

الإعلام الرقمي.. والإعلام التقليدي

دراسة تناقش حديث الاختلاف والاندثار

Digital media ... and Traditional Media A Study Discussing the Talk of Difference and Extinction

وجدي زين الدين*

wagdyzeineldeen@yahoo.com

الملخص:

تناقش هذه الدراسة قضية شائكة جدا حول الانتشار الواسع والسريع للإعلام الرقمي الذي اجتاح الدنيا بأسرها وعلاقته بالإعلام التقليدي الذي ساد لفترات زمنية طويلة ولا يزال قائما حتى الآن. كما تناقش الدراسة أمرا بالغ الأهمية وهو هل الإعلام التقليدي سيختفي ويندثر ويصبح ماضيا لا وجود له. أم أن هذا الإعلام التقليدي سيواصل المسيرة دون توقف ويؤدي دوره المنوط به كالمعتاد. ويتعرض الباحث في هذه الدراسة إلى جانب عملي من خلال خبرته لرئاسة تحرير جريدة الوفد وموقعها الإلكتروني على مدار 13 عاما توزعت ما بين رئيس تحرير تنفيذي ورئيس تحرير لموقع الوفد الإلكتروني الذي يحتل مكانا متقدما في ترتيب السكا العالمي وبين الصحيفة الورقية التي تمثل الإعلام التقليدي.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرقمي؛ الاعلام التقليدي؛ الاختلافات بين الاعلام الجديد والقديم.

* رئيس تحرير الوفد؛ ومدرس بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

Abstract

This study discusses a very thorny issue about the widespread and rapid spread of digital media that has invaded the entire world and its relationship with traditional media that has prevailed for long periods of time and still exists until now. The study also discusses a very important matter, which is whether traditional media will disappear and become a non-existent past. Or will this traditional media continue the march without stopping and perform its assigned role as usual? The researcher in this study is exposed to a practical aspect through his experience as editor-in-chief of Al-Wafd newspaper and its website over a period of 13 years, distributed between the executive editor-in-chief and the editor-in-chief of the Al-Wafd website, which occupies a place It is ahead in the global ALESCA ranking and among the paper newspaper that represents the traditional media.

Keywords: Digital media, traditional media, difference between new and traditional media.

الإطار النظري للدراسة

مقدمة:

تناقش هذه الدراسة قضية شائكة جدًا حول الانتشار الواسع والسريع للإعلام الرقمي الذي اجتاح الدنيا بأسرها وعلاقته بالإعلام التقليدي الذي ساد لفترات زمنية طويلة، ولا يزال قائمًا حتى الآن. كما تناقش الدراسة أمرًا بالغ الأهمية وهو هل الإعلام التقليدي سيختفي ويندثر ويصبح ماضيًا لا وجود له؟ أم أن هذا الإعلام التقليدي سيواصل المسيرة دون توقف، ويؤدي دوره المنوط به كالمعتاد. ويتعرض الباحث في هذه الدراسة إلى جانب عملي من خلال خبرته في رئاسة تحرير جريدة الوفد وموقعها الإلكتروني على مدار 13 عامًا، توزعت ما بين رئيس تحرير تنفيذي، ورئيس تحرير لموقع الوفد الإلكتروني الذي يحتل مكانًا متقدمًا في ترتيب اليسا العالمي، وبين الصحيفة الورقية التي تمثل الإعلام التقليدي.

ومن خلال هذه الدراسة تتم طرح رؤية حول الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي والتأثيرات والمؤثرات التي يتعرضان لها.

مشكلة الدراسة:

تطرح هذه الدراسة سؤالًا مهمًا يعد حديث كل العلماء والباحثين وممارسي المهنة، ويتمثل فيه هل الإعلام التقليدي سيختفي ويندثر ويصبح ماضيًا؟ أم أن الإعلام التقليدي سيواصل مسيرته التي استمرت زمنًا طويلًا وهل البقاء سيكون فقط للإعلام الرقمي الذي بات واقعيًا حيا على الأرض؟ كما تطرح الدراسة سؤالًا مهمًا هل سيختفي جمهور الإعلام التقليدي، ويكون البقاء فقط للإعلام الرقمي؟. كما تطرح هذه الدراسة سؤالًا آخر هل القائمون على الإعلام الرقمي مؤهلون

لهذا الدور؟. وهل مهنة الإعلام التقليدي ستختفي تمامًا؟. كل هذه الأسئلة تناقشها هذه الدراسة.

أهداف الدراسة

تتناول هذه الدراسة دور الإعلام الرقمي وعلاقته بالإعلام التقليدي، لأن هذه القضية باتت الشغل الشاغل لكل العلماء والباحثين وأصحاب مهنة الإعلام على حد سواء على اعتبار أن مهنة الإعلام تعد ركنًا أساسيًا في تشكيل آراء المجتمع وثقافته وحصيلة التطور الحضاري له. ومن هنا جاء البحث محاولًا التعرف وتحليل هذه الظاهرة الشائكة لأن لكل عصر ملامحه التي تتجلى في التطور الذي يطال كل مهنة ومن بينها مهنة الإعلام. ورغم وجود العديد من الآراء الكثيرة في هذا الصدد إلا أن الإعلام الرقمي الذي يتربع على العرش حاليًا لم يمنع وجود الإعلام التقليدي، وما زال لدينا في مصر، بل، وفي الدول العربية، ودول العالم المتقدم إعلام تقليدي يؤدي دوره على أعلى مستوى.

وتتمثل أهداف هذه الدراسة في الخروج بمؤشرات أولية لتعميق مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها وتساؤلاتها وتحديد عينة من وسائل الإعلام وخاصة الصحف الرقمية والورقية، ويأتي ذلك في إطار أبعاد رسم السياسات الإعلامية، والتي تتمثل في البعد التشريعي والاقتصادي والاجتماعي، والجماهيري، والفكري، والثقافي.

