



المعهد القومي للملكية الفكرية
The National Institute of Intellectual Property
Helwan University, Egypt

المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

الكتاب الأول

ديسمبر ٢٠١٩

الهدف من المجلة:

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والإدارية والعلمية والأدبية والفنية.

ضوابط عامة:

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقاً لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة فى المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه فى مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية فى مجال تخصصها دونما تحكيم فى أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الاشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

ألية النشر فى المجلة:

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية فى مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتيه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة فى بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزى على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الإلكتروني: ymgad@niip.edi.eg
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- فى حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.

مجلس إدارة تحرير المجلة	
أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود	أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة
أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة	أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث	سكرتير تحرير المجلة
أ.د. جلال عبد الحميد عبد الاله	أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. هناء محمد الحسيني	أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي	مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. اللواء عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي	رئيس مجلس إدارة جمعية الإمارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
السفير/ مساعد وزير الخارجية لشئون المنظمات الدولية	عضو مجلس إدارة تحرير المجلة

المراسلات

ترسل البحوث الى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان
جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٠٢٢٥٤٨١٠٥٠ + مرمول: ٢٠١٠٠٣٠٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢٢٧٩٤٩٢٣٠ +

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg

إفتتاحية العدد:

استكمالاً لمسيرة المعهد القومي للملكية الفكرية بجامعة حلوان، الذي أصبح منبراً رسمياً للتنوير ونشر ثقافة الملكية الفكرية في ربوع الوطن العربي، من خلال عقد العديد من إتفاقيات التعاون بين الجهات والمؤسسات المعنية بمجال الملكية الفكرية سواء داخل جمهورية مصر العربية أو خارجها.

نظم المعهد مؤتمره العلمي الثاني للملكية الفكرية في إبريل ٢٠١٩ تحت عنوان: "الملكية الفكرية وصعود الإقتصاد المصري على منحنى التقدم التكنولوجي". للتأكيد على أهمية الملكية الفكرية وتأثيرها على المستويين الإقتصادي والتنموي، ومدى تأثير التقدم التكنولوجي لتوفير سبل حماية الملكية الفكرية.

ويقدم هذا العدد الانتاج العلمي لأبناء المجتمع المصري في تخصصات مختلفة نحو بناء جيل جديد متخصص في مجال الملكية الفكرية. وبطبيعة الحال فإن الكتابة في هذا المجال الغصب والحيوى تحتاج المزيد من التدريب، وهو ما يعكس أن أوراق العمل المقدمة في هذا المؤتمر تحتاج المزيد من الجهد والعمل لتطويرها مستقبلاً لتأصيل علمي متميز في هذا المجال بشتي تخصصاته الفريدة. ونأمل من المولى عز وجل أن يقدم المعهد القومي للملكية الفكرية لأبناء المجتمع المصري الطريق نحو بناء إقتصاد مصري ممنهج بفلسفة علمية ممزوجة بملكية فكرية أصيلة للمصريين.

وتؤكد هيئة تحرير المجلة على أن جميع الأفكار التى تتناولها البحوث والأوراق المقدمة لا تعكس رأى الجامعة أو المعهد، وإنما تعبر عن وجهة نظر أصحابها، ويعدوا مسئولين مسئولية كاملة عن حقوق الملكية الفكرية التى تخص الغير فيما ورد بأوراق عملهم.

وفي النهاية تتوجه إدارة المجلة لكل من الدكتور/ محمد سمير محمد محمود، خبير الحوكمة ببرنامج دعم وتطوير التعليم الفني والتدريب المهني، والأستاذة/ إيمان عبد الحميد يس، منسق المؤتمر العلمي الثاني للمعهد القومي للملكية الفكرية، وذلك على الجهود المتميز الذي بذلاه لتنسيق وتجهيز العدد ومراعاة النواحي العلمية في ضبط الأوراق المقدمة للنشر بالمجلة فلهم كل الشكر والتقدير والاحترام.

وندعو المولى عز وجل أن يجد القارئ المتخصص العون والفائدة.

رئيس التحرير

أ.د. ياسر محمد جادالله

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
١١	[١] مقاييس التقييم الاقتصادي للعلامات التجارية في أدبيات التمويل
٤١	[٢] دور الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية
٦٧	[٣] الحرية التعاقدية في نطاق حق المؤلف والقيود الواردة عليها
٩٧	[٤] إنتهاك حقوق الملكية الفكرية الموسيقية بواسطة الإنترنت
١٣١	[٥] حقوق الملكية الفكرية في مجال تكنولوجيا الطباعة ثلاثية الأبعاد ومدى تأثيرها على الاقتصاد العالمي
١٤٧	[٦] النظام القانوني للمصنفات السمعية البصرية
١٧٩	[٧] هل يستطيع مقدم خدمة الانترنت (الوسيط) تقديم حماية للمادة الإعلامية
	[٨] قاعدة قانون الإرادة ومدى إنطباقها على عقود نشر المصنفات الأدبية
٢١٣	[٩] نطاق قواعد قانون المنافسة في حقوق التأليف
٢٤١	[١٠] دور الإعلام في التوعية بأهمية حماية حقوق الملكية الفكرية كمتطلبات للصعود الاقتصادي: دراسة للقائم بالاتصال بقنوات التلفزيون المصري
٢٥٥	[١١] الاستغلال الاقتصادي لحق المؤلف
٢٨٣	[١٢] مسئولية وسائل الاعلام التقليدية والحديثة في إطار حماية حق المؤلف ودور المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في الرقابة على ذلك ...
٣٣١	[١٣] الحق الفكري للمصور: دراسة مقارنة
٣٧٧	[١٤] دور براءات الاختراع في تحقيق التقدم التكنولوجي
٤١٥	[١٥] أطر الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقانون المصري
٤٤١	[١٦] النظام القانوني لحماية العلامة المشهورة: دراسة مقارنة
٤٧٥	[١٧] الاستثناءات من الحقوق الاستثنائية لبراءات الاختراع في قانون الملكية الفكرية المصري: دراسة مقارنة بين التشريع المصري والتشريعات المقارنة
٥١١	[١٨] القانون الواجب التطبيق على عقود الترخيص باستغلال براءات الاختراع
٥٤٧	[١٩] الحماية الدولية للعلامة التجارية في عقد الامتياز التجاري
٥٨٣	[٢٠] النظام القانوني للعلامة التجارية ومشتقاتها
٦٠٩	

دور الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية

مروة عصام الدين سيد صالح

دور الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية

مروة عصام الدين سيد صالح

المقدمة:

لقد حرص الإعلام على مواكبة التحدي التكنولوجي وتطويع التكنولوجيا بالتطبيق في مجال الاعلام. وتقديم انتاج اعلامى متميز قادر على المنافسة. أدى ذلك إلى ظهور نوع جديد من الإعلام التفاعلي، حطم القيود الإعلامية. فلم تعد الرسائل الإعلامية حكرًا على المؤسسات الحكومية. ولم يعد الفرد مجرد مستقبل لها كما كان في الماضي، بل أصبح دون تكلفة أو جهد كبير صانعًا ومرسلًا لها هو الآخر. وجزءًا من شبكات تفاعلية ضخمة وميسرة الاستخدام، هي أدوات الإعلام الجديد.

