



www.massira.jo

طبعة مزيدة ومنقحة

# قضايا إعلامية معاصرة

الأستاذ الدكتور  
عبد الرزاق محمد الدليمي



رقم التصنيف : 302.2  
المؤلف ومن هو في حكمه : عبد الرزاق محمد الدليمي  
عنوان الكتاب : قضايا إعلامية معاصرة  
رقم الإيداع : 2010/9/3417  
الواصفات : الاتصال الجماهيري/ الإعلام / الاتصال  
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

## حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated, reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2011م - 1432هـ

الطبعة الثانية 2016م - 1437هـ

طبعة مزودة ومنقحة

  
**دار  
المسيرة**  
للنشر والتوزيع والطباعة  
شركة جمال أحمد محمد حيف وإخوانه

## عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059  
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البزراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640  
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: [Info@massira.jo](mailto:Info@massira.jo) . Website: [www.massira.jo](http://www.massira.jo)

التصميم والاضراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

# قضايا إعلامية معاصرة

الأستاذ الدكتور  
عبد الرزاق محمد الدليمي



## الفهرس

13.....المقدمة

### الفصل الأول

#### المنظور العالمي لقضايا الإعلام

17.....فلسفات الصحافة العالمية

17.....الصحافة المسؤولة نموذجاً

18.....هابرماس والرأي العام

19.....دلالات الألفاظ ، بعض المسلكيات

20.....فلسفة النظام والسلطة

22.....العودة إلى المجتمع

23.....أهمية السياق

24.....سيطرة الإعلام

24.....فلسفة الحرية

25.....أنظمة الإعلام العالمية: نظرة شاملة

25.....الميكافيلية في الصحافة

26.....مستقبل افلاطوني

27.....ثقافة الإعلام العالمي

28.....الصحافة والديمقراطية

30.....محاسبة الإعلام

- 31..... جودة الصحافة
- 31..... معايير جودة الصحافة
- 33..... حرية الصحافة وحرية الناشر
- 33..... الاعتبارات التجارية
- 34..... الصعوبات القانونية
- 34..... البيان والتعبير السياسي
- 37..... إساءة استخدام حرية الصحافة

## الفصل الثاني

### هندسة القبول والرضا

- 43..... الحياة الأمريكية والفوضى المنظمة
- 45..... نظرية الوكلاء المفوضون
- 47..... اتفاقيات مهمة
- 49..... هندسه القبول والرضا والدعاية الجديدة
- 50..... مصطلح الدعاية
- 53..... أهمية تسيير الرأي العام
- 57..... الحكومة الخفية وترويض الرأي العام

## الفصل الثالث

### المعلوماتية والمجتمع في عهد الرقمية الإلكترونية

- 61..... إمكانية التغيير
- 63..... فوضى المعلوماتية
- 64..... شركات مهمة تحسر

- 65..... استفتاء مجلة التايم
- 68..... النشاطات الفعالة
- 69..... عصر الرقمية الاللكترونية
- 71..... عصر الرقمية الاللكترونية وشركة DOT.COM

### الفصل الرابع

#### الإعلام وتصورات عن المعلوماتية الإلكترونية

- 77..... العوامل التي تقود لبيئة المعلوماتية الرقمية الإلكترونية
- 80..... المنظومة الرقمية الإلكترونية
- 81..... تبني المستهلك للكمبيوتر الشخصي
- 82..... تكنولوجيا "الصديق الكاذب"
- 83..... الأخلاقيات المعلوماتية الإلكترونية والمواصفات الثابتة
- 86..... الإعلام وصراع بين الكتب العادية والكتب الإلكترونية
- 91..... مواجهه مع الصحف والمجلات
- 93..... الصحافة والتجارة
- 97..... الراديو والتلفزيون
- 97..... محطات الراديو التكنولوجية
- 103..... التلفزيون التفاعلي
- 105..... مجتمع المعلومات
- 107..... السوقية

### الفصل الخامس

#### الإعلام والمسؤولية الاجتماعية

- 118..... المسؤولية الاجتماعية

119.....	عملية البحث عن الحقيقة
120.....	نظرة في الاتصال والمجتمع
123.....	ماذا نقصد بالاتصال؟
126.....	وظائف الاتصال الجماهيري
127.....	الاتصال و تشويه الحقيقة وتحريفها
131.....	هارولد لاسويل وجملته القصيرة
132.....	وسائل الاتصال الجماهيري
136.....	الإشارات السلوكية واللاسلكية
137.....	التلغراف والصحافة
138.....	الراديو
141.....	الراديو والإعلان
143.....	ثورة التلفزيون
144.....	ازدهار الإعلان
146.....	الاتصال وعملية التغيير في المجتمعات