أهمية الدراسة

يتجلى موضوع أهمية الدراسة في تناولها قضية شائكة على السطح الإعلامي، وتتمثل في العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، وتأثير ذلك في مهنة الإعلام. كما تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولتها مناقشة واقع الأداء

الإعلامي خاصة في الصحف وفي ظل السياسات الإعلامية التي لها دور بارز في العديد من القضايا والقرارات والإجراءات التي تنظم الأداء الإعلامي وهو ما سعت إليه الدراسة لمناقشته وتتبع مساراتها المختلفة.

الدراسات السابقة

هناك ندرة في الدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي والتقليدي، فيما يتعلق بوجه الاختلاف والاندثار. وقد تبين أن معظم الدراسات البحثية لم تتناول هذه الظاهرة بشكل صريح وواضح. لكن هناك بعض المعلومات المتناثرة في دراسات بحثية سعى الباحث إلى أن يوظفها في دراسته وفيما يلي بعض من هذه الدراسات.

1. أسماء ZSC XC XO ، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عين شمس ، كلية الآداب ، قسم علوم الاتصال والإعلام ، 2017
2. أسماء قنديل، المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية: دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015
3. حسام محمد عبد العزيز، السياسات الإعلامية وعلاقتها بالأداء المهني للصحافة الحزبية في مصر (1977 إلى 2011)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2022
4. حسين غني كريم، السياسة الإعلامية وعلاقتها بالتغطية الصحفية لمعركة الموصل في الصحف العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع ، شعبة الإعلام ، 2018

5. سارة إبراهيم محمد إبراهيم، نظم وسياسات الاتصال (راديو وتلفزيون السودان في الفترة من 2003 إلى 2009 أنموذجًا)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الخرطوم، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2013
 6. شيرين حمدي مرسي محمود، السياسات الإعلامية وعلاقتها بتخطيط البرامج الرياضية في التلفزيون المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضية بالجزيرة، قسم الإدارة الرياضية والترويج، 2015
 7. نسرين عبد الله رياض، تأثير سمات بيئة العمل الصحفي على القارئ بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2012
 8. نيفين مصطفى محمد، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للإعلاميات في صعيد مصر في ظل تداعيات ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021
- تبين للباحث أن الإعلام الرقمي تناولته هذه الدراسات السابقة على استحياء شديد وركزت الدراسات السابقة على الحديث عن الإعلام التقليدي رغم حداثة هذه الدراسات.

منهج الدراسة

على الرغم من كل الجهود المبذولة من جانب الباحثين فيما يتعلق بمناقشة ظاهرة الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي، ما زالت هذه القضية شائكة في ظل التطور السريع في الإعلام الرقمي، وفي ظل وجود الإعلام التقليدي بكل وسائله المختلفة، وما زال أي باحث يريد الوصول إلى نتائج دقيقة في هذه القضية، كان لزامًا على الباحث في هذا الأمر أن يستخدم المنهج المتكامل، أو ما يطلق عليه أحيانًا المنهج التكاملية لأنه يركز على الاستفادة من مختلف المناهج البحثية،

ولأنه يقدم رؤية واسعة وشاملة للظاهرة المطروحة حالياً. كما تهدف هذه الدراسة إلى إنجاز قراءة دقيقة لفترة البحث المحددة. كما أن المنهج المتكامل يقوم بتسخير جميع المدارس البحثية لمناسبة ذلك في تكاملها. من خلال الاستعانة بأبرز وأهم أدواتها والاستفادة من أدق أساسياتها قدر الإمكان إيماناً بعدم قدرة أي منهج بمفرده على دراسة الظاهرة دراسة كافية مقنعة. وهذا لا يعني أبداً التركيز على دراسة المنهج التاريخي، والوصفي التحليلي للظاهرة إضافة إلى استخدام بعض الأدوات المنهجية الأخرى من علم الاجتماع.

تعريف الصحافة الإلكترونية:

من الصعب الوصول إلى تعريف جامع وشامل للصحافة الإلكترونية وذلك لتطورها المستمر ، وتعدد أنواعها وتنوع الوسائط التي تنشر خلاله حيث تستخدم مصطلحات عديدة لوصفها : من بينها الصحافة الإلكترونية Electronic ، صحافة الإنترنت Internet ، صحافة الويب Web ، نسخ إلكترونية Web Editions صحافة مستعينة بالحاسبات Computer assisted ، صحافة فورية Online ، صحافة افتراضية Virtual ، صحافة وسائط متعددة Multimedia ، صحافة تفاعلية Interactive ، صحافة قواعد البيانات Database ، صحافة الأبعاد الثلاثة 3D ، صحافة مندمجة Convergent ، صحافة المحمول Mobile ، صحافة المدونات blogging ، صحافة شخصية Personalized ، صحافة مصممة وفقاً لاحتياجات القارئ customized ، صحافة مشاركة Participatory ، صحافة الوقت الحقيقي Realtime ، صحافة المصادر المفتوحة Opensource ، صحافة المواطن Public ، صحافة ذاتية Smart ، صحافة الويب Web2.0journalism 2.0 ، صحافة بكل شكل Ubiquitous صحافة لا ورقية Epaper ، هذه المصطلحات كلها

تشير إلى أنماط من الصحافة الإلكترونية اللا ورقية كلها صحف إلكترونية ، ولكنها تختلف من حيث الأسلوب ووسيط النشر . من هنا يمكن القول إن الصحافة الإلكترونية هي أي إصدار لا ورقي يتم إصداره بالاستعانة بشبكة الإنترنت وعرضه على الشبكة أو أية وسائط أخرى غير ورقية.

