

محاضرات نشأة وتطور التلفزيون

مفهوم التلفزيون :

التلفزيون وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية تعتمد على الصوت والصورة ، جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة وخواص الوسائل المرئية وكلمة " television " مكونة من كلمتين tel: ومعناها مكان بعيد والثانية هي " vision " ومعناها الرؤية أي نقل الصورة المرئية من بعيد. ويعمل التلفزيون على أساس تحويل الصورة والأشكال إلى أشعة تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة تتحول هذه الأشعة بواسطة الكهرباء إلى أشعة موجات تنتشر في الجو. بحيث يصبح بالإمكان التقاطها بواسطة اجهزة خاصة هي اجهزة الاستقبال التي تحول الموجات الاثيرية إلى أشعة من جديد ثم تحول الأشعة إلى صورة وتتكون الصورة في التلفزيون من نقط سوداء وبيضاء تماماً مثل (الكتبهات) الصور الفوتوغرافية عند نشرها في الصحف والتي تظهر لنا نقطها بوضوح إذا نظرنا اليها من خلال عدسة

البدايات الاولى لظهور التلفزيون

إن فكرة نقل الصورة المتحركة إلى المنازل عبر جهاز استقبال منزلي بشكل شبيه بإرسال الصوت والموسيقى عبر جهاز الراديو، كانت محل اهتمام عدد من العلماء في كل من بريطانيا وألمانيا والولايات المتحدة منذ انتهاء الحرب العالمية الأولى. ولكن الأفكار الناضجة القابلة للتطبيق لم تظهر إلا في منتصف العشرينيات في القرن العشرين. وكانت المحاولات الأولى تنصب على إجراء الأبحاث لنقل الصور المتحركة من خلال تمديدات الأسلاك الناقلة بين محطة الإرسال ومحطات الاستقبال. وكان العنصر الرئيسي لتحريك التفكير في هذا الاتجاه هو نجاح العالم الألماني بول نيكو (Paul Nipkow) في عام 1884م في تجزئة الصورة عن طريق مسح الصورة تدريجياً بشكل لولبي مستمر ميكانيكياً، بواسطة أسطوانة مثقوبة عدة ثقوب تتجه من الطرف الخارجي إلى وسط الإسطوانة وعندما تدور الاسطوانة فوق الصورة دورة كاملة تكون قد قامت بمسح جميع الخطوط الموجودة في الصورة وعند نقل تلك الومضات الصادرة عن الثقوب يمكن إعادة تشكيل الصورة، على شكل ومضات كهربائية في أنبوبة زجاجية مفرغة من الهواء ومطلية بمواد كيميائية حساسة لسقوط الإلكترونات عليها (C.R.T) ومع تطور جودة الأشكال التي أمكن تحقيقها من خلال أنابيب الأشعة الكهربائية (C.R.T) التي عرفت بشكل واسع في أبحاث الفيزياء الكهربائية منذ عام 1904 . تمكن العالم الأمريكي الروسي المولد

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

فلاديمير زوريكن (V. Zworykin) في عام 1923 من تسجيل اختراع لأنبوب كاميرا يستطيع تجزئة الصورة الضوئية إلكترونياً ونقلها ليعاد استقبالها وإعادة بنائها. ولم يلبث العالم البريطاني جون بيرد (CJ. Baird) أن قام بالاستفادة من ذلك الاختراع وتقديم أول نظام عملي لنقل الصور في تجربة شهيرة ناجحة في لندن في عام 1926م.

تنهت شركات الإعلام الأمريكية لأهمية أبحاث نقل الصورة واستطاعت قبل الحكومات إدراك آفاق مستقبلها في مجالي الدعاية التجارية والترفيه، فقامت كل من شركات (RCA) و(CBS) وجزرال إلكترويك بالتنافس في تمويل الأبحاث المتعلقة بهذا الاختراع ورعاية العلماء الموهوبين في هذا المجال، خاصة بعد أن نجح العالم إلين دومونت في تحسين حجم وكفاءة شاشات الاستقبال واختراع جهاز استقبال تلفزيوني منزلي يمكن اقتناؤه في المنازل وليس المعامل والمختبرات فقط.

وفي عام 1927م نجح أحد الباحثين في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي (كابل). في هذه الأثناء تمكن العالم الأمريكي فيلو فارنزورث (Philo Farnsworth) من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصور المنقولة تلفزيونياً. لكن أول خدمة تلفزيونية في العالم ظهرت في ألمانيا عام 1935م وكانت أحد الإنجازات العلمية الكبيرة التي افتخر بها الألمان واستخدموها في استعراض تفوقهم على الآخرين خلال دورة الألعاب الأولمبية العالمية التي أقيمت في برلين في عام 1936م، إذ كانت الصور التلفزيونية تنقل من الملاعب الرياضية إلى صالات السينما وقاعات المشاهدة الجماعية في النوادي والفنادق لتشاهدها الجماهير (لكن المصادر الأمريكية والبريطانية تجاهلت آنذاك هذا الحدث تماماً نكايه في النظام النازي).

بعد ذلك دخلت كل من الولايات المتحدة وبريطانيا في تنافس محموم لتطوير التلفزيون وجعله وسيلة إعلامية مؤثرة في الدعاية التجارية والسياسية وكذلك أداة ترفيه لا تقاوم، إذ بدأت في شكل متزامن تقريباً أبحاث تطوير محطات الإرسال والاستقبال في كل من لندن ونيويورك، فقامت شركة RCA ببنائها التلفزيوني التجريبي في نيويورك عام 1930م، بينما بدأت الحكومة البريطانية من خلال ال BBC تجارب الخدمة التلفزيونية العامة المنتظمة في منطقة لندن اعتباراً من عام 1936م.

