

واقع واتجاهات الصحف في البيئة الاعلامية الجديدة دراسة احصائية

**The reality and trends of journalism
in the new media environment: a statistical study**

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، الصحف، الاعلام الجديد

Keywords: Trends, Newspapers, New Media

المدرس الدكتور ابتسام حاتم جاسم

Assistant Professor Dr. Ibtisam Hatem Jassim

الجامعة المستنصرية. كلية الآداب. قسم المعلومات وتقنيات المعرفة

**Al-Mustansiriya University, College of Arts,
Department of Information and Knowledge Technologies**



المستخلص

يهدف البحث في التعرف على التصنيفات الجديدة لأنواع الصحف في البيئة الاعلامية و على طبيعة العلاقة بين الموضوعات التي تنشر في الصحف والأحداث التي تقع في المجتمع العراقي وتأني أهميته من خلال استكشاف طبيعة وواقع التحولات الجديدة للصحف في البيئة الاعلامية الجديدة الرقمية والتكنولوجيا الحديثة ادت الى وجود اتجاهات ايجابية للصحف من خلال استخدام بعض الاشكال التي تحفز المستخدمين على المشاركة في انتاج مضامين صالحة للنشر واعتمد على المنهج التحليلي للحصول على احصائيات دقيقة من خلال المقابلة و توزيع الاستبيان على المثقفين والمستخدمين للصحف واهم النتائج البحث :

- 1- احتلت طبيعة الموضوعات التي تدعو الى التغيير والتحديث المرتبة الاولى بنسبة (76%) بينما احتلت المرتبة الثانية بنسبة (24%) بعدم الحاجة الى التغيير والتحديث.
 - 2- تمثلت نتيجة طبيعة العلاقة بين الموضوعات التي تنشر في الصحف والاحداث احتلت المرتبة الاولى بنسبة (66%) لفقرة احيانا بينما احتلت المرتبة الثانية بنسبة (24%) بوجود علاقة مشتركة بين الموضوعات والاحداث والسبب ان الكتاب كانوا يجسدون هذه الاحداث في الشعر والقصص والروايات وغيرها من الانواع الادبية واحتلت المرتبة الثالثة بنسبة (10%) بعدم وجود علاقة مشتركة.
- اهم التوصيات

- 1- ضرورة قيام ندوات ومؤتمرات تناقش فيها موضوع واقع واتجات الصحف في بيئة الاعلام الجديد.
- 2- ضرورة تقييم الموضوعات التي تنشر وتكون ذات مصداقية ويشرف على تدقيقها اشخاص ذوي اختصاص وكفاءة عالية .

مقدمة

تعد الصحف هي مطبوعات لها إصدارات تحتوي على مادة إعلامية بصياغة صحافية من أنباء متداولة وآخر أخبار وتحليلات ومقالات رأي وأبواب مخصصة لأفرع الكتابة والأدب، ويمكن حصرها في هدف النشر والتوزيع بث أفكار في شكل معلومات وإعلانات ولها دور جوهري في المجتمع حيث تعبر عن آراء أفراد المجتمع بمختلف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية وتقدم تقارير صحفية فيها الكثير من المعلومات التي تهتم بالشؤون المجتمعية بمختلف مجالاتها سواء أكانت اقتصادية أم اجتماعية أم سياسية أم أي قضايا عامة والصحافة دليل على ان المجتمع ديمقراطي يسمح بمناقشة القضايا العامة والخاصة ولهذا تحتل الصحف في الوقت الحاضر أهمية كبرى وتلعب دورًا مهمًا في التأثير على الحياة العامة كما انها تهتم بإظهار مواهب أفراد المجتمع من كتاب وموهوبين ومبدعين ورسامي كما أنها تساعد في إظهار حقوق الناس وتناسب جميع مستويات القراء، مما يجعل أبناء المجتمع على اتصال دائم بالأخبار وبالمجتمع، وهي مسخرة بالدرجة الأولى لخدمة المواطنين ومتابعة قضاياهم تتنوع اتجاهات الصحف في الوقت الحاضر وتتجاوز أهميتها نشر الأخبار إذ انها تنشر كل ما يتعلق بالصحة والتثقيف الصحي ووسائل التواصل الاجتماعي

والرياضة والترفيه والعلوم وأخبار الفن والفنانين وتسهم في نشر الوعي في المجتمع والتركيز على المبادئ السامية وتنمي الشعوب وتُسهم في ازدهارها.

اولاً: مشكلة البحث

تعاني الصحف التقليدية من انخفاض في المبيعات والإعلانات مما أدى إلى إغلاق العديد من الصحف أو تقليص عدد الصفحات والمحتوى وتنوع مصادر الأخبار يواجه القراء الآن ضغطاً من كثرة مصادر الأخبار، بما في ذلك المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي مما يجعل من الصعب على الصحف التقليدية الحفاظ على مكانتها واعتماد متزايد على الرقمية انتقلت العديد من الصحف إلى المنصات الرقمية حيث توفر محتوى عبر الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية مما يتيح لها الوصول الى جمهور اكبر وكذلك تحديات الثقة مع تزايد انتشار الأخبار والمعلومات المضللة أصبح من الصعب على الجمهور تحديد المصادر الموثوقة مما يؤثر على سمعة الصحف التقليدية .

ثانياً : اهداف البحث

1- التعرف على التصنيفات الجديدة لأنواع الصحف في البيئة الاعلامية .

2- التعرف على طبيعة العلاقة بين الموضوعات التي تنشر في الصحف والأحداث التي تقع في المجتمع العراقي.

3- تحديد مستوى الموضوعات المنشورة في الصحف .

4- التعرف على مدى تغطية الصحف لنتاجات الشباب والشخصيات الادبية المعروفة.

5- التعرف على طبيعة الموضوعات التي تدعو للتغيير والتحديث .

ثالثاً: اهمية البحث

من خلال استكشاف طبيعة وواقع التحولات الجديدة للصحف في البيئة الاعلامية الجديدة الرقمية والتكنولوجيا الحديثة ادت الى وجود اتجاهات ايجابية للصحف من خلال استخدام بعض الاشكال التي تحفز المستخدمين على المشاركة في انتاج مضامين صالحة للنشر .

رابعا: مجتمع البحث

تكون مجتمع البحث من مجموعة من المثقفين والباحثين والمستخدمين والمهتمين بالصحف .

خامساً: حدود البحث

الحدود الزمنية: شمل البحث الفترة الزمنية 2024

الحدود المكانية: اتحاد الادباء والمؤسسات المهتمة بالصحف .

الحدود الشكلية : الصحف

خامساً : منهج البحث

تم اعتماد المنهج التحليلي وتحليل الاستبيان الذي وزع على المثقفين والمستخدمين للصحف .

سادساً : ادوات جمع البيانات

-الاستبيان

- المقابلة

سابعاً : دراسات سابقة

سميرة شيخاني .الاعلام الجديد في عصر المعلومات .- مجلة جامعة دمشق،مج26،

ع (2-1)، 2010 .

يهدف البحث الى التعرف على مظاهر التطور في الاتصال ومحاولة الوصول الى ماهية الاعلام الجديد والتعرف على العوامل التي ادت الى ظهوره وتحديد خصائصه وسماته والوسائل التي يعتمد عليها في توصيل الرسائل الاتصالية وتأتي اهمية البحث الى محاولة الحاق بالعصر ومتابعة التطورات السريعة والمتلاحقة التي يمر بها العالم وتترك اثارها على النواحي الحياة العامة، واستخدم منهج المسح الوصفي بوصفه يسعى الى وصف ظاهرة الاعلام الجديد الناتج من تفجر المعلومات.

اهم النتائج التي توصل اليها البحث:

ان التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاعلام الجديد كان لها اثارها في بعض الوسائل الاعلامية الاخرى كالسينما والصحافة.

الحضور الالكتروني من خلال النشرات الالكترونية التي تعرضها الصحافة كان لها اثر كبير على القراء من خلال شبكة الانترنت.

محمود عبد الرؤف كامل . اتجاهات بحوث الصحافة والاعلام في امريكا ومصر، 2007 .

يهدف البحث الى رصد وتوصيف وتوثيق تيارات البحوث الاعلامية وتقديم دراسة علمية موثوق في نتائجها عن البحوث الاعلامية والتعرف على اتجاهات بحوث الصحافة والاعلام في امريكا ومصر وتستخدم كلمة اتجاهات بمعنى السمات الغالبة على البحوث مثل الموضوع او التخصص واهمية الدراسة سد ثغرة في دراسات البحوث الصحافة والاعلام ولفت الانتباه الى ضرورة اجراء دراسات استبصار الماضي وخاصة الدراسات الاعلامية ومستقبلها واستخدام الاسلوب التحليل الكمي والكيفي للبيانات وتطبيق المقاييس الاحصائية .

نتائج البحث

تصنيف البحوث في دوريتي الصحافة والاعلام لبحوث الاعلام المصرية حيث بلغ (88) بحثا . البحوث المقدمة في المؤتمر العلمي تكاد تخلو من بحوث الاذاعة المسموعة .

المبحث الاول : واقع واتجاهات الصحف

(1-1) تعريف الاتجاه: هو مفهوم يعكس مجموع استجابات الفرد كما تتمثل في سلوكه نحو الموضوعات والمواقف الاجتماعية التي تختلف نحو استجابات الافراد بحكم ان هذه الموضوعات والمواقف تكون جدلية بالضرورة اي تختلف فيها وجهات النظر وتتسم استجابات الفرد بالقبول او الرفض بدرجات متباينة¹.

ويعرفه حامد زهران :بانه تكوين فرضي او متغير كامن او متوسط يقع بين المثير والاستجابة وهو عبارة عن استعداد نفسي او تهيؤ عقلي متعلم للاستجابة الموجبة ا او السالبة نحو اشخاص او اشياء او موضوعات او مواقف او رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة². (2) ويعرفه عاطف :بانه توجيه نحو موضوعات معينة او مواقف ذات صبغة انفعالية واضحة وذات دوام نسبي وقد يشير الى الاستعداد او الميل المكتسب الذي يظهر سلوك الفرد او الجماعة عندما تكون بصدد تقييم شيء او موضوع بطريقة مميزة او قد ينظر اليه انه تعبير محدد عن قيمة او معتقد³.