نشأة وتطور الصحافة الإلكترونية:

رغم أن الصحافة الإلكترونية عرفت في منتصف عام ١٩٧٠ م ، عبر استخدام تقنية " الفيديو تكست " إلا أن هذا المجال لم يلق الاهتمام المطلوب من الباحثين إلا بحلول عام ١٩٨٠ م ، وجاء ظهور الصحافة الإلكترونية في شكلها الحديث " استجابة للتغيرات التي شهدتها بيئة الاتصال الجماهيري بظهور شبكة الإنترنت التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1969، وبما ترتب على هذه استخدامات إعلامية ضخمة، أثرت في معطيات الوسائل التقليدية الشبكة ، وبخاصة الصحافة المطبوعة مهنيًا واقتصاديًا خاصة بعد أن استطاعت شبكة الإنترنت في فترات ازدهارها التي بدأت في النصف الثاني من العقد الماضي أن تؤسس لنفسها قاعدة كبيرة من جماهير الجيل الجديد ، ومع اتجاه المزيد من الناس نحو الإنترنت كمورد ومصدر للمعلومات كان من الطبيعي لوسائل الإعلام إن تتبع ذلك ، وطبقا لبحث نشره الباحث الأمريكي مارك ديويز حول تاريخ الصحافة الإلكترونية فإن أول صحيفة في الولايات المتحدة تطلق نسخة إلكترونية على نسختها شيكاغو أون لاين ، الإنترنت ثم كانت شيكاغو تريبيون ، وتوالى بعد ذلك ظهور المواقع الإخبارية والصحفية على الإنترنت ، سواء التابعة للصحف والقنوات التلفزيونية أو المواقع الإخبارية المستقلة التي تعد قناة صحفية إلكترونية مستقلة في حد ذاتها عام ١٩٩٢ ، وكان تطورها وانتشارها شاملاً وسريعاً بقدر سرعة تطور الإنترنت ذاته الذي يعد

الأعلى في التاريخ ، وخلال عقد من الزمان كانت لمعظم صحف العالم نسخ إلكترونية إلى جانب أعداد هائلة من الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصول ورقية.

وجاء الاتجاه في الاعتماد على الإنترنت كمصدر رئيس للأخبار جعل نسبة القراءة الكلية للصحف التقليدية تنخفض بنسبة 30 % لصالح صحافة الإنترنت. لقد أصبح الإنترنت : أكثر الوسائل انتشاراً للتعبير عن الرأي حيث أعطى مساحة لكل فرد في كل المجتمعات لكتابة ما يدور حوله، وعرضه على شبكة الإنترنت في فترة وجيزة ، وكذلك التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم الشخصية، وأصبح الإنترنت أكثر الوسائل لتداول المعلومات دون مراعاة للحدود في وقت تتزايد فيه أهمية العهود والمواثيق والاتفاقيات الدولية في ظل علاقات دولية ومصالح اقتصادية شديدة التداخل والارتباط، مما يضفي أهمية لدراسة العلاقة بين القوانين الوطنية ومدى توائها مع القانون الدولي والمعاهدات الدولية فيما يخص استخدام الإنترنت

سمات الصحيفة الإلكترونية:

كما تتفرد الصحيفة الإلكترونية بالعديد من المميزات التي تجعلها مصدر جذب للقارئ الجديد، وذلك للعوامل والأسباب التالية:

- 1- توفر كمًا ضخماً من المعلومات.
- 2- توفر فرصاً للوصول إلى مجالات شديدة التخصص تخدم مجموعات محددة.
- 3- المساحة لا تشكل مشكلة بالنسبة للصحيفة الإلكترونية فهي أشبه بالفضاء اللامحدود بعكس الصحيفة المطبوعة المحدودة بعدد معين من الصفحات.

- 4- المعلومات المنشورة على الإنترنت قابلة بصورة مستمرة للمراجعة فالصحيفة الإلكترونية تشكل وسيلة إعلامية انسيابية متحركة دائمة التبدل والتجدد.
- 5- تكاليف المادة الإلكترونية وإعدادها ونشرها أقل بكثير من المادة المطبوعة.
- 6- السرعة أو الفورية في نقل المعلومات والأحداث في حين أن الجريدة المطبوعة مقيدة بطبعات قليلة ومعينة قابلة للتحديث.
- 7- توفر الصحيفة الإلكترونية إمكانية التفاعل المباشر بين القارئ والمسؤولين في الصحيفة أو الكتاب.
- 8- توفر الصحيفة الإلكترونية خدمات الأرشيف أو الرجوع إلى مركز معلومات الصحيفة بكل سهولة ويسر.
- 9- تقدم الصحيفة الإلكترونية خدمات الربط لمواقع أخرى ذات العلاقة.
- 10- الحضور العالمي حيث لا توجد عقبات جغرافية تعترض الصحيفة الإلكترونية فهي متاحة في كل مكان تتوفر فيه متطلبات الإنترنت في حين أن الصحيفة الورقية مرتبطة بعمليات توزيع، ونقل وشحن معقدة ومكلفة.
- 11- توفر الصحيفة الإلكترونية على مدار الساعة حيث يتمكن المتصفح من زيارة موقع الصحيفة في أي وقت يشاء دون الرضوخ لعامل الزمن أو التوقيت في حين الصحيفة المطبوعة موجودة في مواعيد محددة وتطبع نسخاً محددة وتوزع في مساحة محددة.

رأي هيكل عن الصحافة الإلكترونية:

أكد محمد حسنين هيكل أن الصحافة الإلكترونية قادمة، وستأتي وستتسع للغاية في السنوات المقبلة مع قوة ونفوذ أكبر للصحافة الورقية والمكتوبة). وقال: أتصور أن الصحافة الورقية ستظل باقية وموجودة لأسباب بعضها راجع إلى المقدس، فالكلمة المكتوبة لها نوع من الاحترام، مع فارق التشبيه، فهي كالنص له قيمة تاريخية في مجتمعنا، والعديد من المجتمعات الأخرى، حتى لو نافستها الوسائل الأخرى مثل الإنترنت أو التلفزيون، وقديماً قالوا إن الراديو سيقضي عليها. ثم قالوا « لا » التلفزيون ولم يحدث والآن، يقولون عن الصحافة، ولم يحدث الإنترنت أو الصحافة الإلكترونية، ورغم أنني لا أملك إحصائيات دقيقة لعدد قراء النسخة الواحدة من الصحيفة، ذلك، فإنها في زيادة كبيرة تصل إلى أن 8 أشخاص يقرءون النسخة الواحدة. طبقاً لبعض التقديرات. وهو عامل مهم، أتصور أن الصحافة الورقية ستبقي هي الأساس أو الجبهة « القلب »، وستكون الوسائل الأخرى كالأجناب، التي قد تتقدم إلى الجبهة وتزاحم لكنها ستعمل على تقوية الصحافة المكتوبة في النهاية، حيث ستبقي كمؤسسات، أما الصحافة الإلكترونية والمدونون وغيرها من الوسائل ستعمل كأفراد وتأسس لفرع جديد في المهنة يعمل على إثرائها كما هو حاصل الآن. واختتم الأستاذ هيكل كلامه قائلاً: أعتقد أن هناك يوماً فارقاً في تاريخ الصحافة على مستوى العالم أجمع وهو يوم « حادثة فرجينيا » الأمريكية، حيث أسست هذه الحادثة لصحافة جديدة هي صحافة القراء أو الصحفيين القراء، وهم عبارة عن الطلاب الموجودين داخل الجامعة وقت الحادثة، حيث استطاعوا الوصول إلى جميع التفاصيل ونقل ما حدث وكيف حدث بدرجة عالية من الدقة والتغطية الكاملة منذ لحظة وقوعها، بل تفوقوا على الصحفيين أيضاً، وهذه علامة وإشارة لا