وخلال الفترة من عام 1930 وحتى عام 1939 حققت الشركات الأمريكية عدة نجاحات في مجال تطوير التلفزيون واستخدامه تجارياً في نقل المسرحيات وعرضها على الجمهور في عروض عامة في ساحات نيويورك وشوارعها، خاصة عندما أعلن عن مولد هذا الاختراع خلال المعرض الدولي الذي أقيم في مدينة نيويورك عام 1939م وقامت شركة RCA بتصوير الرئيس الأم. ريكي فرانلكين روزفلت وهو يفتح المعرض ونقل صورته إلى أجهزة الاستقبال التلفزيوني الموزعة في مواقع مختارة في مدينة نيويورك. ولم يأت شهر شباط- فبراير من عام 1940م إلا وكان هناك شبكة تلفزيونية تغطي أجزاء

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

كبيرة من مدينة نيويورك وكذلك بعض الأجزاء الأخرى من الولاية بعد أن نجح الأمريكيون في تحقيق فكرة التقاط الصورة ثم تقويتها وإعادة بثها.

لكن اندلاع الحرب العالمية الثانية في عام 1939م أدى إلى شلل خطوات تطوير التلفزيون في ألمانيا وبريطانيا- وبعد دخول الولايات المتحدة الحرب في عام 1941م توقفت برامج تطويره في الولايات المتحدة أيضاً.

أما في الاتحاد السوفييتي فقد بدأ البث التلفزيوني في عام 1939 باستيراد معدات أمريكية الصنع من شركة (RCA) التي كانت مملوكة لمهاجر أمريكي يهودي من أصل روسي رأى أن يبادر إلى استثمار هذا الاختراع الجديد في موطنه الأصلي فقدم خدماته لستالين الذي رحب بها. ولكن إندلاع الحرب العالمية الثانية لم يتح الفرصة لازدهار هذا المشروع. وبعد الحرب استأنف السوفييت الخدمة التلفزيونية في عام 1946م دون معاونة أمريكية. وكان لدى ستالين الكثير مما يريد عرضه لجماهير الاتحاد السوفييتي للتأكيد على حكمة قراراته وصواب رأيه وقيادته السديدة، فقد كان الهدف الأول من إدخال التلفزيون إلى الاتحاد السوفييتي هدفاً سياسياً بحتاً.

ولكن بريطانيا وأمريكا لم تتمكن من تجاهل إمكانيات هذه الوسيلة الإعلامية اقتصادياً ومستقبلها الواعد تجارياً. فلم تلبث الحرب أن وضعت أوزارها حتى عادت برامج تطوير البث التلفزيوني وتعميم استخدامه إلى أخذ موقع الصدارة في التخطيط الإعلامي في معسكر الحلفاء، بهدف تحقيق مكاسب مالية خيالية من خلال الاستثمار في تصدير معدات الإرسال وأجهزة الاستقبال تجارياً إلى مختلف دول العالم.

ولم يخف ذلك على عدد من الدول الصناعية الأخرى مثل إيطاليا وألمانيا وفرنسا والاتحاد السوفييتي فقامت هذه الدول أيضاً إما من خلال التعاون مع الشركات الأمريكية والبريطانية أو من خلال برامج وطنية ذاتية بالدخول في مجال أبحاث صناعة التلفزيون. ولم يتطلب الأمر كثيراً من الوقت، إذ مع إطلالة عقد الخمسينيات كان التلفزيون جهازاً مألوفاً في الأسواق ومنازل الطبقات العليا من المجتمع في الولايات المتحدة وأوروبا، لكنه بقي محصوراً في استراحات العمال والنوادي العامة وقاعات المشاهدة الجماعية في الدول الاشتراكية.

أما تعميم اقتنائه منزلياً (على مستوى العالم) فقد كان يواجه صعوبات مالية إذ كان ثمن أجهزة الاستقبال التلفزيوني في أوائل الخمسينيات خارج إمكانيات وميزانيات أسر الطبقة المتوسطة، كما أنه كان يواجه مشكلة فنية هي محدودية قوة محطات البث التي لم تكن تستطيع سوى تغطية دوائر لا يتجاوز قطرها بضعة أميال. ورأت الشركات الأمريكية على وجه الخصوص أنه لا سبيل إلى نجاح هذا الاختراع (التلفزيون) إلا من خلال إنتاج أجهزة الاستقبال بكميات تجارية كبيرة لجعلها في

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

متناول الطبقة الوسطى اقتصادياً، وكذلك حل مشكلة إيصال البث لمقتني هذه الأجهزة خارج حدود المدن الكبرى، ولما كانت إمكانيات زيادة مدى البث تتناسب مع ارتفاع هوائي الإرسال وقوة إشارة المحطة فقد كانت المشكلة في المدن الكبرى شبه محلولة إذ عمدت شركة (RCA) الأمريكية إلى وضع هوائي الإرسال في نيويورك فوق مبنى (الإمبايرستيت) (ناطحة السحاب المشهورة التي كانت أعلى مبنى في العالم حتى ذلك الحين) فحقق ذلك تغطية تلفزيونية بقوة معقولة في نيويورك وضواحيها، وشجع الناس على اقتناء أجهزة التلفزيون. وتكررت تلك التجربة في مدن أخرى ببناء أبراج إرسال البث العالمية التي أصبحت رمزاً من رموز البث التلفزيوني..

