الهدى ومن برائن الشرك الي فضاء الوحدانية الرحب وحرر الإنسان من عبادة العباد الي عبادة رب الناس أجمعين.

يدور معني الثقافة في المحسوسات حيث يقال: تثقيف الرماح او تسويتها⁽⁶¹⁾.

وعلي هذا، فالثقافة تعني الحدق والفتنة اذا كان الفعل لازمة، والتهديب والتقويم اذا كان الفعل متعدية. نخلص من ذلك الي أن كلمة ثقافة هنا تعني الوعي الشامل والادراك وسرعة البديهة أن ما نريده من معني الثقافة في عصرنا كان مستعملا في في عصر الزمخشري الذي توفي سنة (528هـ).

وأنا نذهب الي أبعد من ذلك فإن النبي صلي الله عليه وسلم لما قدم المدينة قدم إليه زيد بن ثابت وهو غلام في الحادية عشر من عمره يحفظ سبعة عشر سورة من القرآن وقيل للنبي صلي الله عليه وسلم أنه غلام لقن ثقف وفسر بن الأثير في كتاب (النهاية)

وهناك نص آخر يرجع إلي صدر الإسلام يؤيده ما فسر هذان العالمان بان التثقف هو الثابت بالمعرفة لما يحتاج إليه وهو قول أم حكيم تحاوز أم جميل (أني حصان فما اكلم وثقاف فما أعلم) ومعني ذلك أنها امرأه عفيفة لا يجرؤ أحد علي تكليمها يسوء وأنها متعلمة ثابتة المعرفة لاتحتاج إلى من يعلمها أو يرشدها.

ومن ابرز نظم الثقافة الاسلامية ما يلي:

- **نظام العقيدة:** الذي يعني تدين البشر، وتمسكهم بالعقيدة الصحيحة التي تحرر المسلم من الخرافات، والتقليد حتى يصبح قادرة على مواجهة الأفكار الباطلة. فالتدين ضرورة اجتماعية، وكل إنسان لا بد له من قيم وإيمان، وعدم التدين يؤدي إلى موت الروح الذي يدفع الشباب المنعالم المرفه إلى الانتحار بعد أن يصيبه اليأس والاكتئاب.

- **نظام العبادة:** من صلاة وصوم، وإحسان، ودعاء، وخوف ورجاء، وتوكل، وخشوع.. الخ.

- **نظام المعاملات:** وهي الأحكام التي تنظم علاقات الناس مع بعضهم، وتقيم بينهم الروابط على أساس العدل والرحمة، والمحبة. من هذه المعاملات: البيع، والشراء، والرهن، والإجارة، والإعارة، والشركة.. الخ.

- **النظام الأخلاقي:** الذي هو أساس بناء الفرد والأسرة يقول صلي الله عليه وسلم في هذا المعني: (بعثت لأتمم حسن الأخلاق) وقد دعا الإسلام إلى كل خلق طيب، ونهى عن كل خلق مذموم، ومن عناصر الأخلاق في الإسلام: الصدق، والأمانة، والإخلاص، والحلم، والتعاون، والرحمة، والتكافل الاجتماعي، والعدالة.. الخ.

- **النظام الاجتماعي:** ويشمل: الأسرة والزواج، ومقاصده، وحقوق المرأة.

- **نظام العقوبات:** التي قصد منها تهذيب النفس، وتطهير القلب، ويشمل: حد الزنا، والقتل، والسرقه، والقذف وقطع

الطريق.

- **النظام السياسي:** ويشمل أسس الحكم، نظرية السيادة، مفهوم الخلافة، والحرية والتسامح الديني، وحقوق الإنسان، والقومية، والديمقراطية، والتعددية، والمواطنة، والتقارب بين الأديان، ومعاملة غير المسلمين، ولا شك أن قيم الإسلام أرقى من القيم الغربية، فهي متفوقة فيما يتعلق بالجماعة، والتكافل الاجتماعي، واحترام مكارم الأخلاق، والحرص على ترك الموبقات التي عصفت بالحياة الغربية كالمخدرات، والعنف وغيرها

2- عواصم الثقافة الإسلامية:

الخلفية التاريخية لمشروع عواصم الثقافة الإسلامية:

أدرك ممثلوا العالم الإسلامي في المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الاييسيسكو) أن تطلع الأمة لاستعادة مجدها لن يتأتى ما لم يبنى على اساس متين من احترام الماضي وإحيائه فشرع المؤتمر في باكوا بجمهورية أذربيجان في اكتوبر 2009م 1430هـ من وزراء الثقافة في المؤتمر الإسلامي السادس لاختيار عواصم الثقافة الإسلامية تكون مدخلاً لإحياء التراث الإسلامي الذي نشأ وتبلور فيها وتم اعتماد لائحة عواصم الثقافة الإسلامية للفترة من 2005م حتى 2004م على ان تكون مكة المكرمة اول عاصمة للثقافة الإسلامية استناداً لقرار المؤتمر الاسلامي لوزاء الخارجية في دورته التاسع والعشرين المنعقد في الخرطوم في الفترة من 25 - 27 تونيو للعام 2002م ميلادية اعدت الايسيسكو تصورا متكاملأ لبرنامج عواصم الثقافة الإسلامية تضمن التصور المذكور المعايير المقترحة لاختيار عواصم الثقافة الإسلامية والخطوط العريضة

(61) 37 المعجم الوسيط ج، مادة (الثقف)، ص 157

والتوجهات العامة لأنشطة المختارة للإحتفاء بالعاصمة المختارة تم اعتماد هذا البرنامج خلال المؤتمر الإسلامي الرابع المنعقد في الجزائر خلال الفترة من 15-17 ديسمبر من العام 2004م.

معايير اختيار عواصم الثقافة الإسلامية

- أن تكون المدينة ذات علاقة تاريخية مدونة وذات صيت علمي واسع.
- أن تكون لها مساهمة متميزة في الثقافة الإسلامية وفي الثقافة الإنسانية.
- أن تتوفر على مراكز البحث العلمي ومكتبات للمخطوطات ومراكز اسرية تعليمية.
- أن تتوفر فيها مؤسسات ثقافية فاعلة في مجال تشيد الحياة الثقافية إلى افراد والجماعات وتنظيم المهرجانات والمواسم الثقافية ومعارض الكتب والرسم والعروض المسرحية واعمال الترجمة والنشر.
- أن يقدم الترشيح مرفقاً لدراسة وافيه عن المدين و مستجيبة للمعايير السابقة أو بعضها وتشتمل الدراسة على الاتي:

• نبذة تاريخية جغرافية موثقة بالمصادر والمراجع توضح الأهمية الثقافية للمدينة من حيث المصادر والمراجع التي كتب عنها أو أشارت إليها.

• المكتبات التاريخية أو الحديثة ودور المخطوطات الموجودة بها.

• ما تشتهر به من معالم اثرية ومعمارية اسلامية (مدارس - مساجد - حدائق عامة - قلاع - زوايا - مزارات

مشهورة)*.

أهداف عواصم الثقافة الإسلامية:

- دعم الجهود المشتركة التي تهدف إلى اشاعة روح التعاون والحوار المتكافئ والاحترام المتبادل.
- تحقيق استراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الإسلامي وخطة العمل حول احياء وتفعيل طرق التواصل الثقافي بين شعوب العالم الاسلامي.
- تنفيذ الاستراتيجية الثقافية للعالم الاسلامي
- معالجة قضايا التراث الثقافي وتعزيز الحوار والتنوع الثقافي
- الرد على حملات التشوية الاعلامي للإسلام والمسلمين.
- حماية التراث الثقافي والحضاري في العالم المعرض لأخطار ومعالجة قضايا التراث الإسلامي المادي والامادي
- تنسيق جهود الدول الأعضاء ومواقفها في المحافل الاقليمية والدولية ذات الصلة بالموضوع وتنفيذ استراتيجية التكافل الثقافي لخدمة قضايا المسلمين التنموية والحضارية.
- تنفيذ استراتيجية ثقافة المعلومات والاتصال في العالم الإسلامي
- تعزيز قيم الاعتدال والتسامح لمناهضة ظاهرة الاسلام فوبيا.
- دعم التنوع الثقافي والديني من خلال الحوار وتحقيق التقارب والمصالحة على مستوى العالم الإسلامي والغرب وبين الاسلام والمسيحية .

جدول رقم (3.1) يبين عواصم الثقافة الإسلامية من 2005 – 2017م*

العام	المدينة	الدولة	المنطقة
2005م	مكة المكرمة	السعودية	العربية
2006م	حلب	سوريا	العربية . اسيا
	أصفهان تمبكتو	إيران مالي	الاسيوية الافريقية
2007 م	طرابلس	ليبيا	العربية . أفريقيا
	فاس	المغرب	العربية . أفريقيا
	طشقند داكار	أوزبكستان السنغال	الاسيوية الافريقية
2008م	الاسكندرية	مصر	العربية . أفريقيا

المنطقة	الدولة	المدينة	العام
الاسيوية الافريقية	باكستان جيبوتي	لاهور جيبوتي	
العربية الاسيوية الافريقية	تونس أذربيجان أندونيسيا تشاد	بالقيروان باكو كوالالمبور انجمينا	2009م
العربية . اسيا الاسيوية الافريقية	اليمن طاجكستان جزر القمر	ترنيم دوشنبة موروني	2010م
العربية . أفريقيا الافريقية الاسيوية الافريقية	الجزائر موريتانيا أندونيسيا غينيا	تلمسان نواكشوط جاكرتا كوناكري	2011م
العربية . اسيا الاسيوية أفريقيا	العراق بنغلاديش النيجر	النجف دكا نيامي	2012م
العربية . اسيا	السعودية	المدين المنورة	2013م
العربية . اسيا	الامارات العربية	الشارقة	2014م
العربية . اسيا	سلطنة عمان	نزوى	2015م
العربية . اسيا	الكويت	الكويت	2016م
العربية . أفريقيا الأفريقية العربية . اسيا الاسيوية	السودان يوغندا الأردن إيران	سنار كمبالا عمان مشهد	2017م

المبحث السابع : تحليل البيانات وتفسيرها أولاً: تحليل البيانات:

في هذا القسم تم عرض وتحليل المعلومات الشخصية الخاصة بأفراد عينة البحث وذلك علي النحو التالي:
جدول رقم (4.3) يوضح الخصائص والسمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة

القيم المفقودة	المجموع	النسبة المئوية	التكرار	المستوى	المتغيرات
لا يوجد	150	61.5	90	الذكور	النوع
		38.5	60	الإناث	
لا يوجد	150	13.2	22	أقل من 30 سنة	الفئة العمرية
		39.2	56	30-40 سنة	
		33.8	49	41-50 سنة	
		13.8	23	أكثر من 50 سنة	
لا يوجد	150	16.9	29	ثانوي	المستوي التعليمي
		53.8	76	جامعي	
		29.2	45	فوق الجامعي	
لا يوجد	150	20.0	29	باحث	الوظيفة
		19.2	28	مد	
		6.9	11	مصور	
		19.2	28	مذيع	
		6.2	10	فني	
		3.1	7	منتج برامج	
		12.3	18	صحفي	
		13.1	19	أخري	
لا يوجد	150	66.2	86	أقل من 5 سنوات	سنوات خبره
		26.9	35	5-10 سنه	
		1.5	2	11-15 سنه	
		5.4	7	أكثر من 15 سنه	
لا يوجد	150	20.8	32	متزوج	الحالة الاجتماعية
		20.0	31	عازب	
		21.5	33	أرمل	
		37.7	54	مطلق	

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

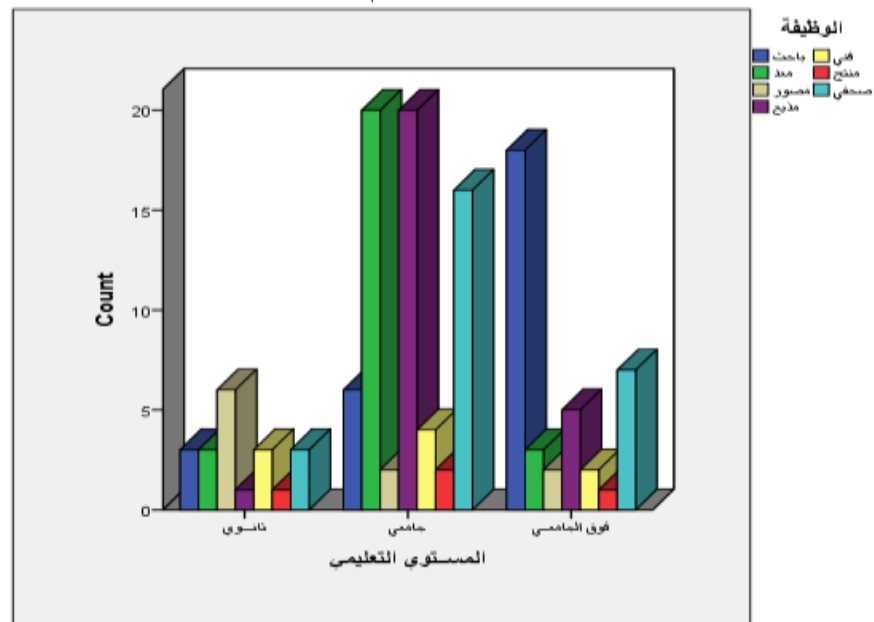
يتضح من الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب البيانات الديموغرافية كالتالي:

- إن توزيع أفراد العينة حسب النوع نجد أن نسبة الذكور بلغت (61.5%) أكبر من نسبة الإناث (38.5%).
- وأن توزيع أفراد العينة حسب العمر حيث جاءت الفئة العمرية (30-40 سنة) علي أعلى نسبة (39.2%)، تليها الفئة العمرية (41-50 سنة) (33.8%)، تليها (أقل من 30 سنة) (31.1%)، كما شكلت الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة) أقل نسبة مئوية من العينة (13.8%).
- وأن توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث تبين أن الحاصلون علي المستوى الجامعي اعلي نسبة (53.8%)، يليهم المستوى فوق الجامعي بنسبة (29.2%) وأخيرا الثانوي بنسبة (16.9%)

- وأن توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة حيث حاز باحث كاعلي نسبة مئوية (20.0%)، يليه (معد، مذيع) بنسبة مئوية (19.2%)، يليه أخري بنسبة (13.1%)، وشكل صحفي بنسبة (12.3%)، يليه مصور بنسبة (6.9%) يليه فني (6.2%)، أما منتج برامج حصلوا علي أقل نسبة مئوية من العينة مقدارها (3.1%).
 - وأن توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة حيث تبين أن سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات) علي أعلى نسبة (66.2%)، تليها (5-10 سنة) (26.9%)، تليها (أكثر من 15 سنة) (5.4%)، كما شكلت سنوات الخبرة (11 - 15 سنة) أقل نسبة مئوية من العينة (1.5%).
 - وأن توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية حيث تبين أن المطلق اعلي نسبة (37.7%)، يليهم الأرملة بنسبة (21.5%)، يليهم المتزوج بنسبة (20.8%)، وأخيرا العازب بنسبة (20.0%).
- جدول رقم (4.4) يوضح اختبار (كا²) لمعرفة العلاقة بين المستوي الجامعي لأفراد العينة والوظيفة عند (n=130)