(2-1) خصائص الاتجاهات

للاتجاه عدة خصائص اهمها :

الاتجاه يوضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع الاتجاه.
الاتجاه له خصائص انفعالية وتغلب عليه الذاتية اكثر من الموضوعية.
الاتجاه قابل للتعدد والاختلاف حسب المثيرات التي ترتبط به.
قابلية الاتجاه لان يكون سلبيا او ايجابيا .
الاتجاه قابل للملاحظة والقياس والتقدير ويمكن التنبؤ به.
يتكون الاتجاه من بعدين هما البعد المعرفي والوجداني والسلوك.
الاتجاه لا يتكون بالنسبة للحقائق الثابتة بل يكون دائما حول موضوعات مثيرو للجدل والنقاش⁴.
(1-3) مكونات الاتجاه:

- يتكون الاتجاه من ثلاث مكونات هي:
- 1- المكون المعرفي: ويعني مالدى الفرد من خبرات ومعلومات يكون قد كونها حول موضوع معين وتشمل الحقائق والمعارف والمفاهيم .
 - 2- المكون الوجداني: هو الشعور التي يتبناها الفرد تجاه الاشخاص او الموضوعات او الاشياء.
 - 3- المكون السلوكي: هو تقرير الفرد لما سيفعله او يقوم به نحو موضوع الاتجاه او السلوك الذي يجب ان يسلكه تجاه موضوع الاتجاه⁵.
- (1-4) مفهوم الصحف لغة واصطلاحا
تعريف الصحف لغة في معجم المعاني الجامع⁶.
الصحيفة : (اسم) الجمع : صحفيات وصحائف وصحاف وصحف الجمع : صحيف
الصحيفة: ما يكتب فيه من ورق ونحوه ويطلق على المكتوب فيها والجمع : صحف
تعريف الصحف اصطلاحاً :
الصحف : هي نشرة تطبع على الورق وتكون في الغالب دورية (شهرية مثلاً أو يومية). تحتوي
الصحف في الغالب على الأخبار ومقالات الرأي.
تتنوع محتويات الصحف بين الاخبار والرياضة والفنون والادب والطعام واهتمامات المرأة
وتحتوي على الترفيه مثل الكاريكاتير والنكت والطرائف والابراج⁷.

- (1-5) أنواع الصحف
يمكن تقسيم الصحف إلى عدة أنواع تميز كل صحيفة سواء كانت جريدة أو مجلة حسب عدد من المعايير هي كالاتي:
اولاً: معيار دورية الصدور:
حيث تنقسم الصحف إلى الصحف اليومية وهي التي تصدر بصفة دورية يومياً إما صباحية أو مسائية وتتخذ أكثر أخبارها صفة المتابعة حيث تتابع وتستكمل ما سبق أن نشر بالصحف الصباحية أو التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها⁸.
والصحف الأسبوعية والصحف نصف الشهرية والصحف الشهرية والصحف ربع السنوية أو الفصلية وتصدر كل ثلاثة شهور وتصدر غالباً عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية تهتم بالبحوث والدراسات

- (1-6) ثانياً: معيار مدى التغطية الجغرافية:
ويقصد به مدى الوصول إلى جميع القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع ليشمل عدة دول ومن ثم تنقسم الصحف إلى:
1- الصحف المحلية

هي التي تصدر ليغطي توزيعها محافظة أو منطقة معينة⁹.

الصحف القومية

هي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة من دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة كما تهتم بالأخبار العالمية والدولية إذ إنها قد توزع في دول أخرى¹⁰.

(1-7) ثالثاً: معيار المضمون وطبيعة الجمهور¹¹

ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة (سياسي، اقتصادي، المرأة الطفل، الأدب، الفن، الرياضة) ومدى مخاطبة الصحيفة وتركيزها على اهتمامات جمهور عام ومتنوع وغير متجانس أو مخاطبتها وتركيز اهتمامها على فئات معينة ومحددة من الجمهور كالشباب أو الأطفال أو النساء أو المهندسين أو الأطباء أو مضامين معينة ومن ثم تنقسم الصحف إلى:

1- صحف عامة:-

هي تجمع بين المضمون العام المتنوع ما بين السياسة والاقتصاد والأدب والفن والرياضة وغير ذلك وبين توجهها إلى جمهور عام غير متجانس.

2- صحف عامة متخصصة:-

هي صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته ومتنوع من حيث اهتماماته واحتياجاته ولكنها تركز على مضمون معين تعالجه بأسلوب بسيط وواضح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال المتخصصة فيه المجلة مثل المجالات الفنية العامة أو المجالات الرياضية العامة وغير ذلك. وهي تستخدم الأشكال الصحفية كالأخبار والأحاديث والتحقيقات وتستخدم اللغة الصحفية البسيطة وتبعد عن التراكم والمصطلحات العلمية الدقيقة التي قد لا يفهمها غير المتخصصين في مجال تخصص المجلة بعكس الصحف المتخصصة التي توجه إلى فئات معينة.

(1-8) رابعاً: معيار حجم التوزيع ويقسم البعض الصحف إلى :

1 - الصحف الجماهيرية :هي ذات التوزيع الضخم وتكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات التي تهم القارئ العادي

وتخاطب عواطفه بالدرجة الأولى كالجرائم والرياضة وأخبار المجتمع ونجومه والأحداث الطريفة.
2- صحافة النخبة أو المحافظة :هي صحف تتحرى الدقة والموضوعية وتميل إلى الاتزان في معالجتها للأخبار والموضوعات وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الجادة وتوزيعها أقل ولكن مستوى مادتها أعمق وتهتم بالأحداث الدولية والاقتصادية والسياسية وغالباً ما تكون مرتفعة الثمن وعلى الرغم من أن توزيعها أقل من الصحف الجماهيرية إلا أن تأثيرها أكبر نظراً لأنها تتوجه إلى الصفوة وتخاطب عقولهم .

(1-9) خامساً: معيار الشكل الفني للصحيفة:

إذ تنقسم الصحف إلى الجرائد والمجلات، وتتفق كل من الجريدة والمجلة في أنهما يصدران دورياً، إلا أن هناك اختلافات بينهما من حيث الشكل والحجم ودورية الصدور

(1-10) سادساً :- معيار الاتجاه السياسي للصحيفة:

تنقسم الصحف إلى :

1-الصحف المستقلة أو شبه المستقلة:هي تتبنى التي لا تعبر عن اتجاه سياسي معين او أيديولوجية بعينها وإنما تفتح صفحاتها لكل الآراء والاتجاهات السياسية والاجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم.¹²

2-الصحف الحزبية:هي الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة حاكمة أو معارضة تعبر عن فكره أو اتجاهه وتدافع عن مواقفه وسياساته وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا ويغلب عليها طابع صحافة حين يغلب على الصحف المستقلة أو شبه المستقلة طابع الرأي في صحافة الخبر.

(1-11) التصنيفات الجديدة لأنواع الصحف :

جاءت التصنيفات الجديدة لأنواع الصحف نتيجة حتمية للتغيرات التي طرأت على طبيعة الصحف في عصرنا الحالي نتيجة التطورات التكنولوجية ولم تعد الصحف تنحصر في شكلها الورقي من دوريات ومجلات تطورت وتغيرت خاصة بعد ظهور الانترنت والشبكات العنكبوتية والنشر الفوري مما أدى الى ظهور انماط واشكال صحفية جديدة من بينها¹³:

الصحف الالكترونية الفورية(المباشرة):

عندما اصبح الانترنت ظاهرة وخرجت عن اطار الاستخدامات الحكومية والجامعات المحدودة انفجر ما يسمى بالنشر الالكتروني وكانت الصحف المطبوعة من اوائل وسائل الاعلام التقليدية التي بدأت للإفادة من امكانات النشر الالكتروني في اصدار الصحف الالكترونية الفورية.

(1-12)دوافع ظهور الصحف الالكترونية الفورية:

محاولة الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد في عدد قراءها وفي عائدات الاعلان بها.

ظهور مشكلات المتصلة بارتفاع تكلفة انتاج الصحف وتوزيعها نتيجة تضاعف اسعار المطابع وزيادة التكلفة وتعقد انظمة التوزيع.

دفع القائمين على صناعة الصحافة التقليدية الى الافادة من امكانات الاتصال الفوري التي تتيحها شبكة الانترنت.

مميزاتها

استخدام خاصية النص الفائق وهي خدمات تتوافر في معظم الصحف الالكترونية الفورية وتتمتع هذه الصحف بإمكانات التعامل الفعال مع المستخدمين.

التفاعلية ويقصد بها قدرة الصحف الالكترونية الفورية على اتاحة الفرصة لمشاركة الجمهور في انتاج الرسائل والمضامين الاعلامية وتبادلها .

التحديث المستمر للمضمون

التفتيت او اللامجاهرية هي احدى سمات الصحيفة الفورية كوسيلة اتصال¹⁴.

اتاحة خدمة البحث في الارشيف: حيث تختلف خدمة البحث في الارشيف اختلافا جوهريا بين الصحف المطبوعة التقليدية والصحف الالكترونية وتتيح طرق سهلة للبحث للمستخدم كتابة الموضوع الذي يبحث عنه والكلمات المفتاحية الدالة¹⁵.