وأدت التطورات التقنية السريعة والمتلاحقة والتطورات الموازية في انتشار ونمو الإعلام الإلكتروني وتعدد وتنوع أشكاله واستخداماته الى فرض الإعلام الإلكتروني واقعا جديدا تماما. يتشكل من مجمل التحولات التي أحدثها إعلاميا وسياسيا واقتصاديا واجتماعيا وفكريا، وهي تحولات ايجابية وسلبية في نفس الوقت^(١). ويعيد للأذهان المخاوف التي احاطت بالإذاعة عند ظهور التليفزيون وبعدها البث الارضي بعد ازدهار الفضائي لتبقى المسألة نسبية ما بين البقاء او الإندثار. اصبحت وسائل التواصل الاجتماعي عاملا مؤثرا في تحريك العقول والاجساد الى عوالم أخرى من السلم الى الارهاب، ومن الاعتدال الى التطرف، والوسيلة هي الإعلام الإلكتروني.

وينفرد الإعلام الإلكتروني بخاصية الحداثة، فهو "إعلام جديد". فهو مصدر للمعلومة والخبر السريع إضافة الى مساحة الحرية الكبيرة في الرأي والفكر، والإبداع والابتكار في أساليب وأدوات التعبير^(٢). الزمن الذي بات الجميع يبحث فيه عن الأسهل والأسرع والأقرب من دون بذل الجهد في ايجاد الهدف او الطلب ما بين البقاء او التغيير. يبقى الجدل دائرا حول مدى

(١) مكاي، حسن عماد وعلم الدين، محمود (٢٠٠٩). "مقدمة في الصحافة"، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص ٣١٢-٣١٣.

(٢) ابراهيم، على حجازى (٢٠١٧). "التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد"، الطبعة الاولى، دارالمعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. ص ٥٠.

تأثير الإعلام الإلكتروني في الإعلام التقليدي، حيث ذهب الكثيرون الى عدم قدرته على الغاء الآخر. وإن كان تأثيره كبيرا في نسب المتابعة او الشعبية.

لا يمكن للإعلام الإلكتروني ان يلغي الإعلام التقليدي حيث يعتبر المقصد الرئيسي لفئة عمرية لمن هم في نهاية الأربعينات والخمسينات. فهناك تأثير سلبي في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية بفعل الوسائل التكنولوجية الحديثة. فقد تحول هذا الجيل الى مبتكر له بقدر ما هو مستهلك له. ويبقى للإعلام التقليدي وجوده وثباته، و إن تأثرت بعض المؤسسات بفعل قلة الاعلان فيها واستبدالها بوسائل التواصل والإعلام الإلكتروني لدرجة اقفال بعض هذه المؤسسات. لكن هناك من لا يزال يسعى الى البقاء. تبقى ايضا منطقية التوجه لـ«السوشيال ميديا» بفعل تطور المجتمع ووسائل التواصل فيه لكن لن تلغي إحداها الأخرى.

وتصبح قضية بناء منظومة رقمية متكاملة للإعلام الإلكتروني واحده من أهم القضايا التي يجب أن توضع في مقدمة ترتيب "الأولويات" على الصعيدين الوطني والإعلامي. فالقضية أمر ضروري لدعم الجهود والخطوات لدخول العصر الرقمي ومعالجة مشكلة الفجوة الرقمية. وأصبح مجال حماية حقوق الملكية الفكرية في بيئة الإنترنت (الرقمية)، مثار تساؤل وجدل للكثيرين. وبقدر ما ساعدت وسهلت التقنيات ووسائل الاتصال الحديثة على نشر المعرفة الشاملة؛ فقد حملت معها الكثير من الإشكالات التي من أبرزها أنها أتاحت الفرصة للإنتهاك والتعدي على حقوق الملكية الفكرية.

ذلك عن طريق تداول المصنفات والأعمال الفكرية عبر شبكة الإنترنت وعلى نطاق واسع نجد الكثير من المواقع الإلكترونية تتداول أعمالا فكرية أدبية وفنية دون الرجوع إلى مؤلفيها. ودون أن يستطيع أولئك المؤلفون إتخاذ أية إجراءات قانونية لمنع تلك الإنتهاكات وحماية حقوقهم.

إشكالية الدراسة:

أصبحت المعلومات متاحة للجميع في هذا المجتمع الرقمي الافتراضى الحالى. مما زاد في رغبة المستفيد في الحصول على المعلومات بأشكالها وأنواعها المختلفة باعتبار التداول والوصول للمعلومات حق من حقوقه الشخصية. فالمعلومة هي أساس المعرفة والعلم، ومن حق

أي شخص التعلم وهو ما يعد إقراراً بحقه في الوصول إلى هذه المعلومات. لكن بظهور هذه التكنولوجيات الحديثة التي سهلت بدرجة كبيرة الوصول إلى المعلومات، كما شكلت من جهة ثانية تحدياً جديداً وخطيراً لأصحاب الملكية الفكرية الأدبية والفنية. فكل عملية نقل إلكتروني أو نسخ أو طباعة دون رقابة يعتبر شكلاً من أشكال التعدي على هذه الحقوق.

تتناول هذه الدراسة وسائل الإعلام الجديدة التي نشأت مع تحول شبكة الإنترنت إلى وسيلة اتصال جماهيرية بظهور شبكة الويب في مطلع تسعينيات القرن العشرين، تشمل مشكلة الدراسة في التأكيد على أهمية العلاقة المتبادلة بين الإعلام الإلكتروني المسموع والمرئي وما يرتبط به من انتهاك لحقوق الملكية الفكرية عبر الإنترنت.

أهمية الدراسة:

تكتسب الدراسة أهميتها من حقيقة تزايد استخدام وسائل الإعلام الجديدة القائمة على الإنترنت وتطورها المتسارع على مدار الأعوام الماضية، وما رافق ذلك من اهتمام من جانب الباحثين في الاتصال وحقوق علمية أخرى لمتابعة وتقييم التطور والتطبيقات والإستخدامات والتأثيرات الخاصة بهذه الوسائل.

تتناول الدراسة موضوعاً في غاية الأهمية شغل العديد من الباحثين والمسؤولين وبخاصة بعد التطور التكنولوجي المتلاحق في الآونة الأخيرة. وبعد انتشار أجهزة الاتصال والنقل التكنولوجي التي جعلت من العالم قرية صغيرة وأدت إلى تسارع نقل المعارف والتكنولوجيا الحديثة والأفكار بشكل يفوق أي تصور، الأمر الذي أدى إلى ضرورة تكاتف المجتمع الدولي بشكل مهم إلى ضرورة حماية الملكية الفكرية تشجيعاً للمبدعين والمبتكرين على زيادة نشاطهم الإبداعية، وتتبع أهمية حقوق الملكية الفكرية من كونها حقوقاً لا يمكن تجاوزها لأنها أساس أي تنمية فعالة للعمل الفكري والإبداعى لذا فإن حمايتها ضرورة لا استغناء عنها في زمن الانفجار التكنولوجي^(١).

(١) اوتانى، صفاء (٢٠١٤). "تجريم الاعتداء على حق المؤلف الأدبي في الاحترام دراسة مقارنة"، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٠، العدد الأول، ص ١٠٨.

أهداف الدراسة:

دراسة دور الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية وتحديد المفاهيم الأساسية في الإعلام. والفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني.