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا ²	المستوي التعليمي		
			فوق الجامعي	جامعي	ثانوي
توجد علاقة بين الوظيفة والمستوي التعليمي.	0.00	56.28 ^a	18	6	3
			3	20	3
			2	2	6
			5	20	1
			2	4	3
			1	2	1
			7	16	3
			0	0	2
			38	70	22

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

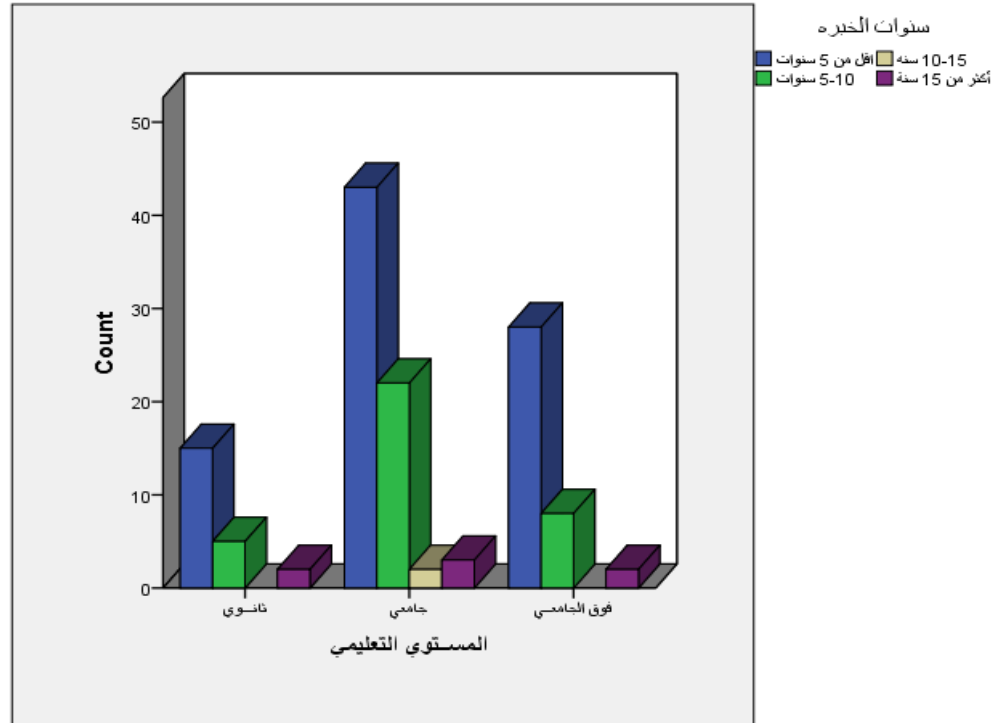
شكل رقم (4.1) يوضح العلاقة بين الوظيفة والمستوي التعليمي

من الجدول والشكل السابقين نجد أن قيمة (P-Value=0.0)، وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبالتالي فإننا نقبل الفرضية البديلة بأنه توجد دلالة إحصائية بين المتغيرات (الوظيفة و المستوي التعليمي)

جدول رقم (4.5) اختبار (كا²) لمعرفة العلاقة بين المستوي التعليمي وسنوات الخبرة عند (n=130)

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا ²	أكثر من 15 سنة	15-10 سنة	10-5 سنة	أقل من 5 سنوات	المستوي التعليمي. سنوات الخبرة
لا توجد علاقة بين سنوات الخبرة والمستوي التعليمي	0.6	4.16 ^a	2	0	5	15	ثانوي
			3	2	22	43	جامعي
			2	0	8	28	فوق الجامعي
			7	2	35	86	المجموع

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

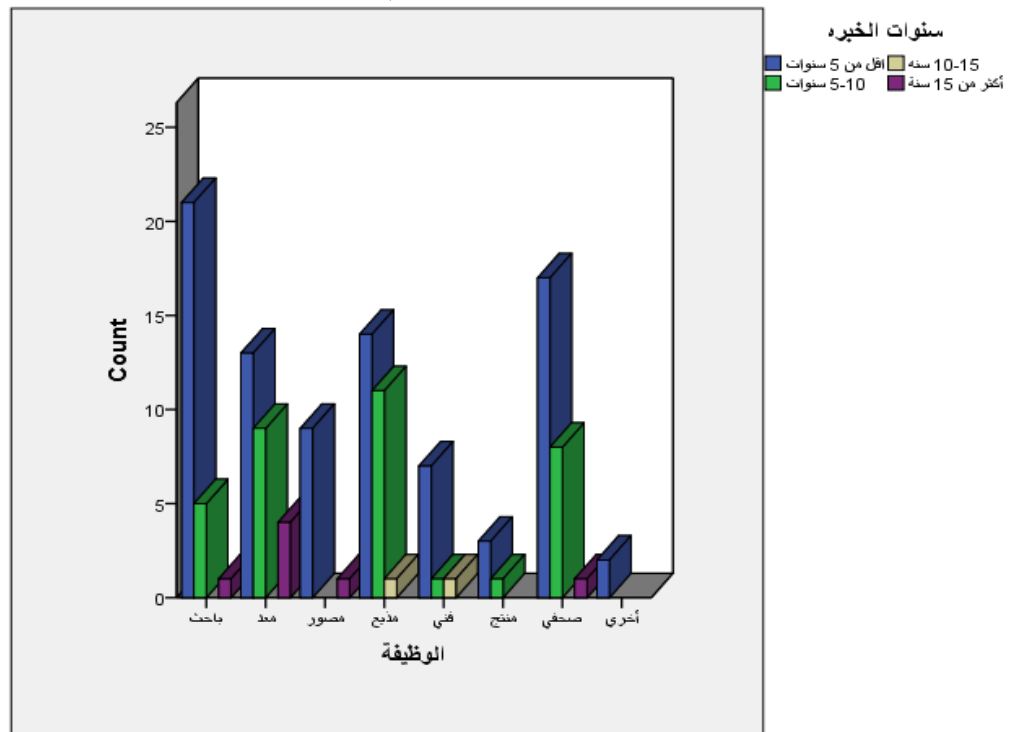
شكل رقم (4.2) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي وسنوات الخبرة

من الجدول والشكل السابقين نجد أن قيمة (P-Value=0.6) وهي أكبر من المعنوية (0.05) وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية بأنه لا توجد علاقة بين المتغيرات (المستوي التعليمي وسنوات الخبرة)
جدول رقم (4.6) اختبار (كا²) لمعرفة العلاقة بين الوظيفة وسنوات الخبرة عند (n=130)

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا ²	أكثر من 15 سنة	15-10 سنة	10-5 سنة	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
							الوظيفة
لا توجد علاقة بين الوظيفة والمستوي التعليمي	0.17	26.80 ^a	1	0	5	21	باحث
			4	0	9	13	معد
			1	0	0	9	مصور
			0	1	11	14	مذيع
			0	1	1	7	فني
			0	0	1	3	منتج برامج
			1	0	8	17	صحفي

			0	0	0	2	أخري
			7	2	35	86	المجموع

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.3) يوضح العلاقة بين الوظيفة وسنوات الخبرة

من الجدول والشكل السابقين نجد أن قيمة (P-Value=0.17) وهي أكبر من المعنوية (0.05) وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية بأنه لا توجد علاقة بين المتغيرات (المستوي الوظيفية وسنوات الخبرة) **ثانياً: عرض وتحليل نتائج فرضيات الدراسة:**

يتناول الباحث في هذا المبحث عرض نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها وذلك تحقيقاً لأهداف الدراسة في تحديد وسائل وإجراءات أمن وحماية شبكة الحاسب الآلي في جامعة سنار بولاية سنار، حيث تم استعراض نتائج البيانات الميدانية المدخلة في تطبيق (SPSS)، وتم تطبيق أساليب التحليل الإحصائي عليها وتفسيرها بشكل مفصل حول محاور الدراسة المختلفة. الجداول التالية تحتوي على النسبة المئوية لبدائل كل فقرة وكذلك المتوسط الحسابي والوزن ومستوى الدلالة لكل فقرة. **المحور الأول:**

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى ما الأشكال البرمجية التي استخدمت في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م: تم إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

السؤال الأول:

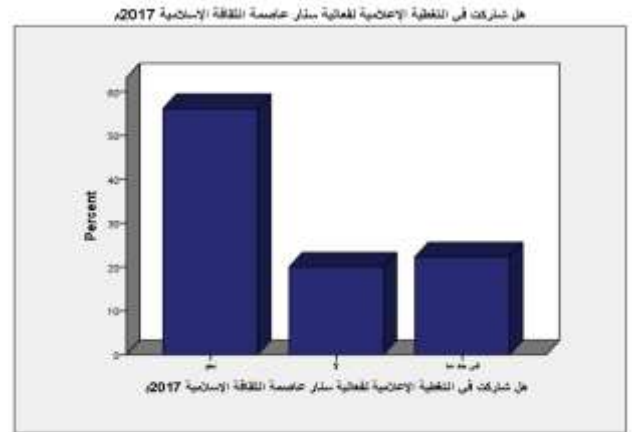
جدول رقم (4.7) يوضح مدى المشاركة في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.84	1.66	34	36	80	

		22.7	24.0	53.3	هل شاركت في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م
--	--	------	------	------	--

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.4) يوضح مدى المشاركة في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م
من الجدول والشكل أعلاه السابقين يتضح أن نسبة 53% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم شاركوا في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية في العام 2017م حيث جاءت إجاباتهم بعبارة (نعم)، وهذه النسبة تعد نسبة مشاركة ممتازة لتغطية في مثل هكذا أحداث.

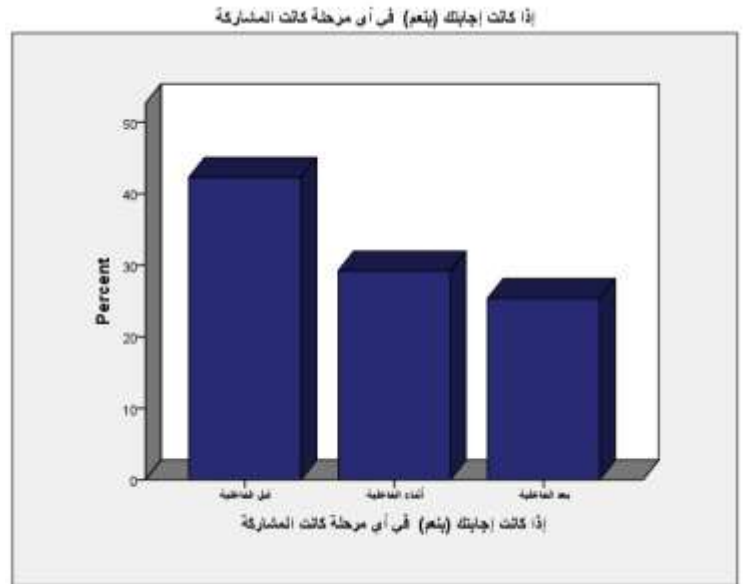
السؤال الثاني:

جدول رقم (4.8) يوضح إذا كانت إجابتك (بنعم) في أي مرحلة كانت المشاركة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار			الفقرة
		بعد الفاعلية	أثناء الفاعلية	قبل الفاعلية	
0.89	1.89	41	47	62	إذا كانت إجابتك (بنعم) في أي مرحلة كانت المشاركة
		26.9	30.7	42.4	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.
شكل رقم (4.5) يوضح إذا كانت إجابتك (بنعم) في أي مرحلة كانت المشاركة

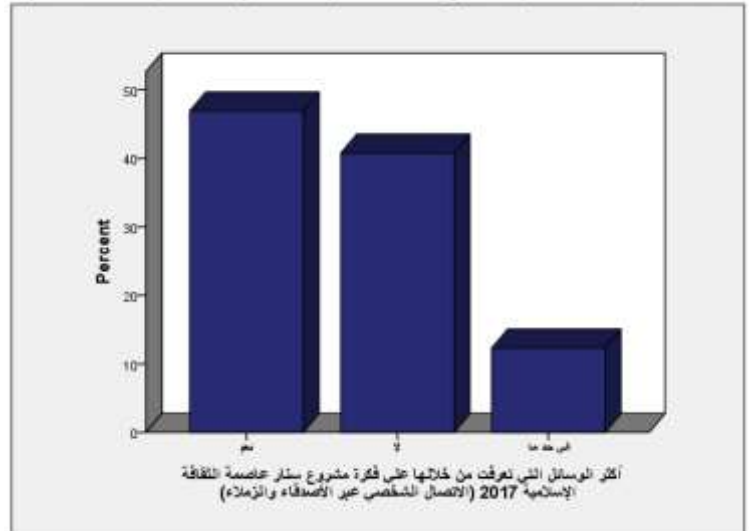
من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 42% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم شاركوا في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية في العام 2017م قبل بدئها حيث كانت إجاباتهم بالعبرة (قبل الفاعلية).

السؤال الثالث (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء):
جدول رقم (4.9) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية.التكرار			الفقرة
		إلي حد ما	لا	نعم	
0.93	1.93	59	23	68	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها علي فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)
		40.8	12.3	46.9	

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.
مستوى دلالة عند 0.05

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.6) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء)

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 46.9% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية كان من الاتصال الشخصي عبر الأصدقاء والزملاء حيث كانت إجاباتهم بالعبرة (نعم) ونجد أن 40.8% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم تعرفوا عليها على حد ما عبر الأصدقاء والزملاء

السؤال الثالث (المطبوعات):

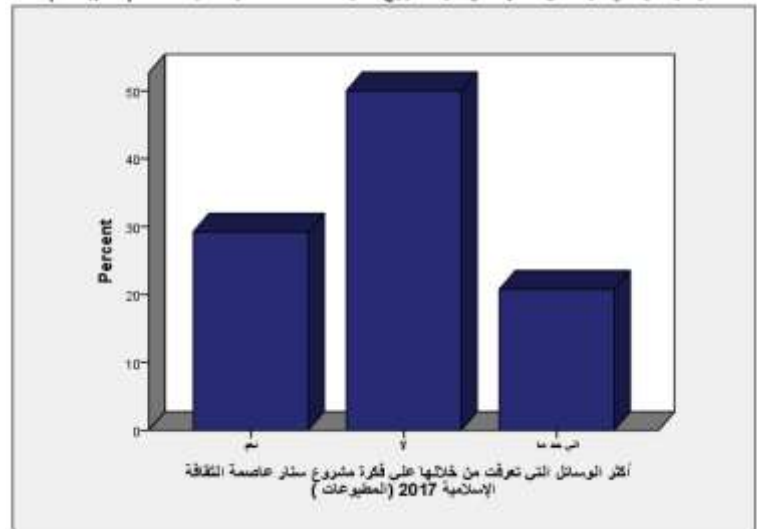
جدول رقم (4.10) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			لفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.86	2.20	71	34	45	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)
		50.0	20.8	29.2	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.7) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات)

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 50% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (المطبوعات) حيث كانت إجاباتهم بالعبارة (إلى حد ما) ونجد أن 20% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم لم يتعرفوا عليها عن طريق المطبوعات.