وفي الولايات الأخرى عمدت الشركات الأمريكية، بمبادرات ذاتية أو بالشراكة مع مستثمرين محليين، إلى بناء مئات المحطات المحلية الصغيرة التي تعيد بث ما تنتجه المحطات الرئيسية في نيويورك، وقامت شركات إنتاج أجهزة التلفزيون المنزلية بالمساهمة في تمويل بناء تلك المحطات حتى تتضاعف أعداد مشتري أجهزة التلفزيون وبالتالي تتضاعف الأرباح.

وفي بداية الأمر تصارعت الشركات على حقوق البث وتردداته، مما جعل لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC تتدخل لتقنين المواصفات القياسية والفنية لأجهزة البث والاستقبال (بهدف توفير أقصى حماية للمستهلك) وأيضاً توزيع مجالات البث وترددات الإرسال وتحديد شروط الحصول على رخص البث التلفزيوني... فكان ذلك إلى جانب نشوب الحرب العالمية الثانية من أسباب تعثر تقدم أبحاث التلفزيون في الأربعينيات.

لكن نهاية ذلك العقد وفي حوالي 1948م وبعد التخلص من آثار الحرب اندفعت الشركات الأمريكية والبريطانية بقوة لتقديم الخدمة التلفزيونية الملونة للمشاهدين بشكل عشوائي غير منظم يفتقد أبسط متطلبات التنسيق، ضاربة عرض الحائط بكل القرارات الصادرة عن الجهات الحكومية الرسمية التي لم تستطع السيطرة على سباق التنافس التجاري بين الشركات، وأدى هذا فيما بعد إلى تعدد أنظمة البث التلفزيوني الملون. ولكن انتشار التلفزيون الملون كان بطيئاً جداً، ثم لم تلبث فرنسا أن انضمت إلى ذلك السباق.

أيضاً كانت هناك منافسة أخرى محتدمة لإنتاج أجهزة تسجيل تستطيع أن تسجل الصورة المتحركة والصوت معاً على شريط يمكن استعادة عرض ما سجل عليه فوراً بدلاً من الاعتماد على الأفلام السينمائية في تسجيل البرامج (التي كان من أبرز عيوبها الوقت الذي تستغرقه الأفلام في التحميض وكذلك إمكانية تلف أو تعرض المادة المسجلة للتشويه والخلل دون معرفة المصور بذلك إلا بعد التحميض). ولم يتحقق ذلك إلا عندما قدمت شركة RCA الأمريكية في عام 1953م أول جهاز تسجيل (فيديو تيب) فكان حدثاً هاماً في تاريخ التلفزيون لكن شركة أمبكس أنتجت في عام

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

1956م جهاز فيديو تيب اكتسح كل ما سبقه ونال شهرة عالمية جعلته الجهاز المستخدم في الغالبية العظمى من محطات التلفزيون. في العالم.

ثم أطلت حقبة الخمسينيات، التي كانت العصر الذهبي في تاريخ تطوير التلفزيون وتحسين خدماته وبرامجه ومعداته، من أجهزة تسجيل وإرسال وهوائيات التقاط وأجهزة استقبال منزلية ذات وضوح ودقة في عرض الصورة والصوت... وحقق التلفزيون ظاهرة النزول إلى الأسواق (بكميات تجارية وأسعار معقولة في مطلع الخمسينيات) واكتسب شعبية كاسحة أخذت في سحب البساط من تحت أقدام الراديو والسينما على حد سواء. أما لماذا؟ فإن الإجابة ليست صعبة..

منذ الأيام الأولى لظهور التلفزيون في الأسواق تميز هذا الجهاز بقدرته على جذب انتباه المارة في شوارع نيويورك وميادينها وكان انبهارهم بقدراته يفوق كل التوقعات، فقد كان يرون فيه الجهاز الترفيهي الكامل الذي يجمع بين مزايا الراديو ومتعة الأفلام السينمائية بل كانوا يرون فيه المسرح والسينما المنزلية التي يستطيع كل إنسان أن يستمتع بمباهجها في إحدى غرف منزله بلا عناء. وكان له تأثير السحر في القضاء على أوقات الفراغ التي تمر بسرعة عندما يجهد الإنسان حاستي السمع والبصر في آن واحد في متابعة موضوع يعجبه.

وهكذا، مع إطلاقة الخمسينيات ازداد عدد محطات التلفزيون من 17 - 45 محطة ارسال، وأصبحت الخدمة التلفزيونية متوفرة في حوالي 25 مدينة أمريكية وأصبحت التغطية التلفزيونية متوفرة ل 60% من الشعب الأمريكي بعد أن تم ربط شرق أمريكا بغيرها بكابل محوري وتهافت الناس على شراء أجهزة التلفزيون فبيع منها في الولايات المتحدة حتى عام 1952م أكثر من 15 مليون جهاز. ومع هذا النمو غير المسبوق في طلب الخدمة التلفزيونية ارتفع عدد محطات البث في عام 1957 إلى أكثر من خمسمئة محطة معظمها تجارية