منهجية الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي لأننا رأينا انه المنهج المناسب لموضوع دراستنا. فقد اعتمدنا على دراسة نظرية تعرف بعناصر الموضوع بالإضافة إلى التطرق إلى قرصنة حقوق الملكية الفكرية في مجال الاعلام.

تقسيم الدراسة:

من أجل تحقيق هذه الأهداف رأينا تقسيم دراستنا لهذا الموضوع على النحو التالي:

- المبحث الأول: الإعلام وتطوره - دراسة نظرية
- المطلب الأول: الإعلام التقليدي
- المطلب الثاني: الإعلام الإلكتروني (المفهوم، والخصائص، والاشكال)
- المبحث الثاني: ثورة الشبكة العنكبوتية
- المطلب الأول: الدور الذي يلعبه الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية
- المطلب الثاني: انتهاك حقوق الملكية الفكرية في الاعلام الإلكتروني
- الخاتمة والتوصيات
- قائمة المراجع

المبحث الأول: الإعلام وتطوره - دراسة نظرية**تمهيد:**

إن كلمة إعلام هي عملية إخبار بمعلومات أو أفكار أو آراء تنتقل في اتجاه واحد من المرسل الى مستقبل الرسالة. ينتج عن ذلك إعلام الجماهير

بالرسائل أو المعلومات الموجهه أو الحقائق حتى يكونوا قادرين على تكوين آراء أو أفكار يتحركون ويتصرفون من خلالها^(١).

المطلب الأول: الإعلام التقليدي

الإعلام فى اللغة: اسم مصدر من أعلم يعلم أى أخبر يخبر وهو التبليغ والإخبار. فلا بد من إعلام الجمهور بالحقيقة فالإخبار أن يكون على علم ومعرفة^(٢) ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته^(٣).

الإعلام اصطلاحاً: مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال. ونقل المعلومات السليمة والحقائق الثابتة^(٤) والثقافات الفكرية والسلوكية من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر. بقصد التأثير وبغية الإخبار والتوجيه، وتشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة مستخدماً الإقناع عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات.

ماهية الإعلام التقليدي:

مهما اختلفت التعريفات فى تحديد مفهوم الاعلام، إلا أنها تتفق على أنها الوسيلة الرئيسة التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال استراتيجية محددة الأهداف توضع بطريقة متقنة. بغرض التعريف عما يجري فى العالم من أخبار وأنباء سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية أو ثقافية أو ترفيهية، إشباعاً لرغبات البشر فى فهم ما يحيط بهم من ظواهر مختلفة^(٥).

تصنيف وسائل الإعلام التقليدية^(٦):

(١) الوسائل المطبوعة: وهى الوسائل التي تتجهها المطابع المختلفة، مثل: الصحف والمجلات والكتب والنشرات والكتيبات.

(١) عبد الصافى، مرشد (٢٠١٧). "الإعلام الإذاعى والتلفزيونى"، الطبعة الأولى، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن. ص ٧.

(٢) أبو العزم، عبدالغنى (٢٠١٥). "معجم الغنى الزاهر"، مؤسسة الغنى للنشر، المغرب. ص ٢٠.

(٣) أمين، لوى (٢٠٠٨). "الإعلام المدرسي"، مكتبة المجتمع العربى للنشر والتوزيع، مصر. ص ٧٥.

(٤) احداتن، زهير (٢٠٠٢). "مدخل لعلوم الاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. ص ١٤.

(٥) عبد الفتاح، على (٢٠١٦). "ادارة الإعلام"، دار اليازورى العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

(٦) رشتى، جيهان احمد (١٩٩٨). "نظم الاتصال والاعلام فى الدول النامية"، دار الفكر العربى، القاهرة، مصر.

(٢) الوسائل السمعية: وهي الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت وحده، مثل الراديو والتسجيلات الصوتية المختلفة.

(٣) الوسائل البصرية: وهي الوسائل التي تعتمد على حاسة البصر وحدها مثل المعارض واللافتات والملصقات والهدايا والأشكال الإعلانية المختلفة.

(٤) الوسائل السمعية البصرية: وهي الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة، مثل الأفلام السينمائية والتلفزيون وأفلام الفيديو والمسرح.

تأثير بعض وسائل الإعلام المرئية على المشاهد^(١):

التلفزيون:

أسرع وسائل الإعلام فهو "علاق الاعلام" تأثيراً على المتلقي. يدعم الأفكار والاتجاهات والمعلومات باستخدام التقنيات الحديثة التي أثرت على حواس الإنسان مثل (الموسيقى، فنون التصوير، الديكور، الإخراج). فجاذبية الصور والألوان ساعدت على تأكيد المعلومات وترسيخها عن وسائل الإعلام الأخرى.

السينما:

وسيلة إعلامية هامة ذات تأثير على مشاعر وأفكار المشاهدين.

تتميز باستخدامها التقنيات العالية (مؤثرات سمعية وبصرية و خدع سينمائية). حجم الشاشة الكبير وإبراز التفاصيل الدقيقة للأشخاص لها تأثير كبير على المشاهد. فبعض المواد الإعلامية التي يتم عرضها على شاشات السينما لا يمكن عرض أغلبها على التلفزيون لأسباب تجارية ورقابية .

الفيديو:

من الأجهزة الحديثة التي أصبحت في متناول الجماهير بالمنازل. أعطى الفيديو الشباب الاستقلال عن أسرهم في رؤية المضمون الذي يرغبون مشاهدته. هناك بعض الدراسات أشارت إلى أن الفيديو يحتل المرتبة الثانية بعد التلفزيون من حيث المشاهدة و قوة التأثير. وهنا تكمن

(١) ابراهيم، على حجازي (٢٠١٧). "التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد"، الطبعة الاولى، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن. ص ١٧٨، ١٧٩.

الخطورة في كونه وسيلة يمكن إساءة استخدامها في مشاهدة الأفلام الإباحية والجنسية وأفلام العنف والبطولات الخيالية.

وظائف وسائل الإعلام:

تؤدي وسائل الإعلام المختلفة مجموعة من الوظائف والأهداف التي تلبي احتياجات الجمهور على المستوى الداخلي، بالإضافة إلى المستوى الخارجي، من خلال ست وظائف رئيسية.

أولاً: الوظيفة الإخبارية:

من أهم وظائف وسائل الإعلام نشر الأخبار بتوافر الصدق والدقة والموضوعية. فإن قرار إذاعة الخبر يقوم على أساس تقييم الخبر من حيث الأهمية والحدثة. ما أكثر القنوات الإخبارية التي تنشط بشكل ملحوظ في أوقات الأزمات والأحداث المختلفة.

ثانياً: تكوين الاتجاهات والمواقف:

إتاحة الفرصة للمعلومات الصحيحة لكي تصل الى الناس ببسر وسهولة من خلال حرية الرأي والتفكير. أعتبر البعض الإعلام من وسائل التربية وتكوين المواقف، خاصة فيما يتصل بنواحي الحياه العامة. وذلك نظراً لما تملك هذه الوسائل من قوة في التأثير على الأفراد من جهة، ومن جهة أخرى ما تملكه من وسائل تقنية وفنية، وتواصل مباشر وغير مباشر مع المستقبلين لها^(١).