السؤال الثالث (الإذاعة):

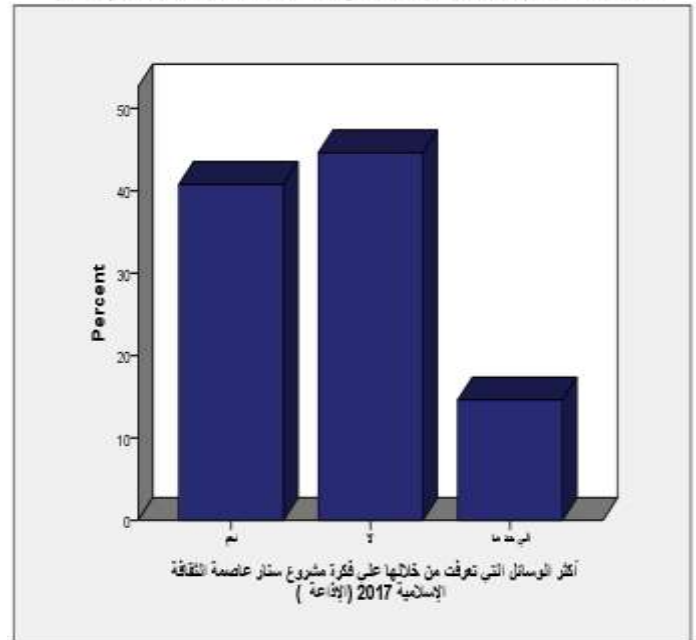
جدول رقم (4.11) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.92	2.03	64	26	60	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)
		44.6	14.6	40.8	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.8) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة)

من الجدول والشكل السابقين يظهر أن نسبة 44% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (الإذاعة) حيث كانت إجاباتهم بالعبارة (إلى حد ما) ونجد أن 14% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أنهم لم يتعرفوا عليها عن طريق الإذاعة.

السؤال الثالث (التلفزيون):

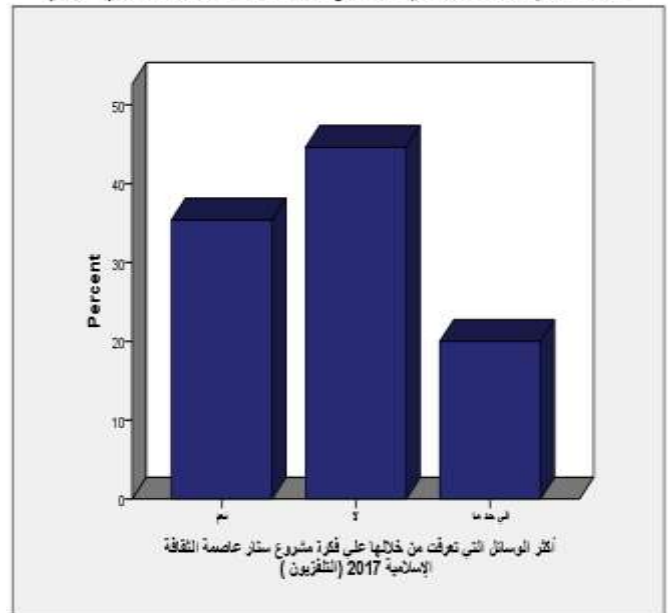
جدول رقم (4.12) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.89	2.09	65	32	53	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)
		44.6	20.0	35.4	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.9) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون)

من الجدول والشكل السابقين يتضح أن نسبة 35% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (التلفزيون) حيث جاءت إجاباتهم بعبارة (نعم)، وهذه النسبة تبين التغطية الإعلامية عن طريق التلفزيون. ترى الباحثة أن التعريف بالفعالية عن طريق التلفزيون كان ضعيفاً.

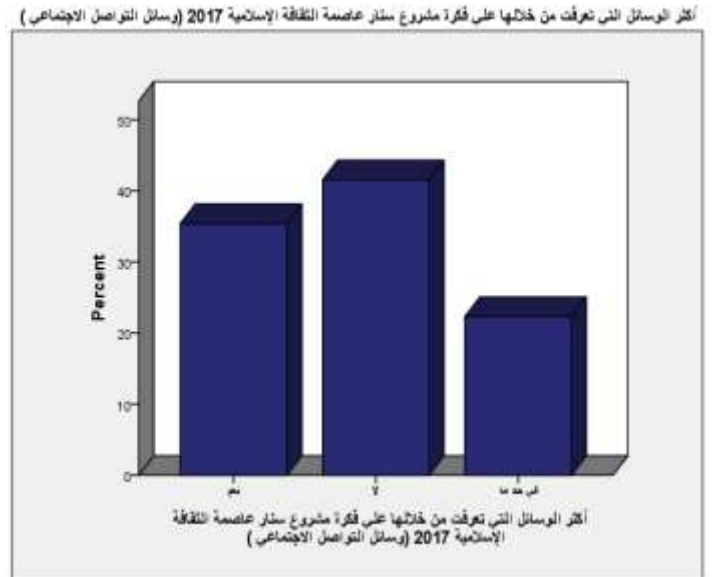
السؤال الثالث (وسائل التواصل الاجتماعي):

جدول رقم (4.13) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار			الفقرة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.91	2.08	61	35	54	أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي)
		42.3	22.3	35.4	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.10) يوضح أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي)

من الجدول والشكل السابقين يتضح أن نسبة 35% من أفراد العينة المبحوثة يقولون أن أكثر الوسائل التي تعرفت من خلالها على فكرة مشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 (وسائل التواصل الاجتماعي) حيث جاءت إجاباتهم بعبارة (نعم)، وهذه النسبة تبين التغطية الإعلامية الجيدة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي. ترى الباحثة أن التعريف بفعالية سنار من خلال وسائل التواصل الاجتماعي كان ممتازاً.

المحور الثاني:

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى: ما وسائل التواصل الاجتماعي التي استخدمها الإعلاميون كوسائط مساعدة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م تم إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

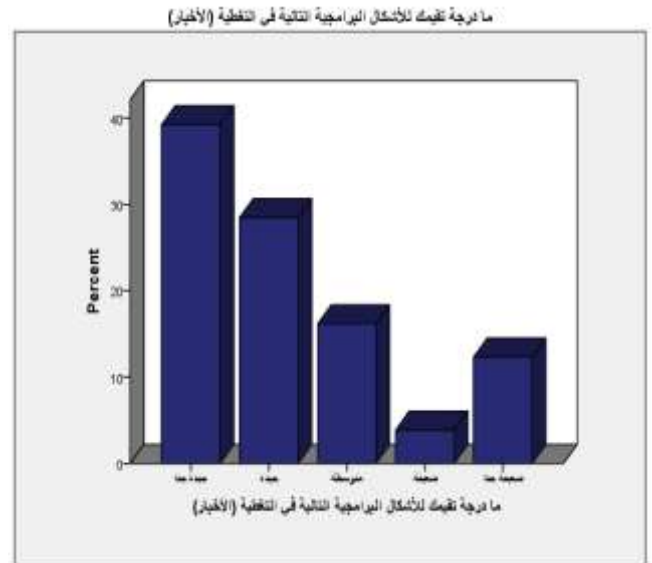
السؤال الأول: من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية:

جدول رقم (4.14) يوضح النسب المئوية لبدائل الفقرات والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى المعنوية لكل فقرة من فقرات المحور الثاني:

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.33	2.21	20	9	25	41	55	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الأخبار)
		12.3	3.8	16.2	28.5	39.2	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



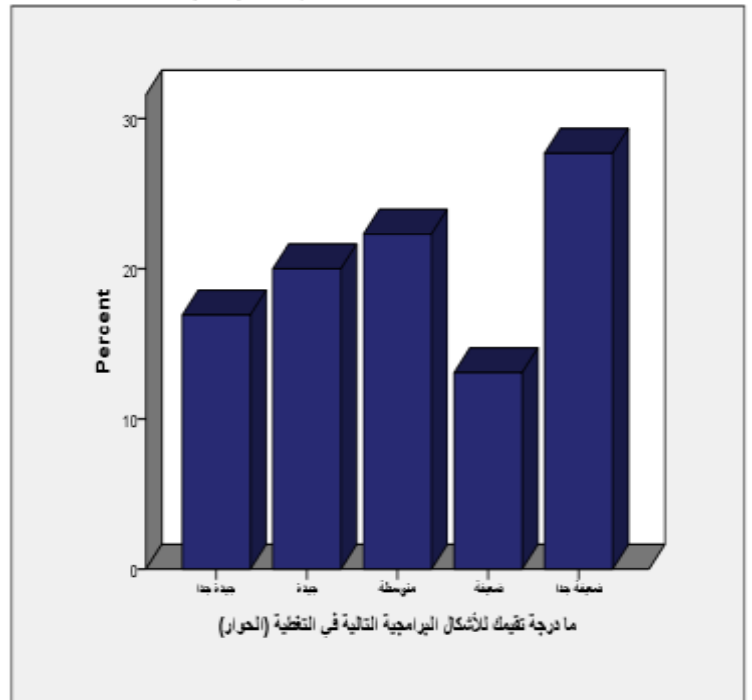
المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.
شكل رقم (4.11) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الأخبار) من الجدول والشكل أعلاه نجد أن نسبة 39% وهي أعلى نسبة تقييم للأشكال البرمجية في التغطية عن طريق الأخبار، وكانت الإجابة عن العبارة (جيدة جداً)، ونسبة 28% قالوا بأنها جيدة. ترى الباحثة أن التغطية لفعالية سنار عبر الأخبار كانت جيدة.

جدول رقم (4.15) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.4	3.14	40	21	33	30	26	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)
		27.7	13.1	22.3	20.0	16.9	

مستوى دلالة عند 0.05
المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.12) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الحوار)

من الجدول والشكل نجد أن الحوار أخذ تقييم ضعيف في التغطية بالنسبة للأشكال البرمجية المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية حيث أخذ نسبة 27% من أفراد حيث أجابوا (بضعيف جداً) وهي تعتبر أعلى نسبة من المبحوثين، و20% قالوا أنها (جيدة)، و22% من أفراد العينة أجابوا (بأحياناً)، نجد من كل ما سبق أن الحوار لم يمثل في التغطية الإعلامية دوره الكامل الذي يجب عليه، أي أنه لم يكن بالشكل المطلوب.

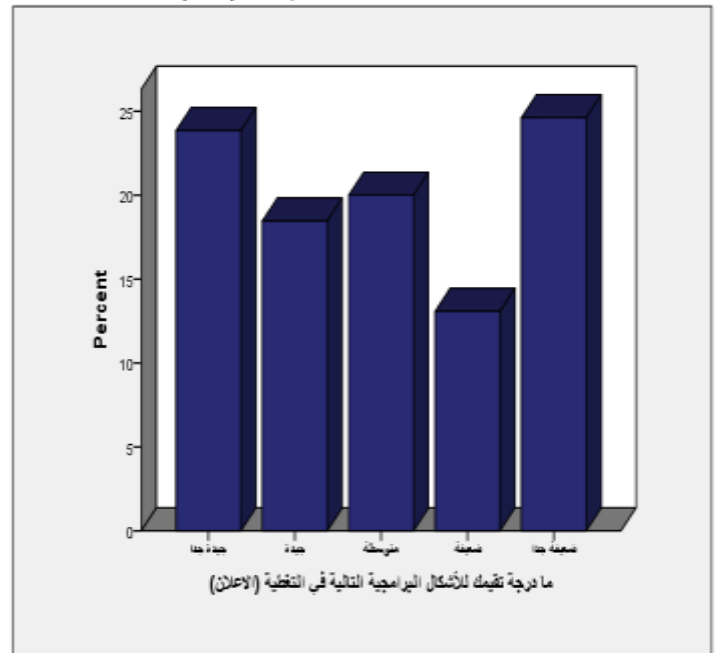
جدول رقم (4.16) يوضح ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الإعلان)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.50	2.9	36	21	30	28	35	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الإعلان)
		24.6	13.1	20.0	18.5	23.8	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الإعلان)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.13) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الإعلان)

من الجدول والشكل تبين أن الإعلان عن فكرة المشروع كانت ضعيف جداً حسب إجابات أفراد العينة حيث كانت نسبة 24% منهم أجابوا (بضعيف جداً) و13% قالوا بأنه (ضعيف)، بينما (20%) من أفراد العينة اعطوه تقييماً (متوسط)، أما 23% قالوا بأنه جيد جداً، 18% ذكروا بأن تقييمهم للإعلان (جيد).

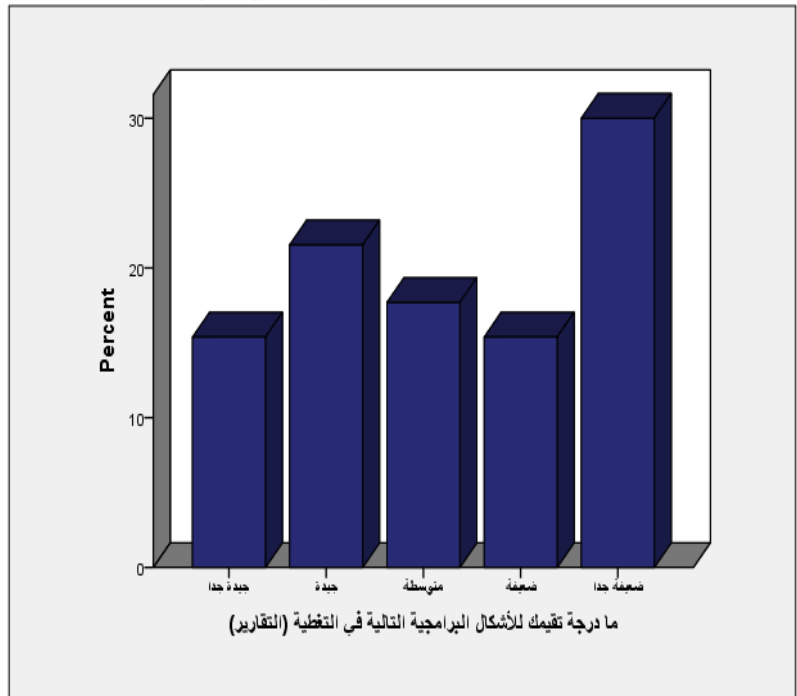
جدول رقم (4.17) يوضح تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التقارير)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جداً	
1.47	3.23	43	24	27	32	24	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التقارير)
		30.0	15.4	17.7	21.5	15.4	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التقارير)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.14) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التقارير)

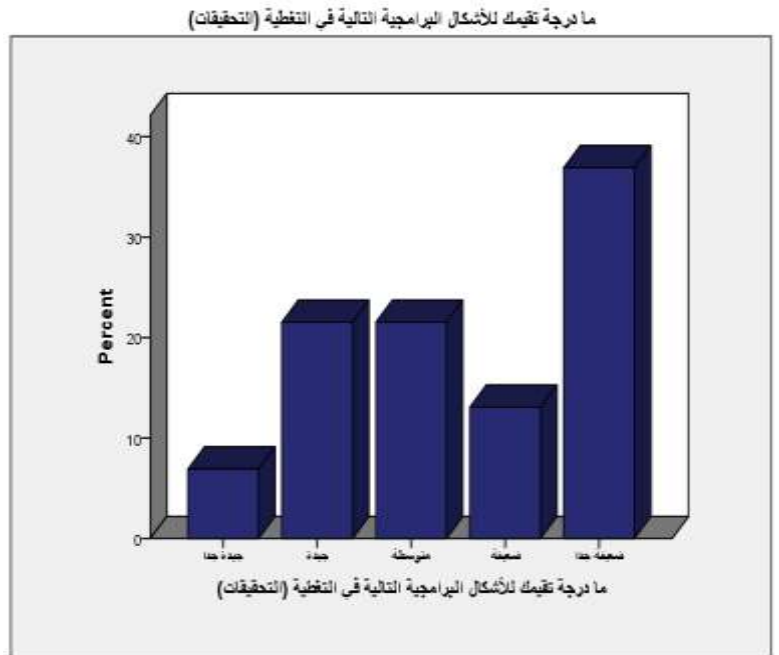
من الجدول والشكل نجد أن التقارير أيضاً أخذت نسبة ضعيفة من تقييمها في التغطية الإعلامية، حيث كانت نسبة 30% من أفراد يقولون بأنها (ضعيفة جداً) و15% أجابوا (بضعيف) وكذلك 21% من أفراد العينة يقولون أنها جيدة.