خدمة مجموعة الحوار : وهي الخدمات المشهورة باسم مجموعات المناقشة تقدم لمستخدميها امكانية تقديم استفسارات او طلب المعلومات¹⁶

2 - الصحافة المدافعة¹⁷:

يقصد بها الترويج لرأي او قضية من اجل تحقيق اهداف معينة تتبع قواعد الصحافة

العامة نفسها لكنها تختلف عنها نقطة واحد هي الموضوعية في الواقع الصحفي

3- الصحافة الخدماتية او التشاركية(صحافة الشبكات)

ويقصد بها كل العمليات الصحفية التي تتم من كل صحفيين ومهنيين او هواة في مواقع صحفية محددة تهدف النشر المعلومات بصورة دورية عن القضايا والاحداث التي تمس مصالح القراء

عن طريق الاستفادة من المميزات التفاعلية لشبكة الانترنت والتواصل مع الجمهور بما يتلائم مع حاجاته واهتماماته.
تصنيفات الصحافة التشاركية او الخدماتية:
المواقع الاخبارية.
المواقع الصحفية.
مواقع التعليق عن المضمون وسائل الاعلام .
مواقع خدمات التصنيف والفهرسة.
مواقع صحافة المواطن¹⁸.

المبحث الثاني: البيئة الاعلامية الجديدة

(2-1) البيئة الاعلامية الجديدة

فرضت التطورات الحديثة في وسائل الاعلام تحولات جذرية مهمة تخطت حدود التحولات الاعلامية الى تحولات مجتمعية وتحولات في نظم واقتصاديات الاعلام وتمثل التحول في حدوث تراجع في أدوار بعض وسائل الاعلام التقليدية في مواجهة النمو والانتشار المتسارع للإعلام الجديد وتعد شبكة الانترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تجسد خصائص وسائل عدة، فعن طريقها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات التي يريد بها بأقل جهد واقل وقت، وان يكون مرسلاً ومستقبلاً في آن واحد، وان يتابع عن طريقها وسائل الاعلام التقليدية وهو ما لا يتوفر لوسيلة اخرى فقد اصبح العالم اليوم يعيش مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها نتائج ثورات جديدة هي ثورة المعلومات التي تمخضت عن انفجارات معرفية وثورة وسائل الاعلام الحديثة.¹⁹

(2-2) مظاهر الثورة الاعلامية الجديدة

تسهيل الحصول على المعلومات الجديدة من مصادر مباشرة فبمجرد نقرة على شاشة الحاسوب أو الهاتف الذكي ينتقل القارئ من موقع الى موقع آخر من دون قيود.
تسهيل اوصول المعلومات الى الجمهور من دون تحكم من الأنظمة المستبدة أو المحتكرين لوسائل الاعلام.

التمكن من اوصول الرسالة الاعلامية بالشكل والوقت الذي يريده المرسل.

رخص سعر الاتصالات مما يجعلها متاحة للجميع.²⁰ لم تعد المسافات عائقاً أمام الاتصالات مما أدى الى حدوث أثر في التركيبة التقليدية للتنظيم المكاني الرأسي الذي تقوم عليه الحياة البشرية

(2-3) تعريف الاعلام الجديد

مفهوم الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته لا يوجد تعريف علمي محدد حتى الآن يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة إلا أن للإعلام الجديد مرادفات عدة ومنها

الاعلام البديل- الاعلام الاجتماعي- صحافة المواطن²¹

(2-4) العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

- 1- هناك منافسة شديدة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.
- 2- هناك أرقام مؤكدة حول انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي وازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في الصحافة.
- 3- بعض وسائل الإعلام التقليدي أخذت تعيد تكوين نفسها وتعيد بناء ذاتها لتندمج في الإعلام الجديد وتكون جزءاً منه.

(2-5) الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد

ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين وأحياناً من غير المتخصصين في الإعلام إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد بما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين. ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور. ظهور منابر جديدة للحوار فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويلق بكل حرية وبسرعة فائقة. كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى . ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة المشاركة في وضع الأجندة نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية. تفتتت الجماهير²².

(2-5) خصائص الإعلام الجديد

تميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها: التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية وليست في اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين²³ . المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين. اللا تزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد سواء كان مستقبلاً أو مرسلأ

الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل مثل الحاسب المتنقل وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة. التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والمتحركة والرسوم البيانية والثنائية وثلاثية الابعاد. الوفرة والسرعة: تعمل كثير من وسائل الإعلام الجديد على مدار الساعة ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت وتتيح له سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام فيها في كل حين حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها²⁴.

المبحث الثالث

(1-3) الجانب العملي

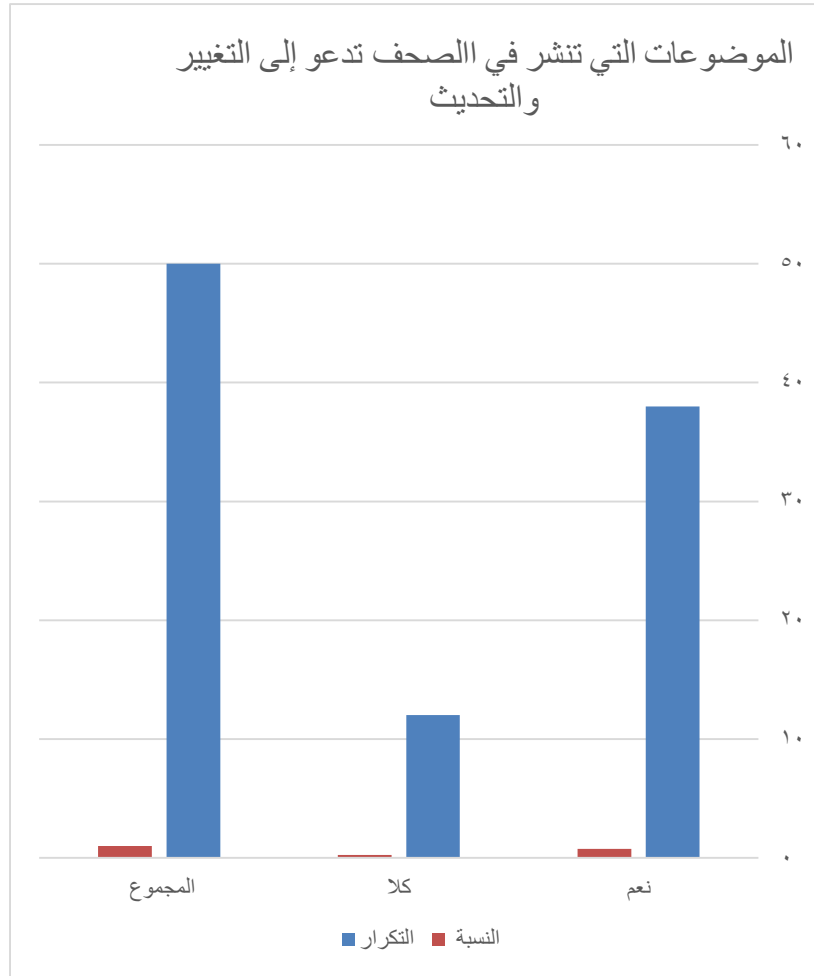
تحليل الاستبانة

نتائج تحليل استبانة آراء المثقفين من أجل التعرف على طبيعة الموضوعات التي تدعو للتغيير والتحديث، تم تحليل الإجابات الخاصة بالمثقفين عن طريق تحليل نتائج الاستبيان، وكما يلي: كان السؤال الأول الذي وجهه لهذه الفئة عن طبيعة الموضوعات التي تدعو الى التغيير والتحديث في الشارع العراقي اجاب (٣٨) منهم بوجود مثل هذا التغيير أي ما يعادل (٧٦%) والسبب في ذلك تناسب أو توافق الموضوعات المنشورة مع آراء القراء وميولهم وحقت هذه الاجابه المرتبة الأولى، بينما اجاب (١٢ %) منهم بعدم الحاجة الى مثل هذا التغيير لعدم الحاجة له في الوقت الراهن واحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية كما يوضح في الجدول (1).

الجدول (1) يبين الموضوعات التي تنشر في الصحف تدعو

الى التغيير والتحديث

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	٣٨	٧٦%
كلا	١٢	٢٤%
المجموع	٥٠	١٠٠%

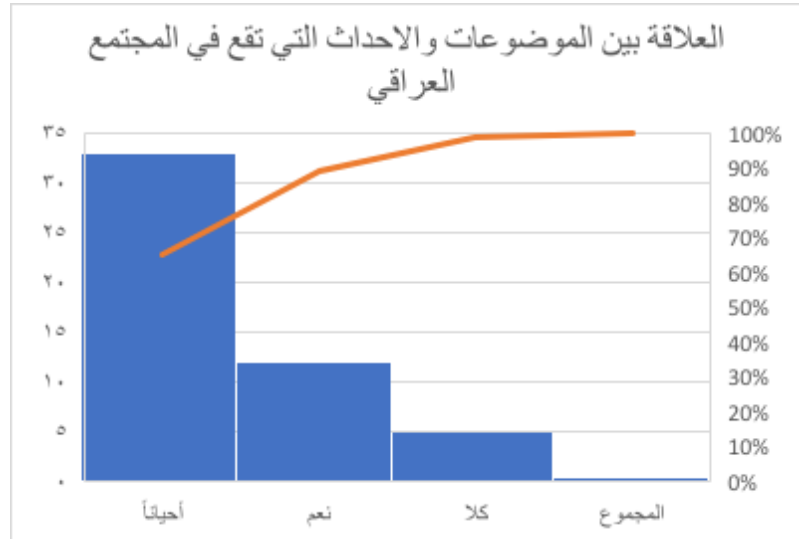


بينما كان السؤال الثاني يبين طبيعة العلاقة بين الموضوعات التي تنشر في الصحف والأحداث التي تقع في المجتمع العراقي فكانت اجابات المتقنين متنوعة اذهم على دراية واطلاع بالموضوعات التي تنشر في الصحف لأنها تمثل معظم نتائجهم اجاب (٣٣) منهم أحياناً وبنسبة (٦٦%) وحققت هذه الإجابة المرتبة الأولى، فيما اجاب (١٢) منهم وبنسبة (٢٤%) بوجود علاقة مشتركة بين الموضوعات التي تنشر في الصحف والاحداث فكان الكتاب يجسدون هذه الاحداث في الشعر والقصة القصيرة والرواية وغيرها من الانواع الادبية والفنية واحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية فيما نفى (٥) منهم أي ما يعادل (١٠%) وجود علاقة مشتركة بين الموضوعات والاحداث اذ حصلت هذه الاجابة على المرتبة الثالثة وهي تمثل نسبة ضئيلة ونوضحها في الجدول الآتي