يمكن أن تمر مرور الكرام لأنها في تصوري يتفوق القراء . ولأول مرة في تاريخ الصحافة . يتفوقون على كتابهم .

والعمل الصحفي على الشبكة العنكبوتية مرهق وحساس .. وبه أعباء كبيرة .. لم يفتن لها الكثير فقلم الرقيب ومقصه .. اختفيا هنا .. وهذا ما يجعل العمل به مسئولية أكبر ومتابعة أكثر من الكاتب ذاته وكذلك يجب أن يكون محنًا بالعمل الصحفي ويعلم مسبقًا ردود الأفعال .. فهذه (الميديا) الجديدة تجعلنا أمام أكبر ما حمل الإنسان في دنياه (الحرية) وكيفية استعمالها .. وحين ننظر لبعض من قالوا إنهم صحفيين إلكترونيين نجد أغلبهم يريدون أن يكونوا كتاب مقال .. وربما رؤساء تحرير !!! وتلك أعلى مرتبة صحفية فكي يكون لك مقال؛ يجب أن تمتهن الصحافة من بدايتها وتصد السلم الصحفي سلمة ... سلمة إلى أن تصل بك احتكاكاتك وثقافتك الصحفية لأن تصبح كاتب مقال وصاحب رؤية موضوعية واضحة والمدهش في عالم الصحافة الإلكترونية .. إن القادم على هذه المهنة يبدأ من أعلى درجاتها وأخطرها .. (المقال) دون علم مسبق ودون وعي.

الصحافة الشعبية:

المواطنون إعلاميون الخبر الشعبي الذي يصنعه أشخاص عاديون جاء نتيجة عالم الاتصالات المترابط في أنحاء الأرض، هؤلاء حدث لهم أنهم تواجدوا في المكان خلال وقوع الكوارث الطبيعية وكانوا أمناء على نقل الخبر إلى العالم. عندما ضرب إعصار تسونامي سواحل جزر تايلاند عام ٢٠٠٤ كانت كاميرا الفيديو للسياح والمواطنين المتواجدين على الساحل في ذلك الوقت قد سبقت كاميرات الفضائيات والصحف في نقل صورة المد الجارف إلى كل أنحاء العالم. وعندما ضرب إعصار كارولينا سواحل مدينة نيو أورلينز وعصف

بمناطق أخرى جنوبية مجاورة لها في الولايات المتحدة لم يتعرف العالم على حجم الكارثة من خلال الصور وأفلام الفيديو والرسائل الإلكترونية التي أرسلها السكان من المناطق المنكوبة ليعبروا أصدق تعبير عن حجم الكارثة التي حركت الضمير العالمي حزناً وتعاطفاً مع السكان المنكوبين.

قواعد التحرير الصحفي في الصحيفة الإلكترونية:

تشير مها عبد المجيد صلاح إلى تصورين جديدين يحكمان الكتابة والتحرير للصحافة الإلكترونية: التصور الأول: Writing & Editing (Design) WED

قدمه معهد Poynter كتصور جديد للتحرير الصحفي يشير إلى الدمج ما بين الكتابة والتحرير والتصميم كضرورة قصوى لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أو الفورية. وكلما ازدادت درجة التكامل والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة كلما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات فورية مبتكرة ومتميزة. مع التأكيد على أن الكتابة الفورية الصحفية تعتمد كلية على التعاون بين فريق متكامل يضم على الأقل كل من المحرر ومتخصص الوسائط المتعددة والمصمم الباب السابع، حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة استخدام الهايبر تكست وفقاً لرأي Martin (1995) أشبه بجهد جماعي قائم على التعاون والمشاركة Collaborative writing تكاملاً، فالكاتب يعرف مسبقاً وتعتمد على تجميع أكثر من عمل وابتكار فردي في هيكل واحد أكثر شمولية وبوجود إضافات أخرى لكتاب آخرين يفترض وجودهم Virtual presence.

التصور الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية Procedural Authorship

وهو مفهوم جديد للكتابة وبناء المعلومات في بيئة استخدام الحاسب الآلي ويتطلب من الكتاب مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصره ومفرداته

بشكل كبير، ومهارة ربط هذه العناصر، والجمع بينهما لتكوين قصة أو شكل جديد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي، يشتمل تحرير المادة الصحفية الفورية على أكثر من بعد:

- ١ (هيكل بناء المعلومات [خطي / غير خطي] .
- ٢ (قالب تحرير المادة [الهرم المقلوب أو غير ذلك] .
- ٣ (طريقة العرض [كتل وفقرات أم وحدة واحدة] .
- ٤ (استخدام وسائط متعددة يضاف لما سبق الشكل الصحفي أو الفن الصحفي نفسه . ويرى Jonathan أن عملية صياغة الأخبار والقصص الإخبارية للنشر الفوري بأنها أكثر تعقيدا وإثارة من الكتابة لأي وسيلة إعلامية أخرى. ويجب على الصحفي الفوري أن يأخذ في اعتباره مستويات متعددة يتعامل معها كلها في آن واحد، وتشمل العناصر المتضمنة في الموضوع، ومنها تطبيقات الوسائط المتعددة، هيكل الموضوع وبنائه، ملامح التفاعلية فيه إلى جانب مراعاة القيم الإخبارية.

تهديدات للصحافة الورقية:

يبدو أن الصحافة، وخصوصاً العربية، ستلاقي صعوبات متواصلة في منافستها مستقبلاً مع صفحات «بلوغرز» Bloggers . فبفضل إجراءات سهلة، وخدمات مجانية من مواقع الإنترنت، في إمكان تلك الصفحات أن تتحول إلى إعلام جذاب، يضح بمواد إعلامية متنوعة متعددة الوسائط «مالتى ميديا» Multi Media ، إضافة إلى تجديد أخبارها على مدار الساعة . ترفع هذه الأمور من مستوى المنافسة مع الصحافة الورقية المكتوبة، وتحتم عليها التفكير ملياً بالآثار المتعددة إعلامياً لبلوغرز .

على أن الجانب الأكثر لفتاً للانتباه، بالنسبة لـ " بلوغرز " الإنترنت، ليس فقط سيره فيما يمكن اعتباره بـ " الصحافة البديلة ". فقد بدأت بعض الصحافة المكتوبة وحتى المرئية، الاعتماد عليها على الأقل لإعطائها طرف الخيط، الذي قد يقودها إلى تفاصيل أكثر، أو لكشف ملابسات قضية، أو حادثة جنائية، أو إرهابية.

الملايسات الإعلامية:

يحكم النشاط الإعلامي بكافة وسائله في مصر عدد من الأنظمة والقوانين، بدءاً من الدستور إلى قانون الصحافة بالإضافة إلى قانون الطوارئ، كما يقوم كل من المجلس الأعلى للصحافة ونقابة الصحفيين واتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري والمحاكم، ووزارة الإعلام بالتحكم بأوجه الإعلام كافة ومراقبتها. ويحفظ الدستور المصري حرية التعبير لكل المواطنين ، فهناك العديد من الفقرات والمواد والنصوص القانونية التي تؤكد على أن حرية الرأي مكفولة ، ولكل إنسان له الحق في التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو غير ذلك ، كما تشير بعض المواد إلى حرية الصحافة والطباعة والنشر ووسائل الإعلام مكفولة ، كما تمارس الصحافة رسالتها بحرية وفي استقلال في خدمة المجتمع بمختلف وسائل التعبير ، وأيضاً حرية الصحف مكفولة والرقابة على الصحف محظورة ، وكذلك للصحفيين حق الحصول على الأنباء والمعلومات طبقاً للأوضاع التي يحددها القانون ، ولا سلطان عليهم في عملهم غير القانون ، غير أن الواقع مختلف تماماً ، إذ تمنع العراويل البيروقراطية الوصول إلى المعلومات ، ويعتمد أكثر الصحفيين على مصدر واحد لمعلوماتهم ألا وهو الحكومة .

وبالنسبة لتجربة الإعلام الخاص المرئي فبدأت بعد الصحافة المطبوعة من خلال تأسيس المنطقة الحرة العامة الإعلامية داخل مدينة الإنتاج الإعلامي بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء (411) لعام ٢٠٠٠ والتي واكبت خطط جذب المستثمرين في مجال البث والإنتاج التلفزيوني والإعلامي حينذاك ، وحينها ظهرت قنوات دريم لمالكها أحمد بهجت في ٢٠٠١، ثم قناة المحور المملوكة لمجموعة سما التابعة لحسن راتب في عام ٢٠٠٢ .

و تتصاعد الأصوات المنادية بضرورة نشر الديمقراطية في العالم ، ويزداد طرح قضايا الحريات والحقوق وخاصة في حق الاتصال وحرية الصحافة ، وذلك على المستوى المحلي والدولي ، وتكتسي الصحافة أهمية خاصة وبالغة عند الجمهور ، لما تمتاز به من خصائص ، وما تقوم به من وظائف داخل المجتمعات من أهمها إخبار الجمهور وإعلامهم بما يحدث حولهم وتفسيره لهم ، والعمل على التوعية والتثقيف والتنمية وهو ما يستدعي من الحكومات العمل على توفير القدر المناسب من الحريات داخل العمل الصحفي ، حتى تؤدي الصحافة وظائفها بالشكل المرجو منها .

تنمية الوعي:

الوعي السياسي يشير إلى ما يمتلكه الفرد من معارف وقيم واتجاهات سياسية، تتيح له إدراك واقع مجتمعه وأوضاعه والقضايا السياسية، والقدرة على تبني مواقف إيجابية تدفعه للمشاركة في العملية السياسية لصنع وتوجيه القرارات السياسية في المجتمع من أجل تغييره وتطويره، وعلى هذا فإن الوعي السياسي ليس خاصًا بالسياسيين أو النخبة في المجتمع، إنما هو عام يشمل العوام وكل فئات المجتمع ، لذا يجب إيجاده داخل المجتمع خصوصًا مجتمعاتنا النامية ، لأنه لا سبيل لنهضة وتطور هذه المجتمعات دون وجود وعي بقضايا الوطن .

الإطار التشريعي والقانوني:

تكمن أهمية التشريعات في أنها إطار قانوني يحكم العلاقة بين السلطة والصحافة ويحدد طبيعتها ومداهم واتجاهاتها وتأثيرها على المحتوى الإعلامي لمواد التحرير في الصحف داخل المجتمع ، كما تكمن أهميتها في أنها إطار تاريخي يحكم تطور الصحافة في المجتمعات الإنسانية منذ ظهورها وحتى الآن ، بحيث يمكن القول أن تاريخ الصحافة في جانب كبير منه ، ليس إلا تاريخاً للعلاقة بين السلطة والصحافة في كل المجتمعات الإنسانية ، كذلك تكمن أهميتها في أنها إطار فلسفي يحكم الاتجاهات الفكرية لكل من السلطة والصحافة كطرفين متواجهين فكرياً وسلوكياً في علاقتهما بالمجتمع الذي ينتميان إليه . ويرى الباحث أن هذه التشريعات والقوانين محروم منها الإعلام الرقمي والإلكتروني مما تسبب في الكثير من الفوضى والاضطراب في المشهد الإعلامي خاصة " السوشيال ميديا "

أزمة التمويل:

إن أزمة التمويل التي تشهدها صناعة الصحافة الورقية - التقليدية - ترجع في الأساس إلى اعتماد هذه الصناعة على النموذج الاقتصادي التقليدي المتمثل في سوق القراء وسوق المعلنين ، دون بذل أية جهود في محاولة مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة ، والضغط التي تفرضها أسواق المنافسة ، والبيئة الاتصالية الجديدة ، من خلال تطبيق سياسات التحول ، وزيادة التوجه نحو رقمته النشر ، وتبني النماذج الاقتصادية الجديدة القائمة على تعددية السوق ، ومداخل اقتصادية صناعة الخدمات ، واقتصاديات المعلومات ، والتجارة الإلكترونية والتسويق الشبكي ، والاستثمار في مجال التطبيقات وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، وقد اتفقت الكثير من الدراسات على أن المؤسسات

والمشروعات الصحفية التي تبنت هذا التوجه قد استطاعت استعادة مكانتها السوقية ، وزيادة معدلات ربحيتها، كما استطاعت تنويع مصادر إيراداتها وتمويلها.

ويري الباحث أنه رغم أزمة التمويل بالإعلام التقليدي إلا أنه ما زال يدر دخلاً أكثر من الإعلام الإلكتروني.

السياسة الإعلامية:

تعتبر السياسة العامة بمثابة الإطار العام الذي يحكم كافة سياقات أنسجة المجتمع وينظمها ، ولهذا لا يمكن لأية سياسة فرعية أن تنتهج نهجاً غير متوافق مع إطارها السياسي العام الذي وجدت فيه ، وبذلك تعد السياسة الإعلامية جزءاً من سياسة الدولة ، وباعتبار السياسة الإعلامية بمثابة مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه إجراءات تنظيم أشكال الاتصال والإعلام المختلفة ، يجب أن ينطلق العمل الإعلامي من سياسة إعلامية واضحة المعالم ، وخطاب إعلامي محدد المفردات والمضامين والأساليب ، فهي مجموعة من المبادئ المتكاملة ، و الواضحة ، والدائمة ، التي تتبع من الاحتياجات الإنسانية الأساسية ، وتضع في اعتبارها الواقع الاجتماعي ، والاقتصادية والسياسي ، والثقافي الموجود بالمجتمع ، فقبل في ممارسة النشاط الإعلامي ، لا بد من رسم سياسة إعلامية متفردة ومختلفة عن كافة السياسات الأخرى . إن التوافق بين السياسة العامة والسياسة الإعلامية يمثل شرطاً ملزماً لهما في الممارسة والتعامل مع الواقع الاجتماعي وحركته، وفي التكوين الفكري والثقافي، وشروط نموه وتطوره، وإذا أسقط مخطوط الإعلام ذلك من حسابهم فإنه يصعب الحديث عندئذ عن مؤسسات وسياسات إعلامية عملية واضحة.

وتعددت التعريفات والتفسيرات لمفهوم السياسة الإعلامية ، حيث تبني الباحثون والمؤسسات والندوات الإعلامية مصطلحات عدة لهذا المفهوم ، ومن أهم تلك التعريفات ما يلي : SA يراها تعرفها ليلي عبد المجيد على أنها : "مجموعة المبادئ والقواعد والأسس أو الخطوط العريضة والتوجهات والأساليب التي توضع لتوجيه نظام الاتصال (عمليات تنظيم وإدارة - ورقابة وتقييم هذا النظام) وهي عادة بعيدة المدى ، وتتناول الأمور الأساسية وتتبع من الإيديولوجيا السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع والقيم الشائعة فيه . " ويعرفها محمد منير حجاب على أنها: " مجموعة المبادئ التي توضع على أساسها خطط تنفيذية قصيرة المدى، وخطط أخرى بعيدة المدى، وهذا الجهد المبذول على الجانب العلمي والمنهجي المنظم والمدرّس لإحداث التوعية الاجتماعية والثقافية والسياسية لأفراد المجتمع من خلال وسائل الإعلام بهدف نقل التراث والمهارات الأساسية من جيل إلى جيل، وتنشئة الأفراد وتزويدهم بعناصر معرفة جديدة لمواجهة القيم الهدامة التي يتعرض لها المجتمع، وتمارس من خلال متخصصين في هذا المجال ."

وترتبط السياسة الإعلامية بالسياسات العامة للدولة ارتباطاً الجزئياً بالكل، فهي أحد روافدها، تنبثق منها وتعمل مع غيرها من السياسات النوعية على تحقيق الهدف الكلي والنهائي للدولة، وتجد السياسات الإعلامية عادة طريقها إلى الممارسة من خلال ما يتوفر من نصوص دستورية، ولوائح تفسيرية، إلى جانب قوانين المطبوعات والنشر، إلى جانب ذلك قد يترك تنظيم وتطبيق هذه السياسات إلى التوجهات العامة للنظام والسلطة المعنية، ولذلك توجد العديد من أبعاد السياسة الإعلامية.

تجربة الباحث

عاش الباحث تجربة 13 عامًا بين منصب رئيس تحرير تنفيذي ورئيس تحرير لموقع الوفد الإلكتروني وصحيفة الوفد الورقية وخلال هذه المدة الطويلة من المسؤولية رصد الباحث عدة تجارب واسعة ما بين الموقع الإلكتروني والصحيفة الورقية. وقد رصد الباحث في دراسته عددًا كبيرًا من الملاحظات لا يمكن إغفالها أو السكوت عنها أو التراخي بشأنها. وتأتي أبرز هذه الملاحظات في إطار المنهج التكاملي الذي اتبعه الباحث في دراسته عدة أمور مهمة.