جدول رقم (4.18) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التحقيقات)

الاتحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.35	3.51	48	17	28	28	9	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (التحقيقات)
		36.9	13.2	21.5	21.5	6.9	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.



شكل رقم (4.15) يوضح درجة التقييم للأشكال البرامجية التالية في التغطية (التحقيقات)
 المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

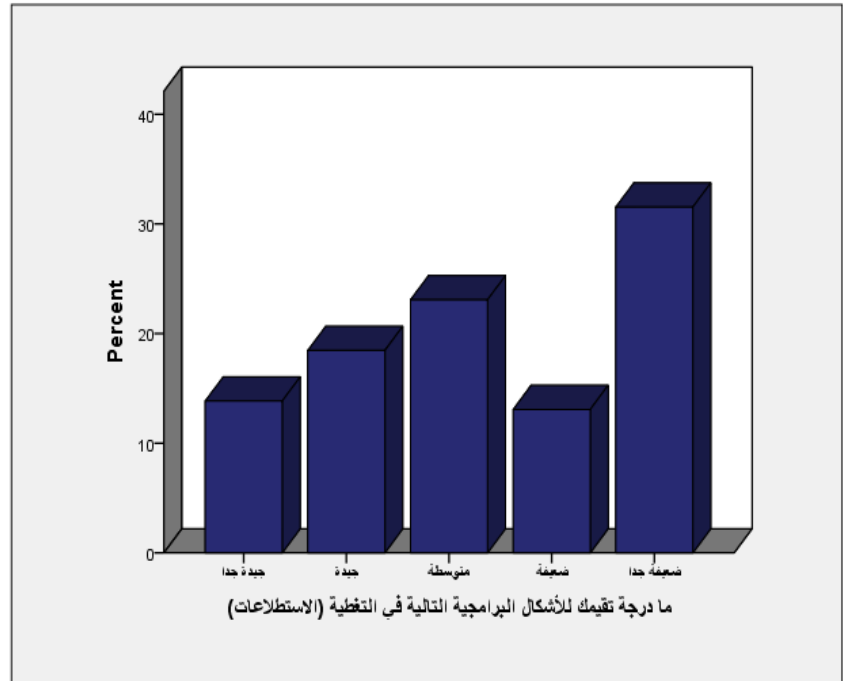
من الجدول والشكل نجد أن تقييم المشاركين للتحقيقات كشكل من الأشكال البرامجية للتغطية كان ضعيف جداً حيث بلغت نسبتهم (36,9%) وتعتبر هذه نسبة كبيرة جداً بالنسبة إلى باقي استجابات أفراد العينة كما هو ملاحظ في الجدول والشكل السابقين.

جدول رقم (4.19) يوضح درجة التقييم للأشكال البرامجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.43	3.3	45	21	34	28	22	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرامجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)
		31.5	13.1	23.1	18.5	13.8	

مستوى دلالة عند 0.05
 المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.16) يوضح الدرجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (الاستطلاعات)

من الجدول والشكل نجد أن تقييم الاستطلاعات كأحد أشكال التغطية الإعلامية لفكرة برنامج سنار عاصمة الثقافة الإسلامية كان (ضعيف جداً) بنسبة بلغت 31%، و(ضعيف) بنسبة 13%، أما بعض المبحوثين يرون أنه كان جيد جداً. 0. ترى الباحثة أن تغطية الفعالية عبر الاستطلاعات كانت ضعيفة جداً.

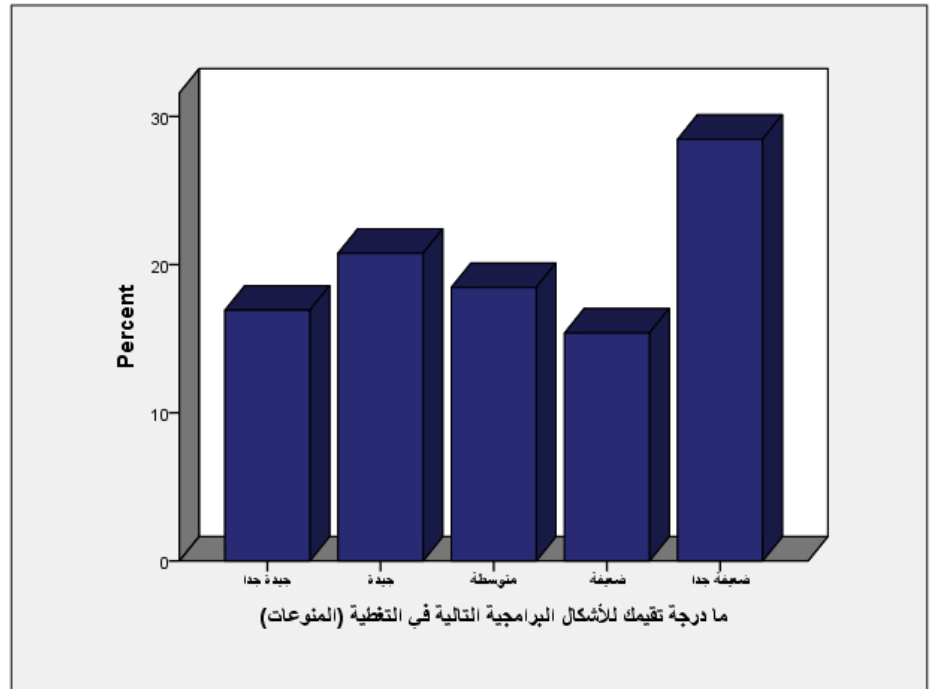
جدول رقم (4.20) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.47	3.17	41	24	28	31	26	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)
		28.5	15.4	18.5	20.8	16.8	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.17) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (المنوعات)

من الجدول والشكل الذان يوضحان التغطية الإعلامية عن طريق الوسائل الإعلامية الأخرى (المنوعات) نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه كان (ضعيف جداً) بنسبة بلغت 28%، أما بعضهم يرون بأنه (جيد) بنسبة 20%، والذين يرون بأن التغطية عن الطرق الإعلامية الأخرى أو (المنوعات) كان متوسط بلغت نسبتهم (18%).

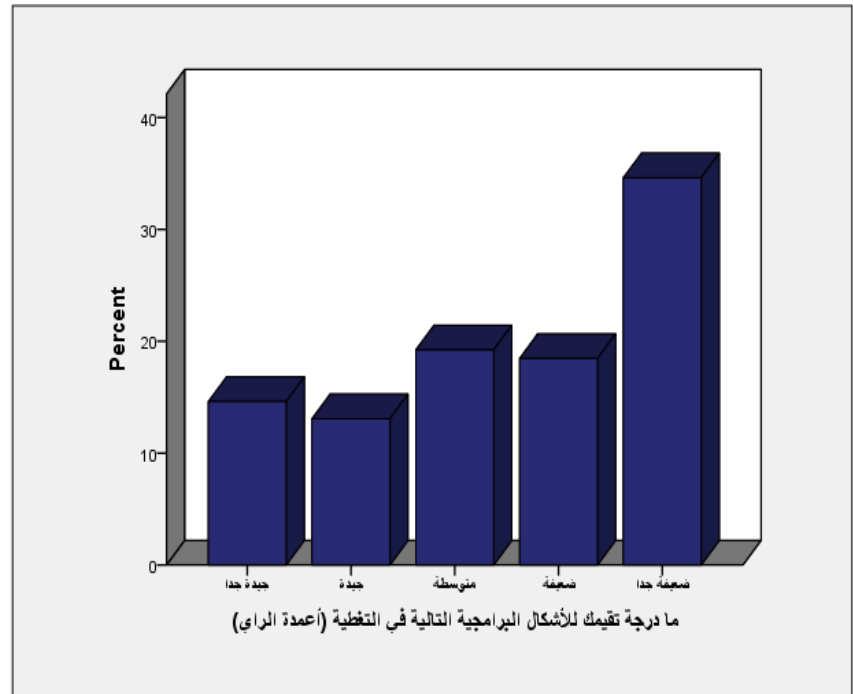
جدول رقم (4.21) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					الفقر
		ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا	
1.44	3.45	49	28	29	21	23	من خلال مشاركتك في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)
		34.6	18.5	19.2	13.1	14.6	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما درجة تقييمك للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.18) يوضح درجة التقييم للأشكال البرمجية التالية في التغطية (أعمدة الرأي)

من الجدول والشكل نجد أن أغلبية المبحوثين قالوا بأن أعمدة الرأي لم تتناول الإعلان عن فكرة برنامج سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 بصورة جيدة أو أنه (ضعيف جداً) بنسبة بلغت 34%، و18% كانت نسبة الذين يرون بأنه (ضعيف).

المحور الثالث:

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى: **مدي نجاح تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية والي أي مدي نجاح وسائل الإعلام** تم إيجاد المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

السؤال الأول:

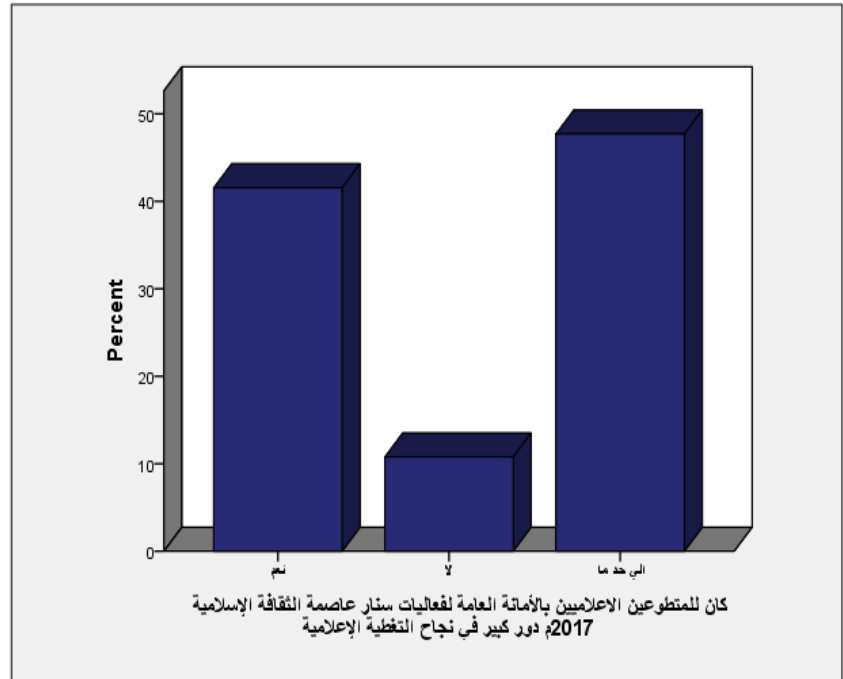
جدول رقم (4.22) يوضح الدور الكبير للرواق السناري في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					تفسير
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
1.04	2.19	41	54	32	15	8	كان للرواق السناري دور كبير في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية
		27.3	36.0	21.3	10.0	5.4	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

كان للمتطوعين الاعلاميين بالأمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م دور كبير في نجاح التغطية الإعلامية



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.20) يوضح الدور الكبير للمتطوعين الإعلاميين بالأمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

من الجدول والشكل نجد أن أغلبية المبحوثين يرون بأنه كان المتطوعين الإعلامية بالإمانة العامة لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية دور كبير (إلى حد ما) في نجاح التغطية الإعلامية بنسبة كبيرة بلغت (46%) من حجم العينة. ترى الباحثة أن دور الإعلاميين المتطوعين في تغطية فعالية سنار قبل وأثناء الفعالية بينما انعدمت بعد انتهائها.

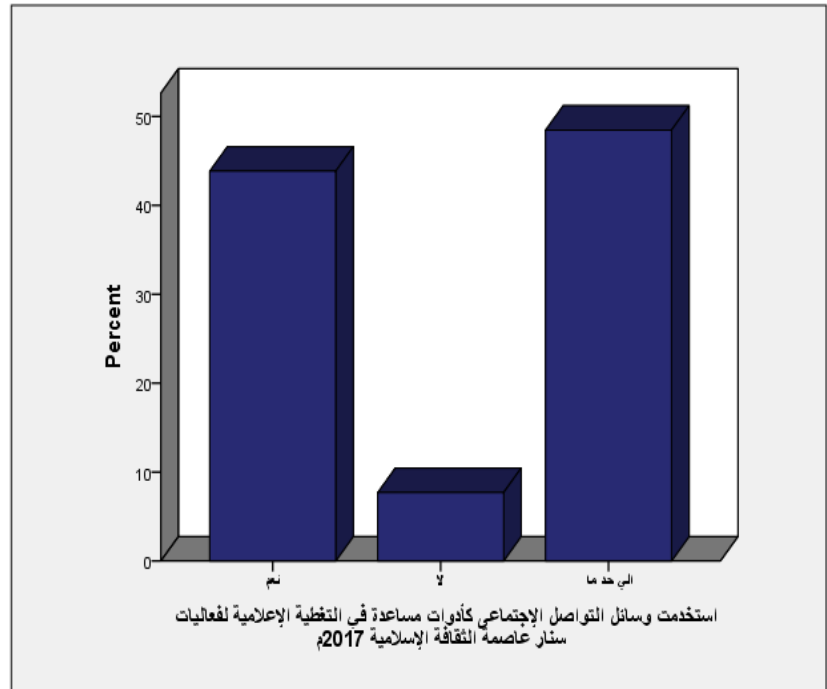
السؤال الثالث:

جدول رقم (4.24) استخدام وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			مستوى دلالة عند 0.05
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.62	1.63	16	70	64	استخدمت وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م
		10.8	46.6	42.6	

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

استخدمت وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م.



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.21) استخدام وسائل التواصل الإجتماعي كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م

من الجدول والشكل نجد أن وسائل التواصل الاجتماعي استخدمت كأدوات مساعدة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، حيث بلغت نسبة الذين يرون ذلك من المبحوثين نسبة 42% حيث كانت أجاباتهم ب(نعم) ، أما 46% يقولون بأنها تم استخدامها (إلى حد ما) .