ثالثاً: التثقيف والتعليم ونقل التراث:

لا تستطيع أى أمة أن تعيش بمعزل عما يدور حولها من تغييرات وأحداث وتحولات وثورات علمية وثقافية وفكرية وصناعية. بل أصبحت هناك قنوات متخصصة في اهتمام الجماهير، مما أتاح للمتلقي اختيار ما يناسبه من تخصص ومن اهتمامات. فنجد قنوات تعليمية، وقنوات رياضية، واقتصادية وسياسية وقنوات للأطفال و غيرها من القنوات التعليمية والتثقيفية، بحيث يتمكن كل شخص من اختيار ما يناسبه من برامج تثير اهتماماته، وتلبي احتياجاته.

(١) ابراهيم، على حجازى (٢٠١٧). "التكامل بين الاعلام التقليدى والجديد"، الطبعة الاولى، دارالمعتر للنشر والتوزيع، عمان، الاردن. ص٧.

فالإعلام يساهم في نقل التراث إلى الأجيال القادمة من خلال بث القيم والعادات وتقاليد المجتمع التي كانت سائدة عند الآباء والأجداد^(١).

رابعاً: الوظيفة الترفيهية والتسليية وقضاء الأوقات:

الفنون والترفيه والرياضة لها نصيب لا بأس به في وسائل الإعلام لجذب الجمهور إليها. وتتمثل في المسلسلات الكوميدية، وبرامج المسابقات والمنافسات الرياضية، بل أصبح هناك قنوات متخصصة للفنون والرياضة والمسرح والكوميديا والأفلام^(٢).

خامساً: الوظيفة الإعلانية والتسويق:

الإعلان والتسويق والدعاية للمنتجات والخدمات من وسائل الترويج لها، سواء في شكل إعلان عن سلعة جديدة، أو وظائف شاغرة، أو لتسويق خدمة جديدة يستفيد منها الجمهور. توجد شركات متخصصة، و قنوات تلفزيونية تقوم بمهمة الدعاية والإعلان والتواصل مع أفراد المجتمع بشتى الوسائل والطرق لإقناعهم والتأثير عليهم.

سادساً: زيادة التماسك الاجتماعي وتنمية العلاقات الإنسانية:

تعمل وسائل الإعلام على نشر قيم ومبادئ السلام والتسامح والاعتدال وقبول الآخر والحوار معه، ودعم حوار الثقافات والحضارات كقيم أساسية في عصر العولمة. خاصة صفحة الأخبار الاجتماعية اليومية، مثل: أخبار الأفراح، والوفيات، وغيرها من الأخبار الاجتماعية التي تمس العلاقات الإنسانية والاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد^(٣).

المطلب الثاني: الإعلام الإلكتروني (المفهوم، والخصائص، والأشكال)

نشأة الإعلام الإلكتروني:

يرتبط الإعلام الإلكتروني بالعصر الرقمي وظهور البيئة الرقمية التي أوجدته. ووفرت له البنية التحتية والبنية الفوقية اللازمة لبنائه ونموه وانتشاره. وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الإنترنت عام (١٩٦٩) في

(١) سنو، مي العبد الله (١٩٩٩). "الاتصال في عصر العولمة- الدور والتحديات الجديدة"، الدار الجامعية، بيروت، ص ٤٨.

(٢) الدليمي، حميد جاعد (٢٠٠٨). "الإدارة الإعلامية- التطور المفهوم المقومات النماذج"، دار الشؤون الثقافية العامة، وزارة الثقافة، بغداد. ص ٦٣.

(٣) عوجة، علي (٢٠٠٤). "الإعلام وقضايا التنمية"، عالم الكتب، القاهرة، مصر.

الولايات المتحدة الأمريكية، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي. للتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب.

قام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر في مدينة (منلو بارك) بواسطة خط هاتفي؛ بحيث يستطيع الجهازان العمل معاً في شكل نظام اتصال مغلق، كانت هذه التجربة جزءاً من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة^(١).

أطلقت معظم الصحف والمجلات نسخ إلكترونية، والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. كذلك اطلاق العديد من المواقع الإعلامية العربية. وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقاً جديدة للجمهور، باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة. ترضى جميع توجهات متلقى الرسالة باختلاف ثقافتهم وتباين مستوياتهم.

ماهية الإعلام الإلكتروني:

هو كافة الأشكال والخدمات الإعلامية الجديدة التي تعتمد على وسائط البث الرقمية وهي ثمرة التقدم التقني الناتج عن اندماج تكنولوجيا المعلومات. ويرتبط الإعلام الإلكتروني في نشأته وانتشاره بشبكة المعلومات الدولية الإنترنت. يعد مفهوم الإعلام الإلكتروني في مقدمة المفاهيم التي أفرزتها الثورة التكنولوجية الحديثة والذي لم يتفق إلى الآن علماء الإعلام والاتصال على وضع تعريف واف لها. لذلك تعددت التعريفات وكذلك المسميات^(٢). فدخل الإنترنت عالم الإعلام استوقف الكثير من الباحثين والدارسين، وعلى ضوءها عرف الإعلام الإلكتروني بأنه عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف.

(١) إبراهيم، على حجازي (٢٠١٧). "الإعلام البديل"، المنهل، ص ٧٩.

(٢) أمين، رضا (٢٠١٥). "الإعلام الجديد"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

ويمتاز الإعلام الإلكتروني عن الإعلام التقليدي بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدية. هدفه إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر. ويعتمد بشكل رئيسي على شبكة الإنترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية، كمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني والمطابع وغيرها، بطرق تعتمد على الجمع بين النص والصوت والصورة، وترفع الحواجز بين المتلقي والمرسل.

فالإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، كما عبر عن ذلك "أوتجروت"، هذا ما يقنضي أن تتوافر في الإعلام ثلاثة مواصفات أساسية وهي الجودة والحداثة، الأهمية والضخامة، الدقة والموضوعية^(١).

كما عرفت اللجنة العربية للإعلام على أنه (الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آلياً أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كنواتل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون)^(٢).

وكما تعددت مفاهيمه تعددت أسماؤه. ففرض العصر الرقمي أشكالاً جديدة من الإعلام واستخداماته عبر وسائط البث الرقمي بتقنياتها الحديثة. متمثلة في شبكة الإنترنت والهواتف المحمولة وأقمار البث الفضائي الرقمية وكافة الوسائط الرقمية. التي نتج عن اندماجها ظهور ما يعرف بالميديا الجديدة كإعلام جديد ومغاير للإعلام التقليدي بأشكاله ووسائله المعروفة. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة New media ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمي Digital والشبكية Internet والتفاعلية Interactive وذلك لتقريبها عن وسائل الإعلام التقليدية^(٣) (المطبوعة والمسموعة والمرئية).

(١) عجوة، علي (٢٠٠٤). "الإعلام وقضايا التنمية"، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ص ١٢
 (٢) شفيق، حسين (٢٠٠٧). "الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية"، رحمه برس للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.

(٣) Flew, Terry (2008). New Media: An Introduction (London: Oxford University Press), PP. 9-28

إن شبكة الإنترنت أوجدت ما يسمى الإعلام التفاعلي حيث أنه يتيح التفاعل بين المتلقى للرسالة والقائمين على تقديم الرسالة، ودخول الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي وفي توجيه الرسالة الإعلامية بوجه عام.