الملاحظة الأولى

تبين أن العائد الاقتصادي من الصحيفة الورقية يتعدى بالنسبة المئوية عشرة أضعاف العائد الاقتصادي من الموقع الإلكتروني، وقد دفعت الباحث الأمانة العلمية ألا يذكر الأرقام بالتحديد حفاظًا على سمعة المؤسسة الإعلامية التي خدم بها حوالي 40 عام، ويأتي هذا العائد الاقتصادي من حصيلة الإعلانات التي تعد المصدر الرئيسي للتمويل سواء بالموقع الإلكتروني أو الجريدة الورقية. وهذه الملاحظة تكشف أن تجربة التحول الرقمي بمؤسسة الوفد لم تعطِ العائد الاقتصادي المرجو منها. وباتت الصحيفة الورقية هي التي تجلب الإعلانات للمؤسسة رغم الجهد الكبير الذي تبذله إدارة الإعلانات بهذه المؤسسة.

الملاحظة الثانية

أن ثقة المعلمين ما زالت تنحصر في الجريدة الورقية رغم التطور الكبير في الإعلام الرقمي أو الإلكتروني وهذا ثابت بكل الأدوات الثبوتية لدى إدارة

إعلانات الوفد، وقد بذل الباحث مجهودًا كبيرًا داخل هذه المؤسسة لتغيير هذه النظرة دون جدوى.

الملاحظة الثالثة

السياسة التحريرية واحدة بالنسبة للموقع الإلكتروني والصحيفة الورقية لكن ما زالت مهارات العاملين بالموقع تحتاج إلى تدريب شاق خاصة فيما يتعلق بالكتابة الصحفية. ومن خلال هذا الرصد الدقيق نجد أن المحرر الذي تربي في الصحيفة الورقية لديه مهارات كثيرة وعميقة بخلاف المحرر الذي تربي في الموقع الإلكتروني. ويذكر الباحث في هذا الصدد أنه طالب محررًا بالموقع قد نشر له بالجريدة الورقية تحقيقًا صحفيًا أن يختصر موضوعه لزيادة عدد الكلمات في الصفحة المخصصة لهذا الموضوع وجاءت الطمة أن المحرر لا يعرف معنى كلمة اختصار الموضوع.

الملاحظة الرابعة

يرى الباحث أن المحررين بالمواقع الإلكترونية لا بد من إعادة تأهيلهم صحفيًا من جديد قبل العمل بالموقع الذي ينتسب إليه، ويرى الباحث أيضًا أن كل محرري المواقع لا هم لهم سوى الجري وراء الترنز، حتى ولو كانت المعلومات التي يتم إيرادها غير صحيحة، بالإضافة إلى أن كل المواقع الإخبارية تأخذ من بعضها دون الحرص على الدقة في هذا الشأن. ويرى الباحث أن هذا الأمر يحتاج إلى علاج سريع قبل أن تستفحل هذه الظاهرة الخطيرة.

الملاحظة الخامسة

كشف الباحث عن غياب التشريعات الكافية التي تعمل في إطارها المواقع الرقمية أو الإلكترونية، وكل التشريعات الخاصة بالصحف الورقية باعتبارها إعلام تقليدية هي التي تعمل من خلالها المواقع الإلكترونية.

الملاحظة السادسة

رغم أن المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام هو الذي ينظم عمل هذه المواقع إلا أن نقابة الصحفيين لا تقبل من بين أعضائها العاملين بالمواقع الإلكترونية، وتضطر إدارة المؤسسات الإعلامية أن تصدر صحفاً ورقية حتى يتم قبول المحررين في نقابة الصحفيين، وهذا في حد ذاته يعد عواراً كبيراً يتسبب في مشاكل كثيرة للإعلام الإلكتروني.

الملاحظة السابعة

رئيس التحرير ومدير التحرير لا يستطيعان السيطرة الكاملة على كل المادة المنشورة بالمواقع بخلاف الإعلام التقليدي الذي يسهل السيطرة عليه، وقد تعرض الباحث وغيره من رؤساء التحرير لمسائلات قانونية كثيرة بسبب هذه الظاهرة الخطيرة.

الملاحظة الثامنة

هناك سهولة في حذف أي مادة تحريرية من المواقع بخلاف الصحف الورقية فبمجرد طبع الصحيفة باتت أرشيفاً لا يمكن حذفه أو إلغاؤه.

الملاحظة التاسعة

كل وسائل الإعلام أو الاتصال ما زالت تعتمد على الإعلاميين التقليديين، ولولاهم لتعرض الإعلام الإلكتروني للنكبة قبل أن يستمر بهذا الشكل.

الخلاصة

يرى الباحث أن الإعلام التقليدي لن يختفي ولن يندثر وسيظل موجودًا جنبًا إلى جنب بجوار الإعلام الإلكتروني، لكن من الممكن أن يقل متابعو الإعلام التقليدي ويأخذ الإعلام الإلكتروني دفة القيادة دون أن يقضي عليه تمامًا، كما حدث مع التلفزيون والراديو، فعندما ظهر التلفزيون مع كل المحطات الفضائية لم يندثر الراديو أو يختفي.

النتائج والتوصيات

أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج والتوصيات.

النتائج

1. ظاهرة الإعلام الرقمي أو الإلكتروني بدأت خلال العقود الثلاثة الماضية، واتسعت مداركها في العشر سنوات الماضية، وأتاحت الظروف السياسيّة والاجتماعيّة لهذا الإعلام أن ينتشر بشكل ظاهر وواضح. وبات هو المسيطر الآن - ليس في مصر وحدها - وإنما في كل دول العالم بلا استثناء.
2. أصبح لزامًا على المجتمع المصري أن يتعايش مع هذا الإعلام الرقمي أو الإلكتروني ولا يمكن بأي حال من الأحوال التراجع عنه.
3. العلم هو أهم الأسلحة التي يجب أن يتسلح بها الإعلام الرقمي أو الإلكتروني من أجل تسخير ذلك في خدمة أهداف السياسة والاجتماع، والفكر، والثقافة، وخلافه.
4. أصبح التيار المناهض أو المعادي للإعلام الرقمي أو الإلكتروني لا مكان له في مصر، وفي ظل هذه التطورات السريعة، والمتلاحقة التي يشهدها هذا الإعلام الرقمي.