الجدول (2) يبين العلاقة بين الموضوعات والاحداث التي تقع في المجتمع العراقي

الفقرة	التكرار	النسبة
أحياناً	٣٣	٦٦%

نعم	١٢	%٢٤
كلا	٥	%١٠
المجموع	٥٠	%١٠٠

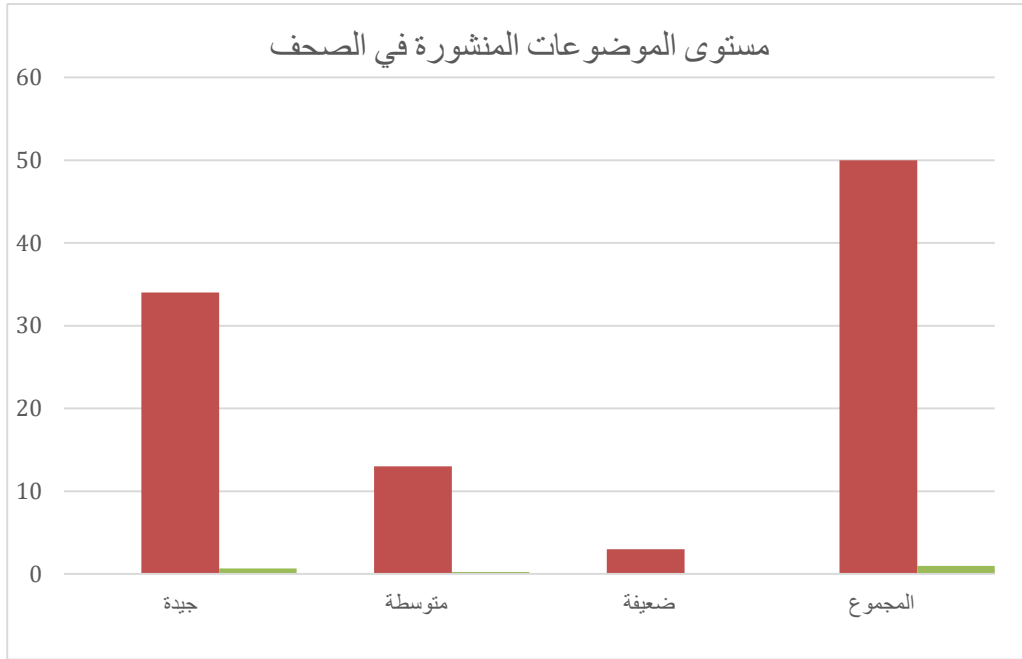


السؤال الثالث يشير الى مستوى الموضوعات المنشورة في الصحف اجاب (٣٤) منهم انها موضوعات جيدة أي ما يعادل (٦٨%) والسبب أنها كانت تمثل نتاجات كتاب وشخصيات معروفة في مجال الادب والثقافة والفنون ويدقق اشخاص متخصصون الموضوعات قبل نشرها وهذا ما اشار اليه مسؤولي الصحف من المقابلة فحصلت هذه الاجابة على المرتبة الأولى فيما اجاب (١٣) منهم بانها موضوعات ذات مستوى متوسط أي ما يعادل (٢٦%) واحتلت هذه الإجابة المرتبة الثانية، واجاب (٣) منهم على احتواء الصحف موضوعات ذات مستوى ضعيف أي ما يعادل (٦%) فحصلت هذه الاجابة على المرتبة الثالثة وتعد هذه نسبة ضئيلة كما يوضح الجدول (3).

الجدول (3) يبين مستوى الموضوعات المنشورة في الصحف

مستوى الموضوعات	التكرار	النسبة
جيدة	٣٤	%٦٨
متوسطة	١٣	%٢٦
ضعيفة	٣	%٦
المجموع	٥٠	%١٠٠

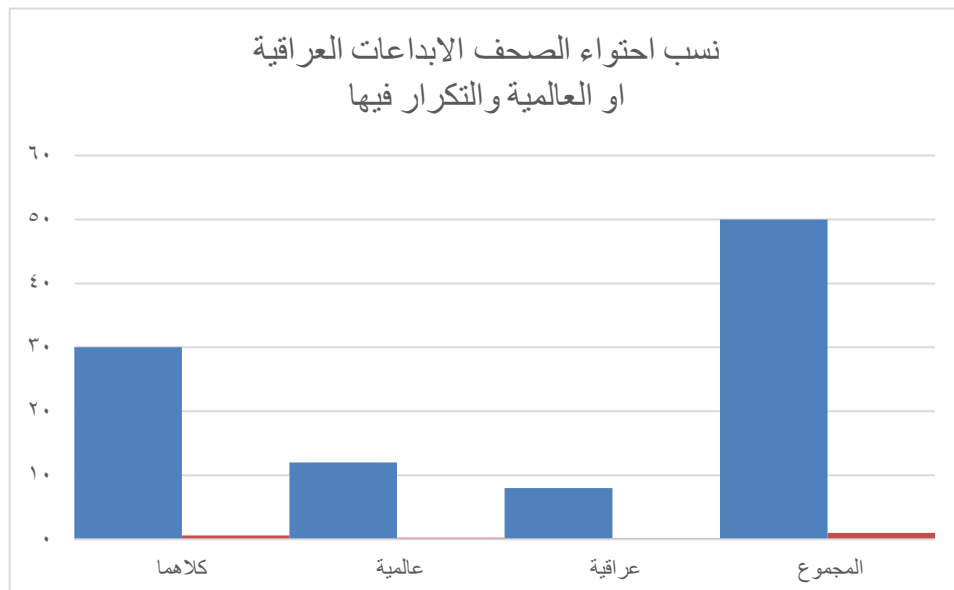
وفي سؤال اخر عن مدى تفضيلهم لما ينشر في الصحف من ابداعات عراقية ادبية وثقافية وفنية وهل يفضل تضمينها ابداعات الثقافة العالمية اجاب (٣٠) منهم أي ما يعادل (٦٠%) فحققت هذه الإجابة المرتبة الأولى ويعتقد الباحث أن هذه النسبة غالبية يعود ذلك الى وفرة وسائل الاعلام التي تروج النتاجات العالمية والعراقية كذلك اطلاع المثقفين على نتاجات العالم ، فيما أجاب (١٢) منهم



على احتواء الصحف بالإبداعات العالمية أي ما يعادل (٢٤%) واحتلت هذه الإجابة المرتبة الثانية ، واجاب (٨) منهم على احتواء الصحف النتاجات العراقية أي ما يعادل (1%) فاحتلت هذه الاجابة المرتبة الثالثة ويوضح الجدول (4) ذلك.

الجدول (4) يبين نسب احتواء الصحف الإبداعات العراقية او العالمية والتكرار فيها

الفقرة	التكرار	النسبة
كلاهما	٣٠	٪٦٠
عالمية	١٢	٪٢٤
عراقية	٨	٪١٦
المجموع	٥٠	٪١٠٠



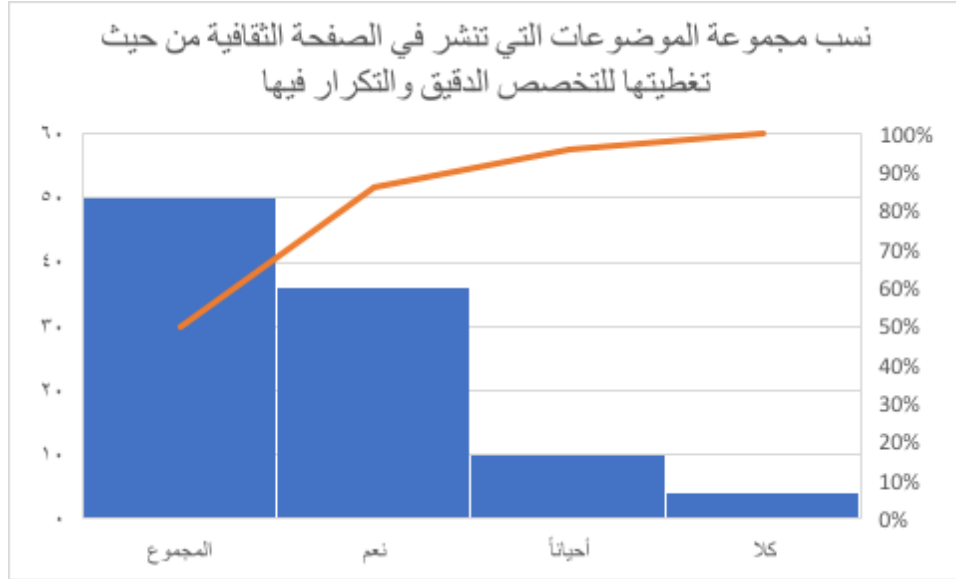
وأشار السؤال الخامس الى مدى تغطية الموضوعات التي تنشر في الصحف التخصص الدقيق ويقصد بها الأنواع الادبية كالشعر والقصة القصيرة والرواية – اجاب (٣٦) بانها تغطي التخصص

الدقيق أي ما يعادل (٧٢%) وحقت هذه الاجابه المرتبة الأولى ، واجاب (١٠) منهم احيانا تغطي التخصص الدقيق أي ما يعادل (٢٠%) واحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية فيما نفى (٤) منهم تغطيتها التخصص الدقيق أي ما يعادل (٨%) وحصلت هذه الاجابه على المرتبة الثالثة كما يوضح في الجدول (5)

الجدول (5) يبين نسب مجموعة الموضوعات التي تنشر في الصحف من حيث تغطيتها للتخصص الدقيق والتكرار فيها