أيضاً في الخمسينات بدأ التلفزيون ينتشر في دول مثل ألمانيا والدنمارك وهولندا، وبلغ عدد أجهزة التلفزيون في أوروبا عام 1954 مليون جهاز منتشرة في ثمان دول أوروبية، وقدر عدد المشاهدين الأوروبيين آنذاك بحوالي 65 مليون مشاهد، وبلغ عدد المحطات 44 محطة تلفزيونية أوروبية. ولكن التلفزيون ما لبث أن أثبت في عقد الستينيات أنه ليس فقط وسيلة ترفيه لكنه يمكن أن يكون أداة تعليمية أو منبراً ثقافياً أو سلاحاً إعلامياً دعائياً سياسياً فتاكاً. وإلى جانب ذلك كان له سلبيات عديدة على الترابط الأسري والمستوى الثقافي والمعرفي، بعد أن سرق وبدد الوقت الذي كانت الأسر تقضيه في لقاء بعضها البعض، والوقت الذي كان يمضيه الأفراد في القراءة والمعرفة، والتلاميذ في المذاكرة والتحصيل العلمي. وأصبح هو الجهاز الذي تعتمد الأمهات على سحره في تسكيت الأطفال وتسليتهم وإلهائهم حتى كاد أن يحتل مكانة المربيات المنزليات في بعض الدول.

خصائص التلفزيون

يمكن القول بأن التلفزيون له نفس مميزات الراديو وخصائصه ويزيد عليه بإمكانية استعمال الحركة والصورة والألوان، وقد أصبح التلفزيون في السنوات الأخيرة من أوسع الوسائل انتشاراً وأكثرها جاذبية لدى الجمهور وذلك لقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة ومستويات العمر المختلفة وعلى مدى زمني كبير نسبياً فيمكن من خلال شاشة التلفزيون إرسال العديد من الرسائل التي يمكن أن تصل إلى فئات عديدة من الجمهور إلا أن هنالك مجموعة من الخصائص ينفرد بها التلفزيون كوسيلة إعلامية عن غيره من الوسائل يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- يجمع التلفزيون بين إمكانية وقدرات الراديو والسينما فيجمع بين الصورة والصوت والحركة وبذلك يوفر على المشاهد الانتقال إلى دور السينما.
- يحتاج التلفزيون إلى تركيز واستشارة الحواس أكثر لأن المشاهد يتعامل مع إمكانات متعددة تثير حواس البصر والسمع وتتطلب منه المتابعة والتركيز وقراءة عناصر المشاهد الأخرى كالديكور والإكسسوارات والموسيقى والأضواء وغيرها من مسلمات بناء المشهد التلفزيوني.
- والتلفزيون يعتبر أكثر قوة من الوسائل الأخرى لأنه يجذب اهتمام المشاهد وقتاً أطول ويحتاج منه إلى اهتمام وتركيز أكثر.
- أصبح التلفزيون بفضل انتشاره في بعض الدولة الوسيلة الجماهيرية التي تصل إلى كل الفئات في كل مكان بينما اقتصر الصحف على الإصدار والتوزيع أو اتجاه إلى الفئات حيث لم تقوى الصحف على منافسة التلفزيون.
- يمكنه نقل الاحداث ساعة وقوعها.
- يعتبر وسيلة سهلة الوصول حيث تصل الصورة والصوت من خلاله لي المشاهدين من دون جهد وعناء من حيث المتابعة في النظر والتحليل للمشاهد الصامت غير المتحرك فالصوت والصورة تنتجان للمشاهد الراحة التامة في الاستماع والرؤية، من دون اجهاد سمعي أو بصري.
- عنصر الحركة بالنسبة للتلفزيون يساعد في عرض الصورة والمرافق أيضاً الصوت. وهذه خاصية جذب أعلامى تمكنه من تقديم البرامج، الأفلام، والأغاني وما يرافق ذلك من عناصر الترفيه والتسلية.
- التلفزيون وسيلة مناسبة لعرض الاعلانات مما يكسبه خاصية الزمن بين حصول الحدث وعرضه للناس.
- يمتلك التلفزيون الامكانيات الفنية التي تتيح له اختصار الزمن بين حصول الحدث وعرضه للناس.

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

- يمتلك التلفزيون الآلات والأجهزة من كميرات تصوير وغيرها مما يتيح له نقل أحداث ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى عنها، والطاقة البشرية المجردة عن الوصول إليها مع هذا فالتلفزيون يعتبر وسيلة جذب إعلامي للكبار والصغار، فهو يمتلك القدرات الفنية التي تعينه على تحويل الخيال الى واقع مرئي وهو يحول القصص والروايات إلى صور متحركة إلى مشاهدة يملأها النشاط الحيوي كما يمكنه نقل الأطفال والكبار إلى أماكن لا يمكنهم الوصول إليها مثل أعمال البحار والفضاء وذلك بما يمتلكه من إمكانيات فنية دقيقة.
- يتمتع التلفزيون بإمكانية نقل مشاهدة من أماكن يصعب بل يستحيل أحياناً على المشاهد مشاهدتها في مواقعها الأصلية أو على الطبيعة أو التوجه اصلاً إلى هذه المواقع مثال النقل التلفزيوني الفوري لنزول مركبة فضاء أمريكية على سطح القمر 1969.
- يتمتع التلفزيون بميزة المشاهدة الجماعية مما يسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه بمخاطبة ما يسميه أساتذة علم النفس والاجتماع (بالعقل الجمعي).
- أصبح الإعلام المرئي الذي يبث من الفضاء قادراً على التحكم في مبدأ حرية تداول المعلومات والصور والبرامج وتخطى حواجز الرقابة السياسية والقانونية التي تقيمها الدولة المستقبلية للبث المباشر.
- ويتميز التلفزيون بقدرة كبيرة على التروج والدعاية للسلع فاقت في كثير من الأحيان ما يقوم به الراديو والصحيفة.
- يمتلك التلفزيون بفضل سهولة تحريك الكمرات وتعددتها وتنوعها إمكانية تقديم لقطات مختلفة للصورة الواحدة مما يعطى المشاهد الفرصة لمشاهدة الحدث بصورة أفضل مما لو كان موجوداً في مكان الحدث نفسه.
- كما إن إمكانية استخدام اللقطات الكبيرة close up والكبيرة جداً Big close up قد أوجد ما يسمى بالتعبير الدرامي للصورة واصبح من الممكن ، أن تعبر بواسطة لقطة واحدة كبيرة عما تقوله في عدد من الصفحات بواسطة السرد أو الحوار.