كما يطلق عليه إعلام الوسائط التشعبية أو الفائقة Hypermedia ويشير إلى مفهوم النص المترابط أو الفائق hyper text الذي يعد اساس التجول داخل شبكة الانترنت وشبكة الويب العالمية (www) على وجه الخصوص، لطبيعته المتشابكة وامكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية. كما يطلق على بعض تطبيقاته إعلام الوسائط المتعددة لوصف تقنيات الأجهزة والبرمجيات الحاسوبية كلها القدرة على عرض النص والصوت والصورة. مع مايلحق بها من تأثيرات سمعية وبصرية من الممكن أن تكون ثلاثية الابعاد، ضمن مخرجات موحدة.

يمثل مجتمع المعلومات الأساس الجوهري للإعلام الإلكتروني من حيث وجوده ذاته ومن حيث أشكاله وخدماته واستخداماته، ومن حيث ادواره الجديد. فهناك ارتباط مباشر بين بناء مجتمع المعلومات وبين بناء الإعلام الإلكتروني فالأول هو "البناء الأم" والذي يوفر معطيات البيئة الرقمية لأنشطة وخدمات العصر الرقمي ومنها الإعلام الإلكتروني^(١). وهناك من يطلق عليه تسمية الإعلام الجديد، ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بالحداه وبخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها. ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعتة ليلتقى مع الجديد في بعض جوانبه.

كما يطلق على الإعلام الإلكتروني بإعلام العولمة وهو إعلام يعرف على أنه على المستوى التكنولوجي والمعرفي هو نشر للتقنية والمعرفة على نطاق واسع. لانتلزم بالحدود الوطنية للدول، يكون حدود فضائية غير مرئية، بفضل الثورة التكنولوجية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية. وذلك بما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ الى الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف. لتقديم عالماً من دون حدود أو حواجز أو

(١) حافظ، اسماء حسين (٢٠٠٥). "تكنولوجيا الإتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي"، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

فوارق، إلا القدرة على امتلاك وسائط رقمية والتعامل معها واستخدامها^(١).

أشكال وإشكاليات الإعلام الإلكتروني:

ومن بعض أشكال وخدمات الإعلام الإلكتروني المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت. وهو يعد أحد وسائل الإعلام التي انتشرت على نطاق واسع في العالم. وهو وسيلة الكترونية شاملة لمختلف المجالات والمواضيع. إذ يحتوي على المواد الإعلامية بجميع أنواعها سواء المرئية أو المسموعة من خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال (حزم البث الإذاعي والتلفزيوني).

على صعيد آخر الصحافة الإلكترونية من خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على شبكة المعلومات الدولية وحزم النشر الصحفي، ويتم استخدامه من قبل المستخدم أو المتصفح من خلال تصفح العديد من المعلومات والأخبار الموجودة على المواقع الإلكترونية وغيرها. وأيضا الإذاعة والتلفزيون الإلكتروني وخدمات البث الحي لإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة. والاعلانات الإلكترونية وبث خدمات التعليم عن بعد وخدمات التعليم المفتوح عبر الشبكة. ومن ضمن أشكاله أيضا البث المباشر على التليفون المحمول وبث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة ال SMS وغيرها^(٢).

ومن أبرز الإشكاليات التي تواجه الإعلام الإلكتروني:

رغم المزايا العديدة التي أتاحتها الإعلام الإلكتروني لكل من المرسل والمتلقى على السواء، وما حققه من مكتسبات حقيقية في مجال حرية الرأي والإبداع. إلا أنه فرض في نفس الوقت مجموعه من الإشكاليات والتحديات التي تخطت حدود التحديات الإعلامية الذاتية الى تحديات أوسع سياسية واقتصادية وفكرية واجتماعية. وبخاصة مع عدم التأهل الكافي للتعامل مع مغريات العصر الرقمي. ومن أهمها صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ما

(١) البدوي، ثريا أحمد (٢٠١٥). "مستخدم الإنترنت قراءة في نظريات الإعلام الجديد ومناهجه"، عالم الكتب، القاهرة، مصر.

(٢) عبد الحميد، محمد (٢٠٠٧). " الإتصال والإعلام على شبكة الإنترنت"، عالم الكتب، القاهرة، مصر.

ينشر في العديد من المواقع الإلكترونية، مع ضعف الضوابط لضمان عدم المساس بالقيم المختلفة.

حول الإعلام الإلكتروني قضايا الملكية الفكرية إلى تحديات خطيرة لحقوق الملكية الفكرية في إطار ما تتيحه التقنيات الحديثة من إمكانيات السطو على الأفكار والنقل والدمج وأعمال الإختراق والقرصنة بمختلف أشكالها. وانتهاك حقوق النشر وسهولة ارتكاب الجرائم الإلكترونية⁽¹⁾.

أحدث الإعلام لإلكترونى تحولا خطيرا فيما يعرف بتفتيت الجمهور حيث يخاطب الأفراد أو الجماعات الصغيره. وتركيزه على توجيه الرسائل التي تخاطب الميول أو الاحتياجات الفردية. إضافة الى تحكم المتلقى فى اختيار المواد والرسائل التي تناسبه مما نتج عنه تضيق اهتمامات الجمهور وهو ما يمثل تحديا كبيرا لرسالة الإعلام التنويرية الشامله ودورها فى تحقيق عنصر التوحد الإجتماعى والقومى.

طرح تحديات أخلاقية نتيجة لاستخداماته غير الأخلاقية فى بث المضامين الهابطة والرسائل المنافية للأخلاقيات والآداب العامة. إلى جانب استخداماته الخطيرة فى دعم الأنشطة الإرهابية والترويج لأفكار الجماعات الإرهابية وغيرها من أشكال الإستخدامات السيئة التي تؤدى الى الشتات الفكرى والقيمي والإنهيار الأخلاقى.

فرض الإعلام الإلكتروني مجموعه من التحديات السياسية والمجتمعية منها ما أتاحه من مساحات كبيرة من الرأى الآخر. الذى لم تؤهل العديد من الأنظمة لتقبله إضافة الى اتجاه العديد من القوى المعارضة لأنظمة الحكم لنشر دعواتها وأفكارها عبر وسائل الإعلام الإلكتروني. إضافة إلى انتشار المدونات الإلكترونية وما تحمله من تحديات مجتمعية خطيرة. مع تخطيها حدود اللغة والوطن لتصبح قوة دولية.

كما أصبح وسيلة مثلى للإعلان عن قوى اجتماعية جديدة لتخطيه الحواجز المادية والرقابية للوصول للرأى العام. والأخطر انه أتاح مساحة كبيرة لأفكار تكفيرية وأفكار هدامة تهدد السلم المجتمعى، واستقرار المجتمع

(1) Jones, Steve (2002). Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology . SAGE Publications.

بما يحدثه من شروخ اجتماعية وبلبله فكرية إذا لم تواجه بالأفكار الصائبة والأراء المستنيرة. إضافة إلى أنه أصبح ساحة لإنتشار الشائعات والحملات الموجهة لخدمة أغراض خاصة.

طرح الإعلام الإلكتروني تحدى فجوة المعرفة فى المجتمع الواحد أو المجتمعات المتجانسة، نتيجة التنافس القائم بينه وبين الإعلام التقليدى. والذى أسفر عن تعرض الأفراد بأشكال متفاوتة لرسائل ومضامين مختلفة وفقا لقدراتهم الإقتصادية والإجتماعية واللغوية وقدرتهم فى التعامل مع الثورة التكنولوجية. الأمر الذى يعكس على زيادة الفروق الفردية بين أفراد المجتمع، وبالمثل ينطبق على مستوى الدول بين المجتمعات الغنية والمجتمعات الفقيرة.