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	٣٦	٪٧٢
أحياناً	١٠	٪٢٠
كلا	٤	٪٨
المجموع	٥٠	٪١٠٠

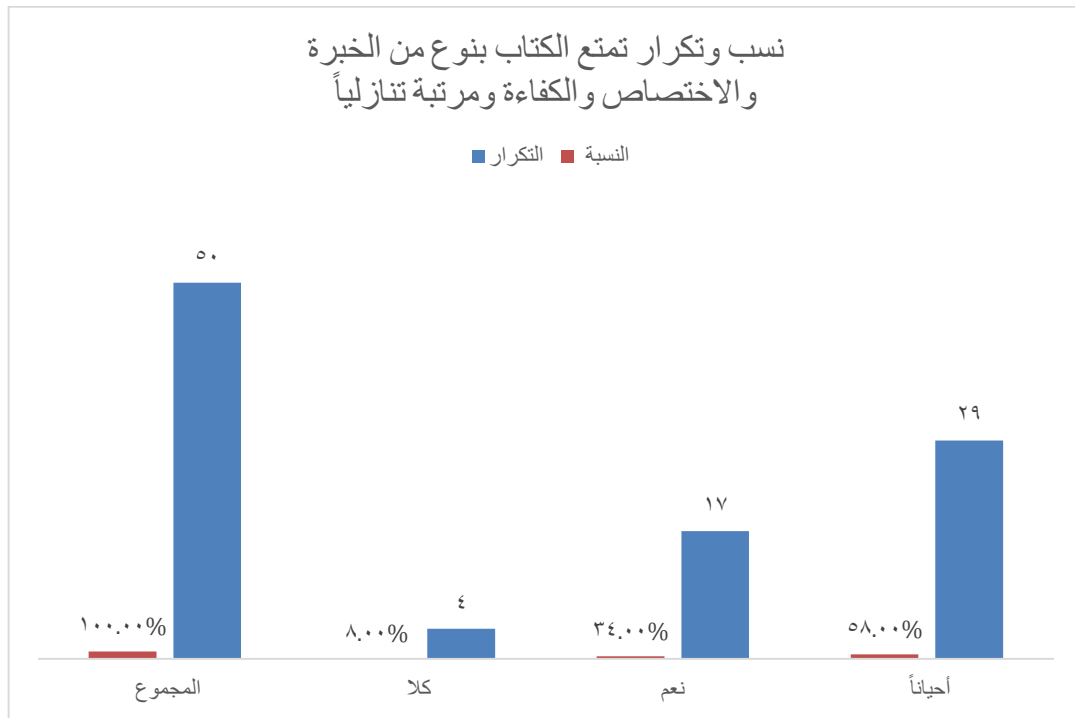
وخصص السؤال السادس للإشارة الى الكتاب الذين يتعاملون مع الصحف وهل يتمتعون بنوع من



الخبرة والاختصاص اجاب (٢٩) منهم احيانا أي ما يعادل (٥٨%) وحصلت هذه الاجابة المرتبة الأولى، بينما اجاب (١٧) منهم بوجود كتاب ذوي اختصاص في مجال اللغة والشعر والقصة وكذلك الفن التشكيلي وغيرها من الاختصاصات تعمل في الصحف أي ما يعادل (٣٤%). وحقت هذه الاجابه المرتبة الثانية، فيما نفى (٤) منهم وجود كتاب متخصصين أي ما يعادل (٨%) فاحتلت هذه الاجابه المرتبة الثالثة كما يوضح الجدول (6) .

الجدول (6) يبين نسب وتكرار تمتع الكتاب بنوع من الخبرة والاختصاص والكفاءة ومرتبة تنازلياً

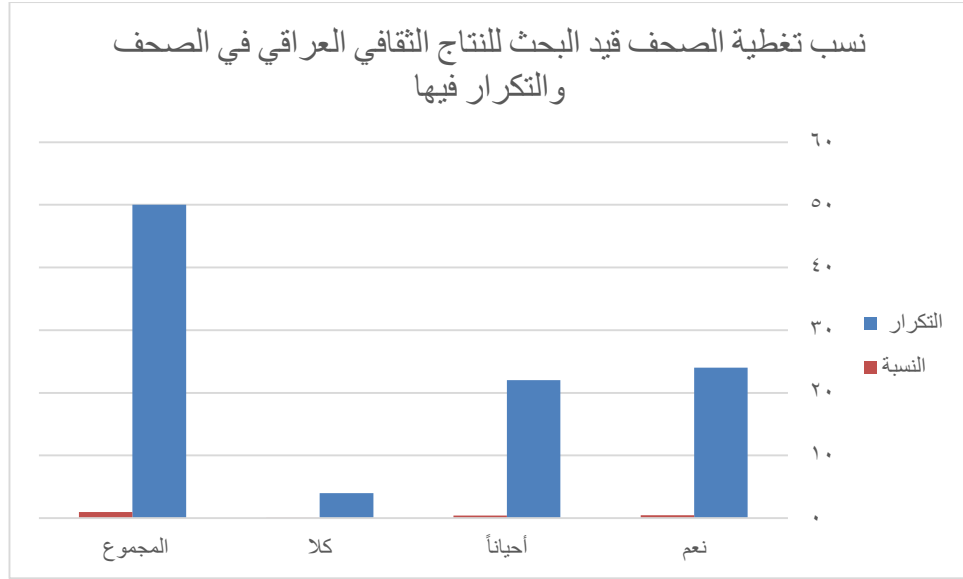
الفقرة	التكرار	النسبة
أحياناً	٢٩	%٥٨
نعم	١٧	%٣٤
كلا	٤	%٨
المجموع	٥٠	%١٠٠



اشار السؤال السابع يشير الى تغطية الصحف قيد البحث في الصحف للنتاج الثقافي العراقي. اجاب (٢٤) منهم بوجود مثل هذه التغطية أي ما يعادل (٤٨%) وحققت هذه الاجابة المرتبة الأولى وتعد نسبة متوازنة للكتاب الذين ينشرون في الصفحة الثقافية لكثرة عدد الصحف العراقية منذ عام ٢٠٠٣. واجاب (٢٢) منهم احياناً أي ما يعادل (٤٤%) فحصلت هذه الاجابه المرتبة الثانية، فيما نفى (٤) منهم تغطية الصحف قيد البحث للنتاج الثقافي العراقي في الصفحات الثقافية أي ما يعادل (٨%) وهي نسبة ضئيلة فحصلت هذه الاجابة على المرتبة الثالثة ويوضح الجدول (7)

الجدول (7) يبين نسب تغطية الصحف قيد البحث للنتاج الثقافي العراقي في الصحف والتكرار فيها

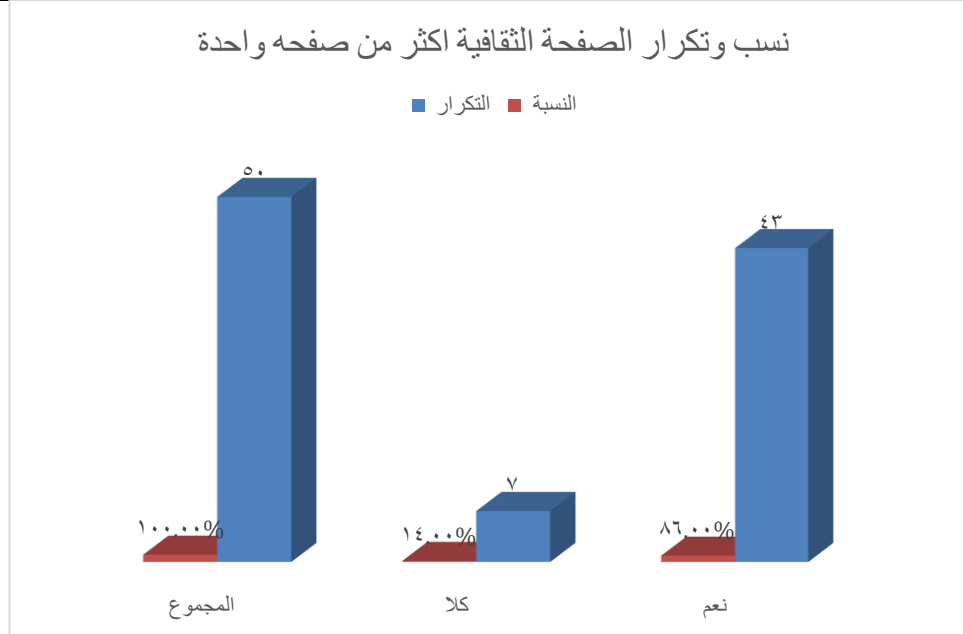
الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	٢٤	%٤٨
أحياناً	٢٢	%٤٤
كلا	٤	%٨
المجموع	٥٠	%١٠٠



ووجه السؤال الثامن الى المثقفين بخصوص تفضيلهم لزيادة عدد الصفحات الثقافية وجعلها أكثر من صفحة واحدة. اشار (٤٣) منهم أي ما يعادل (٨٦%) الى وجود أكثر من صفحة وذلك لغزارة الننتاج الفكري العراقي والعالمي وإلتاحة الفرصة للقراء من الاطلاع على هذه الننتاجات، فيما اشار (٧) منهم أي ما يعادل (١٤%) الى كفاية ما ينشر في الوقت الحاضر وبمساحة صفحة واحدة فاحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية ويوضح الجدول (8)

الجدول (8) يبين نسب وتكرار الصفحة الثقافية اكثر من صفحة واحدة

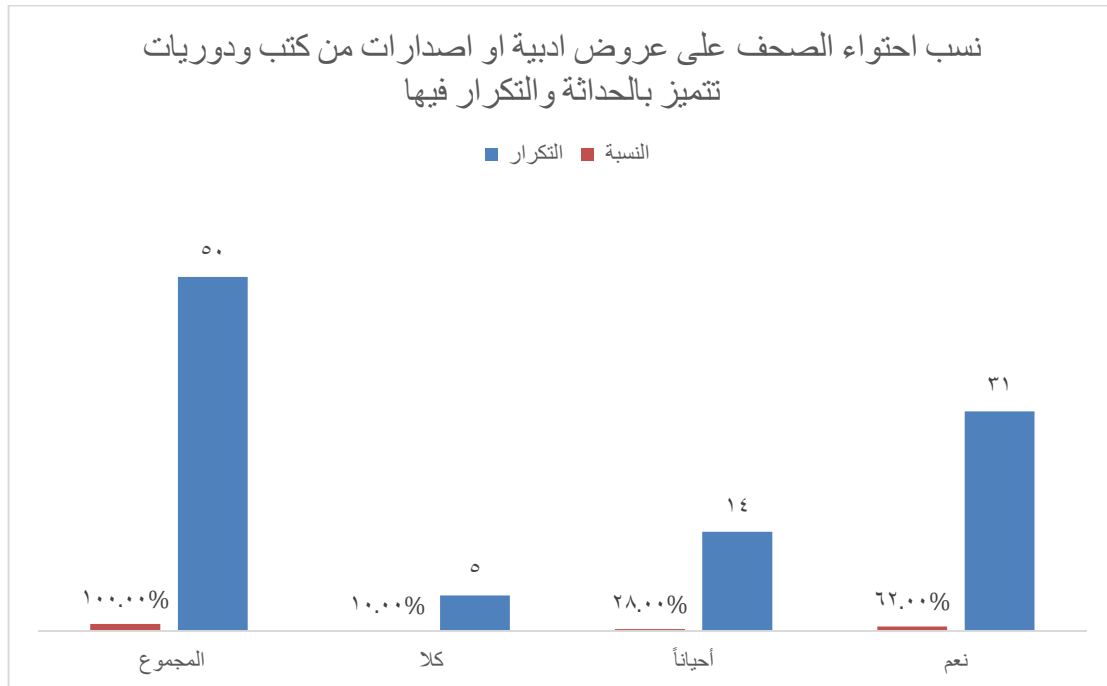
الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	٤٣	%٨٦
كلا	٧	%١٤
المجموع	٥٠	%١٠٠



وفي سؤال اخر عن مدى احتواء الصحف الى العروض الادبية او الاشارة الى الاصدارات الحديثة من كتب ودوريات تتميز بالحدثاء والتخصص. اجاب (٣١) منهم بوجود ذلك أي ما يعادل (٦٢%) وحققت هذه الاجابه المرتبة الأولى وهي النسبة غالبية يعود السبب الى ان القاري دائماً يبحث عما هو جديد وحديث من مصادر عراقية وعربية واجنبية وعلى الوجه الخصوص في مجال تخصصه وغير مكررة ومنشورة سابقاً في الصفحة الثقافية و تعد هذه الصفحة اعلاناً وترويجاً لهذه الاصدارات فيما اجاب (١٤) منهم احياناً أي ما يعادل (٢٨%) تمتع عروض الكتب والدوريات بالحدثاء والتخصص واحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية، ونفى (٥) منهم أي ما يعادل (١٠%) احتواء الصفحة الثقافية على عروض او اصدارات الكتب والدوريات تتمتع بالحدثاء والتخصص واحتلت هذه الاجابه المرتبة الثالثة ويوضح الجدول (9)

الجدول (9) يبين نسب احتواء الصحف على عروض ادبية او اصدارات من كتب ودوريات تتميز بالحدثاء والتكرار فيها

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	٣١	٦٢%
أحياناً	١٤	٢٨%
كلا	٥	١٠%
المجموع	٥٠	١٠٠%



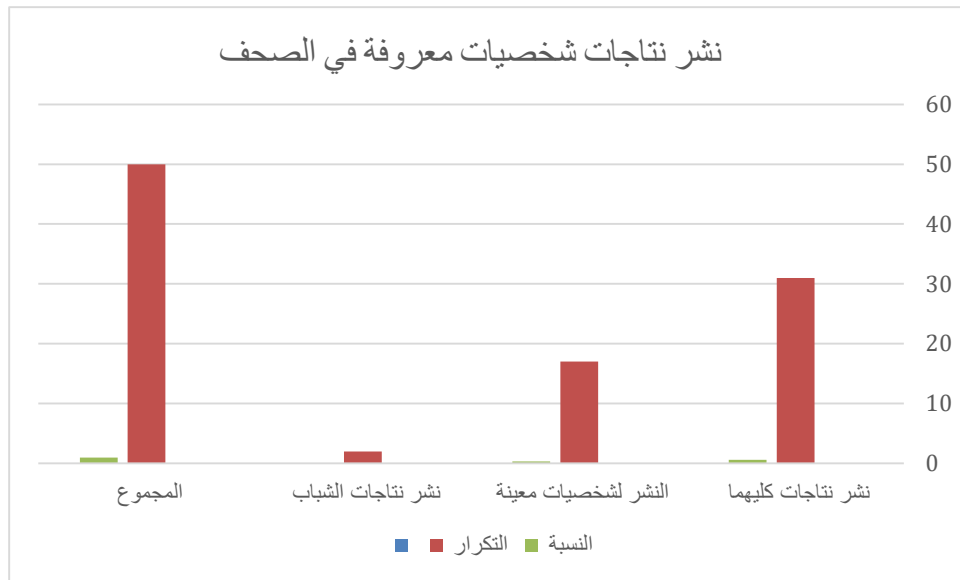
ولمعرفة مدى تغطية الصحف لنتاجات الشباب والشخصيات الادبية المعروفة . اجاب (٣١) منهم بالإيجاب الى وجود مثل هذه التغطية أي ما يعادل (٦٢%) وحققت هذه الاجابه المرتبة الأولى لان الصفحات الثقافية تهدف دائماً الى اطلاع الجمهور والقارى على أهم ما ينشر من نتاجات أدبية وثقافية وفنية المبدعين الكبار والشباب وهذا ما اشار اليه مسؤولو الصفحة الثقافية للباحثة في اثناء المقابلة. بينما اجاب (١٧) منهم أي ما يعادل (٣٤%) على احتواء الصفحة الثقافية

نتائج شخصيات معروفة وحصلت هذه الاجابة المرتبة الثانية واجاب (٢) منهم أي ما يعادل (٤%) على تغطية الصحف لنتائج الشباب وتمثل هذه نسبة ضئيلة فاحتلت هذه الإجابة المرتبة الثالثة و يوضح الجدول (10)

الجدول (10) يبين نشر نتائج شخصيات معروفة في الصحف

الفقرة	التكرار	النسبة
نشر نتائج كليهما	٣١	٦٢٪
النشر لشخصيات معينة	١٧	٣٤٪
نشر نتائج الشباب	٢	٤٪
المجموع	٥٠	١٠٠٪

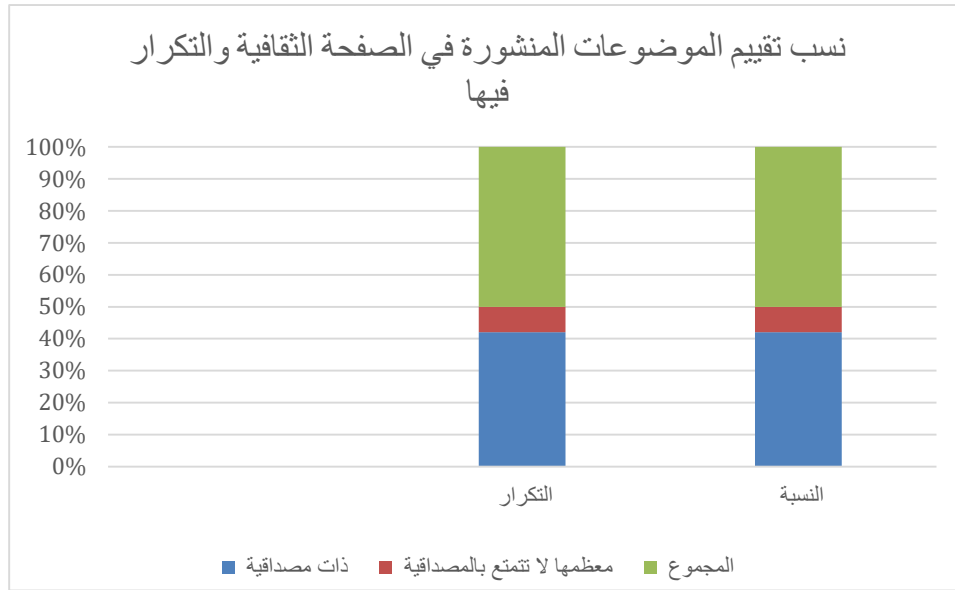
وخصص السؤال الحادي عشر لتقييم الموضوعات المنشورة في الصحف قيد البحث اجاب (٤٢)



منهم بأنها موضوعات ذات مصداقية أي ما يعادل (٨٤%) وحقت هذه الاجابه المرتبة الأولى وذلك لان كل النتائج التي تعد للنشر يدققها اشخاص متخصصون وذوي كفاءة عالية وهذا ما اشار اليه مسؤولي الصحف اثناء المقابلة، بينما اجاب (٨) منهم (١٦%) بانها لا تتمتع بالمصداقية أي ما يعادل (١٦) فاحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية و يوضح الجدول (11)

الجدول (11) يبين نسب تقييم الموضوعات المنشورة في الصحف والتكرار فيها

الفقرة	التكرار	النسبة
ذات مصداقية	٤٢	٨٤٪
معظمها لا تتمتع بالمصداقية	٨	١٦٪
المجموع	٥٠	١٠٠٪



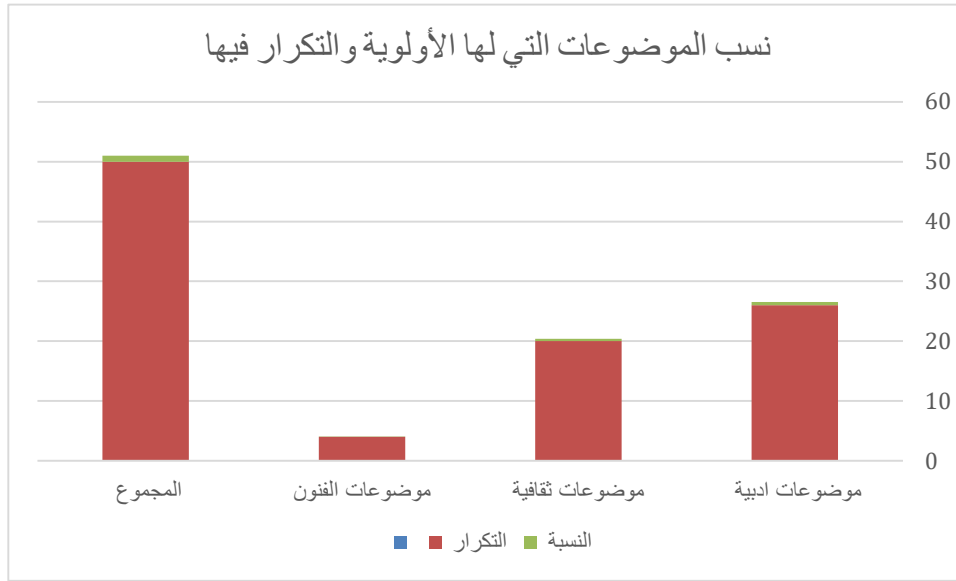
السؤال الثاني عشر خصص للإشارة الى الموضوعات التي لها الأولوية في النشر. اجاب (٢٦) منهم أن الموضوعات الأدبية لها الأولوية في النشر اي ما يعادل (٥٢%) و حققت هذه الاجابه المرتبة الأولى فيما اجاب (٢٠) منهم الموضوعات الثقافية لها الأولوية في النشر اي ما يعادل (٤٠%) واحتلت هذه الاجابه المرتبة الثانية ، واجاب (٤) منهم أن موضوعات الفنون لها الأولوية في النشر اي ما يعادل (٨%) وحصلت هذه الاجابة المرتبة الثالثة وتلاحظ من خلال هذه النسب بان هناك اهتمامات مختلفة من قارئ الى قارئ اخر و حسب تخصصه كما يوضح في الجدول (12)

الجدول (12) يبين نسب الموضوعات التي لها الأولوية والتكرار فيها

الفقرة	التكرار	النسبة
موضوعات أدبية	٢٦	٥٢%
موضوعات ثقافية	٢٠	٤٠%
موضوعات الفنون	٤	٨%
المجموع	٥٠	١٠٠%

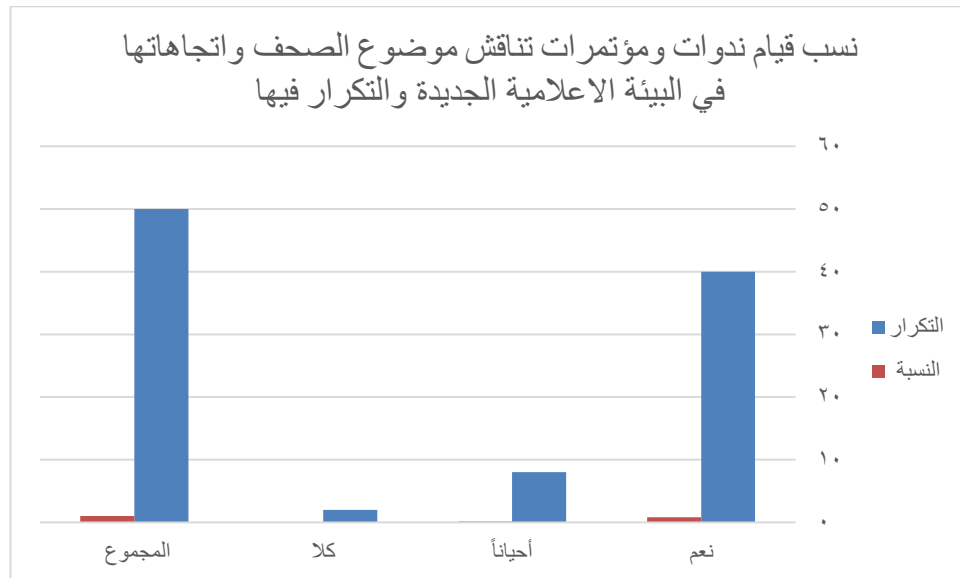
السؤال الثالث عشر يشير الى تفضيل قيام ندوات ومؤتمرات تناقش فيها موضوع الصحف واتجاهاتها في البيئة الاعلامية الجديدة حيث اجاب (٤٠) منهم أي ما يعادل (٨٠%) و حققت هذه الاجابه المرتبة الأولى وذلك لأن وجود مثل هذه المؤتمرات والندوات تساعد على النهوض بالصفحة الثقافية والوقوف على أهم المشاكل التي تواجهها كما تدعو المشرفين ومسؤولي الصفحة الثقافية بالالتفات والاهتمام بها لأنها تكون غنية بالنتاجات الأدبية والثقافية والفنية واطلاع الجمهور والعالم على مثل هذا النتاج فيما اجاب (٨) منهم أحيانا أي ما يعادل (١٦%) واحتلت هذه الاجابه

المرتبة الثانية فيما نفى (٢) منهم عدم قيام ندوات ومؤتمرات أي ما يعادل (4%) فحصلت هذه الاجابه المرتبة الثالثة يوضحه الجدول (13).

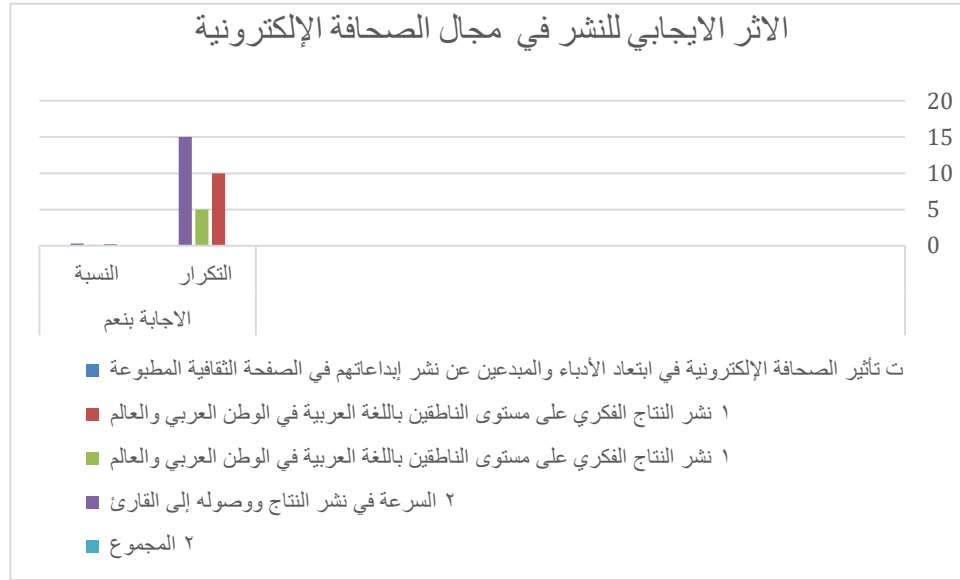


الجدول (13) ببيان نسب قيام ندوات ومؤتمرات تناقش موضوع الصحف واتجاهاتها في البيئة الاعلامية الجديدة والتكرار فيها

الفقرة	التكرار	النسبة
نعم	٤٠	٨٠٪
أحياناً	٨	١٦٪
كلا	٢	٤٪
المجموع	٥٠	١٠٠٪

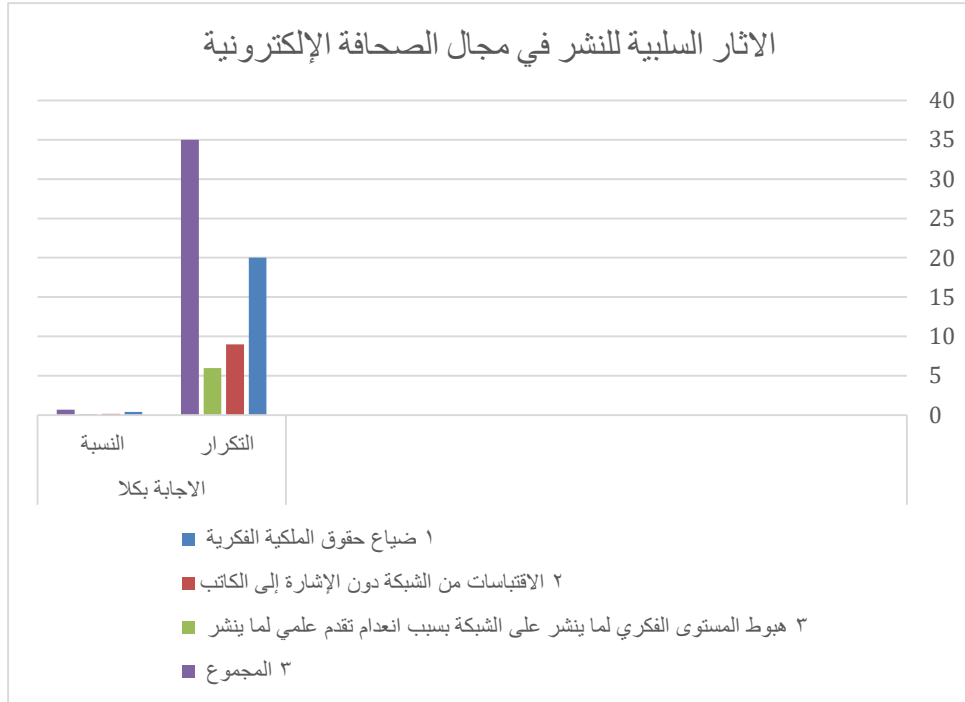


السؤال الرابع عشر يبين مدى تأثير الصحافة الالكترونية في نشر ابداعات الأدباء والمبدعين اجاب (١٥) منهم بالإيجاب وللأسباب الاتية نشر النتاج الفكري على مستوى الناطقين باللغة العربية في الوطن العربي اجاب (١٠) منهم أي ما يعادل (٢٠٪) بينما اجاب (٥) منهم أي ما يعادل (1%) حول السرعة في نشر النتاج ووصوله الى القارئ كما موضح في الشكل(14)