أنواع الإرسال التلفزيوني:

- أ- التلفزيونات السلكية: وهي التي تبث عن طريق سلك (كابل) و تتنوع إلى:
 - 1- خدمة تلفزيونية مدفوعة الثمن تقديم نشرة تلفزيونية عبر الكابل
 - 2- التلفزيون المستأجر: وهو نظام تجاري للمشاهدة يدفع المشاهد مبلغاً ويضعه على جهاز الاستقبال لمشاهدة برنامج معين.

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

3-الدائرة التلفزيونية المغلقة: و هو تلفزيون لا يعمل بنظام بث الإشارات على موجات في الجو و يعمل بنظام الكابل الذي يربط بين المحطة و بين أجهزة الاستقبال في البيوت.

ب-التلفزيونات اللاسلكية: تنقل اشاراتها عبر الاثير وهي:

1-تلفزيون منخفض القوة: يرجع تاريخه عند موافقة الاتصالات الفيدرالية الأميركية سنة 1982 على ظهور آلاف المحطات التلفزيونية الصغيرة لكي تخدم المناطق الشبه حضارية.

2- التلفزيون التفاعلي: يتم التفاعل بترداد جهاز يسمى و عن طريق كمبيوترات صغيرة يتم الاتصال من خلال هذا التلفزيون بالمحلات التجارية و استقبال البريد الالكتروني.

3-تلفزيون عالي الدقة:تتكون الصورة في النظام الأمريكي من 525 خطا بينما في النظام الأوربي تتكون الصورة من 625 خطا و مراكز إنتشار في دول العالم فكلما إزداد عدد الخطوط زادت حدة الصورة وضوحا، ففي عام 1982 أعلنت شركة يابانية عن تصنيع نظام يعمل على شاشات كبيرة باستخدام الصوت المجسم ، HDTV تلفزيوني عالي الدقة "الاستيريو" و في هذا النظام يتكون من 1125 خطا.

التلفزيون في الوطن العربي

يعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرساله التلفزيوني الأول عام 1954، وبدأت القصة قبل ذلك بعام حين حضرت إحدى الشركات الألمانية للمشاركة في معرض تجاري للأجهزة الإلكترونية في بغداد وصادف أن بين معروضاتها مرسله للبث التلفزيوني باللونين الأبيض والأسود مع أستوديو صغير مجهز بلوازم التصوير وعدد من المراني (أجهزة التلفاز التي شددت انتباه العراقيين وأصابتهم بالدهشة كونهم لم يروها أو يسمعوها من قبل. وبعد انتهاء المعرض قررت الشركة إهداء تلك المعروضات إلى حكومة العراق الملكية.

بعدها جاء (التلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية حيث أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية ويعد استحداثها اهتماماً بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر حيث أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر بـ819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة، الجزائر العاصمة، وهران.

وفي لبنان وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون الرسمي في العام 1957، لكن إنجاز المشروع تأخر ليبدأ البث في أيار (مايو) 1959.

وفي العام نفسه وقّعت مصر اتفاقية مع «صوت أميركا» لتزويدها شبكة إرسال تلفزيونية وتدريب كوادرها الإعلامية، وفي 1960 امتلكت مصر قناة تلفزيونية، واللافت ان القناة هي الرابعة على

مقباس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

مستوى العالم العربي بعد قنوات «أرامكو» وبغداد وبيروت.

وكانت الكويت أول دولة خليجية تؤسس محطة تلفزيونية رسمية. وبدأ إرسال هذه المحطة في الخامس عشر من تشرين الثاني (نوفمبر) 1961. وكان بثها يلتقط في بقية أقطار الخليج بوضوح في الأوقات التي تشتد الرطوبة صيفاً. وقامت الكويت في عام 1969 بإنشاء محطة إرسال تلفزيوني في دبي تحت اسم «تلفزيون الكويت من دبي». وقبل سنوات طويلة من انطلاق التلفزيون الرسمي، عرفت الكويت بثاً تلفزيونياً خاصاً على نطاق محدود.

مفهوم شبكة الانترنت :

الانترنت Internet هي شبكة الاتصال الأم التي تربط جميع أجهزة وشبكات الكمبيوتر في العالم كله: internet working of network ، وفي ابسط صورة لها أنها مجموعة مواد ومعدات معلوماتية متصلة ببعضها البعض.