5. الإعلام التقليدي لن يندثر أو يختفي وسيظل جنباً إلى جنب مع الإعلام الرقمي فلا يمكن لأية وسيلة إعلامية أن تلغي وسيلة أخرى سابقة عليها، وإلا كان الإعلام المرئي التلفزيون قد ألغى الإعلام المسموع الراديو، بل ظل الاثنان إلى جوار بعضهما.
6. الإعلام التقليدي يقل متابعوه ولا يمكن إغاؤه فعلى سبيل المثال لا الحصر وجدنا الصحف الكبرى في اليابان والهند توزع أرقامًا كثيرة، ولا تزال تواصل هذا التوزيع المتزايد رغم تمتع البلدين بإعلام رقمي وإلكتروني متقدم جدا.
7. التشريعات التي تحكم الإعلام الرقمي ضئيلة وغير كافية، في حين أن الإعلام التقليدي تسيطر عليه تشريعات كافية وواسعة.
8. الكتابة التحريرية في الإعلام الرقمي تقف إلى الدقة، وكذلك المحاسبة القانونية بخلاف الإعلام التقليدي.
9. العائد الاقتصادي للمؤسسات الإعلامية الكبرى ما زال ضئيلاً مقارنة بالإعلام التقليدي. بل إن هناك مؤسسات تعتمد كلية على الدخل من الإعلام التقليدي رغم ملكيتها للإعلام الإلكتروني.
10. الإرادة السياسية والاجتماعية تجاه النظرة إلى الإعلام التقليدي تتمتع بمصداقية واسعة أكثر من الإعلام الإلكتروني والرقمي ليس في مصر وحدها وإنما في معظم الدول العربية.
11. إذا كان الكتاب الورقي (التقليدي) ما زال يتصدر المشهد الآن رغم كل الوسائل الإلكترونية المتعددة وبالتالي فإن اندثار الإعلام التقليدي بات أمراً مستحيلاً، وصحيح أنه يقل رواه إلا أنه سيظل موجوداً ولن يختفي.

التوصيات

1. ضرورة وضع تشريعات إضافية إلى منظومة الإعلام الإلكتروني في ظل وجود تشريعين فقط يحكمانه، الأول هو قانون تنظيم المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، والثاني هو القانون رقم 175 لسنة 2018 والذي يتصدى لجرائم السوشيال ميديا.
2. ضرورة السيطرة الأخلاقية والمهنية في السوشيال ميديا التي تحول فيها الممارس لها لإعلامي دون ضوابط محددة أو محكمة، وكان من نتائجها الفوضى العارمة التي سادت بها، والدليل كثرة المحاضر والشكاوى التي تتلقاها إدارة المعلومات بوزارة الداخلية كل يوم وفي كل ساعة.
3. لا بد من تنظيم دورات تأهيل واسعة ومستمرة لكل الممارسين للإعلام الإلكتروني لعدم تأهيلهم بشكل جيد لممارسة دورهم، وهذا لا يخفى أبداً على كل الباحثين والممارسين للمهنة.
4. لا بد من المزج بين الإعلام التقليدي والإلكتروني خاصة في ظل أن معظم العاملين بالإعلام الرقمي هم في الأصل من الذين مارسوا الإعلام التقليدي، بل إن رؤساء تحرير كل البرامج والعاملين بها، ممن ينتمون إلى الإعلام التقليدي. والإعلام الإلكتروني يعتمد عليهم اعتماداً كلياً حتى الآن.
5. مارسوا الإعلام الإلكتروني يحتاجون إلى تأهيل واسع، ومستمر للممارسة المهنية الفعلية، فهناك جيل جديد من المحررين بالإعلام الإلكتروني لا يجيدون كتابة الخبر. ولذلك يستوجب الأمر إعادة تأهيلهم مرة أخرى، خاصة من الذين لم يمارسوا الإعلام التقليدي.
6. رغم الانتشار الواسع للإعلام الإلكتروني ما زالت نقابة الصحفيين ترفض انضمامهم إلى النقابة، ولا بد من تغيير هذه النظرة في أسرع وقت. وكذلك

الحال أيضًا مع نقابة الإعلاميين وهذا يدل على وجود خلل في النظرة إلى الإعلام الإلكتروني.

7. ضرورة وجود إرادة سياسية واجتماعية لتغيير النظرة إلى الإعلام الإلكتروني من خلال وضع ضوابط تشريعية في هذا الشأن.

المصادر:

1. موقع الوفد الإلكتروني
2. موقع مصراوي
3. موقع صدي البلد
4. موقع اليوم السابع
5. جريدة الوفد الورقية

المراجع:

1. إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة، هبة النيل العربية للنشر والتوزيع، 2010
2. ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، القاهرة دار سحاب للنشر والتوزيع، ط1، 2008
3. عبد السلام شكر، أهمية الاستراتيجية الاتصالية المعلوماتية للمنشأة الصناعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2018
4. عواطف عبد الرحمن، نجوى كامل، تاريخ الصحافة المصرية - دراسة تاريخية ومعاصرة، القاهرة العربي للنشر والتوزيع، 2020
5. ماجدة عبد المرسي، مستقبل الصحافة المتخصصة في مصر خلال الفترة من 2005 الي 2015 رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2008
6. محمد سيد محمد، الإعلام واللغة، القاهرة، عالم الكتب، سلسلة البحوث الإعلامية، 1984
7. محمود أدهم، الأسس الفنية للتحرير الصحفي، القاهرة، دون ناشر، 1984

8. محمود علم الدين، مهندس محمد تيمور عبد الحسيب: الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الشروق، 1997
9. محمود علم الدين، ليلي عبد المجيد، فن التحرير الصحفي: المفاهيم والأدوات، القاهرة، دون ناشر، 1996
10. محمود علم الدين، التوثيق الإعلامي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990
11. محمود على عبد الرحمن، أثر الإعلام على التغيير السياسي في مصر، القاهرة، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، 2016
12. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004
13. نجوى كامل، الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية، دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في جريدتي الأهرام والوفد خلال عام 1989، القاهرة، دار آمون للطباعة والتجليد، 1991