أضاف الإعلام الإلكتروني أبعادا لحالة التبعية الإعلامية للدول المتقدمة المالكة والمحتكرة للتكنولوجيا الحديثة والتي تحولت لتصبح تحديا حضاريا فى ضوء سياسات العولمة^(١).

خصائص ومميزات الإعلام الإلكتروني:

اعتبار الحق فى المعرفة حقا انسانيا اصيلا ويمثل جوهر الإعلام الإلكتروني فى نشر شتى أنواع المعارف والأفكار والمعلومات. مع دعم وتعزيز حريات الرأى والتعبير والإبداع فى إطار المنظومة الأخلاقية. فالإعلام متاح للجميع دون احتكار فالإعتماد على التكنولوجيا الحديثة يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه والوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.

إتاحة حرية تداول المعلومات والمعارف والأفكار وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتميز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة. مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد إزدادت كثيرا مع ظهور الإنترنت التي سهلت من عمليات تركيب الصور، وتعديل الاصوات وغيرها^(٢). الشمولية لجميع المجالات

(١) ابو عيشة، فيصل (٢٠١٠). "الإعلام الإلكتروني"، دار اسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الأردن.

(٢) أمين، رضا (٢٠١٥). "الإعلام الجديد"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

والموضوعات والمرونة في الوصول إلى المعلومة وتنوع المحتوى مع تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الإتصالية. إضافة إلى التفاعلية التي تتمثل في قدرة وسيلة الاتصال في الإعلام الجديد على الاستجابة لحديث المستخدم كما لو كان الحديث دائرا بين شخصين.

ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل (إعلام الفرد) القائم على البث الشخصي. اللزمانية واللامكانية من أهم ما يميز الإعلام الإلكتروني كونه غير مقيد بمكان وزمان محدد أي تخطي حدود الدول. الإعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.

المبحث الثاني: ثورة الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)

تمهيد:

في عام ١٩٩٤م بدأ الاستخدام الشخصي لشبكة المعلومات العالمية، كان عدد المشتركين يتزايد بشكل واسع عالميا. وفي عام ١٩٩٥م بدأ توفير خدمة الإنترنت في الأقطار العربية بشكل تجارى. ثم بدأ التوسع في استخداماتها ليشمل نشاطات عديدة. في الربع الأول من تسعينات القرن الماضى بدأت تظهر على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) نصوصا إخبارية تنقل أخبارا لما يحدث في العالم. وتطورت لتبث عبر الساعه لتحتل الصدارة في الأخبار المسموعة. ومن ثم ناقله للصوت والصورة بجودة عالية وتميزت الخدمات وبخاصة الإخبارية بحرية أكبر في الحركة والمتابعة وبفضاء لا نهائى لا تحده حدود رقابية أو أى خطوط حمراء^(١). فهي خدمة ليست موجهة لفرد بذاته أو لطائفة بعينها أو لدولة دون أخرى.

ومع نهاية التسعينات بدأ الوجود العربى على تلك الشبكة ملحوظا عبر استخدام هذا الوسيط الإخبارى الجديد. الذى ينمو سريعا، ويطور من نفسه بصورة مذهلة، لتجىء انتفاضة الأقصى في سبتمبر ٢٠٠٠م. ثم انفجارات واشنطن ونيويورك في ١١ سبتمبر ٢٠٠١م. ومن بعدها الحرب الأمريكية على أفغانستان. لتدشن فعليا الخدمة الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت. وأصبح لزاما علينا أن نعترف بأن الإذاعة والتليفزيون لم يعودا مصدر الخبر الطازج وحدهما. بل تفوق الوسيط عليهما بالأشكال التحريرية

(١) أحمد، أحمد يوسف حافظ (٢٠١٣). "النشر الإلكتروني"، نهضة مصر، القاهرة، مصر.

والخصائص المميزة للخدمة الإلكترونية والإمكانيات التكنولوجية الهائلة التي توفرها الشبكة من سهولة في العرض وسرعة مذهلة. وذلك من خلال ربطها بشبكة هائلة من قواعد البيانات على مستوى العالم.

المطلب الأول: الدور الذي يلعبه الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية

هناك بعض العوامل التي سهلت انتهاك حقوق الملكية الفكرية في الإعلام الإلكتروني الذي جعلته بيئة خصبة لكل أنواع الانتهاكات والقرصنة. فتداخلت التكنولوجيا الحديثة في صناعة الإعلام للدرجة التي أصبحت تسيطر فيها على كل مراحل الإنتاج الإعلامي. فالرقمنة الإعلامية تتطور تتطورا سريعا وفي خط متواز مع التطورات التقنية المتلاحقة في التكنولوجيا الرقمية.

فوفقا لتقرير اقتصاد المعرفة العربي ٢٠١٥م-٢٠١٦م أن عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي حوالي ٢٢٦ مليون عام ٢٠١٨^(١)، وهو رقم في تصاعد مع تعدد وتنوع استخدامات الانترنت وما تتيحه من خدمات جديدة. وبحيث تتيح كل تقنية حديثة استخدامات جديدة للإعلام الإلكتروني. إضافة إلى أن سرعة انتشار المعلومات تسرع الاتصال بين المستخدمين وبين شبكة الإنترنت.

كما أن الجيل الثالث من التليفون المحمول يتيح نقل المواد التليفزيونية المنشورة على الإنترنت وتبادل هذه المواد مع الآخرين ونشرها مجددا على الإنترنت. أما التطور الأهم تحويل البرامج الإذاعية والتليفزيونية الى ملفات الكترونية وتتحول الى برامج "مخزنة للأبد" وبما يتيح تلبية احتياجات الأفراد على اختلاف شرائحهم وأعمارهم.

(1) <http://www.arabianbusiness.com/arab-internet-users-forecast-rise-226m-by-2018-626635.html>

يعتبر الجمهور شريك أساسي في صنع الإعلام الإلكتروني بما يحمله من إيجابيات وسلبيات في نفس الوقت^(١). فجمهور الإعلام الإلكتروني هو جمهور الفضاء الكوني بلا حدود مكانيه أو زمنية وبلا فوارق عرقية أو جنسية أو فئوية وغيرها من محددات جمهور الإعلام التقليدي. باستثناء المحددات التعامل مع الوسائط الرقمية واستخدامها والإلمام بلغة البث الإلكتروني في إطار التنوع اللغوي لجمهور الإعلام الإلكتروني.

لا توجد تشريعات متكاملة بشأن ضوابط البث للإعلام الإلكتروني رغم انتشاره ونموه الواسع النطاق وما يرتبط من أدوار إعلامية جديدة ومؤثره في المجتمع. فهو يعتمد أساسا على حرية التعبير والبث وحرية تداول المعلومات والرسائل الإعلامية ولا يخضع لقيود رقابية ولكن لا توجد "حرية مطلقة" بالمعنى الكامل دون ضوابط أو التزامات. سيظل موضوع وضع ضوابط للبث عبر الإعلام الإلكتروني مطروحا وبخاصة مع التطورات التقنية المتواصلة والتي ستتيح المجال لأشكال جديدة من الاستخدامات السيئة وغير الأخلاقية ومن ثم انتشار أوسع وبيئة خصبة للجرائم الإلكترونية.