ووصفها الأستاذ أرنود ديفور Arnaud Dufour بأنها ظاهرة تعددت العبارات في وصفها شبكة الشبكات : بيت العنكبوت العالمية ، بيت العنكبوت الالكترونية والسيبر سبايس CYBER .SPACE

وهي شيء موجود دون أن يكون شيئاً محدداً فهي من ناحية شبكة خدمات معلوماتية عبر الكرة الأرضية فهي موجودة فعلاً وقائمة بذاتها لكنها لا تتمتع بوجود مادي ، نستفيد من خدماتها ، نتصل بواسطتها ، نتسلى بها لكن لا يمكن أن نلمسها. وتتكون شبكة الانترنت في جزء منها من المعدات كالحواسيب والكابلات .. وفي جزئها الآخر من البرمجيات كالبرامج التطبيقية وبرامج إدارة الشبكات ونظام الحماية .. ثم من الطاقم البشري الذي يتألف من تقنيين وإداريين مهمتهم وضع الشبكة قيد الاستثمار ومن زبائن وهم المستفيدون من الخدمات التي تقدمها لهم.

ظروف نشأة الانترنت:

ظهرت فكرة إنشاء شبكة الانترنت في الستينيات من القرن الماضي خلال فترة الحرب الباردة بين أمريكا والاتحاد السوفياتي وتعود الفكرة إلى إدارة الدفاع الأمريكية في عام 1969 عن طريق تمويل مشروع من اجل وصل الإدارة مع متعهدي القوات المسلحة وسميت هذه الشبكة بـ ARPA اختصار الإنجليزي

لـ : The Advanced Research Project Administration وكان الهدف من هذا المشروع تطوير تقنية تشبيك كمبيوتر تصمد أمام أي هجوم عسكري ولقد صممت الشبكة أربا ARPA عن

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

طريقة خاصة تدعى طريقة إعادة التوجيه الديناميكي وتعتمد على تشغيل الشبكة بشكل مستمر حتى في حالة انقطاع إحدى الوصلات أو تعطلها عن العمل تقوم الشبكة بتحويل الحركة إلى وصلات أخرى.

فيما بعد لم يقتصر استخدام أر بانث ARPANET على القوات المسلحة فحسب فقد استخدمت من قبل الجامعات الأمريكية بكثافة إلى حد أنها بدأت تعاني من ازدحام يفوق طاقتها وصار من الضروري إنشاء شبكة جديدة ، لهذا ظهرت عام 1983 شبكة Milnet لتخدم المواقع العسكرية فقط أما ARPANET تتولى أمر الاتصالات العسكرية مع بقائها موصولة مع ملنت من خلال برنامج اسمه بروتوكول انترنت -IP- Internet Protocol الذي أصبح فيما بعد المعيار الأساسي في الشبكات ، وفي عام 1984 تم تحويل شبكة ARPANET إلى مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية NSP National science Foundation التي قامت بدورها في عام 1986 بعمل شبكة أخرى أسرع أسمتها NSFNET وقد عملت هذه الشبكة بشكل جيد لغاية عام 1990 لين تم فصل شبكة ARPANET عن الخدمة مع بقاء شبكة NSFNET جزءا مركزيا من الانترنت .

أهم مراحل تطور الانترنت:

- في عام 1967 أمر الرئيس الأمريكي ايزنهاور بإيجاد قاعدة بيانات وتأمين عدم إتلافها إذا قامت حرب نووية .
- 1969 تم إنشاء وكالة البحوث المتقدمة ARPA .
- 1971 تم ربط 15 هيئة وجامعة بما فيها ناسا NASA .
- 1972 عقد المؤتمر الأول لاتصالات الحاسوب ، وظهرت خدمة البريد الالكتروني E – Mail على Arpanet .
- 1973 انضمت بريطانيا والنرويج إلى الشبكة ، أصبحت Arpanet شبكة دولية .
- 1976 ظهر بروتوكول UCPU الذي أتاح للحواسيب التخاطب بنظام يونيكس UNIX .
- 1982 ظهور بروتوكول TCP/IP الذي بدأ البحث في تطويره منذ عام 1777 .
- 1984 انتقلت إدارة أر بانث إلى مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية NSF .
- 1989 تم ربط كمبيوتر بالمشبكة لتصبح أول شبكة تجارية بالانترنت وبلغ عدد الحواسيب المرتبطة بالمشبكة حوالي 1000 جهاز حاسوب .

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

- 1990 تم فصل أربانت عن الخدمة ودخلت NSFNET إلى الانترنت.
- 1991 ظهور خدمة البحث WAIS أول نسخة من GHOFFER.
- 1992 بدأت خدمة البحث بواسطة شبكة WWW.
- 1993 توفرت إمكانية نقل الصور عالية الجودة والصوت عبر مسارات اتصال عالية السرعة .
- 1994 بدأ الاستخدام الشخصي للانترنت وتزايد عدد المراكز المرتبطة فيها إلى ثلاثة ملايين مركز .
- 1995 بدأ تواجد خدمة الانترنت في الأقطار العربية بشكل تجاري.
- 1998 فما فوق الانترنت في تطور مستمر ودائم إلى اليوم.

السمات التي تتميز بها الانترنت

1 – سرعة انتشار المعلومات : حيث أن جميع وكالات ومصادر الأنباء في العالم تضع جميع المعلومات والأحداث والنشرات الجوية والتنبؤات على أجهزة الحاسب الالكترونية المرتبطة بالشبكة فوراً ويستطيع ملايين الناس الاتصال ومعرفة الأخبار فوراً وبدون انتظار مواعيد نشرات الإذاعة و التلفزيون .

فالمعلومة أصبحت سريعة الانتشار فور حدوثها وإلى آخر نقطة متصلة بالشبكة في العالم مما لا يستدعي عناء في الحصول عليها.