السؤال الرابع:

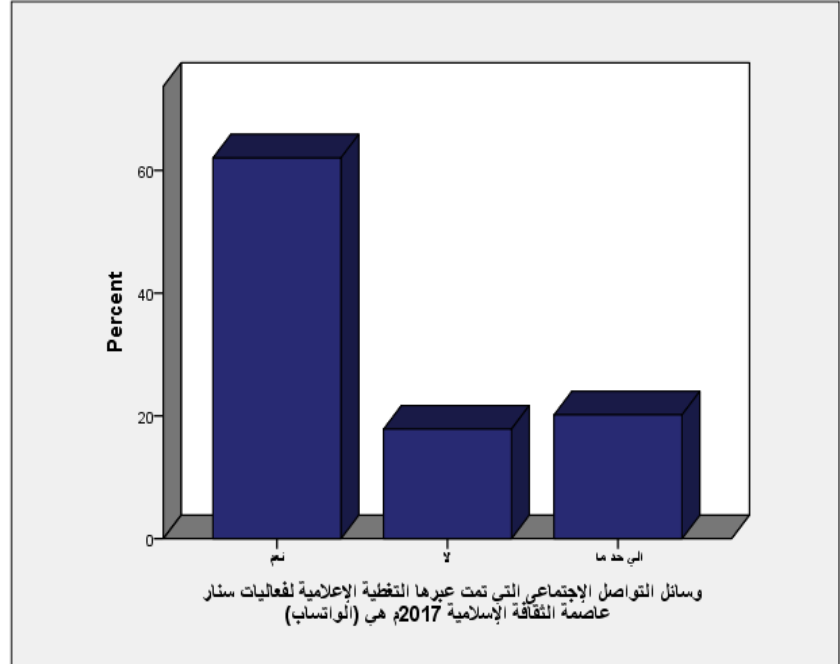
جدول رقم (4.25) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			ملاحظة:
		نعم	إلى حد ما	لا	
0.77	1.55	87	33	30	وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)
		61.5	20.0	18.5	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.22) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الواتساب)

من الجدول والشكل يبين بأن الواتساب هو أحد الوسائل التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية ، وكانت نسبة أجابة المبحوثين ب(نعم) بلغت 61%، و20% أجابوا ب(إلى حد ما).

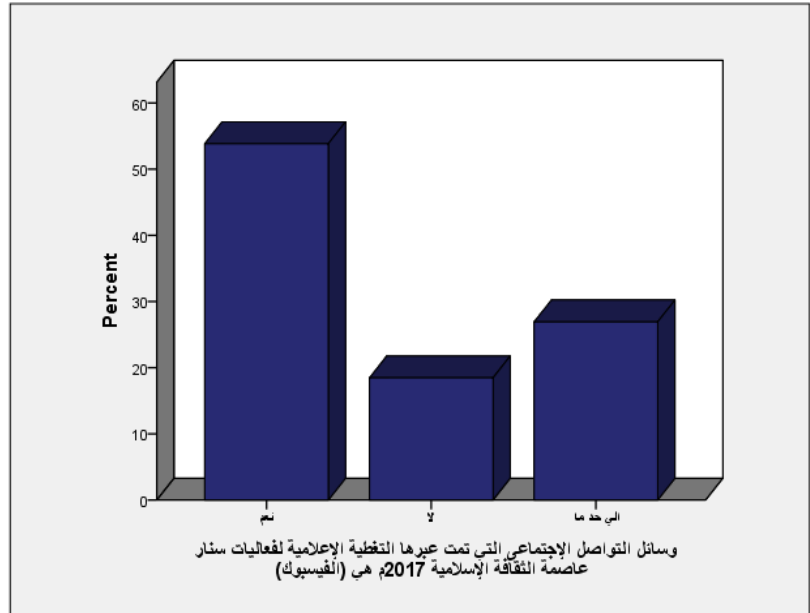
جدول رقم (4.26) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيسبوك)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			النتيجة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.80	1.66	31	42	77	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيسبوك)
		19.3	26.9	53.8	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيس بوك)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.23) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الفيس بوك)

من الجدول والشكل نجد أن غالبية أفراد العينة يرون بأن الفيسبوك هو أحد وسائل التواصل الاجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، وبنسبة بلغت 53% وهي نسبة كبيرة جداً .

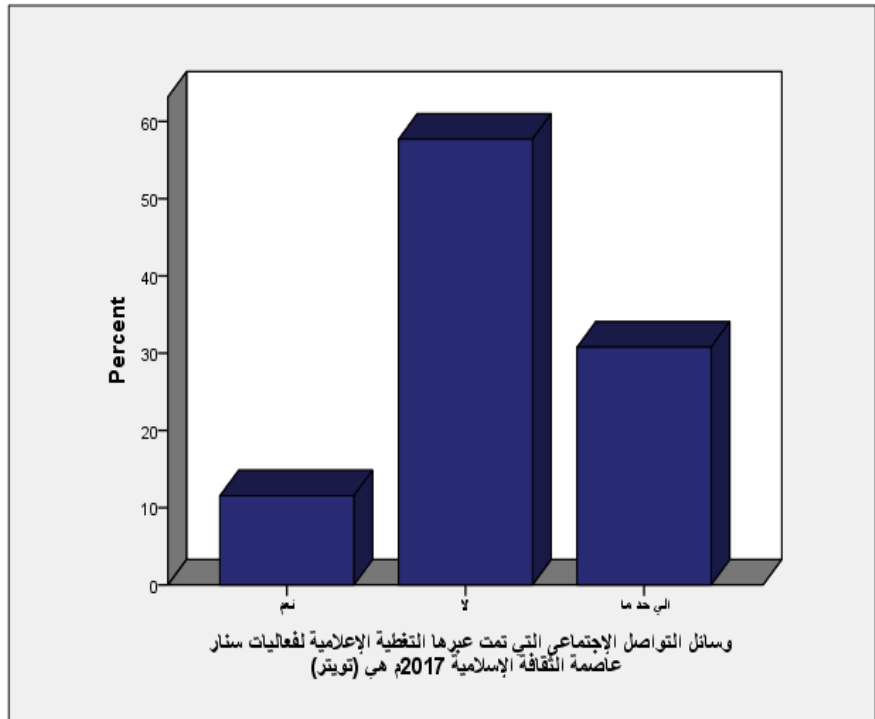
جدول رقم (4.27) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			التعليق
		لا	إلي حد ما	نعم	
0.69	2.46	81	47	22	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)
		57.7	30.8	11.5	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.24) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (تويتر)

من الجدول رقم (4.27) والشكل (4.24) نجد أن أغلبية المبحوثين لم يوافقوا على توتير كأحد وسائل التواصل التي تم استخدامها للتغطية الإعلامية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا ب(لا) 57%، والذين أجابوا ب(إلى حد ما) بلغت 30%.

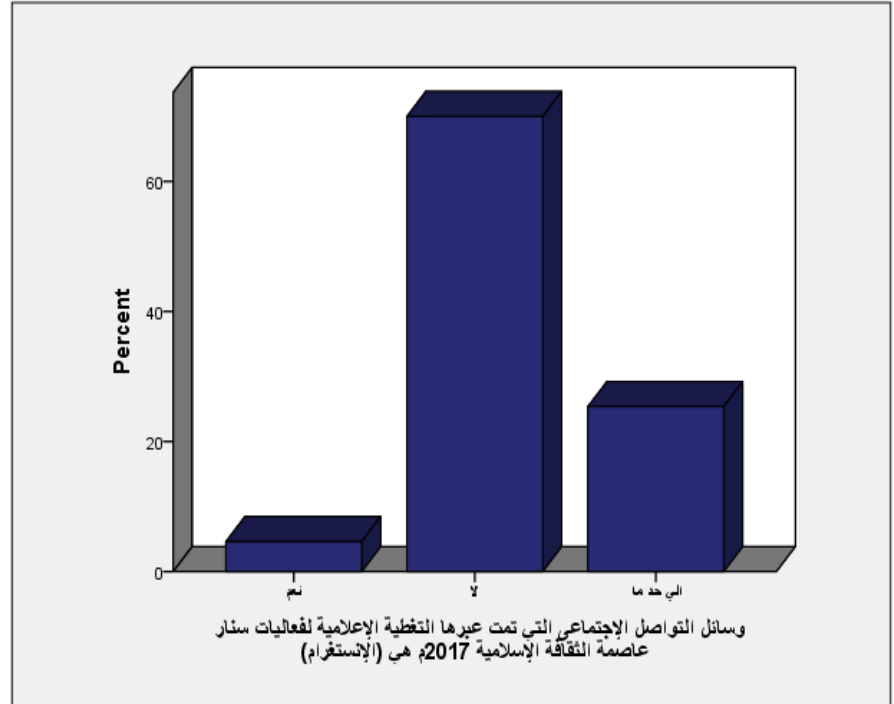
جدول رقم (4.28) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			الفقرة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.56	2.65	97	40	13	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)
		70.0	25.4	4.6	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.25) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (الإنستغرام)

من الجدول والشكل نجد أن أفراد العينة لم يوافقوا بأن الإنستغرام هو واحد من وسائل التواصل الاجتماعي التي تم استخدامها في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، حيث بلغت نسبة الذين أجابوا على السؤال ب(لا) 70%، وهي نسبة كبيرة جداً، أما الذين أجابوا فبلغت نسبتهم 4% فقط.

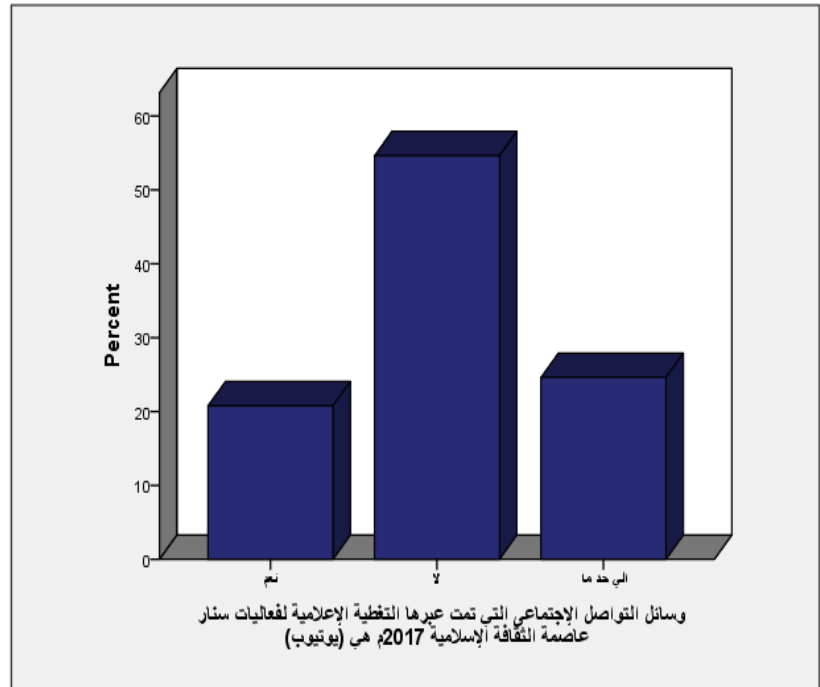
جدول رقم (4.29) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			ملاحظة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.80	2.33	77	39	34	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)
		54.6	24.6	20.8	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.26) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (يوتيوب)

من الجدول والشكل نجد أن اليوتيوب لم يستخدم للتغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية بصورة جيدة حيث 54% من أفراد العينة نفو استخدام اليوتيوب لتغطية الفعاليات، حيث أجابوا ب(لا)، و24% يقولون أنه تم استخدامه (إلى حد ما).

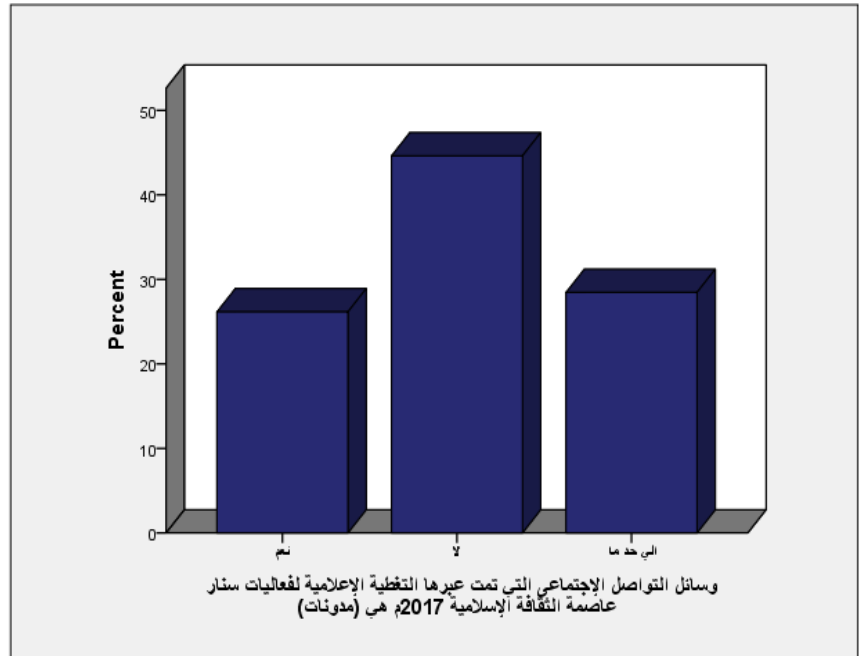
جدول رقم (4.30) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			النتيجة
		لا	إلى حد ما	نعم	
0.83	2.20	66	44	40	وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)
		44.0	29.4	26.6	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.27) يوضح وسائل التواصل الإجتماعي التي تمت عبرها التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م هي (مدونات)

من الجدول والشكل يتضح بأن المدونات لم تكن ضمن الوسائل التي تم استخدامها لتغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية للعام 2017م، حيث 44% من أفراد العينة يرون ذلك وكانت إجاباتهم عن طريق (لا)، و29% من أفراد العينة يرون بأن المدونات تم استخدامها إلى حد ما كأحد وسائل التواصل الاجتماعي في التغطية الإعلامية.

المحور الرابع:

سيتم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها من خلال تفريق بيانات وإجابات أفراد العينة الدراسية للتوصل إلى: مساهمت وسائل الإعلام في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م وتحقيق أهداف برامج عواصم الثقافة الإسلامية

تم إيجاد المتوسط الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسبة المئوية لاستجابات أفراد العينة على محاور الأداة، وفيما يلي عرض لمحاور الأداة:

السؤال الأول:

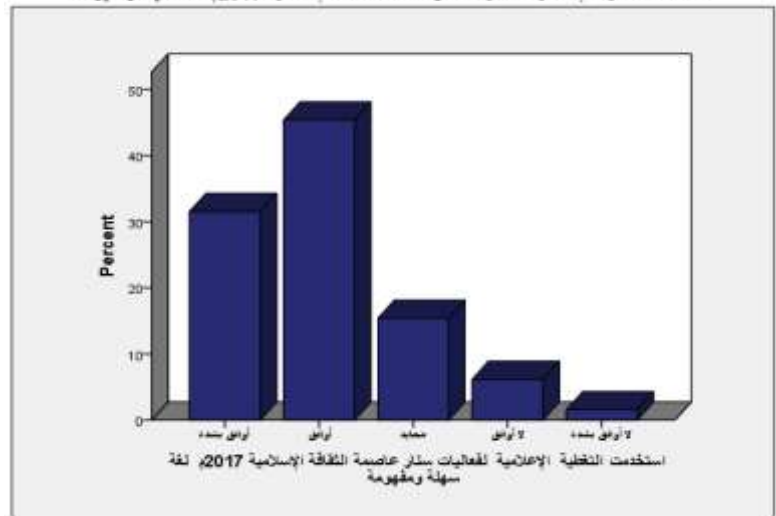
جدول رقم (4.31) مساهمت وسائل الإعلام في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م وتحقيق أهداف برامج عواصم الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					ملاحظات
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
0.92	2.00	5	12	24	63	46	استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م لغة سهلة ومفهومة
		1.5	6.2	15.4	45.4	31.5	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م لغة سهلة ومفهومة



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.28) استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م لغة سهلة ومفهومة من الجدول والشكل نجد وبما لا يدع مجالاً للشك بأن اللغة التي تم استخدامها في التغطية الإعلامية لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 لغة واضحة وسهلة ومفهومة حيث بلغت نسبة الذين يرون ذلك 31% و45% من أفراد العين وهم الذين أجابوا أوافق وأوافق بشدة (على التوالي) على السؤال، وذلك هو أحد المتطلبات الرئيسية لمثل هذه الفعاليات، استخدام اللغة السهلة والمفهومة لدى الجميع حتى تصل المعلومة لأكبر فئة.