كما ترى الباحثة أن زيادة نسبة المشاهدة للمحتوي الاعلامي عبر الهواتف والاجهزة النقاله وخدمه تليفزيون الإنترنت والتي تتيح نقل المحتوى الرقمي عبر الإنترنت سيزيد من انتهاك حقوق الملكية الفكرية. فكل ما هو رقمي كشبكات الاتصالات والإنترنت والأقمار الصناعية يعتبر غير آمن. فالملكية الفكرية هي نتاج فكر الإنسان من ابداعات. لذا لا بد من ضرورة امتلاك ثقافة استخدام المعلومات. ومواجهة سبل المعلومات المضللة وانتهاك الخصوصية، حيث تتوافر المادة الإعلامية ذات الطبيعة الرقمية.

ومن واقع التجارب الإعلامية للدول الأخرى فيما يخص ضوابط البث الإعلامي: فإن هناك اتفاقا في التوجهات الإعلامية العامة على المستوى الدولي على عدم جواز تطبيق الأطر التشريعية واللوائح المنظمة للإعلام

(١) ابو عيشة، فيصل (٢٠١٠). "الإعلام الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

التليفزيونى والإذاعى على الإنترنت "الإعلام الإلكتروني" من حيث الترخيص. وهذا يتفق مع حرية الإعلام والإتاحة الكاملة للبث الإعلامى والمعلوماتى واعتبار نشر المعرفة والمعلومات دعامة أساسية لتقدم المجتمعات. يعتبر وجود أى قيود تنظيمية للترخيص بالبث الإعلامى يعوق تحقيق هذا الهدف إضافة الى استحالاته علميا، حيث أن هناك ملايين من المواقع الإلكترونية ومن المواقع الشخصية "المدونات" فى تزايد مستمر.

أما المحتوى الإعلامى لابد أن يخضع لضوابط لارتباطه المباشر بالجوانب الفكرية والثقافية والمعرفية والسلوكية والمجتمعية. والقاعدة أن الضوابط والقواعد المنظمة للمحتوى الإعلامى واحدة فى كافة أشكال البث وعبر مختلف الوسائط وتندرج فى إطار الثوابت المتفق عليها فى مجال العمل الإعلامى فى جميع دول العالم حتى الدول التى تأخذ بنظام الإعلام الحر وتتيح حريات إعلامية واسعة^(١). وهناك مساحة كبيرة من الاتفاق على أن ما تسنه المجتمعات من تشريعات فى مسائل التشهير والفضف والملكية الفكرية ومنافاه الآداب العامة تعد واجبة التطبيق على المواد المنشورة على الإنترنت قدر انطباقها على المواد الإعلامية المرئية والمسموعه والمقروءة.

المطلب الثانى: انتهاك حقوق الملكية الفكرية فى الإعلام الإلكتروني

لم يكن الجديد هو استقبال الأخبار عبر اجهزة الحاسوب، فقد استخدمت الحواسيب من قبل فى عرض الأخبار والمعلومات. وذلك عن طريق السماح لجهازين بالإتصال مع بعضهما بالمودم عبر خطوط الهاتف. كما ظهرت اجهزة حاسب تستقبل وتصنف المواد الإعلامية الإخبارية. لكن هذه الخدمات والإمكانات كانت مقصورة على المؤسسات الإعلامية والصحفية ووكالات الأنباء وبعض الأفراد مقابل اشتراكات مادية. حتى ظهرت خدمة الويب، فحدث الانفجار التكنولوجى المتمثل فى إتاحة الخدمات المعلوماتية على شبكة الإنترنت من خلال النصوص والصوت والصورة والفيديو. وأغلب الخدمات المعلوماتية على الشبكة مجانية تقريبا لجميع الأفراد فى جميع بلدان العالم وبمختلف اللغات.

(١) ابراهيم، على حجازى (٢٠١٧). "التكامل بين الاعلام التقليدى والجديد"، الطبعة الاولى، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

وبدأت الصحف اليومية تتسارع فى الحصول على الأخبار لتحافظ على مكانتها في السوق. ومنذ عام ٢٠٠٦ وحتى اليوم، أصبح التنافس شديد بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي وخاصة مع دخول وسائل التواصل الاجتماعي إلى صفوف المنافسة، حيث أصبح من السهولة البث المباشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وفي أحيان كثيرة سرقة المحتوى التليفزيوني والإذاعي والمحتوى الصحفى من السليبات والمعوقات لنقل الأخبار فور حدوثها والأحداث الكبيرة والصغيرة وانتهاك خصوصية الاشخاص وحقوق الملكية الفكرية^(١).

وبظهور مجموعة من المواقع التي تقدم خدمات إخبارية على شبكة الإنترنت، تجمع خصائص مختلفة من جميع وسائل الإعلام^(٢). فقد أخذت من الصحافة فنون التحرير الصحفى، ومن الإذاعة الصوت، ومن التليفزيون الصورة، بالإضافة الى خصائص جديدة جلبتها تكنولوجيا الإنترنت^(٣). فهيئة الإذاعة البريطانية سارعت بعض الإذاعات فى تقديم خدمات إخبارية نصية وصور وأشكال إيضاحية، بل أطلقت أيضا موقعا بمختلف اللغات ليقدم تقارير إخبارية مكتوبة، ومواد صوتية وصوراً، وساحة حوار تفاعلية وغيرها من الخدمات التي تطور كل يوم.

حتى أطلق عليها ثقافة التكنولوجيا، وثقافة الميديا من الضجة الإعلامية التي أثيرت حول شبكة الإنترنت. فانتهاك الحقوق الفكرية تتعلق بكل النتائج الفكرية من المؤلفات الكتابية او الفنية "مرئيات، صوتيات، لوحات رسم، الخ" عن طريق اعادة النسخ والتوزيع أو التقليد أو التزوير أو إعادة طبع المؤلفات غير المرخص، لغرض الفائدة المادية غير القانونية أو إعادة الطبع لأغراض تضليلية.

ونجد أن سرقة أو انتحال مؤلفات الآخرين وأفكارهم وابتكاراتهم واستخدامها بدون إذن من أصحابها أو الحصول على تراخيص أو موافقات

(١) سرور، طارق (٢٠٠٨). "فى جرائم النشر والاعلام"، الكتاب الاول، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.

(2) Berman, Jerry & Mulligan, Deirdre (January, 1998). Privacy in the Digital Age: Work in Progress. – Nova law review, vol.23, P549-582.

(٣) علم الدين، محمود وعبد الحميد، ليلي (٢٠٠٨). "فن التحرير الصحفى للوسائل المطبوعة والالكترونية"، الطبعة الاولى، دار السحاب، القاهرة، مصر.

قانونية وشرعية تسمح بذلك، سهلتها الثورة التكنولوجية وأصبحت متاحة للجميع بالقليل من الخبرات في مجال الإنترنت. فظاهرة اختراق المواقع الالكترونية تعتبر اعتداء على حقوق الملكية الفكرية^(١). فيجب العمل على تغيظ قوانين الملكية الفكرية لحفظ النتاج الفكرى الوطنى.

النتائج المستخلصة:

أدى التطور الضخم في استخدام المنتجات والشبكات والخدمات والتطبيقات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف مجالات الحياة إلى ظهور مجتمع المعلومات. والذي حطم كل القيود والحوجز الموجودة في الإعلام التقليدي. فنجد أن المحور الأساسى الذى يحكم أنشطته وأفعاله هو وضع إمكانات المعرفة وتكنولوجيا المعلومات فى خدمة التنمية، والنهوض باستعمال المعلومات والمعارف من أجل تحقيق الأهداف الإنمائية التى تقودنا الى التقدم التكنولوجى.

إن الحرية التي تميّز بها الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وأدواته فى ظل تطور بيئة الانترنت سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة فى أوساط المستخدمين، وصلت الى حد انتهاك حقوق الملكية الفكرية.

الخاتمة:

لاشك أن حقوق الملكية الفكرية قد تأثرت بشكل كبير فى التطور الرقمى والثورة التكنولوجية. وظهر إلى حيز الوجود بيئة ومصنفات رقمية سهلة الانتهاك. وبالتالي فإن تداول هذه الحقوق فى البيئة الرقمية أثار العديد من المشاكل والصعوبات سواء كانت تقنية أو قانونية، وقد وجدنا من خلال هذا البحث ان الإعلام الإلكتروني بيئة خصبة لإنتهاك حقوق الملكية الفكرية فى البيئة الرقمية أو الفضاء الإلكتروني، لا يجوز استغلالها بأي شكل من الأشكال إلا بأذن وموافقة مالكها. وبانتشار شبكة الإنترنت السريع على المستوى العالمى تزايد انتشار المعلومات وسهولة انسيابها بين دول العالم مما جعل الأمر أكثر صعوبة فى الحفاظ على الحقوق.

(١) ابو عيشة، فيصل (٢٠١٠). "الإعلام الإلكتروني"، الطبعة الاولى، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

أصبح المشاهد بفضل الإعلام الجديد مالكا لوسائله الخاصة للتعبير، وأدواته الخاصة لنشر ما يحلو له من أفكار بسرعة فائقة. وعلى نطاق آخر لم يعد متلقيا فقط بل مشاركا في الثورة المعلوماتية الإتصالية. وهو ما يحثنا على التعامل بجدية وحرص مع هذا المعطى المتجدد دائما، والتعايش مع هذا الواقع الذي أفرزته ثورة المعلومات التي بدأت ولن تنتهى.

فى الماضى كانت وسائل الإعلام التقليدية طفرة فى حينها، واليوم الإعلام الجديد طفرة فى حينه. فيجب النظر الى الجانب الإيجابي فيه ودراسة الجوانب السلبية بعناية وإيجاد الحلول البديلة للإستفادة منها. تعتبر دراسة الإعلام الإلكتروني فى بيئة الإنترنت من أهم المحاور فى إطار حماية الملكية الفكرية، ومن بين أهم التحديات التي تواجهها الدول العربية والمتقدمة. فيجب فهم مستقبل الإعلام الرقمي وتمكين أدوات البث الإلكترونية من خلال ضوابط وتشريعات منظمة له. والتوعية بحقوق الملكية الفكرية من خلال وسائل الإعلام.

الإعلام التكنولوجى أصبح فى سباق مع الزمن لا بد من التعامل معه وملاحقته. فقد أصبحت أدوات ووسائل الإعلام الجديد تفرض تغييرات كثيرة ومتلاحقة بشكل يجعلنا نحاول معاشتها لا رفضها، والتعامل معها لا العزوف عنها فى كافة المجالات. وينبغى التأكيد على أن التكنولوجيا دائما تحمل معها حلولاً ومخاطر فى ذات الوقت، فيجب اتخاذ كافة الاجراءات اللازمة والحث على تغليظ العقوبات فى قوانين الملكية الفكرية، لحماية المنتج الاعلامى فى البيئة الرقمية من الاختراق أو التدمير أو السرقة وحماية الخصوصية من أى انتهاكات لحقوق أصحابها.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

- إبراهيم، على حجازى (٢٠١٧). "التكامل بين الاعلام التقليدى والجديد"، الطبعة الاولى، دارالمعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- إبراهيم، على حجازى (٢٠١٧). "الإعلام البديل"، المنهل، ص٧٩.
- أبو العزم، عبدالغنى (٢٠١٥). "معجم الغنى الزاهر"، مؤسسة الغنى للنشر، المغرب. ص٢٠.
- ابو عيشة، فيصل (٢٠١٠). "الاعلام الالكترونى"، دار اسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الأردن.
- احدان، زهير (٢٠٠٢). "مدخل لعلوم الاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. ص ١٤.
- أحمد، أحمد يوسف حافظ (٢٠١٣). "النشر الإلكتروني"، نهضة مصر، القاهرة، مصر.
- البدوى، ثريا أحمد (٢٠١٥). "مستخدم الإنترنت قراءة فى نظريات الإعلام الجديد ومناهجه"، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- أمين، رضا (٢٠١٥). "الإعلام الجديد"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- أمين، لؤى (٢٠٠٨). "الإعلام المدرسي"، مكتبة المجتمع العربى للنشر والتوزيع، مصر. ص ٧٥.
- اوتانى، صفاء (٢٠١٤). "تجريم الاعتداء على حق المؤلف الادبى فى الاحترام دراسة مقارنة"، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٠، العدد الاول، ص١٠٨.
- حافظ، اسماء حسين (٢٠٠٥). "تكنولوجيا الإتصال الإعلامى التفاعلى فى عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتى والرقمى"، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- الدليمي، حميد جاعد (٢٠٠٨). "الإدارة الإعلامية- التطور المفهوم المقومات النماذج"، دار الشؤون الثقافية العامة، وزارة الثقافة، بغداد.
- رشتى، جيهان احمد (١٩٩٨). "نظم الاتصال والاعلام فى الدول النامية"، دار الفكر العربى، القاهرة، مصر.

- سرور، طارق (٢٠٠٨). "في جرائم النشر والاعلام"، الكتاب الاول، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
- سنو، مي العبد الله (١٩٩٩). "الاتصال في عصر العولمة- الدور والتحديات الجديدة"، الدار الجامعية، بيروت.
- شفيق، حسين (٢٠٠٧). "الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية"، رحمه برس للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.
- عبد الحميد، محمد (٢٠٠٧). "الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت"، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- عبد الصافي، مرشد (٢٠١٧). "الإعلام الإذاعي والتلفزيوني"، الطبعة الأولى، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن. ص ٧.
- عبد الفتاح، علي (٢٠١٦). "ادارة الإعلام"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عجوة، علي (٢٠٠٤). "الإعلام وقضايا التنمية"، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ص ١٢.
- علم الدين، محمود وعبد الحميد، ليلي (٢٠٠٨). "فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية"، الطبعة الاولى، دارالسحاب، القاهرة، مصر.
- مكاي، حسن عماد وعلم الدين، محمود (٢٠٠٩). "مقدمة في الصحافة"، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص ٣١٢-٣١٣.

ثانيا: المراجع باللغة الإنجليزية

- Berman, Jerry & Mulligan, Deirdre (January, 1998). Privacy in the Digital Age: Work in Progress. – Nova law review, vol.23, P549-582.
- Flew, Terry (2008). New Media: An Introduction (London: Oxford University Press), PP. 9-28
- <http://www.arabianbusiness.com/arab-internet-users-forecast-rise-226m-by-2018-626635.html>
- Jones, Steve (2002). Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology . SAGE Publications.