ما تبقى منهم وعددهم (٣٥) فقد اجابوا بوجه اثر سلبي عند نشرهم لنتاجاتهم الفكرية في الصحافة الالكترونية وللأسباب الاتية :

اجاب (٢٠) منهم أي ما يعادل (٤٠٪) لضياع حقوق الملكية الفكرية، بينما اجاب (٩) منهم أي ما يعادل (١٨٪) حول الاقتباسات من الشبكة دون الاشارة الى الكاتب واخيرا اجاب (٦) منهم أي ما يعادل (١٢٪) على هبوط المستوى الفكري لما ينشر على الشبكة بسبب انعدام تقدم علمي لما ينشر كم يوضح في الشكل (15)



المبحث الخامس: النتائج

اهم النتائج التي توصل اليها البحث:

1. احتلت طبيعة الموضوعات التي تدعو الى التغيير والتحديث المرتبة الاولى بنسبة (76%) بينما احتلت المرتبة الثانية بنسبة (24%) بعدم الحاجة الى التغيير في الوقت الراهن .
2. كانت نتيجة طبيعة العلاقة بين الموضوعات التي تنشر في الصحف والاحداث احتلت المرتبة الاولى بنسبة (66%) لفقرة احيانا بينما احتلت المرتبة الثانية بنسبة (24%) بوجود علاقة مشتركة بين الموضوعات والاحداث والسبب ان الكتاب كانوا يجسدون هذه الاحداث في الشعر والقصص والروايات وغيرها من الانواع الادبية واحتلت المرتبة الثالثة بنسبة (10%) بعدم وجود علاقة مشتركة .
3. مستوى الموضوعات المنشورة في الصحف احتلت المرتبة الاولى بنسبة (68%) بكونها جيدة المستوى بينما احتلت المرتبة الثانية بنسبة (26%) ذات مستوى متوسط واحتلت المرتبة الثالثة بنسبة (6%) مستوى ضعيف وهذه تعد نسبة ضئيلة.
4. احتلت المرتبة الاولى فقرة تفضيل قيام ندوات ومؤتمرات تناقش فيها موضوعات الصحف واتجاهاتها في البيئة الاعلامية الجديدة بنسبة (82%) والسبب ان الصحف تعبر عن ثقافة المجتمع واطلاع الجمهور والعالم على النتاجات الادبية والعلمية من خلال الصحف واحتلت المرتبة الثانية بنسبة (16%) الى الالتفات والاهتمام بموضوع الندوات والمؤتمرات واحتلت المرتبة الثالثة بنسبة (4%) بعدم تفضيل قيام ندوات ومؤتمرات.
5. مدى تأثير الصحافة الالكترونية في نشر ابداعات الأدباء والمبدعين اجاب (١٥) منهم بالإيجاب ولأسباب الاتية نشر النتاج الفكري على مستوى الناطقين باللغة العربية في الوطن العربي اجاب (١٠) منهم أي ما يعادل (20%) بينما اجاب (٥) منهم أي ما يعادل (1%) حول السرعة في نشر النتاج ووصوله الى القارىء ما تبقى منهم وعددهم (٣٥) فقد

اجابوا بوجه اثر سلبي عند نشرهم لنتائجهم الفكرية في الصحافة الالكترونية وللاسباب الاتية :

اجاب (٢٠) منهم أي ما يعادل (٤٠%) لضياع حقوق الملكية الفكرية، بينما اجاب (٩) منهم أي ما يعادل (١٨%) حول الاقتباسات من الشبكة دون الاشارة الى الكاتب واخيرا اجاب (٦) منهم أي ما يعادل (١٢%) على هبوط المستوى الفكري لما ينشر على الشبكة بسبب انعدام تقدم علمي لما ينشر.
اهم التوصيات

- 1- ضرورة قيام ندوات ومؤتمرات تناقش فيها موضوع واقع واتجات الصحف في بيئة الاعلام الجديد .
- 2- ضرورة تقييم الموضوعات التي تنشر وتكون ذات مصداقية ويشرف على تدقيقها اشخاص ذوي اختصاص وكفاءة عالية .

المصادر والمراجع

1. امل الشريف. ما قل ودل في التحرير الصحفي، 2013، ص46-47.
2. الصحف الدولية: وهي التي تصدر لتوزع في الدولة نفسها أو خارجها وأحياناً تصدر طباعات خاصة من الصحف المحلية.
3. عباس مصطفى صادق. الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات.- عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص15.
4. عباس صادق. نفس المصدر السابق، ص3.
5. حسين محمد نصر. الإعلام والإنترنت.- العين: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص104.
6. حامد عبد السلام زهران. علم النفس الاجتماعي.- القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص172.
7. صلاح الدين محمود علام. القياس والتقويم التربوي والنفسي: أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة.- القاهرة: دار الفكر العربي، 2000، ص532.
8. عاطف غيث. قاموس علم الاجتماع.- القاهرة: دار المعرفة، 1995، ص30.
9. عيسى عبد الباقي. الصحافة الاستقصائية: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، 2013، ص88.
10. علي عبد الهادي الكرخي. الإعلام الجديد في القنوات التلفزيونية.- عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017، ص9.
11. علي كنعان. الصحافة: مفهوما وأنواعها.- مصر: دار المعزز للنشر والتوزيع، 2013، ص52.
12. فهد عبد الرحمن الشميري. التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام.- القاهرة: دار اقرأ الإعلامية، 2010، ص186-184.
13. محرز حسين غالي. صناعة الصحافة في العالم: تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل.- مصر: دار المصرية، ص93-98.
14. محمود عزمي. مبادئ الصحافة العامة.- مؤسسة هنداوي للنشر، 2014، ص63.
15. محمد عباس المكي. مميزات الإعلام الجديد بين الإيجابية والسلبية، ع129، 2012، ص52.
16. معجم المعاني الجامع، متاح على الموقع: <https://www.almaany.com>
17. هاني نادي عبد المقصود. صحافة الشبكات ومشاركة القراء في إنتاج المحتوى.- مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية.- مصر، ع3، 2016، ص4-8.
18. ظريفة أبو الفخر ومحمد جهاد جمل. استراتيجيات المناقشة في التدريس وتهيئة جيل من المبدعين: دراسة نظرية وتطبيقية.- الإمارات: دار الكتاب الجامعي، 2010، ص143.

our Master Mohammed and his family and companions.

- ¹ ظريفة ابو الفخر ومحمد جهاد جمل . استراتيجيات المناقشة في التدريس وتهيئة جيل من المبدعين :دراسة نظرية وتطبيقية . - الامارات :دار الكتاب الجامعي، 2010، ص143
- ² حامد عبد السلام زهران . علم النفس الاجتماعي . - القاهرة :عالم الكتب ،2000، ص172
- ³ عاطف غيث :قاموس علم الاجتماع . - القاهرة :دار المعرفة ،1995، ص30
- ⁴ ظريفة ابو الفخر ومحمد جهاد جمل . نفس المصدر السابق ،ص.ص146- 147 .
- ⁵ صلاح الدين محمود علام . القياس والتقويم التربوي والنفسي اساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة . - القاهرة :دار الفكر العربي ،2000، ص532 .
- ⁶ معجم المعاني الجامع متاح على الموقع <https://www.almaany.com> :
- ⁷ علي كنعان . الصحافة مفهوما وانواعها . - مصر : دار المعزز للنشر والتوزيع، 2013، ص52 .
- ⁸ محمود عزمي . مبادئ الصحافة العامة . - مؤسسة هنداوي للنشر ،2014، ص63 .
- ⁹ امل الشريف . مائل ودل في التحرير الصحفي ،2013، ص.ص46- 47 .
- ¹⁰ الصحف الدولية : وهي التي تصدر لتوزع في الدولة نفسها أو خارجها وأحياناً تصدر طبغات خاصة من الصحف المحلية.
- ¹¹ امل الشريف . نفس المصدر السابق، ص48 .
- ¹² امل شريف . نفس المصدر السابق ،ص49 .
- ¹³ محرز حسين غالي . صناعة الصحافة في العالم تحديات الوضع الراهن وسيناريوهات المستقبل . - مصر :دار المصرية ، ص.ص 98-93 .
- ¹⁴ محرز حسين غالي . نفس المصدر السابق ، ص.ص 39- 98 .
- ¹⁵ حسين محمد نصر . الاعلام والانترنت . - العين :مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ،2003، ص104 .
- ¹⁶ عبد الامير فيصل . الصحافة الالكترونية في الوطن . - عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2005، ص.ص114-115 .
- ¹⁷ هاني نادى عبد المقصود . صحافة الشبكات ومشاركة القراء في انتاج المحتوى . - مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية . - مصر ، ع3 ، 2016 ، ص.ص 4-8 .
- ¹⁸ عيسى عبد الباقي . الصحافة الاستقصائية : أطر نظرية ونماذج تطبيقية، 2013، ص88 .
- ¹⁹ علي عبد الهادي الكرخي . الاعلام الجديد في القنوات التلفزيونية . - عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، 2017، ص 9
- ²⁰ عباس مصطفى صادق الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات . - عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 15
- ²¹ عباس صادق . نفس المصدر السابق ، ص3 .
- ²² فهد عبد الرحمن الشميمري . التربية الاعلامية كيف نتعامل مع الاعلام . - القاهرة : دار اقرا الاعلامية ، 2010، ص.ص184- 186 .
- ²³ عبد الرحمن الشميمري . نفس المصدر السابق ، ص.ص183- 184 .
- ²⁴ محمد عباس المكي . مميزات الاعلام الجديد بين الايجابية والسلبية ، ع129 ، 2012، ص52 .