## الفصل السادس

### العمليات الاتصالية وأثرها على التقمص الوجداني

156.....	العلاقة الإنسانية ووسائل الاتصال والإعلان
156.....	السياسيون يستغلون فنون الاتصال
157.....	دورة وسائل الاتصال تلاحق الفرد
161.....	عندما تنتهي مرحلة التقمص

## الفصل السابع

### وكالات الأنباء المحلية والعالمية

- 165..... الروابط غير الثابتة.....
- 166..... وكالات الأنباء من النشأة إلى العولمة .....
- 167..... تشييد وتفكيك نظام الأخبار العالمي .....
- 168..... هيمنة اتحاد الإعلام الأوروبي .....
- 169..... الاحتكار الأوروبي للإعلام.....
- 169..... حل احتكار الإعلام الأوروبي 1934-1918 .....
- 169..... هيمنة الوكالات الخمس الكبرى 1980-1940 .....
- 170..... حل الوكالات الخمس الكبرى .....
- 170..... الوكالات الثلاث الكبرى .....
- 172..... وكالات الأنباء الوطنية.....
- 173..... عوائق تطوير الإعلام.....
- 174..... تطوير الإعلام الوطني.....
- 175..... العوائق المادية.....
- 175..... العوائق الثقافية .....
- 177..... العوائق الاقتصادية .....
- 178..... العوائق الحكومية .....
- 179..... أخلاقيات الصحافة العالمية.....
- 181..... نظرة مختلفة عن الصحافة.....



## الفصل الثامن

### علماء يمثلون النظام، ليسوا صحفيون

186	دور الإعلامي في مواجهة الخطر
186	الصحفيون يخسرون احتكارهم للمعرفة
187	الإعلام يخسر القدرة على التخطيط
187	خسارة الاحتكار ستؤثر على الأخلاقيات
188	المطالبة بأخلاقيات الصحافة
188	الإعلان العالمي والعلاقات العامة
190	تعليم الصحافة في العالم
190	الصحافة العالمية
191	التحديات الإعلامية حول العالم
192	التعددية الثقافية
192	التكتل الإعلامي
193	الوسائل الإعلامية المتعددة
193	التدويل
193	نماذج عالمية للتدريب والتعليم الإعلامي
194	استراليا
194	كندا
195	ألمانيا
195	المملكة المتحدة (بريطانيا)
195	أوروبا
196	هولندا

196.....	جنوب إفريقيا
196.....	دول جنوبي إفريقيا
197.....	الولايات المتحدة
197.....	مختلف دول العالم
197.....	وجهة نظر

### الفصل التاسع

#### الاهتمام بحاجات الجماهير وقضاياها

203.....	الإعلام والعلاقة بين الشمال والجنوب
204.....	الإعلان العالمي لحقوق الإنسان
206.....	المسؤولية الاجتماعية

### الفصل العاشر

#### رؤية إعلامية للمستقبل

211.....	الإلكترونيات: السرعات والابتكارات
212.....	مجتمع بدون أوراق
213.....	توصيل الصحيفة الإلكترونية
214.....	ثورة الصحف الإلكترونية
214.....	التحديات التي تواجهها الصحف كمهنة
216.....	وسائل الإعلام والصورة الذهنية
217.....	المؤسسات الصناعية والتجارية إلى رسم صورة ذهنية
220.....	السيطرة الأمريكية الإعلامية على العالم
220.....	الأساليب التي تستخدمها وسائل الإعلام الجماهيرية في صنع الصورة الذهنية

- 220..... أولاً: انتقاء الأحداث والمعلومات
- 222..... ثانياً: تلوين الحقائق وتحريفها
- 223..... ثالثاً: استخدام عبارات ومصطلحات خاصة
- 224..... رابعاً: التركيز على أحداث معينة

## الفصل الحادي عشر

### وسائل الاتصال وعملية صنع القرار السياسي

- 231..... الاتصال ودوره في السياسة الخارجية
- 232..... وكالات الحكومة كمزودة للمعلومات الإلكترونية
- 234..... لا تدفع من أجل الدفع
- 234..... حرية التعبير في بيئة الكترونية
- 239..... وسائل الإعلام الجديدة والمعلوماتية الإلكترونية
- 246..... مستقبل الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة
- 248..... المشكلة الأكبر في الولايات المتحدة الأمريكية
- 254..... إشكالية تقييم أداء الصحف في العالم
- 257..... معايير الحكم على مدى التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة
- 259..... التقييم الموضوعي لأداء الصحفي
- 260..... هموم الصحافة المعاصرة في العالم
- 265..... المراجع