السؤال الثاني:

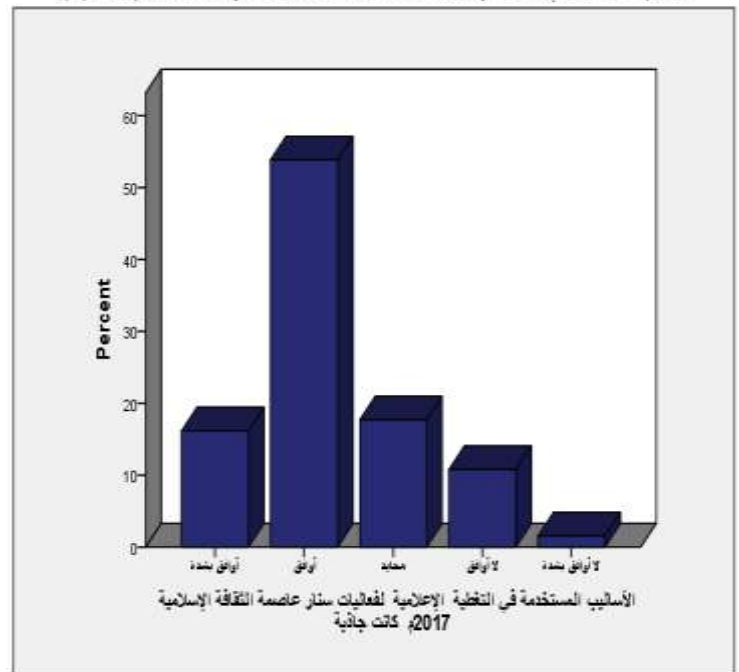
جدول رقم (4.32) يوضح الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
0.91	2.27	25	74	27	18	6	
		16.2	53.8	17.7	10.8	1.5	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.29) يوضح الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م كانت جاذبة

من الجدول والشكل يبين الأساليب المستخدمة في التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 كانت جاذبة أم لا، وكانت إجابات المبحوثين بأنها كانت جاذبة بنسبة 53% و16% للإجابات أوافق وأوافق بشدة على التوالي، وهناك 17% من أفراد العينة (محايد)، و10% لم يرون بأنها كانت جاذبة.

السؤال الثالث:

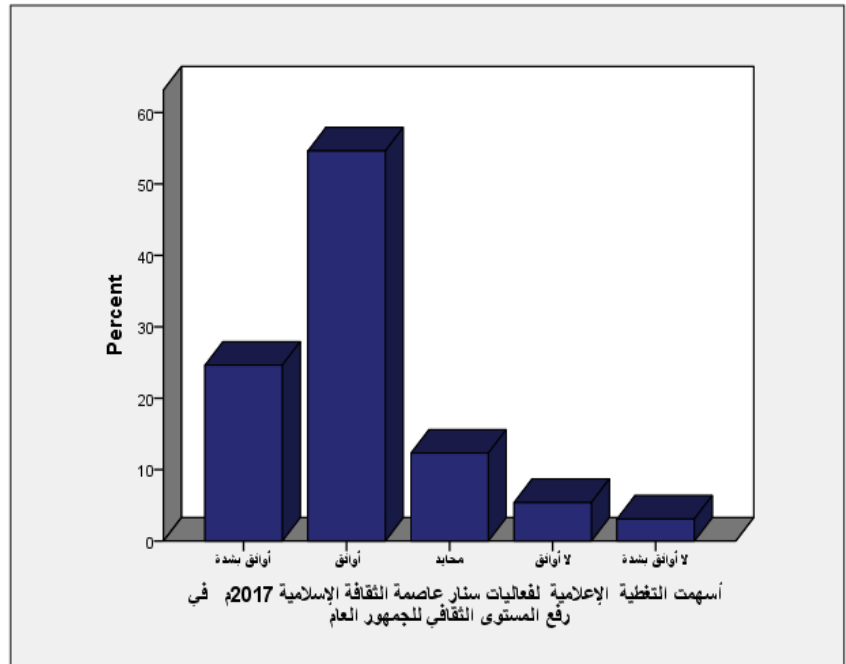
جدول رقم (4.33) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					ملاحظات
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	
0.29	2.07	8	11	20	75	36	أسهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام
		3.1	5.4	12.3	54.6	24.6	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

أسهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.30) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام

من الجدول والشكل نجد أن التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية في العام 2017 ساهمت في رفع المستوى الثقافي للجمهور العام حسب آراء أفراد العينة الذين بلغت نسبتهم 24% و54% من أجاباتهم (أوافق بشدة) و(أوافق) على التوالي، وكانت هناك نسبة بلغت 12% ل(محايد)، 5% و3% لأفراد العينة الذين أجابوا ب(لا أوافق) و(لا أوافق بشدة) على التوالي أيضاً.

السؤال الرابع:

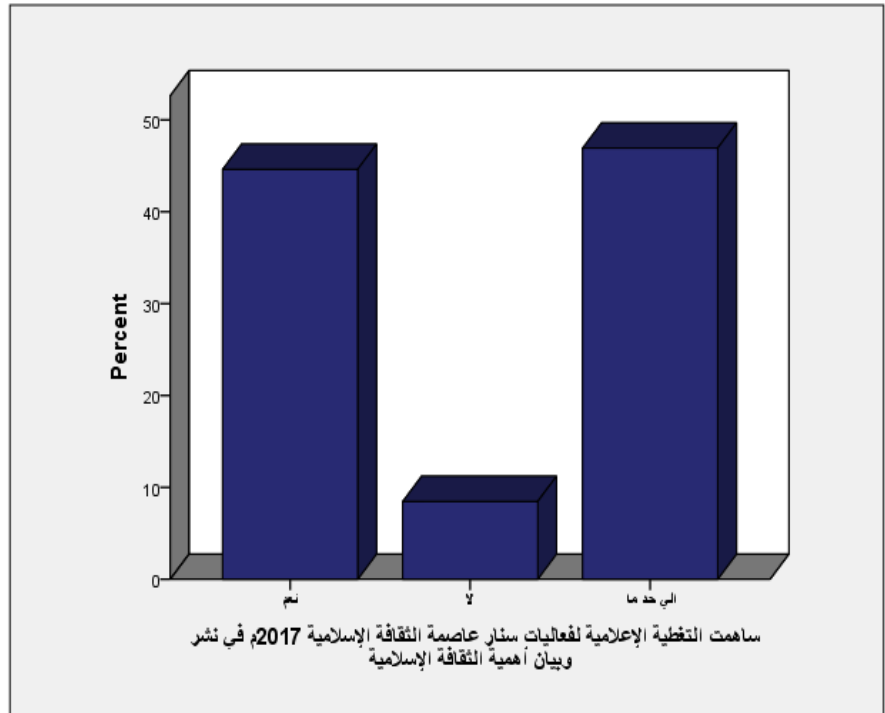
جدول رقم (4.34) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			القيمة
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.63	1.63	17	68	65	ساهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية
		8.5	46.9	44.6	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ساهمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.31) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية

من الجدول رقم والشكل نجد أن 46% من أفراد العينة يرون بأن التغطية الإعلامية لم تساهم في نشر وبيان أهمية الثقافة الإسلامية وهؤلاء الذين كانت إجاباتهم (لا)، وهناك أيضاً عدد 44% يرون بأنها ساهمت وكانت إجاباتهم ب(نعم)، و8% يرون بأنها ساهمت (إلى حد ما)، وترى الباحثة بأنه من الضروري في مثل هذه الفعاليات الإلتزام بالموضوعية والتمسك بأهداف الفعاليات ومحاولة تحقيق هذه الأهداف بكل الوسائل.

السؤال الخامس:

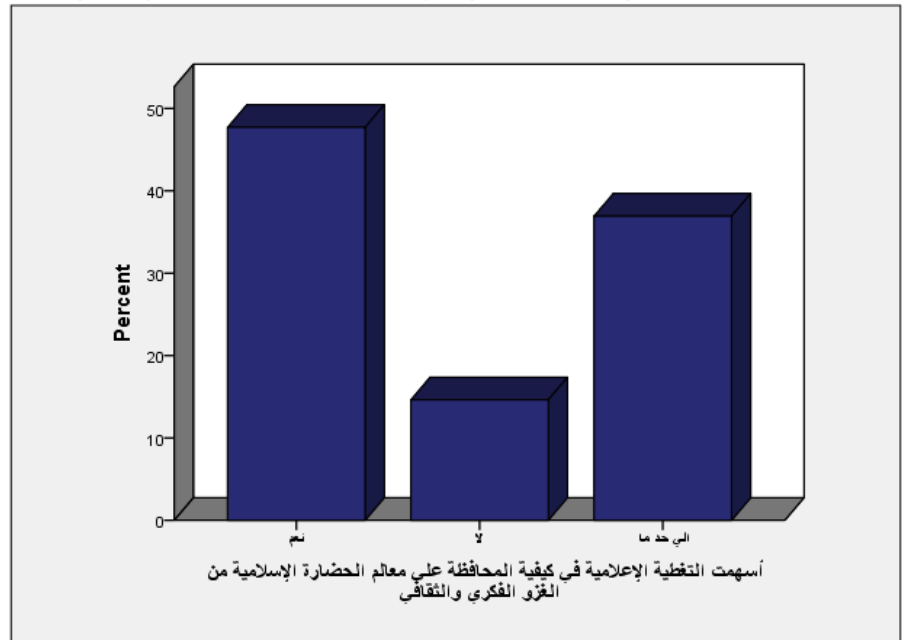
جدول رقم (4.35) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في كيفية المحافظة علي معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار			التعليق
		إلى حد ما	لا	نعم	
0.74	1.68	26	55	69	أسهمت التغطية الإعلامية في كيفية المحافظة علي معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي
		15.4	36.9	47.7	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

أسهمت التغطية الإعلامية في كفيّة المحافظة على معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.32) يوضح مساهمة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م في كفيّة المحافظة على معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي

من الجدول والشكل الذان يوضحان استجابات أفراد العينة للعبارة التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م ساهمت في كفيّة المحافظة على معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي، ونجد بأن أغلبية الباحثين يوافقون على هذه العبارة حيث جاوبوا ب(نعم) بنسبة 47%، والذين لا يرون بأنها كانت نسبة 36% وهم الذين أجابوا ب(لا).

السؤال الخامس:

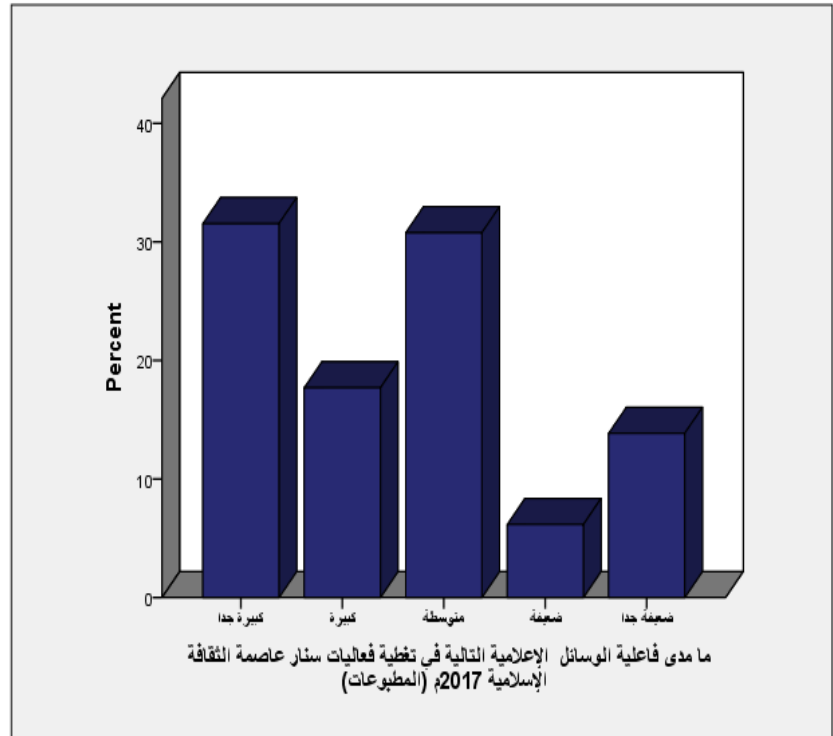
جدول رقم (4.36) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					القيمة
		ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا	
1.35	2.53	22	12	44	27	45	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)
		13.8	6.2	30.8	17.7	31.5	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.33) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (المطبوعات)

من الجدول والشكل نجد أن أغلبية المبحوثين بنسبة 31% يرون بأن المطبوعات لها فاعلية (كبيرة جداً) في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، و30% يرون بأنها (متوسطة) التأثير، وأيضاً هناك 17% يقولون بأن لها فاعلية (كبيرة) في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة، وبالتأكيد المطبوعات لها أثرها في نشر وتغطية مثل هذه البرامج وتعتبر وسيلة إعلام جيدة خاصة في مجتمعنا.

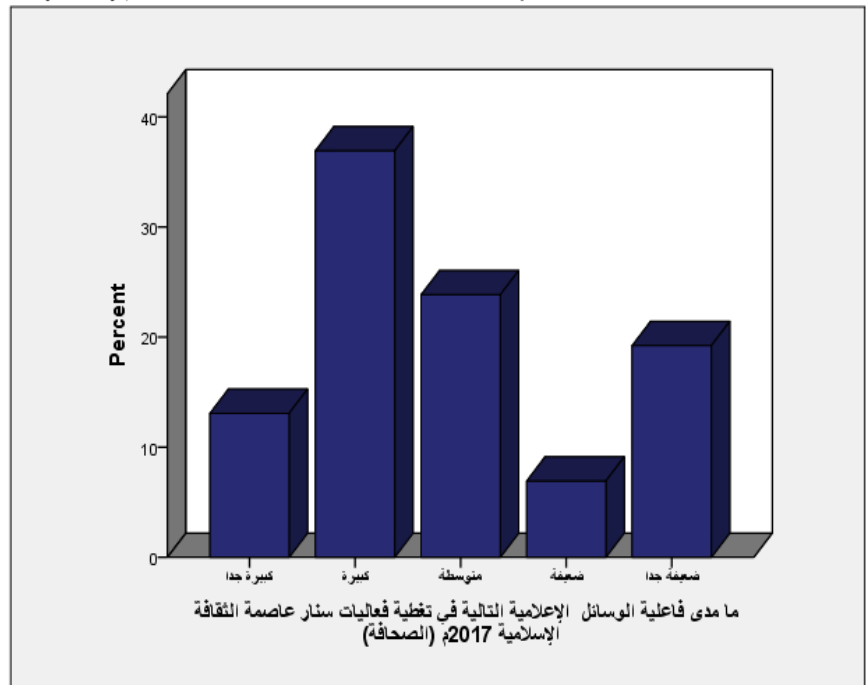
جدول رقم (4.37) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					الفقرة
		ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا	
1.30	2.28	29	13	35	52	21	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)
		19.3	6.9	23.8	36.9	13.1	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.34) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الصحافة)

من الجدول والشكل نجد أن الصحافة لم يكن لها دور كبير كما يجب في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة حيث كانت إجابات المبحوثين متفاوتة في مدى فعاليتها حيث كانت 36% من أفراد يقولون بأن الصحافة كان لها فاعلية (كبيرة) في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، وهناك أيضاً نسبة 19% من أفراد العينة ينفون ذلك باختيارهم الإجابة (ضعيف جداً) و23% من أفراد العينة يرون بأن لها فاعلية (متوسطة).

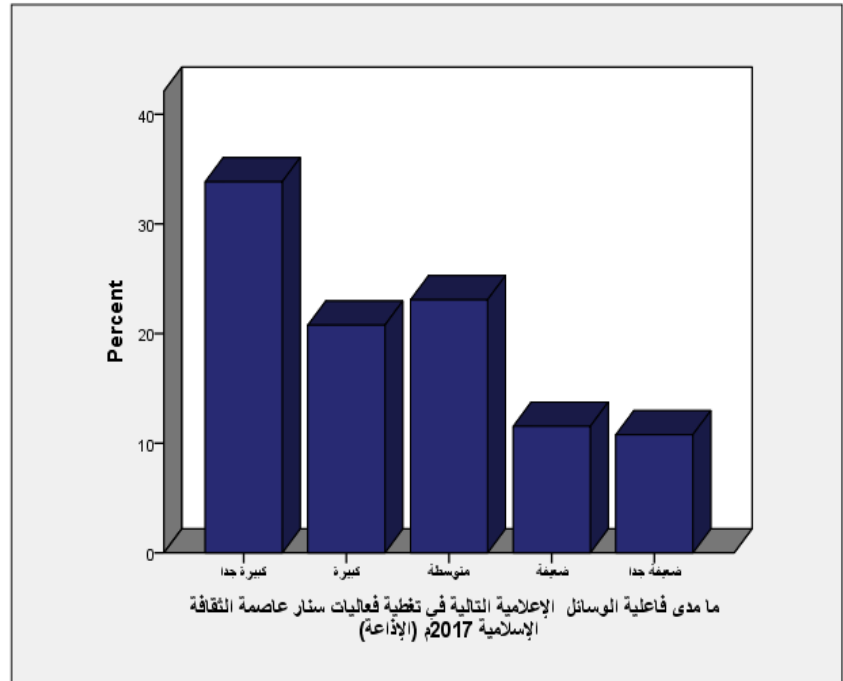
جدول رقم (4.38) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية. التكرار					ملاحظات
		ضعيفة جداً	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	
1.34	2.44	18	19	34	31	48	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار 77ق7عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)
		10.8	11.5	23.1	20.8	33.8	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.
شكل رقم (4.35) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإذاعة)

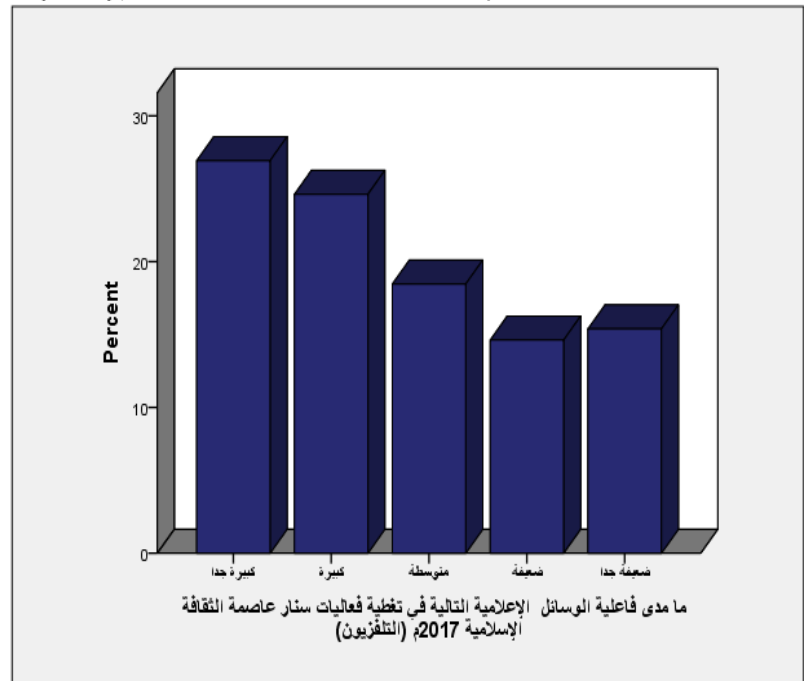
من الجدول والشكل نجد أن الإذاعة كأحد الوسائل الإعلامية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية، كان لها فاعلية (كبيرة جداً) و (كبيرة) حسب آراء أفراد العينة الذين بلغت نسبتهم (33%) و (20%) كأعلى نسبة بين الباحثين، و 23% يرون بأن لها فاعلية (متوسطة)، وهذا يوضح اهتمام المشاركين في الفعالية بالتغطية عبر الإذاعة.

جدول رقم (4.39) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					القيمة
		ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا	
1.41	2.66	24	23	28	36	39	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)
		15.4	14.6	18.5	24.6	26.9	

مستوى دلالة عند 0.05
المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.36) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (التلفزيون)

من الجدول والشكل الذان يوضحان مدى فاعلية التلفزيون في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، وكانت إجابات المستجيبين بأن لها فاعلية (كبيرة جداً) و(كبيرة) بنسب 26% و24% على التوالي، وهناك نسبة 18% من أفراد العينة يقولون بأن لها فاعلية (متوسطة)، و 14% و 15% أجابوا ب(ضعيفة) و(ضعيفة جداً) على التوالي، وبالتأكيد يظهر دور التلفزيون في تغطية هذه الفعالية من إجابات أفراد العينة بأن له دور كبير في هذه الفعالية.

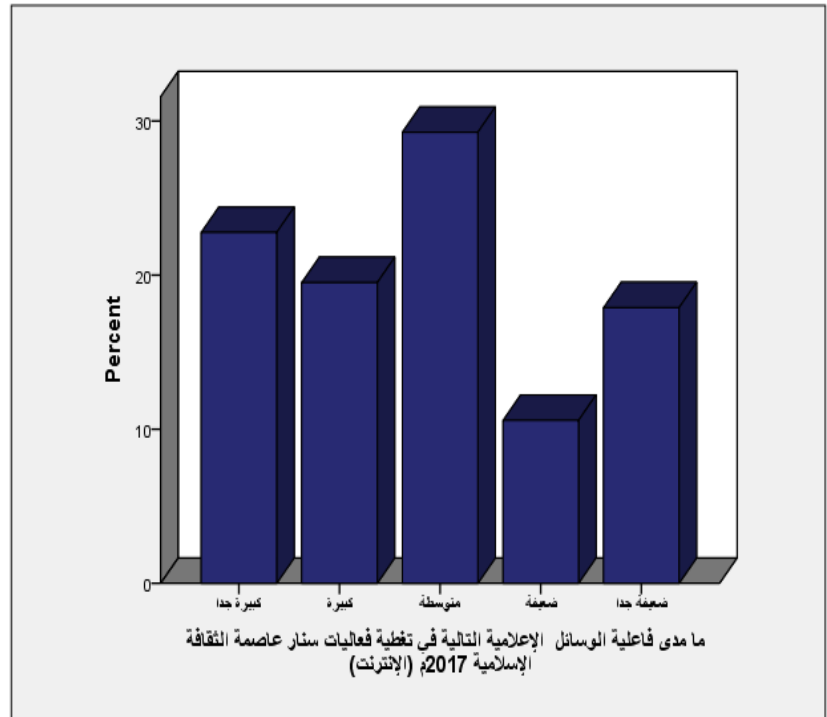
جدول رقم (4.40) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	النسبة المئوية التكرار					القيمة
		كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جدا	
1.38	2.81	32	28	40	22	28	ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)
		21.5	18.5	27.7	15.4	16.9	

مستوى دلالة عند 0.05

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

ما مدى فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)



المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

شكل رقم (4.37) يوضح فاعلية الوسائل الإعلامية التالية في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م (الإنترنت)

من الجدول والشكل أعلاه يبينان مدى فاعلية الإنترنت في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية لعام 2017م، حيث نجد أن الإنترنت له فاعلية (كبيرة جدا) و(كبيرة) حسب آراء أفراد العينة بنسبة بلغت 21% و18% على التوالي، وهناك أيضاً نسبة 27% من أفراد العينة يرون بأن له فاعلية (متوسطة) و16% و15% يرون بأن له فاعلية (ضعيفة جداً) و(ضعيفة) على التوالي، نجد أن أغلب أفراد العينة يرون بأن الإنترنت له فاعلية متوسطة في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017م، ومتوسطة هنا ليست مرضية في مثل هذه الفعاليات لأن الإنترنت أصبح الآن هو بمثابة مرجعية لكافة أطراف المجتمع الدولي والمحلي.

الفروق والدلالات الإحصائية بين محاور الدراسة المختلفة وفقاً للمتغيرات المستقلة والوظيفية:

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية (دراسة تطبيقية علي عينة من آراء الإعلاميين بولايته سنار والنيل الأزرق الإعلاميون بأمانة الإعلام لفعالية سنار عاصمة الثقافة الإسلامية) عند مستوي معنوية ($\alpha=0.05$) والنتائج مبينة في الجداول التالية.

جدول رقم (4.41) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزى للنوع:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.000	1	.000	.000	.993
	داخل المجموعات	25.984	128	.203		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	1.481	1	1.481	1.468	.228
	داخل المجموعات	129.113	128	1.009		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.854	1	.854	5.529	.020

		.155	128	19.779	داخل المجموعات	المحور الرابع
			129	20.633	المجموع	
.091	2.904	.611	1	.611	بين المجموعات	
		.211	128	26.949	داخل المجموعات	
			129	27.560	المجموع	

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.99، 0.22، 0.02، 0.09) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثاني، الرابع) أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للنوع ما عدا المحور (الثالث) كانت أصغر من مستوي المعنوية (0.05) أي دالة إحصائية عند مستوي (5%)، مما يدل على أن هنالك فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للنوع
جدول رقم (4.42) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي الفئة العمرية:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.091	3	.030	.148	.931
	داخل المجموعات	25.893	126	.206		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	1.289	3	.430	.419	.740
	داخل المجموعات	129.305	126	1.026		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.676	3	.225	1.423	.239
	داخل المجموعات	19.957	126	.158		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	.865	3	.288	1.362	.258
	داخل المجموعات	26.695	126	.212		
	المجموع	27.560	129			

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.93، 0.74، 0.23، 0.25) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثاني، الثالث، الرابع) كانت أكبر من مستوي الدلالة (5%)، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للفئة العمرية
جدول رقم (4.43) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للمستوي التعليمي:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.139	2	.069	.341	.712
	داخل المجموعات	25.845	127	.204		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	.456	2	.228	.223	.801
	داخل المجموعات	130.138	127	1.025		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.422	2	.211	1.327	.269
	داخل المجموعات	20.211	127	.159		
	المجموع	20.633	129			

المحور الرابع	بين المجموعات	.437	2	.219	1.023	.362
	داخل المجموعات	27.123	127	.214		
	المجموع	27.560	129			

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.71، 0.80، 0.26، 0.36) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثاني، الثالث، الرابع) كانت أكبر من مستوي الدلالة (5%)، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للمستوي التعليمي

جدول رقم (4.44) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للوظيفة:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	1.279	7	.183	.902	.507
	داخل المجموعات	24.706	122	.203		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	5.450	7	.779	.759	.623
	داخل المجموعات	125.144	122	1.026		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.806	7	.115	.708	.665
	داخل المجموعات	19.827	122	.163		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	1.445	7	.206	.964	.461
	داخل المجموعات	26.115	122	.214		
	المجموع	27.560	129			

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.

من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.50، 0.62، 0.66، 0.46) وهي أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للوظيفة مما يدل على أنه لا توجد فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي للوظيفة.

جدول رقم (4.45) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي سنوات الخبرة:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.667	3	.222	1.106	.349
	داخل المجموعات	25.317	126	.201		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	9.208	3	3.069	3.186	.026
	داخل المجموعات	121.385	126	.963		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.114	3	.038	.232	.874
	داخل المجموعات	20.520	126	.163		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	1.399	3	.466	2.245	.086
	داخل المجموعات	26.162	126	.208		
	المجموع	27.560	129			

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.
من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.34، 0.02، 0.87، 0.08) حيث نلاحظ أن المحاور (الأول، الثالث، الرابع) أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً للنوع ما عدا المحور (الثاني) كانت أصغر من مستوي المعنوية (0.05) أي دالة إحصائية عند مستوي (5%)، مما يدل على أن هناك فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

تغطية وسائل الإعلام لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية تعزي لسنوات خبره جدول رقم (4.46) تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) يعزي للحالة الاجتماعية:

المحاور	مصدر التباين	مجموع مربع الانحرافات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوي الدلالة
المحور الأول	بين المجموعات	.438	3	.146	.719	.542
	داخل المجموعات	25.547	126	.203		
	المجموع	25.984	129			
المحور الثاني	بين المجموعات	2.002	3	.667	.654	.582
	داخل المجموعات	128.592	126	1.021		
	المجموع	130.594	129			
المحور الثالث	بين المجموعات	.482	3	.161	1.004	.393
	داخل المجموعات	20.151	126	.160		
	المجموع	20.633	129			
المحور الرابع	بين المجموعات	.522	3	.174	.811	.490
	داخل المجموعات	27.038	126	.215		
	المجموع	27.560	129			

المصدر: أعداد الباحثة، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2021م.
من خلال الجدول السابق يتبين أن (قيمة مستوي المعنوية هي (0.54، 0.62، 0.66، 0.46) وهي أكبر من مستوي الدلالة (5%) أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً للحالة الاجتماعية مما يدل على أنه لا توجد فروق حول استجابات أفراد عينة الدراسة حول الفاعلية.

خاتمة

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً والسلام على رسوله الكريم، الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذه الورقة

أولاً: النتائج:

- اسفرت الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي عن النتائج التالية:
- 9- إن مهمة وسائل الاعلام لا تتوقف عند تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 بل تتعداها لتقييم الحدث.
- 10- إن لوسائل الاعلام دور كبير ومهم في خلق بيئة اجتماعية مناسبة وعكس صورة ذهنية ايجابية حيال الفاعلية.
- 11- إن الأمانة العامة لمشروع سنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 قد بذلت مجهوداً واضحاً لاستضافة الحدث وذلك بوضع سياسة اتصالية واضحة واستخدام وسائل وبرامج متنوعة.
- 12- أوضحت الدراسة أن جميع وسائل الاعلام التقليدية والحديثة تم إستخدامها لتغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية.
- 13- أثبتت وسائل الاعلام الطابع الانساني للثقافة الاسلامية في مجالات السلوك العملي.
- 14- أثبتت الدراسة أن التقييم عبر الأشكال البرمجية (التقارير - الاخبار - الاعلان - الاستطلاعات - التحقيق - أعمدة الرأي) تم بصورة جيدة

- 15- أوضحت الدراسة الدور الكبير للمتطوعين الاعلاميين في تغطية فعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية .
16- استخدمت التغطية الإعلامية لفعاليات سنار عاصمة الثقافة الإسلامية بلغة سهلة ومفهومة وجاذبة مما اسهم في المستوى المعرفي و الثقافي للجمهور العام ، وبذلك بينت أهمية الثقافة الإسلامية في الحفاظ علي معالم الحضارة الإسلامية من الغزو الفكري والثقافي .

ثانياً: التوصيات:

- بعد استعراض النتائج أوصت الدراسة بالاتي:
8. العمل على بناء نظام إعلامي عربي كلي يهتم بالتوعية بالقضايا القومية المشتركة.
9. ضرورة ترقية وسائل الإعلام المختلفة في السودان وذلك بإنشاء مؤسسات إعلامية تعكس وجه السودان المشرق.
10. استخدام المعايير العلمية في عملية تصميم البرامج حتى تستطيع جذب الجمهور وبالتالي يتابع كل ما تعرض بأريحيه.
11. توفير الميزانية الكافية لادارة الاعلام لتحقيق ما نود الوصول اليه
12. تدريب العاملين على الوسائل الحديث لمواجهة التطورات المستمرة في المجال ، وتعين كوادر مؤهلة في مجال الاعلام.
13. الا يقتصر دور وسائل الاعلام على مجرد الاخبار، بل يجب ان يكون لها دور في تحديد المشكلات واولوياتها واقتراح الحلول والبدائل.
14. ان تعبر وسائل الاعلام عن مشكلات الولاية وان تتيح الفرصة للمواطنين للتعبير عن آرائه بحرية.
15.

المراجع والمصادر

اولا : القرآن الكريم والسنة النبوية

ثانيا : المصادر والمراجع

- _ ٢١ بشري حسن الحمداني، التغطية الاعلامية، ص ١ ١٣
محمد منير حجاب، المؤسسة الاعلامية، ص ٢ _ ١٧٩
معجم المعاني ٣

٤ - www. Com.google.

٥ _، wikbied.com، ٥

حسين مؤنس الحضارة ، دراسة في احوال وعوامل قيامها ٦ _ ١٣٤

1،

براهيم إمام ، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، (القاهرة: دار المعرفة، ب ت، ٧.

- ٨- عمر الخطيب، الاعلام التنموي، ص ٩٧
- ٩- كشة، رضا عا، تأثيرات وسائل الإعلام، ط1، مصر: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٤٣
- ١٠- منال ابو إبراهيم إمام، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، (القاهرة: دار المعرفة، ب ت) ص ٢٨٥
- 1- إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي المرحلة الشفهية، (القاهرة: الأنجلو المصرية، 1980م) ص
- 2- أحمد بدر، الاتصال بال جماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية، ط1 (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982م) ص
- 3- أحمد بدر، إتصال والدعاية الدولية، ط1، (الكويت: دار القلم، 1974م) ص
- 4- احمد حسن، الثقافة الإسلامية، مجلة الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة،
- 5- احمد شلبي، موسوعة النظم والحضارة الاسلامية، رحلة حياة، ج9، ط2 إدوارد تايلور: ترجمة التعريف عن نصه الوارد في.
- 6- أحمد صبحي العيادي، المرتكزات الأساسية في الثقافة الإسلامية، ط2، (الأردن: دار الكتاب الجامعي، 2004م).
- 7- أحمد غلوس: الإعلام في القرآن، ج 1 (الجانب النظري) ط1، (شركة سعيد رأفت للطباعة، 1986م).
- 8- أحمد محمد أحمد الجيلي، دراسات في الثقافة الاسلامية المصادر والأسس والتحديات، (الخرطوم: مطابع السودان للعملة، ب ت).
- 9- أحمد محمد جمال، محاضرات في الثقافة الاسلامية، (بيروت: دار الفكر، ب ت).
- 10- إسماعيل راجي الفاروقي، أسلمة المعرفة، الكويت: دار البحوث العلمية، 1983م).
- 11- أشرف صالح، تصميم المطبوعات الاعلامية، (القاهرة: الطباعي العربي للطبع والنشر والتوزيع، 1986م)
- 12- أكرم ضياء العمري، التراث والمعاصرة. ضمن سلسلة كتاب الأمة، الرقم (10) (قطر: رئاسة المحاكم الشرعية والشؤون الدينية).
- 13- اكرم رضوان فتح الله علي، اهداف مادة الثقافة الإسلامية، الرياض: جامعة ام القرى، ب ت).
- 14- البهي الخولي، تذكرة الدعاة، ط9 (ب ب، دار التراث، 2004م)
- 15- بهيجة إسماعيل بهياني، الموسوعة الثقافية العلمية، (الكويت، ب د، 1997م).
- 16- بينار، ترجمة: أحمد كمال يونس، مراجعة حسن محمود، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1963).
- 17- جيهان رشتي، الاسس العلمية لتطورات الاتصال، (القاهرة دار الفكر العربي، ب ت).
- 18- حسن سليمان، مناهج كتابة الخبر الإعلامي وتحريرها، عمان، اسامه للنشر والتوزيع، 2012م، ص ١
- 19- حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، (القاهرة: مركز بحوث الراي العام، 2007)، ص
- 20- حسين عبدالقادر، الراي العام والدعاية وحرية الثقافة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1962م)، ص
- 21- حسين مؤنس، الحضارة دراسة في احوال وعوامل قيامها وتطورها، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، العدد (1) 1978م) ص
- 22- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، سلسلة وظائف الاتصال الجماهيري، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص
- 23- خليل صابات، وسائل إتصال ونشأتها وتطورها، ط6، (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1991)، ص

- 24- رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، (عمان: عالم المكتبة الحديث للنشر والتوزيع، 2008م).ص
- 25- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، رابطة العالم الإسلامي (جاكرتا: 13-15 ديسمبر، 2011م)، ص17.
- 26- سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الإعلام الإسلامي، (القاهرة، دار الحقيقة للإعلام، 1991م.، ص
- 27- سعيد سراج ، الرأي العام ومقوماته وأثره في النظم السياسية المعاهدة الهندية العامة للكتاب ، ط1 ، 1978م. ص
- 28- سليمان إبراهيم العسكري، الثقافة والانسان العربي إطلالة على المشهد الراهن، مجلة العربي الكويت: العدد (509)، ابريل، 2001م).
- 29- سليمان صالح ، صناعة الإخبارية في العالم المعاصر، القاهرة ، النشر للجامعات 1998م.
- 30- سيد قطب، خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، ط17 (دار الشروق:). ص
- 31- سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي المفهوم والخصائص، (الرياض: دار المسلم، 1416هـ.
- 32- شاهيناز محمد طلعت ، وسائل الاعلام والتغطية الاجتماعية ، القاهرة ، 1986م.
- 33- شكري محمد عياد ، اسبوعيات ملحق صحيفة الاهرام ، 1216.1994م.
- 34- شيرين خليفة، الإعلام الجديد ،ورقة بحثية في ميثاق الصحافة الالكترونية، (الجامعة الاسلامية، 2012م)، ص35.
- 35- طه عبد العاطي نجم و انور بن محمد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد (56)، (2011).
- 36- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم، الوسائل، والتطبيقات ، ط1 (عمان: دار الشروق، 2008م). ص
- 37- عبد الرافع محمد أحمد، أثر العولمة علي الثقافة الاسلامية، دراسات دعوية، العدد 7 يناير 2004م.
- 38- عبد الرحمن النقيب و مني السالوس نحو تأصيل اسلامي للبحث التربوي، القاهرة: دار النشر للجامعات. ص ٢٠٠٠.
- 39- عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، اجنحة المكر الثلاثة، التبشير، الاستشراق، الاستعمار (دمشق: دار القلم، 2000م). ص
- 40- عبد الرحمن عبد الرحمن النقيب، المنهجية الإسلامية في البحث التربوي نموذجا - النظرية والتطبيق القاهرة: دار الفكر العربي، 2004م). ص
- 41- عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1965م المدخل في فن التحرير الصحفي (القاهرة ،دار الفكر العربي). ص
- 42- عبدالستار جواد ، فن الكتابة الاخبار ، ط 2 ، الاردن، ب د 2000م.ص
- 43- عبدالعزيز شرف ، الاساليب الفنية في التحرير ، القاهرة ، دار ضياء للطباعة ، 2000، ص
- 44- عبدالفتاح عبدالبنى ، الخبر الصحفي ، القاهرة ب د ، 2000م
- 45- عبص

- 46- عزمي طه السيد، الثقافة الإسلامية مفهومها مصادر لها خصائصها مجالاتها، ط4، (الأردن: دار المناهج، 2002م). ص
- 47- عصام سليمان موسي، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط1، (الأردن: مكتبة الكناي، 1986م). ص
- 48- علي عوجة واخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، جدة، مكتبة المصباح، 1989م. ص
- 49- علي الراعي، المسرح في الوطن العربي، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 1980م) ص
- 50- علي خليل شقرة، الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2014م). ص
- 51- علي خليل مصطفى أبو العينين، فلسفة التربية الإسلامية في القرآن الكريم، ط3، (المدينة المنورة: مكتبة إبراهيم حلي، 1988م). ص
- 52- عماد الدين خليل، النقد الاسلامي المعاصر، (بيروت: دن، 1972م). ص
- 53- عماد نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام، ط1، (الرياض: مكتبة المعارف، السعودية، 1400هـ). ص
- 54- ص
- 55- عمر سليمان الاشقر، نحو ثقافة اسلامية اصلية، (الأردن: دار النفائس، 1416هـ. ص
- 56- عمر عودة الخطيب، لمحات في الثقافة الإسلامية، (مؤسسة الرسالة، ب د 1979م)، ص
- 57- عواطف عبدالرحمن، مقدمة في الصحافة، القاهرة، دار الفكر العربي 1991م. ص
- 58- فاروق ابوزيد، الخبر الصحفي، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
- 59- فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط1، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010). ص
- 60- فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، (الأردن- عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م). ص
- 61- مجدي هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط1، (الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006م). ص
- 62- محمد أحمد دهمان، دراسات في الثقافة الإسلامية، ط1، (سوريا: الشركة
- 63- ص
- 64- محمد بن بكر الرازي، مختار الصحاح، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1981)
- 65- محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، ج 7، (بيروت: المؤسسة العربية للطباعة والنشر دار الجيل.
- 66- محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية دراسة تحليلية، (دمشق: مجلة جامعة دمشق، المجلد (27) العدد (2)، 2011م. ص
- 67- محمد سيد، المسؤولية الاعلامية في الاسلام، ط1، (القاهرة: مكتبة الخانجي، عام 1983. ص
- 68- محمد علي الصابوني، مباحث في علوم القرآن مناع القطان مؤسسة .
- 69- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط2، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ت، ص
- 70- محمد موفق الغلايني، وسائل الإعلام في وحدة الأمة، (جدة: دار المنارة للنشر والتوزيع، 1985م). ص
- 71- محمد يسري، معالم في أصول الدعوة، ط1، (الرياض: مطبعة الملك فهد الوطنية، 1424هـ. ص
- 72- محمود ادهم، المعجم الوسيط، التعريف بالمجلة ماهيتها قصتها وخصائصها، (القاهرة، دن، دت). ص

- 73- محمود عبد الرؤوف كامل، علم الاعلام والاتصال بالناس (القاهرة مكتبة نهضة الشرق 1995).وليم فاتدرسال، ترجمة: عبدالهادي الجوهري، المشرف الصناعي في الصناعة والهيئات الحكومية، (القاهرة: دار نهضة الشرق، 1990م). ص
- 74- محمود علم الدين ، الصافحة في عصر المعلومات ، القاهرة ، مطابع الاهرام 2000م.ص
- 75- محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، القاهرة – در اسحاب ، 2005م،ص
- 76- محمود علم الدين وليلي عبدالمجيد ، التحرير الصحفي للجراند والمجلات ، القاهرة ، السحاب للنشر والتوزيع ، 2004م.ص
- 77- محي الدين عبدالحليم، إشكاليات العمل الإعلامي بين الثوابت والمعطيات العصرية، كتاب الاذاعة. ب ب، ب، د، ب ت، ص
- 78- محي محمد مسعد، ظاهرة العولمة الأوهام والحقائق، ط1، القاهرة: مطبة الإشعاع، 1999م). ص
- 79- مختار التهامي ، الاعلام والتحول الاشتراكي، (القاهرة: دار المعارف ، 1966م). ص
- 80- مصطفى السباعي، السنة ومكانتها في التشريع الإسلامي، بيروت: المكتب الإسلامي، 1978م) ص
- 81-
- 82- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات (القاهرة: دار النشر للجامعات (2006 م). ص
- 83- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1(عمان: دار المسيرة، 2012م). ص
- 84- موسى جواد الموسى، الإعلام الجديد.. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، بغداد: الدار الجامعية للنشر والطباعة والترجمة، ب ت ص
- 85- نسرین حسونة، الإعلام الجديد، (د ن. د ت). ص
- 86- نعمان عبدالرازق السنهوري، مدخل الى الثقافة الإسلامية، (بغداد: جامعة أم القرى واكمرم رضوان فتح الله علي، اهداف مادة الثقافة الإسلامية، الرياض: جامعة ام القرى. 2003 ص
- 1- كورنس ساكدوني ، ترجمة ، اديب منصور ، مبادي تحرير الاخبار ، ط1 ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، 2000م.ص
- 2- ملفين يوفليد ساندريلابول ركتس – نظريات وسائل الاعلام (ترجمة كمال عبد المعروف، القاهرة ، الدار الدولية للنشر 1992م)،ص.
- 3- وتوغرت في جون اربينز ، مقدمة في الاتصال الجماهيري، (ترجمة: الاردن ، مركز الكتب الاردني، 1990م).ص
- 4- البرت هستر، ترجمة كمال عبدالرؤوف ، دليل الجعفري في العالم ، القاهرة ، 1990م.ص
- 5- جون سلكسويل ترجمة ، احمد محمود ، صناعة الخبر في كواليس الصحافة الامريكية.ص
- 6- جون هوتبرج و كمال عبدالرازق ، الصحفي المعتمد ، ط5 ، القاهرة ، 1990 ص
- سادساً: المجلات العلمية:
- *مجلة سنار، العدد الأول — اكتوبر 2015م، تصدر عن الأمانة العامة لسنار عاصمة الثقافة الإسلامية، أمانة الإعلام.
- *مجلة سنار العدد الثاني يناير 2017م، تصدرها الأمانة العامة لسنار عاصمة الثقافة الإسلامية 2017 – امانة الاعلام