2- تبادل المستندات : فأي مستند يتم تخزينه على حاسب الكتروني سواء كان على شكل خطاب أو مذكرة أو كتاب من ألف صفحة أو صورة أو تسجيل صوت أو فيديو أو رسم هندسي .. الخ يمكن إرساله واستقباله على حاسب آخر في الشبكة.

3- سرية تبادل المعلومات : فكل حاسب في الانترنت له رقمه الخاص به وبالتالي يمكن أن يرسل أي فرد رسالة إلى هذا الرقم ويضمن أن تخزن داخل هذا الجهاز فقط ولا يستطيع أي فرد آخر معرفة ما إذا تم استقبال وقراءة الرسالة أم لا وتاريخ ذلك ، يستطيع المرسل إليه أيضا الرد الفوري على الرسالة.

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

4- سهولة الاستعمال : حيث لا يحتاج استعمال شبكة الانترنت إلى شراء حاسبات الكترونية خاصة أو أجهزة اتصال معقدة ، فأى حاسب الكتروني مهما كان نوعه أو حجمه أو سرعته يمكن أن يستعمل في شبكة الانترنت طالما أمكن ربطه بخط هاتف ، يتساوى في ذلك جميع الأجهزة القديمة والحديثة بمختلف أنواعها ولا يحتاج استعمال الشبكة إلى مستوى علمي أو فني متطور للتشغيل.

5- الحديث أو المشاورة وعقد المؤتمرات : حيث يمكن من خلال شبكة الانترنت الحديث الفوري مع الآخرين سواء شخص واحد أو أكثر وذلك عن طريق أن يقوم كل شخص بكتابة ما يريد ويرسل فوراً إلى الآخرين ويرد عليه فوراً وبنفس الطريقة ويمكن استعمال برامج الاتصال الحديثة لنقل الصوت والصورة عبر الشبكة ليسمع الآخرين ويأراههم وهم يتحدثون معه في الوقت نفسه من جميع بلاد العالم.

الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت:

1. خدمة نقل الملفات FTP: هي خدمة نقل الملفات بين الحاسبات المختلفة عن طرق بروتوكول خاص بذلك سمي FILE TRANSFER PROTOCOL وقد تحتوي الملفات التي يمكن تنفيذها على الحاسبات المختلفة والتي يوزع معظمها مجاناً على الشبكة ، وهناك من قواعد البيانات في جميع أنحاء العالم تحتوي على ملفات يمكن نقلها وتناول تطبيقات كثيرة في جميع الأنشطة الإنسانية .
2. خدمة البريد الإلكتروني: هي إحدى وسائل تبادل الرسائل بين الأفراد مثل البريد العادي ، لكن بسرعة وكفاءة وفعالية باستغلال إمكانيات الشبكة المختلفة هذا بالإضافة إلى إتاحة أنماط أخرى لإرسال نفس الرسالة لعدد كبير من الأشخاص والمشاركين في خدمة البريد الإلكتروني بصورة سهلة ومريحة.
- 3- خدمة الاتصال عن بعد : تتيح هذه الخدمة الاتصال بالحاسبات المختلفة على مستوى الشبكة وتنفيذ برامجها عليها ، إذ حصل على التصريح الخاص بذلك يمكنه الوصول مباشرة إلى قواعد البيانات المتاحة على هذه الحاسبات والتفاعل معها كما لو كان في مكان الحاسب نفسه وهذا الأمر يتطلب معرفة المشترك لنظام التشغيل على الحاسب الذي يتصل به.

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

4- خدمة المنتديات العالمية : فالشبكة بوجه عام تتيح فرصة لتبادل الآراء حول القضايا و الموضوعات المختلفة بما أنها تتيح استخدام البريد الالكتروني لإنشاء مجموعات الأخبار news groups ، فيمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشترك في مناقشات أكثر من مجموعة حسب اهتمامه فهذه الخدمة تتيح للمشارك أن يراجع المجموعة من وقت لآخر لمعرفة الأخبار الجديدة التي أضيفت وقراءتها، كما يمكنه إضافة خبر أو رد على احد الأخبار المنشورة.

و تتيح خدمة المنتديات العالمية أيضا القوائم البريدية التي تشتمل على مجموعات كبيرة في شتى الفروع لعرض الأخبار أو طرح الأسئلة أو نشر المذكرات المختلفة ، هذا بالإضافة إلى خدمات لا تقل اهمية عما ذكرته .

خصائص شبكة الانترنت:

1. اللامكان: تتخطى الانترنت كل الحواجز الجغرافية والمكانية التي كانت تعيق انتشار الأفكار وتبادل المعارف وتبادل المعارف وهي حواجز إما اقتصادية أو سياسية أو حتى ثقافية.. أما اليوم فتمتد أعداد هائلة من المعلومات عبر الحدود في شكل إشارات الكترونية لا يقف في وجهها شيء ، يمكن الحصول عليها في أي مكان تتواجد فيه.
2. اللامكان : إن السرعة الكبيرة التي يتم فيها نقل المعلومات عبر الشبكة تسقط عامل الزمن ويجعل المعلومة سريعة الانتشار وهي ساخنة حال صدورها فكل الناس لهم نفس الحق في الحصول على المعلومة في نفس الوقت.
3. التفاعلية: نحن تعودنا في وسائل الإعلام التقليدية أن نتعامل معها كجهة مستقبلية فقط ولما تقدمه لنا فهم الذين يقررون ما نقرأ ونسمع أو نشاهد أما في عصر الانترنت فنحن الذين نقرر ماذا ومتى نريد الحصول على المعلومة. وأكثر من ذلك فالآن بإمكاننا من خلال منتديات التفاعل والحوار أن نصبح مرسلين وناشرين، وهذه نقلة على ما كنا عليه.
4. السهولة: فلا يحتاج المستخدم للانترنت أن يكون خبيرا أو مهندسا أو مبرمجا حتى يستخدم الانترنت بغاية السهولة واليسر ، فهم يحتاجون فقط إلى مقدمة توضيحية للمبادئ الأولية للاستخدام.
5. الربط الدائم: الضرورة لا تقتصر استخدام الانترنت من الحاسب الشخصي في العمل أو المنزل فحسب بل أصبح بالإمكان الاتصال بالشبكة عن طريق طائفة كبيرة متنوعة من الأدوات كالحاسبات النقالة أو حاسبات الجيب كما تسمى أو عن طريق الهواتف النقالة وبذلك ستكون على

مقباس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

ارتباط دائم بالشبكة في كل مكان وفي كل زمان و بإمكانك أن تستدعي المعلومات المهمة وتحصل على الأخبار في نفس الوقت الذي يناسبك.

6. تنوع التطبيقات: إن التطبيقات والخدمات التي تقدمها الشبكة واسعة جدا فمن التطبيقات التعليمية والتربوية التي تخدمنا في التعليم واكتشاف العالم إلى الخدمات التي تسهل الاتصال كالبريد الإلكتروني وغرف الحوار إلى التطبيقات التجارية إلى تحول العالم بأسره إلى سوق صغيرة يستطيع فيها البائع والمشتري إتمام صفقاتهم في لحظات ، إلى المواقع الإخبارية والمعلوماتية والأكاديمية والمرجعية التي تخدم الباحثين والمطلعين في شتى المجالات .
أما في ما يخص قضية ملكية شبكة الانترنت ، فلا يمكن أن نحدد المالك لها فالأفراد والشركات والهيئات التي تساهم في ثراء موارد هذه الشبكة والتي تتيح أكبر قدر من المعلومات عليها هم المالكون الحقيقيون للانترنت مثلا هناك هيئة:

INTERNATIONAL INFORMATION CENTER.(INTER NIC) وهي مسئولة على مراقبة أسماء

المحطات على الانترنت لمنع تكرارها وهيئة NSF التي سبق ذكرها مسئولة عن تحديد أرقام موحدة

تسمى INTERNET PROTOCOL لجميع الأجهزة فتمنع تكرارها.

و يمكننا أن نقول بان إدارة هذه الوسيلة غير شفافة وبحاجة إلى توضيح رغم أن الولايات المتحدة

الأمريكية تقرر إبقاء سيطرتها على الانترنت فهي المشرفة على التقنيات التي تقوم بدر الدليل

الرئيسي لمستخدمي شبكة الانترنت، فالآن فهناك مطالبة عالمية لإعادة النظر في إدارة الشبكة.

الإعلام الجديد .. النشأة والتطور:

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود البيئية، والتي أحدثت New media تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن (Interactive) والتفاعلية (Internet) والشبكية .

لقد جاءت وسائل الإعلام الجديد لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة. إن قوة وسائل الإعلام الجديد لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضاً ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو.

تعريفات الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد New Media أو الإعلام الرقمي Digital Media هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا. هناك تعريفات أخرى مختلفة منها تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد بأنه: "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الدي في دي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت.

إن الإعلام الجديد هو المرحلة الأكثر تطوراً -حتى الآن- على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا عائد إلى استغلال التطور التقني ليس إلا. من حيث قدرته على ردم الفجوة المعلوماتية من خلال إتاحة المعلومة والرأي على نطاق أوسع وبكفاءة أعلى، باستثمار الوسائل الاتصالية الحديثة تضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً عملياً للإعلام الجديد بأنه: " كل أنواع الإعلام

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهناك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول الى خدماته , فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت , فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض , أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته. وهناك مصطلح حديث، يتضاد مع الإعلام التقليدي، لكون الإعلام الجديد لم يُعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميون، بل أصبح متاحًا لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه، واستخدامه، والاستفادة منه طالما تمكّنوا وأجادوا أدواته. ولا يوجد تعريف علمي محدد، يحدد مفهوم الإعلام الجديد بدقة، إلا أن للإعلام الجديد مرادفات عدة؛ ومنها:

- الإعلام البديل.
- الإعلام الاجتماعي.
- صحافة المواطن.
- مواقع الشابك الاجتماعي.

أقسام الإعلام الجديد:

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- 1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات, وميزات غير مسبوقة, وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها .
 - 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
 - 3- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
 - 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية, وما إليها ويشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها
- مميزات الإعلام الجديد:

مقباس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما ويتميز الإعلام الجديد أيضاً بتنوع وسائله وسهولة استخدامها (شيخاني، 2010، 443).

وتتمثل مميزاته في دمجها للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد، على منصة الكومبيوتر وشبكاته، وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت إلي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلاً عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية

الفرق بين الإعلام التقليدي والجديد:

ويختلف فيها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي في كل من:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة.
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.
3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.
4. يشهد الإعلام الجديد نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.
5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.
6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.

مقياس : مدخل الى تاريخ وسائل الاعلام

7. ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.

8. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي